



การพัฒนารูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศ
ไทยยุค 4.0



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การพัฒนารูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์
ของประเทศไทยยุค 4.0



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

DEVELOPMENT MODEL OF ESTABLISHING SMART FARMER IN ORGANIC FARM
BUSINESS OF THAILAND 4.0



By
MISS Morakhot KAMPHEANGPHET

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Doctor of Philosophy (Management)
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2017
Copyright of Graduate School, Silpakorn University

57604806 : การจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาคณาภิวัตน์

คำสำคัญ : ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง, ธุรกิจเกษตรอินทรีย์, คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกร
การเกษตรกร

นางสาว มรกต กำแพงเพชร: การพัฒนารูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ดร. สวรรยา ธรรมอภิพล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 เป็นงานวิจัยและพัฒนา (Research and development) ด้วยเทคนิคผสมผสานวิธี (Mixed Method research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องที่ประสบความสำเร็จได้รับระบบการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM จำนวน 30 คนใน 4 ภูมิภาค เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการดำเนินงานและองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 (R₁) จากนั้นรับรององค์ประกอบความสำเร็จและพัฒนาองค์ประกอบความสำเร็จ (D₁) ด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์ระดับประเทศ จำนวน 12 คนและนำข้อมูลที่ได้ไปสร้างเป็นคู่มือ จากนั้นทดลองด้วยวิธีวิจัยกึ่งทดลอง(Quasi-experimental research) กับเกษตรกรในประเทศไทยจำนวน 20 คน (R₂) ประเมินความรู้ก่อนหลัง และความพึงพอใจด้วยสถิติ t-test และถอดบทเรียน (D₂) ก่อนนำไปเผยแพร่แก่โครงการลูกพระดาบสเพื่อพัฒนาเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ประกอบด้วย (1) การมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม (2) การแสวงหาโอกาส (3) การสร้างนวัตกรรม (4) ความกล้าเสี่ยง (5) ความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว (6) การจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย (7) การสร้างความร่วมมือและเครือข่ายจากการนำคู่มือไปใช้พบว่า เกษตรกรมีความรู้ ทักษะและการปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น มีความพึงพอใจรวมทุกด้านต่อการอบรมในระดับดีมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58)

57604806 : Major (Management)

MISS MORAKHOT KAMPHEANGPHET : DEVELOPMENT MODEL OF ESTABLISHING SMART FARMER IN ORGANIC FARM BUSINESS OF THAILAND 4.0 THESIS ADVISOR : DR. SAWANYA THAMMAAPIPON, Ph.D.

This study aims was to develop factor of establishing Smart farmer in organic farm business of Thailand 4.0. The study was the research and development research by using Mix Method Research which in depth interview with 30 key informants who are successful Smart Farmer accredited under the IFOAM Accreditation Program. To analyze the operating environment and components of success of the farmers in organic farming in Thailand 4.0 (R_1), then certify the components of success and develop the success factor (D_1). Connoisseurship related with working organic farming policy, 12 expertise and the information to create a guide. Subsequently, a quasi-experimental research was conducted with 20 farmers in Thailand (R_2) by using Pre-Test, Post-Test, T- test dependent and lessons learned (D_2) before publishing to Luk Phra Dabos Foundation to develop more effective farmers.

The result found that factor of establishing Smart farmer in organic farm business of Thailand 4.0 which consist of 1) Social Entrepreneurial Spirit 2) Opportunity Seeking 3) Innovativeness 4) Risk Taking 5) Readiness to learn & Adaptability 6) Farm-Diversified Business Management and 7) Collaboration and Networking. After using handbook, it was found that the experiment group of farmers gain more knowledge, Skill and entrepreneurship as practice while the evaluation overall satisfaction in training was at the highest level. (average 4.58)

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง : การพัฒนารูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ได้รับความกรุณาจาก ดร.สวรรยา ธรรมอภิพล อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และรองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่คอยสนับสนุนพร้อมให้คำแนะนำมาตั้งแต่กระบวนการแรกของงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ทางการศึกษา รวมถึงรองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ดร.ภูมิศักดิ์ ราชี ดร.อภิญญา บุญปลา ลิต กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในการให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ในฐานะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านในความกรุณาเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณกลุ่มผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง และเกษตรกรในโครงการลูกพระดาบส ดร.กรวิทย์ ไชยสุ ผู้แนะนำเครือข่าย YSF ดร.เอกสิทธิ์ วัฒนปรีชานนท์ ผู้อำนวยการโครงการลูกพระดาบส ที่ให้การสนับสนุนในกระบวนการวิจัยทั้งหมด

ขอกราบขอบพระคุณ คุณมันทนา พรหมใจ คุณคำรณสุภา กำแพงเพชร คุณกฤตภรณ์ กำแพงเพชร และคุณกมลรัตน์ จงบุญเจือ ครอบครัวของผู้วิจัยที่ให้การสนับสนุนในการจัดประชุมสัมมนาผู้เชี่ยวชาญ รวมถึง ดร.พวงชมพู โจนส์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์รุ่งฤดี รัตนวิไล ดร.แววมยุรา คำสุข ดร.ฐิติมา พูลเพชร ดร.ระชานนท์ ทวีผล และอาจารย์ยิ่งศักดิ์ ไกรพิณีอาจารย์ ที่คอยสนับสนุนให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิทยานิพนธ์เรื่องนี้จะประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างให้เกษตรกรไทยไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องที่สามารถอยู่รอดและยืนหยัดในธุรกิจเกษตรอินทรีย์เพื่อขับเคลื่อนและพัฒนาการกสิกรรมของประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน

มรกต กำแพงเพชร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. คำถามการวิจัย.....	7
3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
5. กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	12
6. นิยามศัพท์เฉพาะ.....	13
7. ประโยชน์ที่ได้รับ.....	14
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	15
1. สถานการณ์และภาพรวมธุรกิจเกษตรในประเทศไทย.....	15
2. นโยบายด้านการเกษตรในแผนพัฒนาระดับชาติของประเทศไทยยุค 4.0.....	20
3. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบและตัวชี้วัด.....	25
4. แนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบการเกษตรกร.....	27
5. แนวคิดผู้ประกอบการเกษตรกร (Agripreneurship).....	31
6. แนวคิดความสำเร็จในธุรกิจเกษตร (Agibusiness Success).....	40

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	42
บทที่ 4	61
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	61
รายการอ้างอิง	171
ภาคผนวก.....	172
ภาคผนวก ก	173
เครื่องมือเก็บข้อมูล.....	173
ภาคผนวก ข	188
หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล.....	188
ภาคผนวก ค	194
การลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึก.....	194
ภาคผนวก ง.....	201
คู่มือการอบรมเชิงปฏิบัติการ.....	201
ประวัติผู้เขียน.....	234



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 พื้นที่เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ปี 2541-2558.....	16
ตารางที่ 2 คุณลักษณะส่วนบุคคล ทักษะ ทักษะของผู้ประกอบการเกษตร.....	32
ตารางที่ 3 จำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญแบ่งตามภูมิภาคในประเทศไทย	44
ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบยอดขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วโลก	64
ตารางที่ 5 รายการสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่งออกของไทย.....	65
ตารางที่ 6 ปริมาณและมูลค่าผลผลิตเกษตรอินทรีย์ไทย ปี 2547-2556.....	66
ตารางที่ 7 ฉลากตรารับรองผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย (Organic Certification)	76
ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบพื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ในแต่ละทวีป	88
ตารางที่ 9 สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่โดดเด่นของไทย ปี 2560	89
ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย	95
ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมนอก โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย.....	96
ตารางที่ 12 องค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์	125
ตารางที่ 13 องค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0.....	129
ตารางที่ 14 กิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์	135
ตารางที่ 15 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมายทดลอง	135
ตารางที่ 16 เปรียบเทียบความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องก่อน/หลังการอบรม	136

ตารางที่ 17 เปรียบเทียบทักษะในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อน/หลังการอบรม
..... 137

ตารางที่ 18 แสดงการเปรียบเทียบทักษะการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อนและหลัง
ฝึกอบรม..... 137

ตารางที่ 19 เปรียบเทียบการปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อนและหลังการ
อบรม 138

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบการปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อนและ
หลังฝึกอบรม 138

ตารางที่ 21 แสดงความพึงพอใจต่อรูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจ
เกษตรอินทรีย์ 140



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	12
ภาพที่ 2 สภาพแวดล้อมผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่อง.....	29
ภาพที่ 3 การสังเคราะห์แนวคิดผู้ประกอบการเกษตรกร	33
ภาพที่ 4 ทศนคติผู้ประกอบการเกษตรกร	38
ภาพที่ 5 รูปแบบของทศนคติภายในของผู้ประกอบการเกษตร	39
ภาพที่ 6 ลำดับขั้นตอนการดำเนินงานในขั้นตอนที่ 1 (Research :R ₁)	48
ภาพที่ 7 ลำดับขั้นตอนการดำเนินงานในขั้นตอนที่ 2 (Development :D ₁)	52
ภาพที่ 8 ขั้นตอนการประเมินผลการใช้คู่มือการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็น ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0.....	56
ภาพที่ 9 แผนภาพลำดับขั้นตอน(Flow Chart) การดำเนินงานในขั้นตอนที่ 3 (Research :R ₂).....	57
ภาพที่ 10 แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) การดำเนินงานในขั้นตอนที่ 4 (Develop :D ₂)....	58
ภาพที่ 11 การกำหนดรหัสได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม	73
ภาพที่ 12 การสังเคราะห์โซ่อุปทานธุรกิจเกษตรอินทรีย์.....	83
ภาพที่ 13 แผนที่สินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับประเทศ	90
ภาพที่ 14 แผนที่สินค้าเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ	91
ภาพที่ 15 แผนที่สินค้าเกษตรอินทรีย์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	92
ภาพที่ 16 แผนที่สินค้าเกษตรอินทรีย์ภาคกลาง	93
ภาพที่ 17 แผนที่สินค้าเกษตรอินทรีย์ภาคใต้.....	94
ภาพที่ 18 โครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน	104
ภาพที่ 19 ระบบการผลิตพืชธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องยุค 4.0.	109
ภาพที่ 20 การบูรณาการทักษะของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์....	117

ภาพที่ 21 องค์ประกอบคุณลักษณะคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยยุค 4.0..... 143

ภาพที่ 22 แนวทางการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (SMART FARMER) ด้วยคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 146



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการประชุมสุดยอดว่าด้วยมนุษย์และสิ่งแวดล้อม (UN Conference on Human Environment) ณ กรุงสตอกโฮล์ม ประเทศสวีเดนในปี พ.ศ. 2515 นับเป็นจุดเริ่มต้นของความตระหนักถึงคุณภาพชีวิตของมนุษย์ด้านสิ่งแวดล้อม โดยเป็นจุดเริ่มต้นของความตื่นตัวของปัญหาสิ่งแวดล้อมโลกครั้งแรก และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมไปทั่วโลก จวบจนถึงการประชุมครั้งต่อมาในปี 2535 หรือ ค.ศ.1992 ภายใต้ชื่อ การประชุมสุดยอดของโลกว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Summit on Sustainable Development; WSSD) ณ กรุงริโอ เดอจาเนโร ประเทศบราซิล ได้ให้ความสำคัญในเรื่องแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) เพื่อเป็นแผนแม่บทของโลกในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งทางสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม และการประชุมล่าสุดเมื่อปี 2555 หรือ ค.ศ.2012 ภายใต้ชื่อ ริโอ+20 ได้ให้ความสำคัญกับเรื่อง การพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว(Green Economy) และหนึ่งในนั้นคือ เรื่องการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการกำหนดในยุทธศาสตร์ การพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวหรือการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Economy/Green Growth) เป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศ และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศ ทั้งนี้ เพื่อสร้างการพัฒนาให้เกิดความสมดุลในมิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อม และนำประเทศไปสู่ความสมดุลและยั่งยืน ทำให้สำนักนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรของประเทศไทย กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรมีความสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีภูมิคุ้มกันพร้อมรับความเสี่ยงด้านการผลิต การตลาด และมีการกระจายรายได้ที่ทั่วถึง มีความสามารถในการผลิตและการตลาด ก้าวสู่ผู้จัดการฟาร์มที่เป็นมืออาชีพ (Smart Farmer) อีกทั้งยังเพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการผลิต การจัดการสินค้าเกษตร และความมั่นคงอาหาร เพื่อสร้างฐานการผลิตภาคเกษตรให้เข้มแข็ง ทำให้เกิดความมั่นคงในอาชีพ และรายได้ให้กับเกษตรกร พัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตรและอาหารให้มีความสามารถในการแข่งขัน ประชาชนมีความมั่นคง ด้านอาหาร และมีผลผลิตเพียงพอกับความต้องการด้านอาหารและพลังงาน โดยการพัฒนาการผลิตและการสร้างมูลค่าเพิ่ม เน้นลดต้นทุนการผลิต และพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานสินค้าเกษตร กำหนดเขตเกษตรเศรษฐกิจ พัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพระบบการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของภาคเกษตร ส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmentally-friendly production) เสริมสร้างการผลิตสินค้า

เกษตรที่เป็นพืชอาหารและพลังงานให้เกิดความมั่นคง รวมทั้งสนับสนุนเพื่อจัดสรรผลผลิตพืชอาหาร และพลังงานให้เพียงพอต่อการบริโภคและทดแทนพลังงาน สนับสนุนการพัฒนาระบบตลาดสินค้าเกษตร และสร้างความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจภูมิภาคและระหว่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนา งานวิจัย ผลงานประดิษฐ์คิดค้นด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรม มาขยายผลสู่การพัฒนา ภาคเกษตรให้สนองความต้องการของภาคการผลิต (สำนักเศรษฐกิจการเกษตรระหว่างประเทศ, 2556)

ในส่วนของประเทศไทยนั้น มีปัญหาในลักษณะเดียวกับทั่วโลกที่มุ่งเน้นพัฒนาเศรษฐกิจและมีการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติมาใช้ในการผลิตและบริการมากเกินไปกว่าศักยภาพในการรองรับของระบบนิเวศได้จึงส่งผลให้เกิดความเสื่อมโทรมต่อทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อม รวมถึงคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน อย่างไรก็ตาม หน่วยงานระดับนโยบายในภาครัฐได้ปรับทิศทางการบริหารจัดการที่สอดคล้องกับแนวคิดกระแสโลก ดังจะเห็นได้จาก แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แนวทางการพัฒนาการเกษตร ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1-3 (ปี 2504-2519) มุ่งเน้นการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางการเกษตร โดยเฉพาะแหล่งน้ำเพื่อการชลประทานและเส้นทางคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรในท้องถิ่นและภูมิภาคกับตลาดกลางมีการพัฒนา ตลาดสินค้าเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนในการกู้ยืมของเกษตรกร นอกจากนี้ รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการวิจัยและส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพและปริมาณการผลิตสินค้าเกษตร เพื่อยกระดับรายได้ของเกษตรกรและตอบสนองความต้องการของตลาดต่างประเทศ ซึ่งผลการพัฒนาที่ผ่านมาทำให้เศรษฐกิจการเกษตรขยายตัวเพิ่มขึ้น มีการขยายพื้นที่เพาะปลูกพืชเศรษฐกิจหลัก คือ ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง ยาสูบ และยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว นำมาซึ่งปัญหาเสถียรภาพด้านราคาและรายได้ของเกษตรกร

ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4-7 (ปี 2520 - 2539) รัฐบาลได้ตระหนักถึงที่ดินทางการเกษตรที่มีอยู่อย่างจำกัด เน้นแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพต่อหน่วยพื้นที่ การอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติทางการเกษตร การขยายตลาดสินค้าเกษตร การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก พร้อมกับการหาแนวทางเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกัน โดยจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรปรับโครงสร้างการผลิตการเกษตรถึง 3 แผน คือ แผนฟื้นฟูการเกษตร แผนปรับระบบการเกษตร ในเขตชลประทานลุ่มน้ำเจ้าพระยา และแผนปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตร

ต่อมาในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (ปี 2540 - 2544) ได้มีการปรับเปลี่ยนทั้งแนวคิด ทิศทาง และกระบวนการพัฒนาจากเดิมที่มุ่งให้ความสำคัญกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจเป็นหลักมาเป็นการพัฒนา ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์กรเกษตร ให้ความสำคัญกับความสามารถในการแข่งขัน การ

อนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 (ปี 2545 - 2549) และฉบับที่ 10 (ปี 2550 - 2554) แนวทางการพัฒนายังคงต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ซึ่งเน้นการพัฒนาคน รวมทั้งการปรับโครงสร้างการเกษตรเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สนับสนุนการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิต โดยพิจารณาตลอดโซ่การผลิต รวมทั้งการผลิตสินค้าเกษตรที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดิม สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

สำหรับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (ปี 2555 - 2559) ยังคงยึดคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรควบคู่ไปกับการพัฒนาความสามารถในการผลิตการจัดการสินค้าเกษตรและความมั่นคงด้านอาหาร สนับสนุนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรวมถึงการเป็นศูนย์กลางการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรของอาเซียน ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ได้เน้นความต่อเนื่องกับแผนที่ผ่านมา โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเกษตรกรให้เป็นศูนย์กลางการพัฒนาอย่างสมดุล มีการรวมกลุ่มเป็นสถาบันเกษตรกรในชุมชนต่าง ๆ เพื่อผลักดันให้สามารถดำเนินงานในรูปของธุรกิจเกษตรที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ มาขยายผลและประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่องการพัฒนาการเกษตรในระยะต่อไป ถือเป็นก้าวสำคัญของการพัฒนาประเทศจากวิถีการทำเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่การบริหารจัดการการเกษตรแบบสมัยใหม่ โดยอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาสนับสนุนการผลิต สินค้าเกษตร ซึ่งถือเป็นการขับเคลื่อนในช่วง 5 ปีแรก (พ.ศ. 2560 - 2564) ของยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) และการพัฒนาประเทศไทยภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0

ภาคการเกษตรของไทยเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ เป็นรากฐานของการสร้างความมั่นคงทางอาหารของประเทศและของโลก ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศอยู่ในภาคการผลิตทางการเกษตร เมื่อพิจารณาอัตราการเจริญเติบโตของภาคเกษตรในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 พบว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเกษตรขยายตัวเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 3.94 ต่อปี และในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 - 11 อัตราการเติบโตของภาคเกษตร มีแนวโน้มชะลอตัวลงเรื่อยๆ จนกระทั่งในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ภาคการเกษตรขยายตัวเพียงร้อยละ 0.10 ต่อปี เนื่องจากได้รับผลกระทบจากความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศ และภัยธรรมชาติที่ค่อนข้างรุนแรง อย่างไรก็ตาม ภาคเกษตรยังคงมีบทบาทสำคัญกับการพัฒนาประเทศในหลายมิติ เนื่องจากการส่งออกสินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์สามารถสร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเป็นมูลค่าสูงในแต่ละปี การพัฒนาภาคเกษตรในอนาคตต้องเผชิญกับบริบทการเปลี่ยนแปลงจากความเปราะบางหรือความผันผวนของ

เศรษฐกิจโลกที่จะส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตรของประเทศ รวมถึงกฎกติกาการค้าใหม่ของโลก การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆของโลก ปัญหาภายในประเทศ บางประการที่เป็นข้อจำกัดสำคัญต่อการพัฒนาการเกษตรของประเทศ แนวโน้มการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงภายในประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม การเมืองและการพัฒนาในระดับภูมิภาคต่างๆ จำเป็นต้องมีการเตรียมการเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559) กระทบทันทีต่อการพัฒนาประเทศไทยภายใต้ประเทศไทย 4.0 ซึ่งถูกกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์ชาติที่มีการผลักดันให้ปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ การพัฒนาเกษตรกรเป็นหนึ่งในเป้าหมาย กระทบทันทีแนวคิดการขับเคลื่อนประเทศไทยตามโมเดลการพัฒนาประเทศไทย 4.0 ซึ่งผลักดันให้เกิดการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม (Traditional Farming) ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรต้องร่ำรวยขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบผู้ประกอบการ (Farmer as Entrepreneur) (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559) หนึ่งในโครงการสำคัญภายใต้แผนการปฏิรูปการเกษตรของประเทศไทย (พ.ศ. 2556-2561) คือ โครงการพัฒนาเกษตรกรสู่เกษตรกรปราดเปรี๊อง (Smart Farmer) ที่หลายฝ่ายคาดหวังว่าจะสามารถนำมาใช้พัฒนาเกษตรกรได้อย่างยั่งยืน โดยพัฒนาให้เกษตรกรมีความรู้เพียงพอ มีข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาดเพื่อใช้วางแผนในการผลิต รวมทั้ง มีความรู้ในการผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพสูงที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (สาคร ศรีमुख, 2558) ซึ่งเป็นการสร้างองค์ความรู้ให้กับเกษตรกร เพื่อรองรับรับการเปลี่ยนแปลง โดยพัฒนาเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการทั้งด้านการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการ เน้นกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้อย่างเป็นระบบให้สามารถแก้ไขปัญหาพึ่งพาตนเองได้ เพื่อก้าวไปสู่ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊อง (Smart Farmer) โดยมีแนวทางการผลิตที่เหมาะสม กระบวนการผลิตให้มีการจัดการที่ดี ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัยด้วยต้นทุนต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับนิยามของผู้ประกอบการเกษตรกร (Agripreneurship) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการเกษตรกรเป็นคนที่มีความสามารถในการสร้างและการพัฒนาธุรกิจที่ทำกำไรในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง (Pieter de Wolf & Herman Schoorlemmer, 2007) มีทัศนคติของผู้ประกอบการที่ตระหนักถึงโอกาสทางธุรกิจใหม่ มีความสามารถด้านเครือข่าย มีทักษะการบริหารจัดการ การตลาดและการขาย การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Rudmann, 2008) ความนิยมในสินค้าเกษตรอินทรีย์ หรือ สินค้าออร์แกนิกของกลุ่มผู้รักสุขภาพ เป็นกระแสหลักที่ทำให้ธุรกิจเกษตรสีเขียว (Green Agribusiness) ขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำเกษตรกรรมอินทรีย์หรือฟาร์มออร์แกนิก ธุรกิจเกษตรที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เติบโตตามความต้องการในการบริโภคสีเขียว ทำให้เกษตรกรที่มีคุณลักษณะ

ผู้ประกอบการเกษตรกรรมมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ พัฒนาปรับตัวในการเพาะปลูกแบบเกษตรอินทรีย์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลต่อตลาดเกษตรอินทรีย์หรือตลาดออร์แกนิกในประเทศไทยและต่างประเทศขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (มรกต กำแพงเพชรและพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2558) โดยในปี 2558 เกษตรอินทรีย์มีการขยายตัวสูงถึง 21% ผลิตผลส่วนใหญ่ได้แก่ ข้าวออร์แกนิก และพืชผสมผสาน ซึ่งการขยายตัวของพื้นที่เกษตรอินทรีย์นี้ สาเหตุหลักมาจากการยกเลิกนโยบายประกันราคาข้าวในช่วงต้นปี 2557 ซึ่งเริ่มทำให้ราคาข้าวเปลือกทั่วไปปรับตัวลดลง โดยเฉพาะในช่วงปลายปี 2559 ที่ราคาข้าวเปลือกตกต่ำสุดในรอบเกือบ 10 ปี ทำให้แนวโน้มปี 2561 เกษตรกรที่ปลูกข้าวหันมาปรับเปลี่ยนเป็นเกษตรอินทรีย์มากขึ้น พื้นที่การผลิตเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ขยายตัวเพิ่มขึ้นจาก 235,523.35 ไร่ ในปี พ.ศ. 2557 เป็น 284,918.44 ไร่ ในปี พ.ศ. 2558 ในส่วนของจำนวนฟาร์มเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในช่วงเวลาดังกล่าว เพิ่มขึ้นจาก 9,961 ฟาร์มในปี พ.ศ. 2557 เป็น 13,154 ฟาร์ม ในปี พ.ศ. 2558 (มูลนิธิสายใยแผ่นดิน/กรีนเนท, 2559) การเปลี่ยนแปลงการเกษตรโลกในศตวรรษที่ 21 มาจากการผลกระทบของการปฏิวัติเพื่อรักษาระบบอาหารของโลก ให้มีอาหารที่สมดุล โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับคนที่ด้อยโอกาสทั่วโลก (Mason and Garcia, 1993; McGuire, 1993) และผลกระทบของการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียวที่มุ่งให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมทำให้ภาคการเกษตรทั่วโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในหลายปีที่ผ่านมา บทบาทของเกษตรกรทั่วโลกได้เปลี่ยนไปตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals (SDGs)) เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม ดังนั้นแนวคิดการมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นกลยุทธ์ภายใต้กระบวนทัศน์ใหม่ เป็นที่ยอมรับในหลายประเทศทั่วโลกว่า ผู้ประกอบการคือ ผู้ขับเคลื่อนความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Mokaya, Namusonge & Sikalieh, 2012) รัฐบาลในประเทศกำลังพัฒนาจึงพิจารณานำแนวคิด การเป็นผู้ประกอบการมาพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เพราะผู้ประกอบการคือ ผู้นำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบกิจการ (Timmons, 2003) ก่อให้เกิดการสร้างโอกาส การจ้างงาน การกระจายรายได้ และเสริมสร้างการทำมาหากินในชนบท แนวคิดการมุ่งเน้นพัฒนาคุณลักษณะผู้ประกอบการให้แก่เกษตรกร เพื่อไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร และพัฒนาผู้ประกอบการเกษตรกรเหล่านั้นไปสู่ธุรกิจเกษตรสีเขียวเพื่อตอบสนองความท้าทายดังกล่าวข้างต้น

แม้ว่าประเทศไทยมีสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูก รวมทั้งมีความหลากหลายในเชิงพื้นที่ทำให้สามารถเพาะปลูกพืชเศรษฐกิจได้หลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็น ข้าว มันสำปะหลัง ยางพารา ข้าวโพด และผลไม้หนาวชนิด เช่น ลำไย ทูเรียน ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้เกษตรกรได้ปีละหลายหมื่นล้านบาท แต่เกษตรกรกรมในประเทศไทยยังประสบปัญหาหลายด้าน โดยเฉพาะในมิติของการผลิต ระดับผลิตภาพ (Productivity) ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่สูงนักและรายได้เกษตรกรมีอัตราเฉลี่ย

ค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้มาจากปัจจัยการผลิตทางการเกษตรลดลง ได้แก่ ปัญหาทรัพยากรที่ดินมีอยู่อย่างจำกัด ปัญหาขาดแหล่งน้ำเพื่อการเกษตร ปัญหาประชากรภาคการเกษตรมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมาจากการเข้าสู่ภาวะสังคมผู้สูงอายุ Leisinger et al. (2002) พบว่า สภาวะสูงอายุจะทำให้กิจกรรมการผลิต การออม และการลงทุนลดลง มีความเป็นไปได้สูงที่จะเปลี่ยนไปทำการเกษตรที่ใช้แรงงานน้อยกว่าหรือหยุดทำการเกษตรเนื่องจากปัญหาสุขภาพ และไม่สามารถนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มผลิตภาพ โดยเกษตรกรผู้สูงอายุเหล่านี้ในประเทศกำลังพัฒนาจะต้องพึ่งพาเงินอุดหนุนและการคุ้มครองจากรัฐบาล ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Gray and Crockett (1998) ที่ระบุว่า การลดลงของจำนวนประชากรวัยทำงานภาคเกษตรสัมพันธ์กับการลดลงของเทคนิคการจัดการฟาร์มที่ทันสมัย และงานของ Banister et al. (2010) ที่พบว่า แรงงานภาคเกษตรไม่มีประสิทธิภาพสูงเท่าแรงงานภาคการผลิตอื่นๆ และการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจะทำให้ประสิทธิภาพการผลิตภาคการเกษตรลดลงในอนาคต ปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานนอกภาคเกษตร ซึ่งสาเหตุหลักของการขาดแคลนแรงงานน่าจะเป็นเพราะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ได้รับการศึกษาสูงขึ้นออกนอกภาคเกษตร เนื่องจากผลตอบแทนที่สูงกว่า และร้อยละ 31.58 จะอาศัยแรงงานนอกภาคเกษตรหรือแรงงานต่างชาติในการทดแทนแรงงานเกษตรสูงอายุต่อไป (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2554) นอกจากนี้สาเหตุมาจากเกษตรกรไม่มีความรู้เพียงพอ ขาดข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาดสำหรับวางแผนการผลิต รวมทั้งความรู้ในการผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพสูงที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีภาวะหนี้สินขาดแคลนเงินทุน ประเด็นปัญหาดังกล่าวสะท้อนว่า อาชีพเกษตรกรในประเทศไทยยังขาดการพัฒนาอย่างยั่งยืน เกษตรกรจึงไม่สามารถยึดการเกษตรเป็นแหล่งรายได้ที่มั่นคง ถึงแม้ว่ารายได้สุทธิครัวเรือนของเกษตรกรจะเพิ่มขึ้น แต่ราคาปัจจัยการผลิตและค่าครองชีพก็ขยับสูงขึ้นตาม นอกจากนี้ราคาผลผลิตที่จำหน่ายยังผันผวน ส่งผลให้หนี้สินเกษตรกรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ความเปราะบางสำคัญที่ทำให้การพัฒนาเกษตรกรขาดความยั่งยืนนั้น ส่วนหนึ่งมีความสัมพันธ์กับนโยบายของภาครัฐที่ถูกออกแบบมาเพื่อช่วยเหลือเกษตรกร แต่ไม่ได้ตั้งอยู่บนแนวคิดที่จะพัฒนาเกษตรกรให้มีความยั่งยืนในอาชีพเกษตรกร ซึ่งต้องเริ่มจากการพัฒนาตัวเกษตรกรเอง โดยเฉพาะการสร้าง ความเข้มแข็งให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว จะทำให้ภาครัฐไม่จำเป็นต้องกำหนดนโยบายเพื่อแก้ไขปัญหา เฉพาะหน้าและโอบอุ้มเกษตรกรไว้อยู่ตลอดเวลา (ฤทัยชนก จริงจิตร, 2556)

หากต้องการให้ประเทศไทยเกิดความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย 20 ปี หัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ต้องเริ่มที่การพัฒนาเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊อง เพราะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊อง คือ บุคคลที่เป็นเจ้าของกิจการที่ทำธุรกิจเกษตร หลุดพ้นจากกับดักความยากจน โดยผันตัวเองจากเกษตรกรผู้ผลิตมาเป็นผู้ประกอบการทางการเกษตรสมัยใหม่ (Smart Farmers) มีการบริหารจัดการที่ดี มีต้นทุนการ

ผลิตต่ำ สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการเกษตรจากการแปรรูป และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จึงเป็นกลไกสำคัญในการตอบโจทย์เพื่อการพัฒนาดังกล่าว แนวคิดผู้ประกอบการเกษตรกรนี้สามารถสร้างให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน (Bergevoet et al., 2005; McElwee & Bosworth, 2010) ดังนั้นผู้วิจัยต้องการศึกษาสถานการณ์ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยในยุค 4.0 และองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ เพื่อนำมาสร้างเป็นรูปแบบและทดลองใช้รูปแบบการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง ซึ่งงานวิจัยนี้จะประโยชน์ต่อการประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในพัฒนาเกษตรกรไทย (Farmer) ไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer) และคาดว่าจะสามารถพลิกโฉมเกษตรกรรมของไทยได้ในอนาคต

2. คำถามการวิจัย

จากความสำคัญของปัญหาที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้นเป็นที่มาของคำถามการวิจัยที่ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่า

1. สภาพแวดล้อมการดำเนินงานของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 เป็นอย่างไร
2. องค์ประกอบความสำเร็จและตัวชี้วัดของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 เป็นอย่างไร
3. ผลการทดลองใช้รูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 เป็นอย่างไร
4. การประเมินและถอดบทเรียนรูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 เป็นอย่างไร

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมการดำเนินงานและองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0
2. เพื่อพัฒนาองค์ประกอบความสำเร็จและตัวชี้วัดผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0
3. เพื่อทดลองใช้รูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

4. เพื่อประเมินและถอดบทเรียนรูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 ขอบเขตเชิงพื้นที่

พื้นที่ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ที่ผู้ประกอบการได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM จากสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) ในปี พ.ศ. 2560 และสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่โดดเด่นของภูมิภาคที่มีรายชื่ออยู่ในทำเนียบสินค้าเกษตรอินทรีย์ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ในปี 2558 แบ่งเป็น 4 ภูมิภาคดังต่อไปนี้

- 1) ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พิจิตร อุทัยธานี และนครสวรรค์
- 2) ภาคกลาง ได้แก่ จังหวัด ราชบุรี ปราณบุรี นนทบุรี สุพรรณบุรี และประจวบคีรีขันธ์
- 3) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดร้อยเอ็ด มุกดาหาร สุรินทร์ ศรีสะเกษ อำนาจเจริญและนครราชสีมา
- 4) ภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดตรัง สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และชุมพร

4.2 ขอบเขตเชิงเนื้อหา

การศึกษาการพัฒนาารูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีดังต่อไปนี้

4.2.1 ปัจจัยความสำเร็จของ McKinsey (1990) ที่ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการผลิต การแปรรูปและการจำหน่ายสินค้า ศึกษาสภาพแวดล้อมการดำเนินงานในธุรกิจเกษตรอินทรีย์แบบสมัยใหม่ในประเทศไทย โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบ SWOT Analysis เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายในซึ่งเป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของธุรกิจ เช่น เกษตรกรเงินลงทุน เครื่องจักร วัสดุอุปกรณ์ การจัดการ เป็นต้น และสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งเป็นโอกาสหรือภัยคุกคาม เช่น สภาพสังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยี สภาพเศรษฐกิจ สภาพการเมือง สภาพภูมิศาสตร์ ซึ่งปัจจัยภายนอกและภายในเหล่านี้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงให้เกษตรกรกลายเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร

4.2.2 แนวคิดผู้ประกอบการเกษตรกรของ McElwee (2008) จึงเสนอการจัดลำดับและประเภท (Taxonomy) ของเกษตรกรให้เห็นว่าใครคือ เกษตรกร ใครคือ ผู้ประกอบการเกษตรกร โดย

การจัดประเภทของผู้ประกอบการเกษตรกร (Taxonomy of Entrepreneurial Farmers) ซึ่งผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรต้องมีปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในวิชาชีพเกษตรกรรวมกล่าวคือเกษตรกรต้องเข้าใจในปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตด้านการเกษตร 3 ปัจจัยด้วยกัน คือ 1) ปัจจัยทางกายภาพ 2) ปัจจัยทางชีวภาพ และ 3) ปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคม เพื่อมาพิจารณาคัดเลือกกิจกรรมให้เหมาะสมกับสภาพไร่นาของตน ให้ได้ผลิตผลที่มีปริมาณและคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาด รวมถึงการอนุรักษ์ และปรับสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้นไปพร้อมกัน

4.2.3 ทักษะและคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่ มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ มีนวัตกรรม และกล้าเสี่ยง อีกทั้งยังต้องมีแนวคิดการสร้างควมหลากหลายทางเศรษฐกิจ (Diversification) การที่เกษตรกรประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านอื่นๆที่มากกว่ากิจกรรมทางการเกษตร (Non-agricultural activities) การผลิตที่หลากหลาย/การเกษตรที่หลากหลาย (Farm-Diversified Business) การจัดการฟาร์ม (Farm Management) ที่มีต้นทุนต่ำ

4.2.4 บริบทประเทศไทยยุค 4.0 กับภาคเกษตรกร ที่มาจากการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของประเทศ นโยบาย Thailand 4.0 มีเป้าหมายเพื่อเปลี่ยนเศรษฐกิจแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม และพัฒนาไปสู่เกษตร 4.0 เพื่อพัฒนาเกษตรกรของประเทศ ด้วยวิถีทางแห่งนวัตกรรม การเพิ่มมูลค่า และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรในธุรกิจเกษตรอินทรีย์แบบสมัยใหม่ของประเทศไทยในยุค 4.0

4.3 ขอบเขตเชิงประชากร

การศึกษาการพัฒนารูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ผู้วิจัยใช้ขอบเขตเชิงประชากรแบ่งตามขั้นตอนวิจัยดังนี้
ขั้นตอนที่ 1

การวิจัย (Research :R1) ในการศึกษาสภาพแวดล้อมการดำเนินงานและองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ผู้วิจัยกำหนดให้ผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญ (Key Informant) คือ ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องที่ประสบความสำเร็จ ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ได้รับระบบการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM Accreditation Programme สหภาพยุโรป สวิสเซอร์แลนด์ แคนาดาและสหรัฐอเมริกา จากสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) ในปี พ.ศ. 2560 และผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่โดดเด่นของภูมิภาคที่มีรายชื่ออยู่ในทำเนียบสินค้าเกษตรอินทรีย์ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ในปี 2558 (สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์, 2559) หน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง จำนวน 30 ราย

ขั้นตอนที่ 2

การพัฒนา (Development :D2) ในการพัฒนาองค์ประกอบความสำเร็จและตัวชี้วัดผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ผู้วิจัยกำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ผู้ชำนาญการที่มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ทั้งจากองค์กรภาครัฐและเอกชน สถาบันการศึกษา สมาคมและองค์กรผู้เกี่ยวข้องต่อการกำหนดทิศทางการพัฒนาและการขับเคลื่อนธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยจำนวน 12 ราย โดยผู้เชี่ยวชาญจะจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. หน่วยงานราชการและองค์กรมหาชน

1. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
2. สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.)
3. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
4. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

2. สถาบันการศึกษา

1. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
3. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
4. กระทรวงศึกษาธิการ

3. สมาคมและองค์กร

1. ชมรมเกษตรอินทรีย์แห่งประเทศไทย
2. เครือข่ายตลาดสีเขียว By Farmer.com
3. เครือข่าย Young Smart Farmer
4. Start Up Thailand

ขั้นตอนที่ 3

การวิจัย (Research :R2) ในการทดลองใช้รูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ผู้วิจัยกำหนดให้กลุ่มทดลองจำนวน 24 คน โดยตั้งเกณฑ์ผู้เข้าร่วมทดลองดังนี้

1. เกษตรกรในโครงการลูกพระดาบส จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีประสบการณ์ทำฟาร์มอย่างน้อย 1 ปี
2. มีความสนใจในธุรกิจเกษตรอินทรีย์

3. สามารถเข้าร่วมทดลองด้วยความสมัครใจได้เต็มเวลา 2 วัน

หน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ เกษตรกร จำนวน 24 ราย
 ชั้นตอนที่ 4

ในการศึกษาขั้นตอนสุดท้ายการพัฒนา (Development :D2) เป็นการประเมินผลและ
 ปรับปรุง (Evaluation : E) การประเมินผลและปรับปรุง ผลตามชั้นตอนที่ 3 ประกอบด้วย

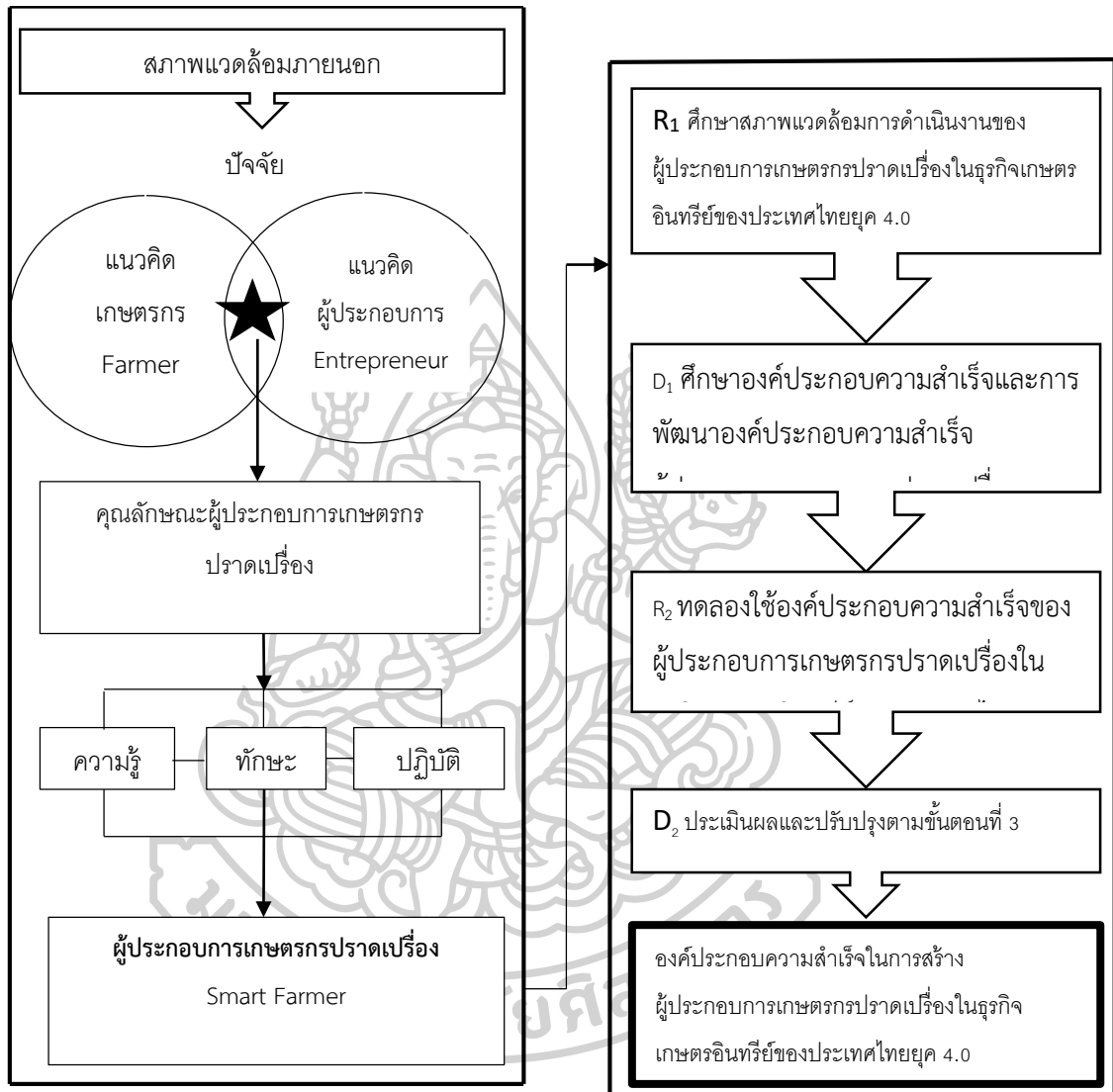
1. เพื่อประเมินความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อรูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการ
 เกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0
2. ถอดบทเรียนการสร้างรูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องใน
 ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

4.5 ขอบเขตด้านระยะเวลาและสถานที่

ในการวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัยและเก็บข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2559 ถึงเดือน
 พฤศจิกายน พ.ศ.2560 เป็นระยะเวลา 1 ปี โดยศึกษาข้อมูลแบบภาคตัดขวาง (Cross Section Data)
 ทางด้านสถานที่ ผู้วิจัยเริ่มต้นวิจัยด้วยงานวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับงานวิจัยเชิงปริมาณ และงานวิจัยกึ่ง
 ทดลองกับเกษตรกรในประเทศไทย ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลปฐมภูมิเดือนมีนาคม 2560 ถึงเดือน
 สิงหาคม 2560 และวิจัยกึ่งทดลองโดยการอบรมเชิงปฏิบัติการในเดือนตุลาคม 2560



5. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง หมายถึงเกษตรกรที่มีความรู้อย่างถ่องแท้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีความคิดในการวางแผนเป็นเลิศ โดยเฉพาะการรู้ถึงอุปสงค์ของตลาดและเตรียมการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการ รวมทั้ง ความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต นอกจากนี้ยังมีความสามารถในการแก้ปัญหาได้รวดเร็ว โดยการวิเคราะห์ข้อมูลรอบด้านเป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจที่ตั้งอยู่บนหลักการและเหตุผล ตลอดจนรู้จักประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการเกษตร (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์)

ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ หมายถึง การทำการเกษตรด้วยหลักธรรมชาติ บนพื้นที่การเกษตรที่ไม่มีสารพิษตกค้างและหลีกเลี่ยงจากการปนเปื้อนของสารเคมีทางดิน ทางน้ำ และทางอากาศเพื่อส่งเสริมความอุดมสมบูรณ์ของดินความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศน์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมให้กลับคืนสู่สมดุลธรรมชาติโดยไม่ใช้สารเคมีสังเคราะห์หรือสิ่งที่ได้มาจากการตัดต่อพันธุกรรม ใช้ปัจจัยการผลิตที่มีแผนการจัดการอย่างเป็นระบบในการผลิตภายใต้มาตรฐานการผลิตเกษตรอินทรีย์ให้ได้ผลผลิตสูงอุดมด้วยคุณค่าทางอาหารและปลอดภัยโดยมีต้นทุนการผลิตต่ำเพื่อคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจพอเพียง แก่มวลมนุษยชาติ และสรรพชีวิต (กรีนเนท)

สมาร์ฟาร์ม หรือ เกษตรอัจฉริยะ หมายถึง รูปแบบการทำเกษตรแบบใหม่ที่จะทำให้การทำไร่ ทำนา ทำสวน มีภูมิคุ้มกันต่อสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการนำข้อมูลของภูมิอากาศทั้งในระดับพื้นที่ย่อย ทั้งระดับไร่และระดับมหภาค มาใช้ในการบริหารจัดการ ดูแลพื้นที่เพาะปลูก เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพอากาศที่เกิดขึ้น รวมถึงการเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพอากาศที่จะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต

ประเทศไทยยุค 4.0 หมายถึง ประเทศไทยในช่วงการการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ ไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เปลี่ยนจากการเกษตรแบบในปัจจุบัน ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรต้องร่ำรวยขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (สุวิทย์ เมษินทรีย์)

ตัวชี้วัด หมายถึง ชุดเครื่องมือที่ใช้ในการวัดและประเมินผลคุณลักษณะที่ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรในบริบทประเทศไทย 4.0 ซึ่งในที่นี้หมายถึง ความรู้ความสามารถ ทักษะผู้ประกอบการ ด้านการผลิตที่หลากหลาย การตลาด การจัดการและการเงินของ

ผู้ประกอบการเกษตรกรประกอบด้วย ตัวชี้วัด (Indicator) วิธีการประเมิน (Evaluated Method) และเกณฑ์การประเมิน (Evaluated Criteria) ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และ พฤติกรรม (Behavior) เพื่อสะท้อนถึงคุณลักษณะที่ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรในบริบทประเทศไทย 4.0

7. ประโยชน์ที่ได้รับ

7.1. ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี

1) ทราบถึงสภาพแวดล้อมการดำเนินงานซึ่งเป็นปัญหาและอุปสรรคของเกษตรกร และองค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในยุคประเทศไทย 4.0

2) ทราบถึงองค์ความรู้ทางวิชาการ เรื่องของการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

7.2. ประโยชน์เชิงการจัดการ

องค์กรที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบายการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์หรือ นำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการส่งเสริมสนับสนุนผู้ประกอบการเกษตรกรในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยการพัฒนางานประกอบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 เป็นการวิจัยเชิงผสมระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ที่เป็นความจริง ทั้งที่มีอยู่จริงและตีความตามประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะของความเป็นผู้เชี่ยวชาญ โดยเริ่มตั้งแต่การศึกษาค้นคว้ารวบรวมแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากเอกสารบทความ และงานวิจัยทั้งจากต่างประเทศและในประเทศทำให้เกิดความเข้าใจในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และทำนายไปสู่แนวโน้มอนาคตที่จะเกิดขึ้นได้อย่างเป็นระบบ โดยมีลำดับการค้นคว้าดังนี้

1. สถานการณ์และภาพรวมธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย
2. นโยบายด้านการเกษตรในแผนพัฒนาระดับชาติของประเทศไทยยุค 4.0
3. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบและตัวชี้วัด
4. แนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบการเกษตรกร
5. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่อง
6. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในธุรกิจเกษตร

1. สถานการณ์และภาพรวมธุรกิจเกษตรในประเทศไทย

สถานการณ์และภาพรวมธุรกิจเกษตรในประเทศไทยปัจจุบัน ธุรกิจเกษตรอินทรีย์เป็นภาคการผลิตที่เติบโตได้เร็วที่สุดของโลก โดยพบว่า จำนวนเกษตรกรด้านเกษตรอินทรีย์ ทั่วโลกรวมแล้วกว่า 1.8 ล้านคน มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์และพื้นที่ระยะปรับเปลี่ยนสู่เกษตรอินทรีย์ รวมกันประมาณ 2.25 ล้านไร่ ประเทศที่มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์มากที่สุดคือ ออสเตรเลีย อาร์เจนตินา และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ ปี พ.ศ. 2559 เกษตรอินทรีย์ไทยได้ขยายตัวต่อเนื่องอีกครั้ง โดยในปี 2558

มีการขยายตัวสูงถึง ร้อยละ 21 ซึ่งการขยายตัวส่วนใหญ่เกิดขึ้นในส่วนของข้าวออร์แกนิก (ร้อยละ28) และพืชผสมผสาน (ร้อยละ187) ซึ่งถ้าดูย้อนหลังกลับไป 5 ปี เกษตรอินทรีย์ไทยมีการเจริญเติบโตเฉลี่ย ร้อยละ 6.37 และ ร้อยละ 10.14 เมื่อดูย้อนหลังกลับไป 10 ปี การขยายตัวของพื้นที่เกษตรอินทรีย์นี้ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการสำรวจข้อมูลที่ดีขึ้น และอีกส่วนหนึ่งมาจากปัจจัยด้านนโยบายและตลาด ที่มีกรยกเลิกลโยบายประกันราคาข้าวในช่วงต้นปี 2557 ซึ่งเริ่มทำให้ราคาข้าวเปลือกทั่วไปปรับตัวลดลง โดยเฉพาะในช่วงปลายปี 2559 ที่ราคาข้าวเปลือกน่าจะตกต่ำสุดในรอบเกือบ 10 ปี ซึ่งน่าจะทำให้ในปี 2561 มีเกษตรกรที่ปลูกข้าวหันมาปรับเปลี่ยนเป็นเกษตรอินทรีย์มากขึ้น ในขณะเดียวกัน ตลาดออร์แกนิกในประเทศและต่างประเทศยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การเกษตรอินทรีย์ไทยในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 1 พื้นที่เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ปี 2541-2558

ปี พ.ศ.	ข้าว	พืชไร่	ผัก	ผลไม้	ชา/กาแฟ	ผัก/ผลไม้ผสมผสาน	อื่นๆ	รวม
2541	6,281.41							6,281.41
2542	5,510.13							5,510.13
2543	7,005.26							10,524.01
2544	9,900.50							13,419.25
2545	32,841.27						768.75	55,992.32
2546	46,719.33						768.75	69,748.72
2547	52,182.75	7,859.79	13,283.60	12,777			768.75	86,871.89
2548	108,302.02	6,731.20	14,844.76	4,995.35			761.00	135,634.33
2549	113,213.04	6,546.65	15,121.21	4,981.83			1,077.25	140,939.98
2550	77,005.03	10,103.64	16,503.19	15,907.20			203.75	119,722.81
2551	70,485.67	11,791.13	13,820.39	8,369.92			1,500.00	105,967.10
2552	112,152.27	45,920.63	18,066.51	7,342.20			8,738.43	192,220.03
2553	138,328.03	46,682.07	7,047.70	6,751.33	5,286.00	7,832.88	1,067.34	212,995.34
2554	140,711.61	46,682.07	7,132.83	9,485.50	5,605.00	7,935.13	130.50	219,390.66
2555	124,964.39	46,691.44	4,443.45	7,440.04	6,689.25	12,106.50	1,270.83	205,385.81
2556	125,730.71	42,865.57	4,433.33	7,951.09	7,372.41	9,145.09	13,999.56	213,183.68
2557	131,502.69	43,965.57	5,363.52	13,660.00	13,514.07	13,023.03	14,494.47	235,523.35
2558	168,310.45	43,842.57	3,161.19	14,260.50	10,286.71	37,415.87	7,641.16	284,918.44
อัตราขยาย/	27.99%	-0.28%	-41.06%	4.40%	-23.88%	187.31%	-47.28%	20.97%

หดตัว								
-------	--	--	--	--	--	--	--	--

ที่มา : กรีนเน็ต, 2559

ในรายงานการศึกษาการตลาดพบว่า ตลาดสินค้าออร์แกนิกไทยในปี 2557 มีมูลค่ารวม 2,331.55 ล้านบาท อยู่ในตลาดส่งออกร้อยละ 78 คิดเป็นเงิน 1,187.10 ล้านบาทและตลาดในประเทศร้อยละ 22 คิดเป็นเงิน 514.45 ล้าน โดยช่องทางตลาดออร์แกนิกในประเทศที่ใหญ่ที่สุด คือ โมเดิร์นเทรด คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือ ร้านกรีนคิดเป็นร้อยละ 29 และร้านอาหารคิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ โดยการส่งออกนั้น ในปี 2557 ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเป็นสินค้าออร์แกนิกเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญที่สุดของประเทศ คิดเป็นร้อยละ 66 โดยมีมูลค่าสูงถึง 1,201 ล้านบาท/ปี รองลงมาคือ ข้าวออร์แกนิกคิด เป็นร้อยละ 34 ซึ่งมีมูลค่าส่งออกราว 552.25 ล้านบาท โดยตลาดออร์แกนิกในภูมิภาคยุโรปเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญที่สุดในทุกหมวดสินค้า รองลงมาคือ อเมริกาเหนือ ส่วนตลาดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและอาเซียน เริ่มมีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ ส่วนตลาดออร์แกนิกในประเทศไทยมีจุดจำหน่ายปลีกสินค้าออร์แกนิกประมาณ 251 แห่ง โดยช่องทางของ โมเดิร์นเทรด ซึ่งมีอยู่ 8 บริษัท 171 จุดจำหน่าย เป็นช่องทางที่มีจำนวนมากที่สุด มีสินค้าออร์แกนิก 150 – 1,500 รายการในจุดจำหน่าย มีมูลค่าการขายรวม 306 ล้านบาท/ปี รองลงมาคือช่องทางร้านกรีน ซึ่งมีจุดจำหน่าย 33 แห่ง มีรายการสินค้าออร์แกนิกเฉลี่ย 229 รายการ มียอดขายรวม 151.62 ล้านบาท/ปี (กรีนเน็ต.2559)

ตลาดออร์แกนิกในสหรัฐอเมริกาขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2557 ที่ผ่านมา ตลาดเติบโตมากถึงร้อยละ 11 ทำให้ตลาดออร์แกนิกในอเมริกามีมูลค่ารวมราว 39.1 พันล้านเหรียญ (กว่า 1.29 ล้านล้านบาท) โดยอาหารออร์แกนิกมีมูลค่าทางการตลาดราว 35.9 พันล้านเหรียญ ขยายตัวร้อยละ 11 และสินค้าที่ไม่ใช่อาหารมีมูลค่า 3.2 พันล้านเหรียญ ขยายตัวร้อยละ 14 ทำให้อาหารออร์แกนิกมีส่วนแบ่งทางการตลาดรวมกันเกือบร้อยละ 5 ของตลาดผลิตภัณฑ์อาหารโดยรวมของประเทศ นอกจากนี้การสำรวจพบว่า ผู้บริโภคที่เลือกซื้อสินค้าออร์แกนิกมาจากทุกกลุ่มรายได้และทุกกลุ่มเชื้อชาติ ประชากรส่วนใหญ่ ในทุกรัฐเลือกซื้ออาหารออร์แกนิก ในบางรัฐเกือบถึงร้อยละ 90 ของประชากรที่เลือกซื้ออาหารออร์แกนิก ผักและผลไม้ออร์แกนิกยังคงเป็นกลุ่มสินค้าที่ขายดีที่สุด โดยในปีที่ผ่านมา มียอดขายสูงถึง 13 พันล้านเหรียญ ขยายตัวขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 12 และครองสัดส่วนกว่าร้อยละ 36 ของตลาดอาหารออร์แกนิก และมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 12 ของตลาดผักและผลไม้โดยรวมของประเทศ (Organic Trade Association – OTA, 2016)

เกษตรอินทรีย์หรือเกษตรสีเขียว (Green Agriculture) หรือเกษตรยั่งยืนนับเป็นส่วนสำคัญของเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากภาคเกษตรทั้งใน

ระดับชาติและนานาชาติ เป็นภาคการผลิตสำคัญที่นอกจากสร้างการจ้างงานและอาชีพให้คนจำนวนมาก รวมทั้งเป็นภาคที่สร้างรายได้ให้กับประชากรผู้มีสถานะยากจนโดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา โดยเกษตรกรสีเขียวครอบคลุมไปถึงการผลิตและบริโภคสินค้าอาหาร เส้นใย พืช และผลิตภัณฑ์จากสัตว์ต่าง ๆ โดยใช้กระบวนการผลิตที่ปกป้องและส่งเสริมสภาพแวดล้อม สุขภาพ ชุมชน และสวัสดิการแรงงาน และสวัสดิการปศุสัตว์ โดยรูปแบบการผลิตและบริโภคนี้อาจจะไม่ส่งผลต่อศักยภาพการผลิตและบริโภคสินค้าของผู้คนและสภาพแวดล้อมในอนาคต (มณฑิเยร์ สตีมันนท์.2555)

คำว่า ธุรกิจเกษตร (Agribusiness) เกิดขึ้นครั้งแรกในปี 1956 โดยจอห์น เอช เดวิส (John H. Davis) ผู้อำนวยการโครงการด้านการเกษตรและธุรกิจ มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ได้ตีพิมพ์เรื่อง “จากการเกษตรสู่ธุรกิจเกษตร From Agriculture to Agribusiness” ใน Harvard Business Review ธุรกิจเกษตร (Agribusiness) หมายถึง ธุรกิจการผลิตทางการเกษตร ประกอบไปด้วยการทำการเกษตรเคมี การผสมพันธุ์ การเพาะปลูกพืช (การเพาะปลูกและทำสัญญาฟาร์ม) การจำหน่ายเครื่องจักรกลการเกษตร การแปรรูป และการจัดหาเมล็ดพันธุ์ ตลอดจนการขายส่งตัวแทนและขายปลีก (Davis and Goldberg.1957)

ธุรกิจเกษตรเป็นสาขาหนึ่งที่เป็นองค์ประกอบตามนิยามเศรษฐกิจสีเขียว และเป็นพื้นฐานในการพัฒนาประเทศ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืน และช่วยขจัดความยากจน โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา การดำเนินเศรษฐกิจสีเขียวในบริบทของภาคเกษตร ควรคำนึงถึงการบูรณาการสามเสาหลักเช่นกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยต้องให้ความสำคัญกับ

1. พัฒนาคุณภาพชีวิตเกษตรกร
2. การใช้/อนุรักษ์/ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน
3. การสร้างความมั่นคงด้านอาหารและโภชนาการ

ซึ่งการดำเนินการของประเทศไทยที่ผ่านมาพบว่า มีความสอดคล้องกับเศรษฐกิจสีเขียว โดยเฉพาะการพัฒนาการเกษตรอย่างยั่งยืนที่อาศัยแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเป็นกรอบแนวคิดบอกหลักการและแนวทางปฏิบัติ โดยให้ความสำคัญกับระบบนิเวศ ฟื้นฟูและอนุรักษ์ทรัพยากรในไร่นาและสิ่งแวดล้อม ลดการพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากภายนอก เพื่อให้เกษตรกรสามารถดำรงชีพและประกอบอาชีพการเกษตรได้อย่างยั่งยืน ได้แก่ เกษตรอินทรีย์ เกษตรผสมผสาน และเกษตรทฤษฎีใหม่ เป็นต้น

ปัจจุบัน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้มีแผนพัฒนาการเกษตร ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) โดยได้บรรจุประเด็นเศรษฐกิจการเกษตรสีเขียวไว้ด้วย ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 สร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรเพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกรเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรมืออาชีพ และยุทธศาสตร์ที่ 4 บริหารจัดการทรัพยากรการเกษตรและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยส่งเสริมและสนับสนุนให้เกษตรกรและสถาบันเกษตรกร รวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรผลิตหรือประกอบธุรกิจการเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยนำหลักการสีเขียว (Green) มาใช้ในโซ่อุปทานตั้งแต่การเลือกใช้วัตถุดิบสีเขียว (Green Material) การจัดซื้อสีเขียว (Green Purchasing) การผลิตสีเขียว (Green Production) การบรรจุภัณฑ์สีเขียว (Green Packing) การตลาดสีเขียว (Green Markets) การสร้างตราสินค้าสีเขียว (Green Branding) และการขนส่งสีเขียว (Green Logistics) ซึ่งมีวัตถุประสงค์สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของเศรษฐกิจสีเขียว (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.2559) ธุรกิจเกษตรเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยขับเคลื่อนให้โลกก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจสีเขียวได้ การจะทำให้เกษตรกรรวมเกิดความยั่งยืนได้ (World Farmers' Organization.2012)

แนวคิดพื้นฐานของเกษตรอินทรีย์ คือ การทำการเกษตรแบบองค์รวม ซึ่งแตกต่างอย่างมากจากระบบเกษตรแผนใหม่ที่มุ่งเน้นการใช้ปัจจัยการผลิตต่างๆ เพื่อเพิ่มผลผลิตเฉพาะพืชที่ปลูก ซึ่งเป็นแนวคิดแบบแยกส่วน เพราะให้ความสนใจเฉพาะแต่ผลผลิตของพืชหลักที่ปลูก โดยไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรการเกษตรหรือสิ่งแวดล้อมสำหรับเกษตรอินทรีย์ซึ่งเป็นการเกษตรแบบองค์รวมจะให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์ของดิน การรักษาแหล่งน้ำให้สะอาด และการฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพของฟาร์ม ทั้งนี้เพราะแนวทางเกษตรอินทรีย์อาศัยกลไกและกระบวนการของระบบนิเวศในการทำการผลิต จากเหตุผลที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น เกษตรอินทรีย์จึงปฏิเสธการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและปุ๋ยเคมี เนื่องจากสารเคมีการเกษตรเหล่านี้มีผลกระทบต่อกลไกและกระบวนการของระบบนิเวศ นอกเหนือจากการปฏิเสธการใช้สารเคมีการเกษตรแล้ว เกษตรอินทรีย์ยังให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลของวงจรของธาตุอาหาร การประหยัดพลังงาน การอนุรักษ์ระบบนิเวศการเกษตร และการฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งถือได้ว่าเกษตรอินทรีย์เป็นการบริหารจัดการฟาร์มเชิงบวก (Positive management) และการจัดการเชิงบวกนี้เองที่ทำให้เกษตรอินทรีย์แตกต่างอย่างสำคัญจากการเกษตรที่ไม่ใช้สารเคมี หรือเกษตรปลอดสารเคมีและเกษตรไร้สารพิษ เนื่องจากเกษตรอินทรีย์เป็นการเกษตรที่ให้ความสำคัญกับการทำฟาร์มเชิงสร้างสรรค์ (เพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศการเกษตรในไร่นา) ดังนั้นเกษตรกรที่หันมาทำเกษตรอินทรีย์จึงจำเป็นต้องพัฒนาการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและการบริหารจัดการฟาร์มของตนเพิ่มขึ้นด้วย ผลที่ตามมาก็คือ

เกษตรอินทรีย์จึงเป็นแนวทางการเกษตรที่ตั้งอยู่บนกระบวนการ แห่งการเรียนรู้และภูมิปัญญา เพราะเกษตรกรต้องสังเกต ศึกษา วิเคราะห์-สังเคราะห์ และสรุปบทเรียนเกี่ยวกับการทำการเกษตรของฟาร์มตนเอง ซึ่งจะมีเงื่อนไขทั้งทางกายภาพ (เช่น ลักษณะของดิน ภูมิอากาศ และภูมินิเวศ) รวมถึงเศรษฐกิจ-สังคมที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น เพื่อคัดสรรและพัฒนาแนวทางเกษตรอินทรีย์ที่เฉพาะและเหมาะสมกับฟาร์มของ ตัวเองอย่างแท้จริง นอกจากนี้ เกษตรอินทรีย์ยังให้ความสำคัญกับเกษตรกรผู้ผลิตและชุมชนท้องถิ่น เกษตรอินทรีย์มุ่งหวังที่จะสร้างความมั่นคงในการทำการเกษตรสำหรับเกษตรกร ตลอดจนอนุรักษ์และฟื้นฟูวิถีชีวิตของชุมชนเกษตรกรรม วิธีการผลิตของเกษตรอินทรีย์เป็นวิธีการผลิตที่เกษตรกรต้องอ่อนน้อมและ เรียนรู้ในการดัดแปลงการผลิตของตนให้เข้ากับวิถีธรรมชาติอาศัยกลไกธรรมชาติเพื่อทำการเกษตร ดังนั้นวิธีการผลิตเกษตรอินทรีย์จึงเป็นวิถีแห่งการเคารพและพึ่งพิงธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกลมกลืนกับวิถีชีวิตของชุมชนเกษตรพื้นบ้านของสังคมไทย แต่ในขณะเดียวกัน เกษตรอินทรีย์ก็ไม่ได้ปฏิเสธการผลิตเพื่อการค้า เพราะตระหนักว่าครอบครัวเกษตรกรส่วนใหญ่จำเป็นต้องพึ่งพาการจำหน่ายผลผลิต เพื่อเป็นรายได้ในการดำรงชีพ ขบวนการเกษตรอินทรีย์พยายามส่งเสริมการทำการตลาดผลผลิตเกษตรอินทรีย์ทั้งใน ระดับท้องถิ่น ประเทศ และระหว่างประเทศ โดยการตลาดท้องถิ่นอาจมีรูปแบบที่หลากหลายตามแต่เงื่อนไขทางสภาพเศรษฐกิจ และ สังคมของท้องถิ่นนั้น เช่น ระบบชุมชนสนับสนุนการเกษตร (Community Support Agriculture - CSA) หรือระบบอื่นๆ ที่มีหลักการในลักษณะเดียวกัน ส่วนตลาดที่ห่างไกลออกไปจากผู้ผลิต ขบวนการเกษตรอินทรีย์ได้พยายามพัฒนามาตรฐานการผลิตและระบบการตรวจสอบรับรอง ที่สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคได้ว่า ทุกขั้นตอนของการผลิต แปรรูป และการจัดการนั้นเป็นการทำงานที่พยายามอนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม ตลอดจนรักษาคุณภาพของผลผลิตให้เป็นธรรมชาติเต็มมากที่สุด จากแนวคิดหลักพื้นฐานของเกษตรอินทรีย์ ที่มุ่งเน้นการทำการเกษตรที่อนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม แนวทางปฏิบัติของเกษตรอินทรีย์จึงเน้นการผลิตความสอดคล้องกับวิถีธรรมชาติ โดยการประยุกต์ปรับใช้กลไกนิเวศธรรมชาติสำหรับการทำเกษตร ที่สำคัญได้แก่ การหมุนเวียนธาตุอาหาร การสร้างความอุดมสมบูรณ์ของดิน ความสัมพันธ์แบบสมดุลของสิ่งมีชีวิตที่หลากหลาย การอนุรักษ์และฟื้นฟูนิเวศการเกษตร

ยุคบุกเบิกของเกษตรอินทรีย์ ที่ได้เริ่มต้นเกือบหนึ่งร้อยปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในช่วงตั้งแต่คริสต์ทศวรรษ 1920 เป็นยุคของนักคิดและนักปรัชญา ที่ได้วางรากฐานของแนวคิดเรื่องเกษตรอินทรีย์ เช่น Albert Howard (อังกฤษ) Anna Primavesi (บราซิล) Bashkar Save (อินเดีย) Efraim Hernandez Xolocotzi (เม็กซิโก) Eve Balfour (อังกฤษ) Hans & Maria Muller (สวิสเซอร์แลนด์) Jerome Rodale (สหรัฐอเมริกา) Rachel Carson (สหรัฐอเมริกา) Masanobu Fukuoka (ญี่ปุ่น) and Rudolf Steiner (เยอรมัน, ออสเตรีย, สวิสเซอร์แลนด์) ผู้บุกเบิกเกษตรอินทรีย์ในยุคต้นนี้ได้

พยายามแสดงให้เห็นสังคมโลกได้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างการดำเนินชีวิตของพวกเรา การบริโภคอาหารของเรา และการผลิตอาหารของเรานั้น เชื่อมโยงกันกับสุขภาพของมนุษย์เราและสุขภาพของโลกเราอย่างไร ยุคที่ 2 ของเกษตรอินทรีย์เริ่มต้นเมื่อมีการจัดตั้งสมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ IFOAM ในปี ค.ศ. 1972 ซึ่งได้ทำให้มีการริเริ่มจัดทำมาตรฐานเกษตรอินทรีย์และระบบการตรวจรับรอง ซึ่ง ณ ปัจจุบัน มีประเทศต่างๆ มากกว่า 82 ประเทศทั่วโลก ที่ได้รัฐบาลได้จัดทำมาตรฐานและกฎระเบียบเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ รวมทั้งมีการตรวจรับรองมาตรฐานครอบคลุมพื้นที่มากกว่า 487.5 ล้านไร่ ใน 170 ประเทศ แต่ในขณะเดียวกัน ปัญหาความท้าทายด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม ก็ขยายตัวและมีความเร่งด่วนมากขึ้น IFOAM เชื่อว่า เราจะต้องเร่งกระบวนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ให้ขยับเข้าสู่ยุคที่ 3 ยุค ที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนทางนิเวศ (ecologically sound) ความอยู่รอดทางเศรษฐกิจ (economically viable) ความเป็นธรรมทางสังคม (socially just) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม (culturally diverse) และความโปร่งใสในการผลิต (transparently accountable) ซึ่งเป็นที่มาของการจัดกระบวนการระดมสมองภายใต้เครือข่าย Sustainable Organic Agriculture Action Network (SOAAN) ที่นำโดย IFOAM

นักวิจัยจากมหาวิทยาลัย Washington State University สหรัฐอเมริกา ได้ทำการศึกษาในลักษณะที่เรียกว่า การวิเคราะห์ห่อภิมาณ (meta-analysis) ซึ่งเป็นกระบวนการวิจัยที่ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลงานวิจัยต่างๆ อย่างเป็นระบบ มีการประเมินงานวิจัยดังกล่าว แล้วใช้สถิติขั้นสูงในการวิเคราะห์ประมวลผล ซึ่งจะช่วยให้ลดอคติได้ ในการศึกษาในครั้งนี้ นักวิจัยได้ทำการวิเคราะห์ผลตอบแทนของฟาร์มที่ปลูกพืชในระบบเกษตรอินทรีย์เปรียบเทียบกับฟาร์มทั่วไป โดยใช้ข้อมูลจากงานวิจัย 44 งานวิจัย ย้อนหลังกลับไปในตลอดช่วง 40 ปี ซึ่งเป็นการศึกษาระบบการปลูกพืช 55 ชนิด ใน 14 ประเทศ ใน 5 ทวีป และพบว่า เกษตรกรที่ทำการเกษตรในระบบเกษตรอินทรีย์มีกำไรดีกว่าถึงร้อยละ 22 - 35 โดยผลต่างของกำไรนี้เกิดขึ้นมาจากราคาพรีเมียมเกษตรอินทรีย์ที่เกษตรกรได้รับจากการขายผลผลิตเข้าสู่ตลาดเกษตรอินทรีย์ ซึ่งทำให้เกษตรอินทรีย์มีส่วนของผลตอบแทนต้นทุน (benefit/cost ratio) สูงกว่าเกษตรทั่วไปร้อยละ 20-24

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเกี่ยวกับสถานการณ์และภาพรวมธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า เมื่อตลาดเกษตรอินทรีย์มีการขยายตัวตามความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้เกษตรกรไทยต้องปรับเปลี่ยนวิธีการเพาะปลูกและขยายพื้นที่ไปสู่ระยะปรับเปลี่ยนจากเกษตรเคมีไปสู่เกษตรอินทรีย์เพิ่มมากขึ้นเพื่อสามารถผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

2. นโยบายด้านการเกษตรในแผนพัฒนาระดับชาติของประเทศไทยยุค 4.0

2.1 แผนพัฒนาการเกษตร ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564)

แนวทางการพัฒนาการเกษตรเริ่มต้นตั้งแต่ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 - 3 (ปี 2504 - 2519) มุ่งเน้นการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางการเกษตร โดยเฉพาะแหล่งน้ำเพื่อการชลประทานและเส้นทางคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงตลาดสินค้าเกษตรในท้องถิ่นและภูมิภาคกับตลาดกลางมีการพัฒนาตลาดสินค้าเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนในการกู้ยืมของเกษตรกร นอกจากนี้ รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการวิจัยและส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพและปริมาณการผลิตสินค้าเกษตร เพื่อยกระดับรายได้ของเกษตรกรและตอบสนองความต้องการของตลาดต่างประเทศ ซึ่งผลการพัฒนาที่ผ่านมาทำให้เศรษฐกิจการเกษตรขยายตัวเพิ่มขึ้น มีการขยายพื้นที่เพาะปลูกพืชเศรษฐกิจหลัก คือ ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง ยาสูบ และยางพาราเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว นำมาซึ่งปัญหาเสถียรภาพด้านราคาและรายได้ของเกษตรกรในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 4 - 7 (ปี 2520 - 2539) รัฐบาลได้ตระหนักถึงที่ดินทางการเกษตรที่มีอยู่อย่างจำกัด เน้นแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพต่อหน่วยพื้นที่การอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติทางการเกษตร การขยายตลาดสินค้าเกษตร การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก พร้อมกับการหาแนวทางเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกัน โดยจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรปรับโครงสร้างการผลิตการเกษตรถึง 3 แผน คือ แผนฟื้นฟูการเกษตร แผนปรับระบบการเกษตรในเขตชลประทานลุ่มน้ำเจ้าพระยา และแผนปรับโครงสร้างและระบบการผลิตการเกษตร ต่อมาในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (ปี 2540 - 2544) ได้มีการปรับเปลี่ยนทั้งแนวคิด ทิศทางและกระบวนการพัฒนาจากเดิมที่มุ่งให้ความสำคัญกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจเป็นหลักมาเป็นการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์กรเกษตร ให้ความสำคัญกับความสามารถในการแข่งขัน การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 (ปี 2545 - 2549) แนวทางการพัฒนายังคงต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ซึ่งเน้นการพัฒนาคน รวมทั้งการปรับโครงสร้างการเกษตร เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในช่วงของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (ปี 2550 - 2554) เน้นให้เกษตรกรเป็นศูนย์กลางการพัฒนาโดยใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สนับสนุนการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิต โดยพิจารณาตลอดโซ่การผลิต รวมทั้งการผลิตสินค้าเกษตรที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าเดิม สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (ปี 2555 - 2559) ยังคงยึดคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรควบคู่ไปกับการพัฒนาความสามารถในการผลิตการจัดการสินค้าเกษตรและความมั่นคงด้านอาหาร สนับสนุนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเป็น

ศูนย์กลางการผลิตและการค้าสินค้าเกษตรของอาเซียน สำหรับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 (ปี 2560 - 2564) เน้นความต่อเนื่องกับแผนที่ผ่านมา โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเกษตรกรให้เป็นศูนย์กลาง การพัฒนาอย่างสมดุล มีการรวมกลุ่มเป็นสถาบันเกษตรกรในชุมชนต่างๆ เพื่อผลักดันให้สามารถ ดำเนินงานในรูปของธุรกิจเกษตรที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชฯ มาขยายผลและประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาการเกษตรในระยะต่อไป ถือเป็นก้าวสำคัญของการพัฒนาประเทศจากวิถีการทำเกษตร แบบดั้งเดิมไปสู่การบริหารจัดการการเกษตรแบบสมัยใหม่ โดยอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมมา สนับสนุนการผลิต สินค้าเกษตร ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนในช่วง 5 ปีแรก (พ.ศ. 2560 - 2564) ของ ยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560 - 2579) แผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) และการพัฒนาประเทศไทยภายใต้นโยบาย ไทยแลนด์ 4.0

2.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564 มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) เพื่อเพิ่มพื้นที่และปริมาณการผลิตเกษตรอินทรีย์
- 2) เพื่อเพิ่มการค้าและการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศ
- 3) เพื่อให้สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ทั้งในและต่างประเทศ
- 4) เพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลางของสินค้าและบริการด้านเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล
- 5) เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ดังนั้นจึงได้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ 4 ประเด็นดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมการวิจัย การสร้างและเผยแพร่องค์ความรู้ และนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมให้เกิดการวิจัย การพัฒนาองค์ความรู้ และนวัตกรรมด้านเกษตรอินทรีย์ ตลอดจน การนำผลการวิจัย องค์ความรู้ และนวัตกรรมต่างๆ เผยแพร่ให้บุคลากรทุกภาคส่วนได้ เรียนรู้และใช้ประโยชน์ได้จริง เป็นสิ่งสำคัญต่อการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการผลิตสินค้าและบริการเกษตรอินทรีย์ การสร้างความเข้มแข็ง ในการผลิตเกษตรอินทรีย์ จะต้องมีการพัฒนาด้านต่างๆในกระบวนการ การผลิต ทั้งบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ทุกภาคส่วน โครงสร้างพื้นฐาน รูปแบบในการผลิต ปัจจัยการผลิต ความรู้ทาง การผลิต การแปรรูป การบรรจุเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า เป็นการเพิ่มศักยภาพการผลิต ให้ตรงตาม มาตรฐานและ ความ

ต้องการของตลาด ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกับ SDGs (Sustainable Development Goals) ในระบบการผลิตเกษตรอินทรีย์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาการตลาดสินค้าและบริการ และการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ สินค้าและบริการด้านเกษตรอินทรีย์ มีความเข้มแข็งได้รับความเชื่อมั่นและยอมรับจากผู้ผลิตและผู้บริโภคทั้งภายในและต่างประเทศ มีการพัฒนาปัจจัยที่เกี่ยวข้องให้ผู้บริโภครับรู้และตระหนักถึงคุณค่าและคุณประโยชน์ของการบริโภคสินค้าและบริการ เพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการบริโภคคุณภาพของสินค้าและบริการด้านเกษตรอินทรีย์มีมาตรฐานได้รับการยอมรับและเชื่อถือจากผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ และสามารถเทียบเคียงกับมาตรฐานสากลได้ มีความหลากหลายของสินค้าและบริการ อุปสงค์และอุปทานของสินค้าและบริการด้านเกษตรอินทรีย์สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค มีช่องทางการตลาดที่แพร่หลาย ผู้บริโภคมีความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการด้านเกษตรอินทรีย์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์ การขับเคลื่อนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ไปสู่การปฏิบัติตั้งแต่ระดับท้องถิ่นถึงระดับชาติ โดยมีกลไกในการให้ความรู้และคำแนะนำ มีการติดตามประเมินผลเป็นระยะๆ เพื่อให้การบูรณาการให้เกิดผลเป็นรูปธรรม รวมทั้งจัดสรรงบประมาณในการบริหารจัดการโครงการต่างๆ ให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์

โดยสรุปยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2564 เป็นนโยบายผลักดันแนวทางการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ให้ครอบคลุมตลอดทั้งห่วงโซ่การผลิต ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง ปลายทาง ส่งผลต่อการพัฒนาเกษตรกรไปจนถึงผู้บริโภคในประเทศ

2.3 แนวคิดประเทศไทย 4.0

ประเทศไทยมีพัฒนาการทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องจากอดีตจนถึงปัจจุบัน อดีตโดยเริ่มต้นจากประเทศไทย 1.0 ที่เน้นเกษตรกรรมแบบดั้งเดิมมาสู่ประเทศไทย 2.0 ที่เน้นอุตสาหกรรมเบา และพัฒนาสู่ประเทศไทย 3.0 ที่เน้นอุตสาหกรรมที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ปัจจุบันประเทศไทย 3.0 เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่กระแสโลกาภิวัตน์เปิดกว้าง มีการไหลของทุนและเทคโนโลยีจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในประเทศ ทำให้อุตสาหกรรมไทยมีความซับซ้อนมากขึ้น มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการผลิตจากการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า มาเป็นการส่งเสริมการผลิตเพื่อส่งออก ค่านิยมชุดใหม่ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุนิยม ปัจเจกนิยม สุขนิยม และสากลนิยม ได้เข้ามาแทนที่ค่านิยมดั้งเดิมที่เน้นการเอื้อเฟื้อ แบ่งปัน ความเป็นอยู่อย่างพอเพียง การมีครอบครัวที่อบอุ่น และท้องถิ่นนิยม

ในช่วงต้นของการขับเคลื่อนประเทศไทย 3.0 อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย อยู่ที่ร้อยละ 7-8 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการคาดหวังว่า ประเทศไทยจะก้าวสู่ความเป็นประเทศ อุตสาหกรรมใหม่ เช่นเดียวกับประเทศเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง และสิงคโปร์ ซึ่งดูเหมือนว่าทุกอย่าง จะดำเนินไปได้ด้วยดี แต่ในความเป็นจริงประเทศไทย 3.0 เป็นโมเดลการพัฒนาที่ค่อนข้างฉาบฉวย เป็นการเร่งการเจริญเติบโต เพื่อให้ทันประเทศที่พัฒนาแล้ว จึงมีการเจริญเติบโตแบบรวบแขนง เทคโนโลยีและทุนของต่างชาติที่เข้ามาไม่มีกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีอย่างจริงจัง ขาดการ สะสมทุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทุนมนุษย์ ประเทศไทยจึงถูกมองเป็น “ประเทศที่ดูเหมือน ทันสมัย แต่ไม่พัฒนา” การที่ไม่มีฐานรากที่แข็งแรงของตนเอง ไม่มีภูมิคุ้มกันที่เพียงพอ พึ่งพิงกับ โอกาสของการค้าและการลงทุนจากภายนอก แต่ละเลยการสร้างคามเข้มแข็งจากภายใน ในที่สุด ประเทศไทยจึงต้องเผชิญกับวิกฤตต้มยำกุ้ง ในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งหลังจากการเกิดวิกฤตแล้ว อัตราการ เติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ตกลงมาอยู่ที่ระดับร้อยละ 3-4 มาเกือบ 20 ปี จนถึงปัจจุบัน ประเทศไทยติดอยู่ในกับดักประเทศรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) ในโลกของการแข่งขัน เพื่อสร้างความมั่งคั่งให้กับประเทศนั้น จำเป็นจะต้องยกเครื่องกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเสียใหม่ เน้น การใช้องค์ความรู้ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ แทนการเน้นทรัพยากร พื้นฐาน ที่นับวันจะหมดลงเรื่อยๆ เป็นการเติมเต็ม “ความได้เปรียบในเชิงเปรียบเทียบ” ที่มีอยู่ด้วย “ความได้เปรียบในการแข่งขัน” เพื่อ “สร้างมูลค่า” แทนที่จะเป็นแค่ “เพิ่มมูลค่า” ผลลัพธ์ที่ได้จาก การขับเคลื่อนกลไกเศรษฐกิจชุดใหม่ จึงเป็นไปในลักษณะ “ทำน้อยได้มาก” ไม่ใช่ในลักษณะ “ทำมาก ได้น้อย” แบบเดิมอีกต่อไป

นอกเหนือจากการติดอยู่ในกับดักประเทศรายได้ปานกลาง ภายใต้ Thailand 3.0 ประเทศไทยต้องเผชิญกับ “กับดักความเหลื่อมล้ำ” (Inequality Trap) ซึ่งเป็นช่องว่างของรายได้และโอกาส ระหว่างคนจนกับคนรวยที่ห่างมากขึ้น ในปี พ.ศ. 2552 ประเทศไทยมีความเหลื่อมล้ำทางรายได้สูง เป็นอันดับ 2 ของทวีปเอเชีย หากพิจารณาสัดส่วนรายได้ของประชากรและการถือครองทรัพย์สิน ระหว่างปีพ.ศ. 2531-2550 สัดส่วนรายได้ของประชากรร้อยละ 20 ที่รวยที่สุด มีรายได้รวมกัน ประมาณร้อยละ 55 ของรายได้รวมทั้งประเทศ ในขณะที่กลุ่มที่จนที่สุดร้อยละ 20 มีรายได้รวมเพียง ร้อยละ 4 ของรายได้รวมทั้งประเทศเท่านั้น โดยสัดส่วนรายได้ดังกล่าวไม่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมี นัยสำคัญในระยะเวลากว่า 20 ปีที่ผ่านมา และ ข้อมูลการถือครองทรัพย์สินครัวเรือน แสดงว่า ในปี พ.ศ. 2549 กลุ่มประชากรที่รวยที่สุดร้อยละ 20 ของประเทศ มีทรัพย์สินประมาณ 70 เท่าของกลุ่มที่ จนที่สุดร้อยละ 20 ของประเทศ

นอกเหนือจากกับดักประเทศรายได้ปานกลางและกับดักความเหลื่อมล้ำ อีกหนึ่งกับดักที่ ประเทศไทยเผชิญคือ “กับดักความไม่สมดุล” โดยในหลายทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยเน้นความ

มั่งคั่งทางเศรษฐกิจ แต่ละเลยการรักษาสิ่งแวดล้อม การสร้างสังคมที่อยู่ดีมีสุข และการยกระดับศักยภาพและภูมิปัญญามนุษย์ จนส่งผลกระทบต่อเชิงลบในมิติต่างๆ มากมาย ทั้ง 3 กบดักในประเทศไทย 3.0 จึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ประเทศไทยไม่สามารถสร้างความมั่งคั่ง มีความมั่นคงในแนวทางที่ยั่งยืนได้มากกว่านี้ เหตุผลสำคัญของการปรับเปลี่ยนโมเดลทางเศรษฐกิจ จาก ประเทศไทย 3.0 ไปสู่ประเทศไทย 4.0

แนวคิดประเทศไทย 4.0 เป็นโมเดลเศรษฐกิจที่จะนำพาประเทศไทยให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง กบดักความเหลื่อมล้ำ และกบดักความไม่สมดุล พร้อมกับเปลี่ยนผ่านประเทศไทยไปสู่ ประเทศในโลกที่หนึ่ง ที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ในบริบทของโลกยุค The Fourth Industrial Revolution อย่างเป็นทางการตามแนวทางที่แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีได้วางไว้ ด้วยการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน ควบคู่ไปกับการเชื่อมโยงกับประชาคมโลก ตามแนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” โดยขับเคลื่อนผ่านกลไก “ประชารัฐ” สิ่งที่คนไทยคาดว่าจะได้รับจากประเทศไทย 4.0 (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559)

1. อยู่ใน สังคมไทย 4.0 ที่เป็นสังคมที่มีความหวัง เป็นสังคมที่เปี่ยมสุข และเป็นสังคมที่มีความสมานฉันท์ เป็นสังคมที่มีความพอเพียง โดยมีคนชนชั้นกลางเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ เกิดความเท่าเทียมในสังคม ความเหลื่อมล้ำอยู่ในระดับต่ำ มีสิ่งแวดล้อมและสุขภาพที่ดี
2. เป็น คนไทย 4.0 ที่ได้รับโอกาสทางการศึกษาที่มีคุณภาพดีและได้รับสวัสดิการทางสังคมที่เหมาะสมตลอดช่วงชีวิต เป็นคนทันสมัย ทักษะเทคโนโลยีสามารถอยู่บนเวทีโลกได้อย่างภาคภูมิใจ และสามารถมีส่วนร่วมกับนานาชาติเพื่อทำให้โลกดีขึ้น น่ายั่งยืน
3. เป็น เกษตรกร 4.0 ที่หลุดพ้นจากกับดักความยากจน โดยผันตัวเองจากเกษตรกรผู้ผลิตมาเป็นผู้ประกอบการทางการเกษตรสมัยใหม่ (Smart Farmers) มีการบริหารจัดการที่ดี มีต้นทุนการผลิตต่ำสามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการเกษตรจากการแปรรูป
4. เป็น SME 4.0 ที่สามารถสร้างหรือใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ ในการสร้างมูลค่าในสินค้าและบริการ มีความสามารถทางการค้าขาย สามารถเข้าถึงตลาดในประเทศ ตลาดอาเซียน และตลาดโลก ทำให้มีรายได้สูงขึ้น มีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น และมีอนาคตที่สดใส
5. เกิด จังหวัด 4.0 ที่มีการกระจายความเจริญทั่วประเทศ เศรษฐกิจขยายตัว สามารถทำงานในถิ่นฐานบ้านเกิดได้โดยไม่ต้องเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯหรือเมืองใหญ่ เนื่องจากมีช่องทางโอกาสและงานที่ดีกระจายอยู่ในทุกจังหวัดทั่วประเทศ

ประเทศไทย 4.0 กำหนดเป้าหมายครอบคลุมใน 4 มิติ ดังนี้

1. ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจเป็นระบบเศรษฐกิจที่เน้นการสร้างมูลค่า (Value - Based Economy) ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์

2. ความอยู่ดีมีสุขทางสังคม เป็นสังคมที่ไม่ทอดทิ้งใครไว้ข้างหลัง (Inclusive Society) ด้วยการเติมเต็มศักยภาพของผู้คนในสังคม เพื่อสร้างหลักประกันความมั่นคงทางเศรษฐกิจสังคม และฟื้นฟูความสมานฉันท์และความเป็นปึกแผ่นของคนในสังคม ให้กลับคืนมาอีกครั้งหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป้าหมายในภาคเกษตร ต้องการเปลี่ยนเกษตรกรให้เป็น Smart Farmer จำนวน 20,000 ครัวเรือน ภายใน 5 ปี และ 100,000 ครัวเรือน ภายใน 10 ปี

3. การยกระดับคุณภาพมนุษย์ ด้วยการพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ในศตวรรษที่ 21 ควบคู่ไปกับการเป็นคนไทย 4.0 ในโลกที่หนึ่ง

4. การรักษาสິงแวดล้อม มีระบบเศรษฐกิจที่สามารถปรับสภาพตามภูมิอากาศควบคู่ไปกับการเป็นสังคมคาร์บอนต่ำอย่างเต็มรูปแบบ (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา, 2559)

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเกี่ยวกับแนวคิดนโยบายด้านการเกษตรในแผนพัฒนาระดับชาติของประเทศไทยยุค 4.0 ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ประเทศมีนโยบายในการพัฒนาภาคเกษตรมาอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1-12 และมีการเปลี่ยนแปลงแบบก้าวหน้า เมื่อรัฐบาลขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 ที่ภาครัฐนำมาผลักดันเกษตรกรให้หลุดพ้นจากกับดักความยากจน โดยผันตัวเองจากเกษตรกรผู้ผลิตมาเป็นผู้ประกอบการทางการเกษตรสมัยใหม่หรือผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmers) มีการบริหารจัดการที่ดี มีต้นทุนการผลิตต่ำสามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการเกษตรจากการแปรรูป

3. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบและตัวชี้วัด

คำว่า “Indicator หรือ ตัวชี้วัด” หมายถึง เครื่องชี้สถานะบางอย่างเพื่อใช้วิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพการณ์ หรือภาวะการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับปัจจัยการผลิต กระบวนการ การดำเนินงาน การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ผลผลิตหรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยขอใช้คำว่า “ตัวชี้วัด”

The American Heritage Dictionary (1972) ได้นิยามตัวชี้วัดไว้ว่า “ตัวชี้วัด หมายถึง ข้อความที่ใช้บ่งบอกหรือเครื่องมือที่ใช้ติดตามการดำเนินงานหรือสถานะของระบบ” Oxford Dictionary (1981) กล่าวว่า ตัวชี้วัด คือ สิ่งชี้หรือสิ่งบอกทิศทางไปที่สิ่งใดสิ่งหนึ่ง Johnstone (1981) ให้ความเห็นว่าตัวชี้วัด หมายถึง ตัวแปรหรือองค์ประกอบในการวัดเพื่อให้ได้คุณค่าหรือ

คุณลักษณะ ซึ่งบ่งบอกสถานภาพของคุณลักษณะ หรือผลลัพธ์ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง “ตัวชี้วัด” มีลักษณะที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่

1. ตัวชี้วัดจะต้องสามารถให้ค่า หรือบ่งบอกคุณลักษณะของสิ่งที่ทำการวัดว่า มีปริมาณหรือคุณลักษณะเช่นไร ส่วนจะมีความหมายอย่างไร จะต้องนำไปตีค่า หรือเปรียบเทียบกับเกณฑ์ หรือมาตรฐาน จึงจะทราบได้ว่า สิ่งนั้นมีค่าสูงหรือต่ำได้มาตรฐานหรือไม่ เพียงใด

2. ค่าหรือคุณลักษณะที่ได้จากตัวชี้วัดมีความหมายภายใต้เงื่อนไข 2 ประการ คือ

2.1 เงื่อนไขของเวลา กล่าวคือ ตัวชี้วัดจะบ่งบอกสถานภาพของสิ่งที่มุ่งวัดเฉพาะช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น ระยะเวลา 1 สัปดาห์ 3 เดือน 1 ปีขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูลมาใช้ในการตีความหมาย

2.2 เงื่อนไขของสถานที่ กล่าวคือ ตัวชี้วัดจะบ่งบอกสถานภาพของสิ่งที่มุ่งวัดเฉพาะในเขตพื้นที่ หรือบริเวณ หรือส่วนใดส่วนหนึ่งของระบบที่ทำการตรวจสอบ เช่น ระดับตำบล อำเภอ จังหวัด

บุษบา ตันตศักดิ์ (2550) กล่าวถึง การสร้างตัวชี้วัดที่มีประสิทธิภาพว่า เป็นการเน้นถึงการบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการเป็นหลัก และเน้นการประเมินผลผลิต (Output) โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. การพิจารณาเป้าหมายที่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์
2. ทุกเป้าหมายต้องมีข้อมูลตัวชี้วัดที่สามารถระบุได้ว่าเป้าหมายนั้นได้บรรลุแล้ว
3. การหาแหล่งข้อมูลของตัวชี้วัด
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. เวลาในการรวบรวมข้อมูล

ในการประเมินตัวชี้วัด จะถูกพัฒนาขึ้นมาจากประเด็นที่ต้องการประเมิน โดยตัวชี้วัดนี้จะแสดงให้เห็นถึง สภาพการณ์ที่เป็นอยู่ หรือที่เกิดขึ้นในประเด็นที่ต้องการประเมิน ตัวชี้วัดที่พัฒนาขึ้นมาจะต้องมีความเหมาะสมกับประเด็นที่ต้องการประเมินสามารถวัดได้แม่นยำ ถูกต้อง และที่สำคัญต้องกำหนดเกณฑ์หรือเป้าหมายที่ต้องการบรรลุสำหรับตัวชี้วัดนั้นๆ การพัฒนาตัวชี้วัดใช้เป็นเครื่องมือบอกถึงระดับการพัฒนา

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเกี่ยวกับแนวคิดตัวชี้วัด ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายของตัวชี้วัด (Indicators) เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการศึกษาไว้ว่า “ตัวชี้วัด หมายถึง ชุดเครื่องมือที่ใช้ในการวัดและประเมินผลคุณลักษณะที่ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกร

ในบริบทประเทศไทย 4.0 ซึ่งในที่นี้หมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะผู้ประกอบการ ด้านการผลิตที่หลากหลาย การตลาด การจัดการและการเงินของผู้ประกอบการเกษตรกรประกอบด้วย ตัวชี้วัด (Indicator) วิธีการประเมิน (Evaluated Method) และเกณฑ์การประเมิน (Evaluated Criteria) ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และ พฤติกรรม (Behavior) เพื่อสะท้อนถึงคุณลักษณะที่ประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรในบริบทประเทศไทย 4.0”

4. แนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบการเกษตรกร

สภาพแวดล้อมภายนอกมีความสำคัญต่อความสำเร็จของกิจการ การที่กิจการจะประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้บริหารจะต้องมีความสามารถที่จะปรับตัวให้อยู่รอดได้ในสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้บริหารจะต้องมองหากลยุทธ์ที่เหมาะสมที่จะแข่งขันได้ในสถานการณ์ต่างๆ และต้องมีความสามารถที่จะปรับตัวให้เหมาะสมกับกลยุทธ์เหล่านั้น กลยุทธ์ที่เหมาะสมทั้งต่อสถานการณ์ภายนอก และสอดคล้องกับการปฏิบัติงานของบริษัทจะถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุด ในการสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันและการอยู่รอดในระยะยาว อย่างไรก็ตามสภาพแวดล้อมเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมถึงมีความซับซ้อนยากที่จะเข้าใจได้ ต้องอาศัยการวิเคราะห์จากผู้ที่มีประสบการณ์ และมีการตรวจสอบจากปัจจัยแวดล้อมหลายๆ ตัวประกอบกัน เพื่อที่จะทำความเข้าใจได้อย่างลึกซึ้ง และถูกต้องถึงระดับของการเปลี่ยนแปลงหรือแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา การที่สภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ถือได้ว่าเป็นอุปสรรคที่สำคัญประการหนึ่งของผู้บริหารในการวางแผนกลยุทธ์ เพราะว่าการคาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจะทำได้ยากขึ้น และถ้าผู้บริหารไม่เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมก็มีแนวโน้มว่า แผนกลยุทธ์ที่วางไว้จะไม่ประสบความสำเร็จอย่างที่ควรจะเป็นการตรวจสอบสภาพแวดล้อม เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า ผลประกอบการที่ดี และกำไรของกิจการมักจะเกิดจากการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ และการวางแผนที่ดีนั้น ต้องมีการตรวจสอบสภาพแวดล้อมที่ถูกต้อง ดังนั้น จึงมีความจำเป็นและเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารกิจการทุกแห่งจะต้องให้ความสนใจกับการประเมิน หรือ ตรวจสอบสภาพแวดล้อมที่จะมีผลกระทบต่อบริษัททั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อมองหาโอกาส หรืออุปสรรคที่จะต้องเผชิญและแก้ไขต่อไปในอนาคต

4.1 สภาพแวดล้อมภายนอก

สิ่งแวดล้อมภายนอกที่จะมีผลกระทบต่อบริษัทและสามารถทำให้บริษัทได้โอกาส หรือเกิดอุปสรรคในการบริหารกิจการได้ สำหรับสภาพแวดล้อมภายนอกที่จะนำมาวิเคราะห์ในการปรับตัวเพื่อเปลี่ยนจากเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการนำมาใช้ในเรื่องของการศึกษาครั้งนี้ นั้นจะมี 2 ประเภทคือ

1. สภาพแวดล้อมทางสังคม (Societal Environment)
2. สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม (Task Environment or Industry Environment)

ในการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกตัวแรก หรือ สภาพแวดล้อมทางสังคม มีตัวแปรหลายตัวที่กิจการจะต้องให้ความสำคัญ และตัวแปรเหล่านี้จะมีผลต่อการดำเนินงานในระยะยาว ซึ่งประกอบไปด้วย ตัวแปรที่สำคัญ 5 ตัวคือ

4.1.1 สภาพแวดล้อมทางด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture)

เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมของคนในสังคม ความเชื่อ บรรทัดฐาน ประเพณี และแนวทางในการดำเนินชีวิต ตัวแปรที่จะต้องวิเคราะห์ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ ความคาดหวังหรือโอกาสก้าวหน้าในอาชีพ บทบาทของผู้บริโภค อัตราการตั้งครอบครัวใหม่ อัตราการเพิ่มของประชากร การกระจายของอายุของประชากร การกระจายของถิ่นที่อยู่ของประชากร อายุเฉลี่ยของประชากร อัตราการเกิด

4.1.2 สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technology)

เป็นตัวแปรที่จะช่วยนำเสนอสิ่งใหม่ๆ มาใช้ในการแก้ปัญหาของกิจการ ตัวแปรที่จะต้องวิเคราะห์ได้แก่ การใช้จ่ายของภาครัฐเพื่อการวิจัยและพัฒนา การใช้จ่ายของภาคเอกชนเพื่อการวิจัยและพัฒนา การให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเทคโนโลยี การให้ความสำคัญคุ้มครองด้านลิขสิทธิ์ การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาเทคโนโลยีจากห้องทดลองสู่ตลาด การปรับปรุงผลผลิตผ่านระบบอัตโนมัติ

4.1.3 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic)

เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการแลกเปลี่ยนวัตถุดิบ เงิน พลังงาน และ ข้อมูลข่าวสาร ตัวแปรที่จะต้องวิเคราะห์ได้แก่ แนวโน้มของค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ อัตราดอกเบี้ย ปริมาณเงินในประเทศ อัตราเงินเฟ้อ ระดับการว่างงานภายในประเทศ อัตราค่าแรงขั้นต่ำ การปรับลดอัตราแลกเปลี่ยนหรือมูลค่าของเงินบาท/การเพิ่มค่าของอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาท ปริมาณพลังงาน และต้นทุนของพลังงาน และรายได้ที่ใช้จ่ายได้จริงเป็นรายได้หลังหักภาษี ซึ่งรายได้ตัวนี้จะแสดงถึงอำนาจซื้อที่แท้จริงของประชาชนและการออมด้วย

4.1.4 สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย (Political- legal)

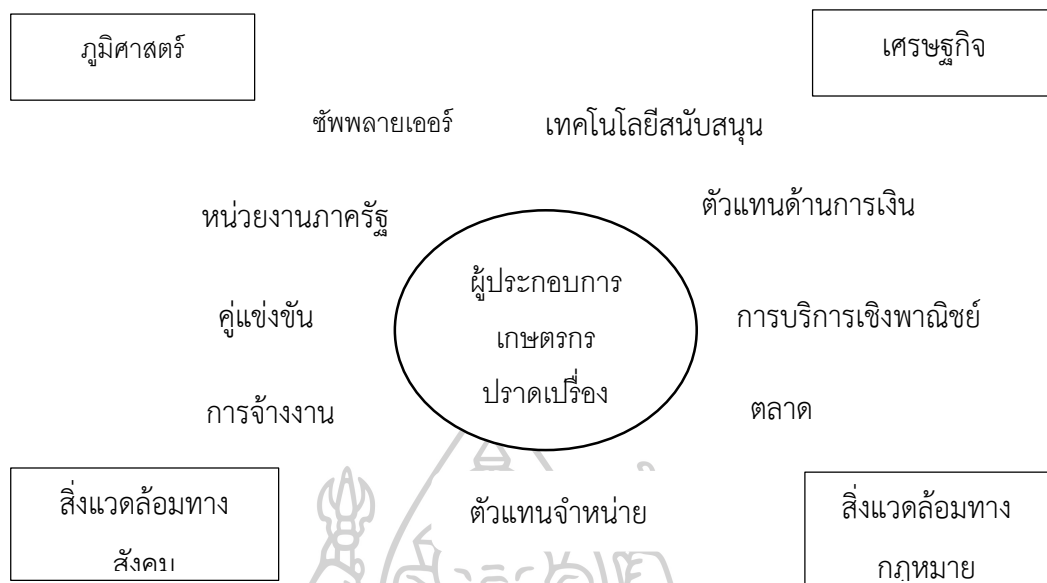
เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการใช้อำนาจทางการเมือง การออกกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ที่จะเป็นประโยชน์หรือเป็นอุปสรรคต่อการบริหารกิจการ ตัวแปรที่จะต้องวิเคราะห์ได้แก่ กฎหมายป้องกันการผูกขาด กฎหมายคุ้มครองสิ่งแวดล้อม กฎหมายเกี่ยวกับการเสียภาษี สิทธิพิเศษ ทางกฎหมายอื่นๆ กฎหมายการค้าระหว่างประเทศ ทิศนคติต่อบริษัทต่างชาติ กฎหมายการจ้างงาน และการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง และควมมีเสถียรภาพของรัฐบาล

สำหรับภาคการเกษตรเกี่ยวข้องกับสภาพภูมิศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งปัจจัยหลักสำคัญส่งผลกระทบต่อแหล่งเพาะปลูกที่มีความหลากหลายในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยจึงเป็นแหล่งที่มีพืชที่แตกต่างกัน อีกทั้งปัจจุบันเกิดภาวะโลกร้อน (Climate change) ทำให้ยากลำบากต่อการคาดเดาสภาพอากาศ ผู้ประกอบการเกษตรต้องปรับตัวและรับมือต่อสภาพอากาศที่ควบคุมไม่ได้ ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงเพิ่มการวิเคราะห์

4.1.5 สภาพแวดล้อมทางด้านภูมิศาสตร์ (Geographic)

เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการเพาะปลูก สภาพดิน แหล่งน้ำ อากาศ ตัวแปรที่จะต้องวิเคราะห์ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้พื้นที่ในการเพาะปลูก ความอุดมสมบูรณ์ของดิน การมีแหล่งน้ำตามธรรมชาติ ภัยธรรมชาติ การรับมือกับโรคและแมลง

สำหรับการประเมินสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม จะเป็นการวิเคราะห์ถึงกลุ่มที่มีผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินกิจการของบริษัท ซึ่งกลุ่มที่ว่่านี้ จะหมายรวมถึง รัฐบาล ชุมชน ท้องถิ่น ผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบ คู่แข่งขัน ลูกค้า ผู้ให้สินเชื่อ ลูกจ้างหรือพนักงาน กลุ่มที่มีผลประโยชน์เกี่ยวข้องอื่นๆ และสมาคมการค้าที่เกี่ยวข้อง ผู้บริหารกิจการจะต้องให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายนอกทั้งสองประเภท คือ ทั้งสภาพแวดล้อมทางสังคม และสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม เพราะว่าสภาพแวดล้อมทั้งสองประเภทนี้จะมีส่วนสำคัญที่จะทำให้กิจการประสบความสำเร็จได้ในอนาคต



ภาพที่ 2 สภาพแวดล้อมผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง

ที่มา : ดัดแปลงจาก David Kaha. Entrepreneurship in farm, 2013

4.2 สภาพแวดล้อมภายใน

การประเมินสภาพแวดล้อมภายในจะช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่คุ้มค่า สร้างความได้เปรียบในการดำเนินกิจกรรมและเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับลูกค้า (Customer Value) ดังนั้นผู้บริหารจึงควรให้ความสำคัญกับการพิจารณาปัจจัยและทรัพยากรต่างๆ ขององค์กร ซึ่งจะเป็ข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญในการกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กรที่มีประสิทธิภาพ ผลของการค้นคว้าวิจัยได้บ่งชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จในการธุรกิจนั้น ขึ้นอยู่กับตัวแปรซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในได้หลักการที่ว่า ปัจจัยในองค์กรมีความสัมพันธ์กันโดยใช้ 7S Framework of McKinsey รูปแบบนี้มาจากตัวย่อของ 7 ปัจจัยดังนี้

1. กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง แผนที่กำหนดขึ้นเพื่อสร้างหรือคงไว้ซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน หรือหาช่องทางอย่างอื่น

2. โครงสร้าง (Structure) หมายถึง วิธีการหรือแนวทางที่องค์กรถูกจัดสร้างขึ้น เป็นตัวที่จะบอกว่าใครเป็นหัวหน้าใคร และใครที่จะต้องรายงานใคร คำถามที่มีได้คือ

3. ระบบ (System) หมายถึง กิจกรรมหรือขั้นตอนการปฏิบัติงานประจำวันที่บุคลากรในองค์กรต้องดำเนินการให้

4. ค่านิยมร่วม (Shared Value) หมายถึง วัฒนธรรมองค์กร หรือทัศนคติ หรือความรู้สึกนึกคิดของบุคลากรที่ไปในทิศทางเดียวกัน

5. รูปแบบ (Style) หมายถึง รูปแบบของควมมีภาวะผู้นำที่ผู้บริหารนำมาใช้

6. บุคลากร (Staff) หมายถึง พนักงานหรือลูกจ้างที่รวมถึงความสามารถหรือสมรรถนะของพวกเขาด้วย

7. ทักษะ (Skill) หมายถึง ความรู้ ความชำนาญของพนักงาน หรือลูกจ้างที่มีต่องานที่ต้องทำให้ลุล่วงตามเป้าหมาย (วิฑูรย์ สิมะโชคดี, 2553)

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นเกี่ยวกับแนวความคิดวิเคราะห์สภาพทางธุรกิจและสภาพแวดล้อมผู้ประกอบการเกษตรกร ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กร เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวขององค์กรธุรกิจ ดังนั้นผู้วิจัยนำการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก คือ การวิเคราะห์ STEPG การวิเคราะห์ทางสังคม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ การเมืองและภูมิศาสตร์ ด้วยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดที่ว่า ธุรกิจเกษตรต้องตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอก ความสำเร็จในการทำธุรกิจต้องมีความเหมาะสมกับความสามารถและสภาพแวดล้อมภายนอก ดังนั้นจึงจำเป็นสำหรับธุรกิจเกษตรอินทรีย์ที่จะตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงภายนอกจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ และการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน คือ การวิเคราะห์ 7S Framework of McKinsey เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยภายในที่ทำให้ผู้ประกอบการเกษตรกรปรารถนาประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์

5. แนวคิดผู้ประกอบการเกษตรกร (Agripreneurship)

ผู้ประกอบการเกษตรกรแตกต่างจากผู้ประกอบการทั่วไป (Carter and Rosa, 1998) เพราะธุรกิจเกษตรเป็นในธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ดิน น้ำ อากาศ และสภาพแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ ชุมชนที่ทำการเกษตร (Eikeland and Lie, 1999) ผู้ประกอบการเกษตรกรมีกระบวนการบูรณาการเศรษฐกิจเข้ากับชุมชน มองว่า ฟาร์มเป็นธุรกิจหนึ่งใน

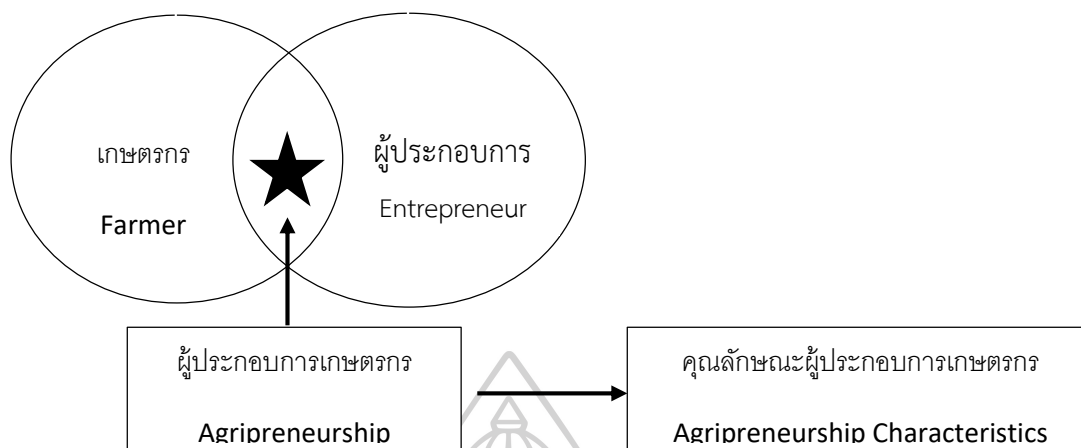
ภาคอุตสาหกรรมเกษตร (Agro-industrial) กิจกรรมหลักของผู้ประกอบการเกษตรกรรมจะมุ่งเน้นกระบวนการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ในอุตสาหกรรมอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการเกษตรกรรมจะมีทัศนคติ คุณลักษณะ และพฤติกรรมที่เหนือกว่าเกษตรกร กล่าวคือ เกษตรกร คือ บุคคลที่ทำหน้าที่ผลิตวัตถุดิบทางการเกษตร มีรายได้จากการขายวัตถุดิบทางการเกษตร แต่ผู้ประกอบการเกษตร คือ บุคคลที่จัดการธุรกิจการเกษตรที่มีความตั้งใจในการขยายธุรกิจและการที่มีการความเป็นผู้นำและการบริหารจัดการความสามารถเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมผู้ประกอบการจะเกี่ยวเนื่องกับนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ การสร้างคุณค่าและการแสวงหาโอกาส (de Lauwere et al., 2002). คุณลักษณะผู้ประกอบการทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (Gajanayake and Surangi, 2010) ดังนั้นความท้าทายสำหรับภาคเกษตรที่จะช่วยให้เกษตรกรความสำเร็จในธุรกิจเกษตรต้องพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร (McElwee, 2006) พฤติกรรมของผู้ประกอบการเกษตรกรประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญคือ ทักษะการบริหารจัดการที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจฟาร์ม (Farm Management) ให้มีผลกำไร และ จิตวิญญาณผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Spirit) ซึ่งทักษะการบริหารจัดการสามารถสอนให้เกษตรกรเข้าใจได้ แต่จิตวิญญาณผู้ประกอบการไม่สามารถสอนได้ เพราะมาจากจิตใจภายในได้แก่ ทัศนคติซึ่งเป็นแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นเพื่อเข้าใจปรากฏการณ์ของผู้ประกอบการเกษตรกรจึงจำเป็นต้องเข้าใจทัศนคติของผู้ประกอบการเกษตรกรเพื่อเป็นต้นทางไปสู่คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกร (Beedell and Rehman, 2000) ดังตารางที่ 2 แสดงให้เห็นคุณลักษณะส่วนบุคคล ทัศนคติของผู้ประกอบการเกษตร

ตารางที่ 2 คุณลักษณะส่วนบุคคล ทักษะ ทักษะจิต ของผู้ประกอบการเกษตร

คุณลักษณะส่วนบุคคล Personal characteristics	ทัศนคติ Attitudes	อื่นๆ Other
ความยืดหยุ่นในการจัดการกับความไม่แน่นอน (Flexibility, dealing with uncertainties)	ทัศนคติเชิงบวก (Positive attitude)	การศึกษา (Education)
ความคิดสร้างสรรค์, นวัตกรรม (Creativity, innovatively)	ทัศนคติเชิงรุก (Pro-active attitude)	ประสบการณ์ (Experience)
ความใฝ่ฝันของแรงจูงใจความมุ่งมั่น (Ambition, motivation, commitment)	เปิดใจ (Open minded)	อายุ (Age)
ความรู้ด้วยตนเอง (Self-knowledge)	เปิดรับสิ่งใหม่ๆ (Open to new things)	เพศ (Gender)
ความรู้สึกที่มีความรับผิดชอบ Feeling responsible	ทัศนคติที่มีต่อข้อเสนอแนะ (Attitude to feedback)	
ความกล้าหาญที่จะทำสิ่งใหม่ๆ (Courage to do new things)	เป็นที่สนใจในงาน (Being interested in the job)	
ความระมัดระวัง (Carefulness)	ทัศนคติความเสี่ยง (Risk-taking attitude)	
ความสุจริต (Honesty)		
ภูมิคุ้มกันต่อความเครียด (Immunity to stress)		
การขบพูดสุภาพ (Communicativeness)		
อารมณ์ขัน (Humor)		
แคล่วคล่อง (Dynamism)		

ที่มา :Agripreneurship Characteristics (McElwee, 2006)

แนวคิดผู้ประกอบการเกษตรกรยังมีงานวิจัยไม่มากนัก (McElwee, 2006) เพราะระหว่างคำว่า เกษตรกรและผู้ประกอบการเกษตรกรนั้นมีความเกี่ยวเนื่องกัน จึงยากต่อการให้คำนิยาม (Palich and Bagby, 1995) คำว่า ผู้ประกอบการเกษตรกร (Agripreneur) มาจากการผสมคำ 2 คำ คำว่า Agriculture การเกษตร รวมกับคำว่า Entrepreneur ผู้ประกอบการ เมื่อสองคำนี้รวมกัน ผู้ประกอบการเกษตรกร จึงมีความหมายว่า บุคคลที่เป็นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเกษตร ดัง ภาพที่ 3 การสังเคราะห์แนวคิดผู้ประกอบการเกษตรกร



ภาพที่ 3 การสังเคราะห์แนวคิดผู้ประกอบการเกษตรกร

ที่มา : ผู้วิจัย

อย่างไรก็ตาม McElwee (2008) เสนอว่า ลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการตามทฤษฎีคลาสสิกข้างต้นที่มองผู้ประกอบการในลักษณะของบริษัทนั้น ไม่สามารถใช้ในการอธิบายผู้ประกอบการในภาคเกษตรกรรมโดยตรงไปตรงมาได้ เนื่องจากว่า ผู้ประกอบการในชนบทไม่ได้มีลักษณะของการระดมทุนผ่านผู้ถือหุ้นหลายราย (Capital raised by share ownership) หรือการแบ่งสัดส่วนของผู้ถือหุ้นกับการอำนาจในการบริหารจัดการ (Separation of ownership and management control) ในลักษณะเดียวกับผู้ประกอบการในฐานะบริษัท นอกจากนี้ความสัมพันธ์ของเกษตรกรบนสังคมผู้ประกอบการก็ยังมีคุณสมบัติซับซ้อน ที่แตกต่างจากผู้ประกอบการในฐานะบริษัท และ ผู้ประกอบการในเมือง (Urban Entrepreneur) เช่น ความสัมพันธ์ของผู้ประกอบการในชนบทนั้นไม่ได้อยู่ในรูปของผู้ถือหุ้นกับผู้ถือหุ้น แต่สามารถเป็นได้ทั้งความสัมพันธ์ในแบบของเกษตรกรกับเจ้าของธุรกิจเกษตร (Owner) เกษตรกรในฐานะผู้เช่า (Tenant) เกษตรกรในฐานะผู้จัดการฟาร์ม (manager) เกษตรกรในฐานะผู้รับช่วงสัญญา (Subcontractor) และยิ่งรวมไปถึงว่าเกษตรกรผู้ประกอบการยังสามารถที่จะมีบทบาทมากกว่าหนึ่งบทบาท (Combination) ในทุกๆความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ เช่น เกษตรกรรายหนึ่งอาจเป็นทั้งผู้ให้เช่า และ เป็นผู้รับช่วงสัญญา ในเวลาเดียวกัน จากความสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจดังกล่าว McElwee (2008) จึงเสนอการจัดลำดับและประเภท (Taxonomy) ของเกษตรกรในสังคมชนบทเพื่อขีดเส้นแบ่งให้เห็นว่าใครคือ เกษตรกรใครคือ ผู้ประกอบการ และรัฐควรที่จะจัดสรรนโยบายให้เหมาะสมกับคนแต่ละกลุ่มในชนบทอย่างไร

5.1 การจัดประเภทของเกษตรกรและผู้ประกอบการ (Taxonomy of entrepreneurial farmers) (McElwee,2008)

ประเภทที่ 1 เกษตรกรในฐานะเกษตรกร (Farmer as farmer)

เกษตรกรในฐานะชาวนา ชาวสวน ชาวไร่ คือ เกษตรกรที่มีพหุกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (Pluriactivity) หรือ การสร้างความหลากหลายทางเศรษฐกิจ (Diversification) ที่จำกัด ทำให้เกษตรกรติดอยู่กับการผลิตเชิงเกษตรกรรมแบบดั้งเดิม พหุกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการสร้างความหลากหลายทางเศรษฐกิจ หมายถึง การที่เกษตรกรประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มากกว่ากิจกรรมทางการเกษตร (Non-agricultural Activities) เช่น การเปิดที่ดินให้เป็นโฮมสเตย์ หรือ การให้เช่าเครื่องมือทางการเกษตรแก่เกษตรกรรายอื่น (Knickel et al., 2003) จนกิจกรรมทางเศรษฐกิจดังกล่าว กลายเป็นแหล่งที่มาของรายได้ (Sources of Income) อีกทางหนึ่ง (Durand and Huylenbroeck, 2003) ซึ่งลักษณะของการมีพหุกิจกรรมทางเศรษฐกิจจะปรากฏอยู่ในผู้ประกอบการในชนบท ไม่ใช่กับเกษตรกร นอกจากนั้นข้อแตกต่างที่สำคัญระหว่างเกษตรกรกับผู้ประกอบการ เกษตรกรคือ เกษตรกรจะถูกกระตุ้นด้วยปัจจัยเชิงผลักดัน (Push Factor) เช่น ราคาของสินค้าเกษตรที่ตกต่ำลงเพราะความต้องการในตลาดโลกลดลง หรือราคาสินค้าเกษตรที่สูงขึ้นเพราะได้รับการประกันราคาจากรัฐ จะมีอิทธิพลต่อการกำหนดการตัดสินใจของเกษตรกร ในการที่จะเลือกปลูกหรือไม่ปลูกสินค้าเกษตรชนิดหนึ่งๆ ในขณะที่การตัดสินใจในการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการเกษตรกรจะมองไกลไปกว่าเรื่องของการขึ้นลงของราคาและการช่วยเหลือเฉพาะหน้าของรัฐบาล โดยผู้ประกอบการในชนบทนั้นจะมองไปที่โอกาสซึ่งซ่อนอยู่ในอนาคต (Potential) และโอกาสในการสร้างตลาดใหม่ๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการเกษตรกรจึงไม่ใช่เกษตรกร เพราะผู้ประกอบการ เกษตรกรจะถูกกระตุ้นด้วยปัจจัยเชิงรุก (Pull Factor) ที่ดึงพวกเขาเข้าสู่โอกาสและช่องทางใหม่ๆ ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่กว้างขวางไปกว่า การทำเกษตรกรรมบนที่ดินของตนเอง นอกจากนั้นข้อแตกต่างอีกข้อหนึ่งระหว่างการเป็นเกษตรกรกับการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร คือ เกษตรกรจะมีลักษณะของการร่วมมือทางเศรษฐกิจ (Collaboration) ที่ไม่ได้ก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจหรือนวัตกรรมทางเศรษฐกิจใหม่ๆ เช่น ลงแขกช่วยกันทำนา ซึ่งแตกต่างไปจากผู้ประกอบการเกษตรกรที่การร่วมมือกันมักก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจอันใหม่ขึ้นมา ยกตัวอย่างเช่นในงานของ Silva and Kodithuwakku (2011) มีการกล่าวถึงคนกลุ่มหนึ่งที่มีที่ดินที่สามารถทำเหมืองได้ แต่ไม่มีความสามารถในการทำเหมือง ได้อาศัยชาวบ้านอีกกลุ่มหนึ่งที่ไม่มียุทธศาสตร์และทุน

เพียงพอในการทำเหมือง แต่มีทักษะในการทำเหมืองให้มาช่วยในการผลิต จนเกิดอุตสาหกรรมการทำเหมืองขนาดเล็กขึ้นมา ซึ่งการร่วมมือดังกล่าวได้ก่อให้เกิดการสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจชนิดใหม่ขึ้นมาในชนบท

ประเภทที่ 2 เกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการ (Farmer as entrepreneur) หรือผู้ประกอบการเกษตรกร (Agripreneur)

เกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการจะมีลักษณะที่แตกต่างจากเกษตรกร คือ ผู้ประกอบการเกษตรกรอาจมีความได้เปรียบเชิงพื้นที่ (Geographical Region) เช่น มีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว หรือ การเคลื่อนย้ายสินค้า ทำให้สามารถหาประโยชน์จากโอกาสที่นอกเหนือไปจากเรื่องเกษตรโดยพื้นฐานได้ เช่น การท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมความบันเทิงเชิงวัฒนธรรม หรือ โอกาสในการแปรรูปสินค้าเกษตร โดยอาศัยเครือข่ายทางการคมนาคมที่กว้างขวาง ซึ่งอนุญาตให้เกษตรกรผู้ประกอบการ สามารถโยกย้ายสินค้าไปแปรรูปและส่งออกขายสู่ตลาดได้ง่ายกว่า

นอกจากนั้นผู้ประกอบการเกษตรกร ยังมีลักษณะสำคัญคือ พวกเขามีฐานของเครือข่ายเชิงเครือญาติ (Family arm) ที่ช่วยให้สามารถหมุนเวียนทรัพยากรได้อย่างยืดหยุ่น และสามารถนำทรัพยากรที่มีอยู่อย่างหลากหลายในวงเครือญาติของตนนำมาปรับใช้ในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมา และจากที่ได้กล่าวไปแล้วในข้างต้น ผู้ประกอบการเกษตรกรจะถูกกระตุ้นด้วยปัจจัยเชิงรุก (Pull Factor) ทำให้พวกเขามีความต้องการที่จะเป็นอิสระ (Freedom) จากการพึ่งพาการสนับสนุนด้านราคาและต้นทุนจากรัฐ ซึ่งแตกต่างจากเกษตรกรที่ต้องการให้รัฐเป็นผู้สนับสนุนในด้านราคาอยู่ตลอดเวลา ด้วยเหตุข้างต้นผู้ประกอบการเกษตรกรจึงจำเป็นต้องขยายเครือข่าย (Network) และสร้างพันธมิตร (Alliances) เพื่อเป็นฐานในการเดินทางสู่การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ กับการผลิต เช่น ตัวอย่างของผู้ประกอบการเกษตรกรในนอร์เวย์ ที่ต้องการจะแปรรูปเบอร์รี่ในสวนของพวกเขาให้เป็นเจลลี่ เกษตรกรกลุ่มนี้ต้องเรียนรู้การเทคโนโลยีการผลิตจากหน่วยงานของรัฐ และก็ต้องหาตลาดที่กว้างขวางกว่าพื้นที่ในชนบทของตัวเองเพื่อขายผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้จากการแปรรูปทรัพยากรที่มีอยู่แต่เดิม (Grande, 2011) นอกจากนี้การเกิดขึ้นของเกษตรกรผู้ประกอบการ จะเป็นตัวช่วยให้เศรษฐกิจชนบทเติบโต ผ่านการสร้างงานที่สอดคล้องไปกับการใช้นวัตกรรมใหม่ๆ ทางการผลิตและการขยายตัวของเครือข่ายของผู้ประกอบการเกษตรกร

ประเภทที่ 3 เกษตรกรในฐานะผู้รับช่วงสัญญา (Contractor)

เกษตรกรในประเภทที่สามนี้จะแตกต่างกับเกษตรกรกับผู้ประกอบการเกษตรกรตรงที่เกษตรกรในฐานะผู้รับช่วงสัญญาไม่มีนาหรือสวนเป็นของตัวเอง หรือถ้ามีก็อาจจะไม่มากพอที่จะทำการเกษตรกรรมขนาดใหญ่ แต่เกษตรกรในฐานะผู้รับช่วงสัญญา มีทักษะเฉพาะด้านขั้นสูง หรือ เป็น

เจ้าของทรัพย์สินเชิงกายภาพ เช่น เครื่องจักรในการทำการเกษตร หรือ เมล็ดพันธุ์ราคาแพงทำให้พวกเขาสามารถที่จะรับสัญญางานมาทำ ในฐานะของผู้จัดการฟาร์ม (Farm Manager) หรือ เป็นแรงงานรับจ้าง เช่น กลุ่มเจ้าของรถเกี่ยวข้าวที่รับจ้างเกี่ยวข้าวในเขตภาคอีสานของประเทศไทย (มานะ และคณะ, 2558) การเป็นเกษตรกรในฐานะผู้รับช่วงสัญญา จึงมุ่งเน้นไปที่ความสัมพันธ์บนข้อตกลงระหว่างเจ้าของนา (Landowner) และ ผู้รับช่วงสัญญา ซึ่งอาจมีมากกว่าสองกลุ่ม เช่น บนที่ดินทำไร่ไร้เจ้าของที่ดินอาจจะจ้างผู้จัดการนาเพื่อรับช่วงสัญญาในการทำนาหนึ่งกลุ่ม และก็อาจจะจ้างกลุ่มเจ้าของรถเกี่ยวข้าวให้เข้ามาเกี่ยวข้าวบนที่นา ดังนั้นการเป็นเกษตรกรในฐานะผู้รับช่วงสัญญา จึงมีความสลับซับซ้อนของเครือข่ายที่มากกว่าการเป็นชาวนาที่ทำเกษตรแบบดั้งเดิม และยิ่งรวมถึงว่าการเป็นเกษตรกรในฐานะผู้รับช่วงสัญญาจำเป็นที่จะต้องอาศัยการบริหารจัดการความเสี่ยง เช่น การใช้สัญญาที่กำหนดราคาของสินค้าเกษตรที่ตายตัว ซึ่งหมายความว่าเกษตรกรในฐานะผู้รับช่วงสัญญามีลักษณะร่วมกับเกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการ ในแง่ของความสามารถที่จะบริหารจัดการความเสี่ยง

ประเภทที่ 4 ผู้ประกอบการในชนบท (Rural entrepreneur, not farmer)

McElwee (2008) ได้แบ่งประเภทผู้ประกอบการในชนบท กับ ผู้ประกอบการเกษตรกรออกจากกัน โดยเส้นแบ่งสำคัญระหว่างสองกลุ่มก็คือ ผู้ประกอบการในชนบท จะเริ่มต้นจากการสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่หลากหลาย (Farm-Diversified Business) จนสามารถสร้างแหล่งรายได้ที่สอง (Secondary Income) นอกภาคการเกษตรที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร (Food Production) จนในที่สุดแหล่งรายได้นอกภาคการเกษตรจะเข้ามาเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลัก (Core Business) แทนที่ภาคการเกษตร ซึ่งท้ายที่สุดแล้วภาคการเกษตรก็จะค่อยๆหมดความหมายลงไป ซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบการเกษตรกร ซึ่งภาคการเกษตรยังคงมีความสำคัญอยู่ แต่จะอยู่ในรูปของพหุกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (Pluriactivity) คือ มีรายได้จากการทำการเกษตร ควบคู่ไปกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ ลักษณะสำคัญอีกอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการในชนบท ก็คือ พวกเขาจะทักษะในการบริหารจัดการ (Management Skills) ที่สูงกว่าเกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการ ซึ่งทำให้พวกเขาต้องพึ่งพาการร่วมมือ (Cooperation) อย่างเข้มข้น ซึ่งนั่นทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการในชนบทมีความกว้างขวางและหลากหลายมากกว่าเกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการ เช่น การจัดจำหน่ายสินค้าอย่างครบวงจร (Merchandising) ที่ดูแลตั้งแต่การผลิต การทำการตลาด และการจัดจำหน่ายสินค้า เช่น ตัวอย่างของเครือข่าย Pal-System ในญี่ปุ่นที่ผลิตสินค้าเกษตรปลอดสารพิษ ทำการตลาดในระบบ e-commerce และส่งขายผ่านเครือข่ายการขนส่งที่มีอยู่ทั่วประเทศของตนเอง (Pal-system, 2016)

การจัดลำดับแบ่งประเภทเกษตรกรของ McElwee (2008) มีข้อดีในแง่ที่ช่วยให้เห็นความหลากหลายและสลับซับซ้อนของผู้คนในชนบท การที่มองเห็นว่าผู้คนในชนบทไม่ได้มีแค่ชาวนา แต่มีทั้งเกษตรกรผู้รับช่วงสัญญาและผู้ประกอบการในชนบท จะช่วยให้สังคมและรัฐเข้าใจความเปลี่ยนแปลงของชนบทมากขึ้น โดยเฉพาะรัฐซึ่งเป็นผู้มีอำนาจในการกำหนดนโยบายที่จะส่งผลโดยตรงกับชนบท ยกตัวอย่างเช่น ถ้ารัฐเข้าใจว่าเกษตรกรในชนบทได้เปลี่ยนจากชาวนาไปเป็นผู้ประกอบการแล้ว รัฐก็จะสามารถมองหานโยบายที่เหมาะสมกับสังคมของผู้ประกอบการในชนบท ที่ไม่ได้ติดอยู่แค่การประกันราคา เช่น การสนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มระหว่างผู้ประกอบการในชนบท, การสนับสนุนให้เกิดเครือข่ายระหว่างผู้ผลิตสินค้าเกษตรกับผู้แปรรูป, การสนับสนุนเรื่องการลดหย่อนภาษีให้กับผู้ประกอบการในชนบท, การจัดการอบรมเรื่องการเป็นผู้ประกอบการและ และการจัดอบรมเพื่อพัฒนานวัตกรรมทางการเกษตร อย่างไรก็ตามกรอบการนำเสนอของ McElwee ยังมีปัญหาในแง่ของการจัดแบ่งลักษณะของเกษตรกรที่ไม่ยืดหยุ่นมากนัก หากจะนำมาปรับใช้กับสังคมของผู้ประกอบการชนบทในประเทศอื่นๆ ยกตัวอย่างเช่น การขีดเส้นแบ่งระหว่างเกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการ (Farmer as entrepreneur) กับ ผู้ประกอบการในชนบท (Rural entrepreneur) ซึ่งมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในหลายประการ และยังรวมถึงว่าเกษตรกรในบริบทของสังคมอื่นๆ เช่น สังคมไทย อาจมีลักษณะที่เหลื่อมกันระหว่างการเป็นเกษตรกรผู้รับช่วงสัญญาและการเป็นผู้ประกอบการในสังคมชนบท เช่น พวกเขาอาจมีขนาดใหญ่มากพอให้ชาวนารายอื่นๆเช่า แต่กิจกรรมหลักทางเศรษฐกิจของพวกเขากลับเป็นการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดข้างเคียง เกษตรกรไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนแปลงได้เพราะในขณะนี้ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งเกษตรกรที่มีทัศนคติแบบผู้ประกอบการจะสามารถปรับตัวและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้ดีกว่าเกษตรกรชนบท

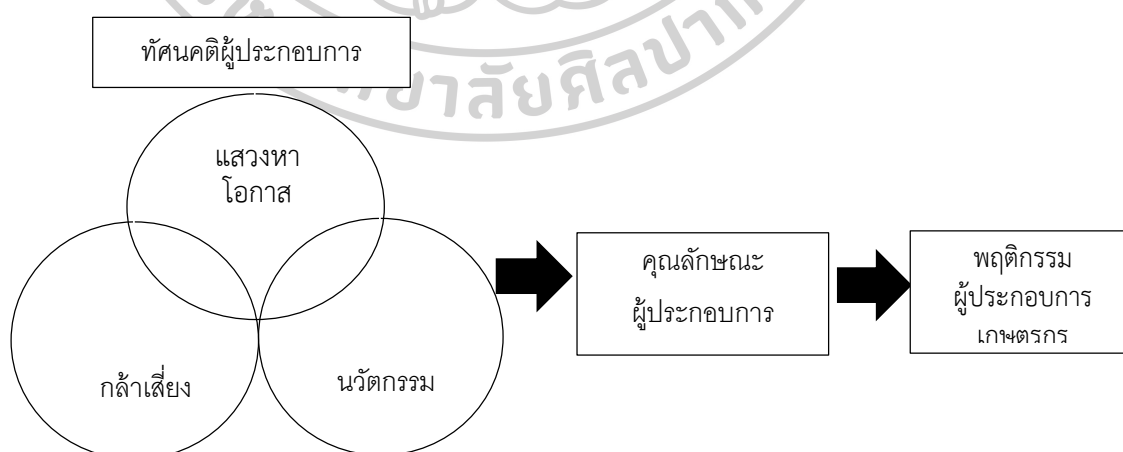
5.2 ทัศนคติผู้ประกอบการการเกษตร (Farmer Entrepreneurial Attitude)

ทัศนคติ (Attitude) เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะเป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดีก็ได้ (Fishbein & Ajzen, 1975) ทัศนคติมิใช่สิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิดแต่ก่อตัวมาจากการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การอบรมเลี้ยงดูในวัยเด็ก การศึกษาเล่าเรียน ประสบการณ์ของบุคคลวัฒนธรรมของสังคม เช่น ความเชื่อทางศาสนา แนวคิดการดำรงชีวิตของสังคม ฯลฯ การรับถ่ายทอดจากบุคคลอื่นหรือจากสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิก สื่อมวลชน และบุคลิกภาพของบุคคล (Secord and Backman, 1974)

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ (Attitude towards entrepreneurship) หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลต่อการประกอบกิจการของตน งานวิจัยหลายชิ้นระบุว่า หากผู้ใดที่ได้รับ การศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น

นอกจากนั้น การได้รับประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความน่าปรารถนาและการรับรู้ความเป็นไปได้ของการเป็นผู้ประกอบการ นอกจากการได้รับการศึกษาแล้ว สภาพแวดล้อมอื่นๆก็มีส่วนเสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกอบการด้วย (Peterman and Kennedy, 2003) นอกจากนี้แล้วอิทธิพลจากพ่อแม่และประสบการณ์การทำงานมีส่วนสำคัญในการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ และทัศนคติที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการซึ่งจะมีผลต่อเนื่องทำให้เกิดความปรารถนาที่จะเป็นผู้ประกอบการต่อไป (Scott and Twomey, 1988) งานวิจัยดังกล่าวนี้สอดคล้องกับการวิจัยของแบลคเบิร์นและเคอร์แรน (Blackburn and Curran) ที่พบว่าบุคคลที่มีต้องการที่จะประกอบธุรกิจของตนเองมากที่สุด มักจะเป็นผู้ที่มาจากครอบครัว ที่พ่อแม่มีธุรกิจของตนเอง นอกจากนี้เฮนเดอร์สันและโรเบิร์ตสัน (Henderson and Robertson, 2000) ได้สรุปว่า ถ้าสภาพแวดล้อมของบุคคลมีลักษณะที่ดึงดูดใจให้ประกอบธุรกิจของตนเอง และบุคคลนั้นมีประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับธุรกิจ ก็เป็นไปได้อย่างมากว่าบุคคลนั้นจะประกอบธุรกิจของตนเอง

ทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร (Attitude towards Agripreneurship) หมายถึง ความรู้สึกของผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรที่มีความเชื่อและค่านิยมต่อการทำธุรกิจเกษตรประกอบไปด้วย ทัศนคติการแสวงหาโอกาส ทัศนคติการสร้างนวัตกรรม และทัศนคติกล้าเสี่ยง ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ทัศนคติผู้ประกอบการเกษตรกร

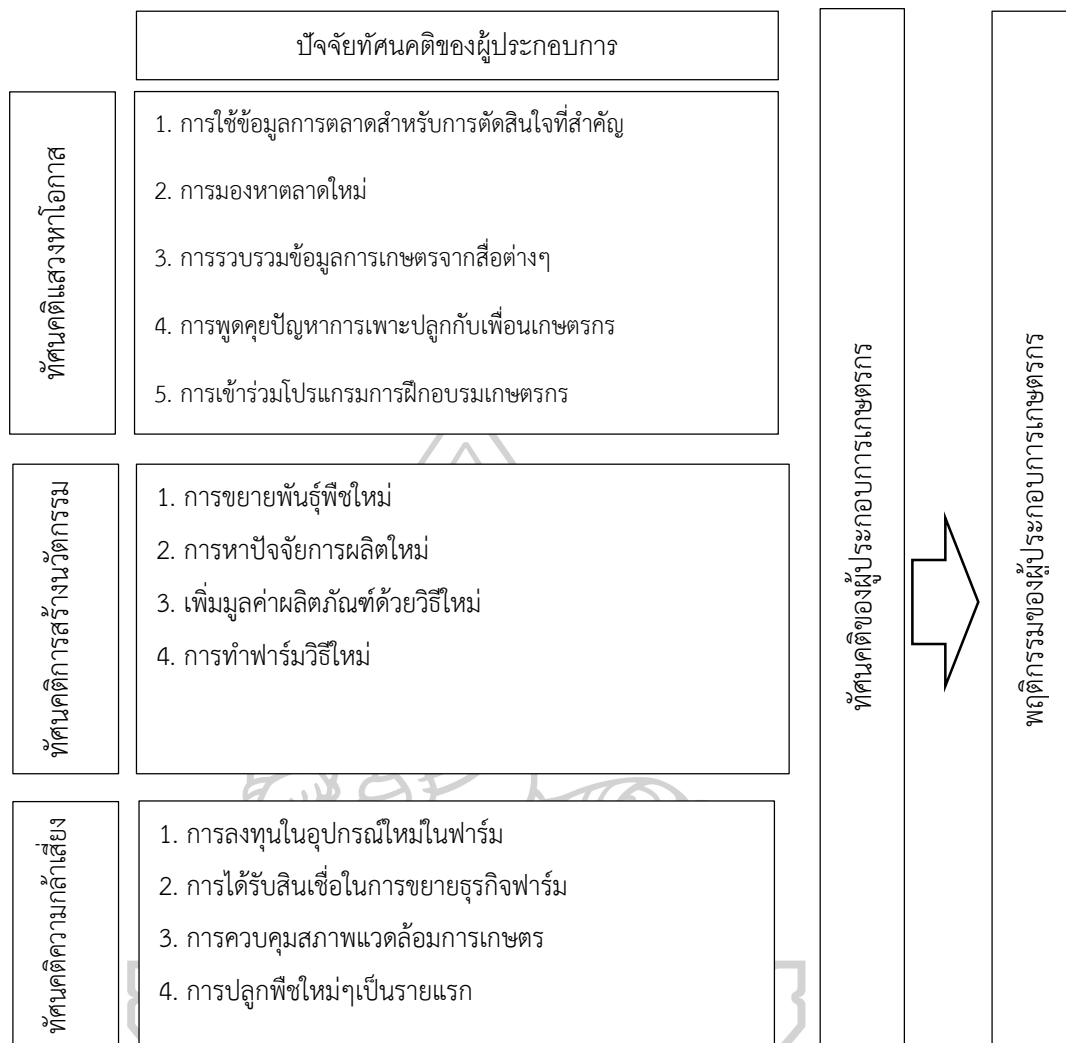
ที่มา: สังเคราะห์โดยผู้วิจัย

ผู้ประกอบการแต่ละคนจะมีทัศนคติและแรงจูงใจส่วนบุคคลที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Moreno et al., 2007) สำหรับทัศนคติผู้ประกอบการ เกษตรกรประกอบไปด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ

1. ทัศนคติการแสวงหาโอกาส เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการหลักของการรับรู้โอกาส (ขั้นตอนแรกในกระบวนการของการเป็นผู้ประกอบการ) และการพัฒนาที่นำไปสู่การก่อตั้งทางธุรกิจ ได้แก่ ความตื่นตัวของผู้ประกอบการ ความไม่สมดุลข้อมูลและความรู้ที่มีมาก่อน เครือข่ายทางสังคม ลักษณะบุคลิกภาพรวมถึงการมองโลกในแง่ประสิทธิภาพและความคิดสร้างสรรค์ (Ardichvili et al., 2003 Fletcher, 2006; Jones and Holt, 2008) ผู้ประกอบการเกษตรกรให้ความสำคัญต่อ ข้อมูลทางการตลาดเพื่อใช้ในการตัดสินใจ การมองหาตลาดใหม่ การรวบรวมข้อมูล การเกษตรจากสื่อต่างๆ การพูดคุยปัญหาการเพาะปลูกกับเพื่อนเกษตรกร การเข้าร่วมโปรแกรมการฝึกอบรมเกษตรกร และการใช้โอกาสในการพัฒนาโครงการที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

2. ทัศนคติการสร้างนวัตกรรม มาจากการเปิดใจรับสิ่งใหม่ ใช้ความคิดสร้างสรรค์สำหรับทุกอย่างโดยเฉพาะอย่างการสร้างความคิดใหม่ในการปรับปรุงธุรกิจเดิมหรือสร้างธุรกิจใหม่ จากความคิดที่แตกต่างกัน (Jeffrey H. Dyer, Hal Gregersen and Clayton M. Christensen 2011) ผู้ประกอบการเกษตรกรให้ความสำคัญต่อ การขยายพันธุ์พืชใหม่ การหาปัจจัยการผลิตใหม่เพิ่มมูลค่า การแปรรูปผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีใหม่ และ การทำฟาร์มวิธีใหม่

3. ทัศนคติความกล้าเสี่ยง ผู้ประกอบการที่มีทัศนคติที่มีความเสี่ยงต่ำจะเลือกที่มีความเสี่ยงน้อยในโครงการขนาดเล็กผลตอบแทนจะต่ำ ผู้ประกอบการที่มีทัศนคติที่มีความเสี่ยงสูงแทนที่จะเลือกเสี่ยงโครงการขนาดใหญ่ผลตอบแทนจะสูงตามไปด้วย (Chell et al. 1991, Rauch and Frese, 2007) ผู้ประกอบการเกษตรกรให้ความสำคัญต่อ การลงทุนในอุปกรณ์ใหม่ในฟาร์ม การขอรับสินเชื่อในการขยายธุรกิจฟาร์ม การพยายามควบคุมสภาพแวดล้อมการเกษตรและการปลูกพืชใหม่ๆเป็นรายแรก ดังภาพที่ 5 ที่ได้เสนอรูปแบบของทัศนคติภายในของผู้ประกอบการเกษตร



ภาพที่ 5 รูปแบบของทัศนคติภายในของผู้ประกอบการเกษตรกร

ที่มา : A model of intrinsic determinants of farmer entrepreneurial attitudes, H. S. Rohitha Rosairo David J. Potts. (2016)

6. แนวคิดความสำเร็จในธุรกิจเกษตร (Agibusiness Success)

ความสำเร็จในธุรกิจ (Success) และผลการดำเนินงาน (Performance) เป็นสองแนวคิดที่มีการศึกษาอย่างกว้างขวางและเป็นแนวคิดที่เหลื่อมกันกันอยู่ยากที่จะแยกออกจากกัน (Simpson, Padmore, & Newman, 2012) อย่างไรก็ตามผลการดำเนินงาน คือการวัดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของกิจการที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป (Pasanen, 2003) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นตัววัดที่สามารถนำมาชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างของกิจการต่างๆภายใต้ตัวชี้วัดที่เป็นที่ยอมรับและเข้าใจโดยทั่วไป การประเมินผลการดำเนินงานใช้ทั้งการวัดด้านการเงินและด้านที่ไม่ใช่การเงิน (Devinney, et al., 2005) และผลการดำเนินงานทั้งสองประเภทสามารถใช้ร่วมกันเพื่อแสดงผลประกอบการที่ลดปัญหาจุดอ่อนของแต่ละด้านได้ (Chakravarthy, 1986; Maltz, 2000; Murphy, et al., 1996) การสำรวจงานวิจัยในช่วงปี ค.ศ. 1987 – ค.ศ. 1993 พบว่า การประเมินผลการดำเนินงานที่ใช้มักจะถูกอยู่ใน 8 มิติ (Murphy, et al., 1996) ประกอบด้วย ประสิทธิภาพ, การเติบโต, กำไร, ขนาด, สภาพคล่อง, ความสำเร็จ, ส่วนแบ่งการตลาด, และโครงสร้างของทุน แต่ที่ใช้มากที่สุดคือกลุ่มการวัดด้านการเงิน ประกอบด้วย ประสิทธิภาพ การเติบโต และกำไร แต่การใช้การวัดทางการเงินนี้ไม่เหมาะกับยุคที่อุตสาหกรรมมีสินค้ามากมาย ตลาดมีความผันผวน และมีต้นทุนคงที่ในสัดส่วนที่สูง (Lemak, Austin, Montgomery, and Reed, 1996) สภาพแวดล้อมในปัจจุบันทำให้การประเมินผลประกอบการต้องการตัววัดทั้งจากด้านการเงินและด้านอื่นด้วย ในงานวิจัยหลายครั้งพบว่า การวัดที่ไม่ใช่ด้านการเงินมีข้อดีในการชี้ให้เห็นความก้าวหน้าในระยะยาว (Rees and Sutcliffe, 1994) นอกจากนั้น การประเมินผลผลการดำเนินงานทางการเงินเพียงบางมิติก็ไม่สามารถให้ผลที่น่าเชื่อถือว่าธุรกิจเหล่านั้นประสบความสำเร็จ (Chakravarthy, 1986) ดังนั้นการประเมินผลประกอบการต้องการตัววัดที่มีหลายมิติ และประกอบด้วยตัววัดทั้งด้านการเงินและด้านอื่นๆ (Kaplan and Norton, 1992)

จากการทบทวนวรรณกรรมความสำเร็จในการทำธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสำเร็จในการทำเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบการเกษตรกร พบว่ามีเกณฑ์ในการวัดดังนี้ ด้านการเงินวัดจาก กำไร (Profit) ความต่อเนื่องของกิจการ (Continuity) ความเติบโตของธุรกิจ (Growth) และนวัตกรรม (Innovation) และด้านที่ไม่ใช่การเงินวัดจาก ความพึงพอใจในการตัดสินใจ (Decision makers satisfaction) สมดุลในชีวิตการทำงาน (Work-life balance) การรับรู้ของชุมชน (Public recognition) และการคืนประโยชน์สู่สังคม (Utility/Contributing back to society) (Toledo-López, Díaz-Pichardo, Jiménez-Castañeda, & Sánchez-Medina, 2012) จากการศึกษาของ Pasanen (2003) เรื่องการประเมินผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยเฉพาะนั้น สรุปได้ว่าการประเมินผลประกอบการควรวัดให้ครอบคลุมการดำเนินงาน ประกอบด้วย ยอดขายต่อปี (Annual Sales), กำไรขั้นต้น (Gross Margin), กระแสเงินสด ในการดำเนินงาน (Operating

Cash Flow) และ กำไรสุทธิ (Net Profit) (Whiting, 1986) สำหรับผลการดำเนินงานที่เป็นที่นิยมใช้ได้แก่ กำไร,ผลตอบแทนการลงทุน (Return on Investment –ROI), ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets– ROA), กระแสเงินสด (Cash flow), กำไรขั้นต้น (Gross margin), และ อัตราส่วนทางการเงินอื่นๆ (Little, Mazumdar and Page, 1987; Luk, 1996) ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) ก็ใช้ในการประเมินผลประกอบการได้ (White and Hamermesh, 1981) ซึ่งสามารถใช้เครื่องมือต่างๆที่ได้รับการยอมรับและนิยมใช้อย่างแพร่หลาย คือ ดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงานแบบสมดุล (Balanced Scorecard) เพื่อวัดผลความสำเร็จที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินตามแนวคิดของ Robert S. Kaplan และ David P. Norton การวัดผลด้วย Balanced Scorecard จะทำให้ผู้ประกอบการเกษตรกรเห็นถึงผลการดำเนินงานภาพรวมของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นความสำเร็จในการทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบการเกษตรกร ผู้วิจัยพบว่า ความสำเร็จในธุรกิจเกษตรอินทรีย์นั้น ต้องวัดทั้งด้านการเงิน ซึ่งวัดจาก กำไร ความต่อเนื่องของกิจการ ความเติบโตของธุรกิจ และ นวัตกรรม และด้านที่ไม่ใช่การเงินวัดจาก ความพึงพอใจในการตัดสินใจ สมดุลในชีวิตการทำงาน การรับรู้ของชุมชน และการคืนประโยชน์สู่สังคม

การวิจัยการพัฒนานองค์ประกอบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊อง ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 นั้นต้อง สร้างเสริมแนวคิดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องที่ประสบความสำเร็จที่เป็นองค์ประกอบภายใน เพื่อให้รับมือต่อสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลง โดยแนวคิดทฤษฎีทั้งหมดที่ศึกษา จะใช้ในการสนับสนุนการอภิปราย(ผลการวิจัยครั้งนี้

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาองค์ประกอบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 เป็นงานวิจัยและพัฒนา (Research and development) โดยนำเอาความรู้ในเรื่องสภาพแวดล้อมการดำเนินงานของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ไปพัฒนาการแก้ปัญหาของเกษตรกรไทย (Research: R₁) จากนั้น ศึกษาองค์ประกอบความสำเร็จและพัฒนาองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 (Development: D₁) และนำข้อมูลที่ได้ไปสร้างเป็นคู่มือการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยเพื่อทดลองใช้องค์ประกอบความสำเร็จการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 กับเกษตรกรในประเทศไทย (Research: R₂) และประเมินและถอดบทเรียนองค์ประกอบความสำเร็จในการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 (Development: D₂) ก่อนนำไปเผยแพร่แก่โครงการลูกพระดาบสเพื่อพัฒนาเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้กำหนดการดำเนินงานแบ่งเป็น 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 : การวิจัย (Research :R₁) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการดำเนินงานและองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยในปัจจุบัน โดยมีแนวทางในการวิจัยมีดังนี้

1. ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปัจจัยความสำเร็จของ McKinsey (1990) ที่ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จใน

ธุรกิจ เทคนิคการวิเคราะห์แบบ SWOT Analysis เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายในซึ่งเป็นจุดอ่อนและจุดแข็งของธุรกิจ และสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งเป็นโอกาสหรือภัยคุกคาม ซึ่งปัจจัยภายนอกและภายในเหล่านี้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงให้เกษตรกรกลายเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร แนวคิดผู้ประกอบการเกษตรกรของ McElwee (2008) ซึ่งผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรต้องมีปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในวิชาชีพเกษตรกรรมกล่าวคือ เกษตรกรต้องเข้าใจในปัจจัยที่มีผลต่อการผลิตด้านการเกษตร และ ทักษะและคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่ มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ มีนวัตกรรม และกล้าเสี่ยง อีกทั้งยังต้องมีแนวคิดการสร้าง ความหลากหลายทางเศรษฐกิจ (Diversification) การที่เกษตรกรประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจด้านอื่นๆที่มากกว่ากิจกรรมทางการเกษตร (Non-agricultural activities) การผลิตที่หลากหลาย/การเกษตรที่หลากหลาย (Farm-Diversified Business) การจัดการฟาร์ม (Farm Management) ที่มีต้นทุนต่ำ ภายใต้บริบทประเทศไทยยุค 4.0 กับภาคเกษตรกร จากนั้นจึงสกัดประเด็นของปัญหาการวิจัยและแนวกรอบของคำถามที่ใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก

2. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant)

เนื่องจากการศึกษาการพัฒนาารูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ต้องศึกษาสภาพแวดล้อมการดำเนินงานในธุรกิจเกษตรอินทรีย์สภาพปัจจุบัน ปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องประสบความสำเร็จ จึงมีข้อจำกัดด้านคุณภาพของประชากรที่เป็นผู้ให้ข้อมูล ต้องมีความรู้ ความเข้าใจที่ลึกซึ้ง ลงมือปฏิบัติจริง อยู่ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์มายาวนาน ดังนั้น การกำหนดขอบเขตของประชากรจึงเป็นลักษณะการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง การสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่หรือเชิงก้นหิมะ (Snowball Sampling) ผู้วิจัยกำหนดให้ผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญ (Key Informant) ในการศึกษาครั้งนี้คือ

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องที่ประสบความสำเร็จ ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ได้รับระบบการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM Accreditation Programme สหภาพยุโรป สวิสเซอร์แลนด์ แคนาดาและสหรัฐอเมริกา จากสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) ในปี พ.ศ. 2560 และผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่โดดเด่นของภูมิภาคที่มีรายชื่ออยู่ในทำเนียบสินค้าเกษตรอินทรีย์ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ในปี 2558 (สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์, 2559) โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

1. เกษตรกรปราดเปรี๊องที่ประสบความสำเร็จมีชื่ออยู่ในระบบการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM ให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจ

2. ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่โดดเด่นของภูมิภาคที่มีรายชื่ออยู่ในทำเนียบสินค้าเกษตรอินทรีย์ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ ในปี 2558

3. ให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจ

หน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องจำนวน 30 รายโดยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบ่งเป็น 4 ภูมิภาคดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3 จำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญแบ่งตามภูมิภาคในประเทศไทย

ภาค	จังหวัด	จำนวน
ภาคเหนือ	เชียงใหม่ เชียงราย พิจิตร อุทัยธานี นครสวรรค์	8 ราย
ภาคกลาง	ราชบุรี ปราจินบุรี นนทบุรี สุพรรณบุรี ประจวบคีรีขันธ์	9 ราย
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ร้อยเอ็ด มุกดาหาร สุรินทร์ ศรีสะเกษ อำนาจเจริญและนครราชสีมา	8 ราย
ภาคใต้	ตรัง สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช และชุมพร	5 ราย
รวม		30 ราย

เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่ครบถ้วนทุกข้อคำถาม มีความชัดเจนและอิ่มตัว (Data Saturation) โดยการตรวจสอบ ความถูกต้องแบบสามเส้า จนสามารถนำเสนอข้อสรุปเชิงทฤษฎี

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ผู้วิจัยใช้การวิจัยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยเทคนิคการสำรวจประสบการณ์ (Experience surveys) ซึ่งกระบวนการวิจัยจากประสบการณ์มาจกงานวิธีวิจัยเชิงธุรกิจ (Business Research Method) จะรวบรวมการสัมภาษณ์บุคคลจำนวนน้อย และต้องระมัดระวังในการเลือกบุคคล โดยจะคัดเลือกว่ามีคุณสมบัติ (Donald and Pamela,2013) และมีความรู้เรื่องธุรกิจเกษตรอินทรีย์เป็นอย่างดี มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์มายาวนาน ทั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อกำหนดแนวความคิดที่ชัดเจนมากกว่าจะค้นหาเหตุการณ์ที่เป็นข้อสรุป ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interviews) และใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) อย่างไม่เป็นทางการและไม่มีระบบในการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง แต่เน้นที่ความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่จะสัมภาษณ์ว่ามีประสบการณ์เกี่ยวกับปัญหาที่ต้องการหรือไม่ และคำถามที่จะใช้ใน

การสัมภาษณ์เป็น คำถามแบบปลายเปิด (Open-ended question) เพื่อให้ได้คำตอบที่เปิดกว้างเกี่ยวกับปัญหา และผู้ให้สัมภาษณ์จะมีอิสระในการให้คำตอบโดยอาศัยประสบการณ์ส่วนตัวของผู้วิจัย เพื่อให้ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องเล่าถึง การปรับตัวในการทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์จากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เป็นปัจจัยนอกได้แก่ ด้านนโยบายเกษตรอินทรีย์ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยี และการปรับตัวของผู้ประกอบการเกษตรกรที่มาจากทรัพยากรที่เป็นปัจจัยภายใน ได้แก่ คน เงินทุน วัตถุดิบและเครื่องจักร กรณีนี้ผู้วิจัยจะอภิปรายถึงแนวความคิดกับผู้ประกอบการเกษตรกรที่มีความรู้ทั้งภายในและภายนอกภาคเกษตร ในช่วงวิเคราะห์สถานการณ์จะสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ความคิดเกี่ยวกับมุมมองของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง จากวัตถุประสงค์และแนวคิดที่ผู้วิจัยต้องการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรทั้ง 4 ภาค ในประเทศไทย ที่มีความแตกต่างกันทางภูมิประเทศ โดยคำถามสามารถยืดหยุ่นตามสถานการณ์ในการสัมภาษณ์เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพ อันจะช่วยให้การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างราบรื่น และที่สำคัญคือ จะทำให้ผู้ให้ข้อมูลหลักถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างครบถ้วนและเป็นจริงมากที่สุด ในประเด็นคำถามดังต่อไปนี้

1. จุดเปลี่ยนที่ทำให้มาทำเกษตรอินทรีย์
2. แนวทางในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงจากสภาพแวดล้อมภายนอกอย่างไร
3. ผู้ประกอบการเกษตรกรอินทรีย์ที่ประสบความสำเร็จควรมีคุณสมบัติด้านใดบ้าง

เมื่อสร้างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) จากกรอบเบื้องต้นตามทฤษฎีเสร็จแล้ว จึงกำหนดนัดสัมภาษณ์พร้อมส่งประเด็นสำคัญและแนวคำถามที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ไว้ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ทราบล่วงหน้า เพื่อให้ขอบเขตของการวิจัยแคบขึ้นและประเด็นคำถามในการวิจัยชัดเจนขึ้น มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อสำรวจสถานการณ์ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย 4.0 จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้วยการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่ส่งผลต่อการปรับตัวของเกษตรกรศึกษาคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรซึ่งเป็นการอธิบายเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะบุคคล เพื่อให้ได้แนวความคิดชัดเจนยิ่งขึ้น

3.2 เครื่องบันทึกเสียง เป็นเครื่องมือประกอบการสัมภาษณ์ที่ช่วยบันทึกข้อมูลที่ผู้วิจัยจดบันทึกไม่ทัน เพื่อความละเอียดมากขึ้น ก่อนทำการบันทึกเสียงทุกครั้ง ผู้วิจัยได้ขออนุญาต ผู้ถูก

สัมภาษณ์ก่อน จากนั้นจึงถอดเทปสนทนาระหว่างการสัมภาษณ์เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล

3.3 กล้องถ่ายภาพ เป็นเครื่องมือประกอบการสัมภาษณ์ที่ช่วยบันทึกภาพการสนทนา และภาพอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ผู้วิจัยนำมาใช้ในการอธิบายผลการศึกษา

3.4 ปากกาและสมุดจดบันทึก เป็นเครื่องมือประกอบการสัมภาษณ์ที่ช่วยบันทึกข้อมูล ระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึก

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากสร้างแนวคำถามเสร็จสิ้นตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการนัดหมายผู้ประกอบการเกษตรกรเพื่อดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์ โดยใช้ประเด็นคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย และใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยที่ผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถตอบคำถามได้อย่างเปิดกว้าง ไม่จำกัดคำตอบ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ถ่ายทอดความรู้ได้อย่างเต็มที่ ครบถ้วน และเป็นจริงมากที่สุด ทั้งนี้ การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ ละคนนั้นอาจมีการนัดสัมภาษณ์มากกว่า 1 ครั้ง เนื่องจากครั้งแรกอาจยังไม่ได้ข้อมูลมากนักและเป็น การสร้างความคุ้นเคยมากกว่า เมื่อเกิดความไว้วางใจแล้วจึงมีการนัดสัมภาษณ์ครั้งถัด ๆ ไป เพื่อให้ได้ ข้อมูลที่ครบสมบูรณ์ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัยมากที่สุด

5. การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจะตรวจสอบข้อมูลแบบ Triangulation หรือ Denzin (1978) เรียกว่า การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า เป็นการใชกระบวนวิธีที่หลากหลาย (The Multiple-method Approach) ในการตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยดังนี้

5.1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยการพิสูจน์ว่า ข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบ คือ การตรวจสอบแหล่งของข้อมูลด้วยแหล่งบุคคล โดย สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการเกษตรกรได้รับระบบการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ นอกเหนือจากระบบ IFOAM ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ข้อมูลจะจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงาน ราชการและองค์กรมหาชน สถาบันการศึกษา สมาคมและองค์กร

5.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) โดยตรวจสอบว่า ถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ได้แก่ แนวคิดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกร แนวคิดทัศนคติการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร มีผลต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรอินทรีย์

5.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยการใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน ได้แก่ การศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสังเกต และการตีความจากพฤติกรรมระหว่างการให้สัมภาษณ์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยวิธีการ 3 รูปแบบ คือ การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลด้วยแหล่งบุคคล การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี และการตรวจสอบสามเส้า ด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

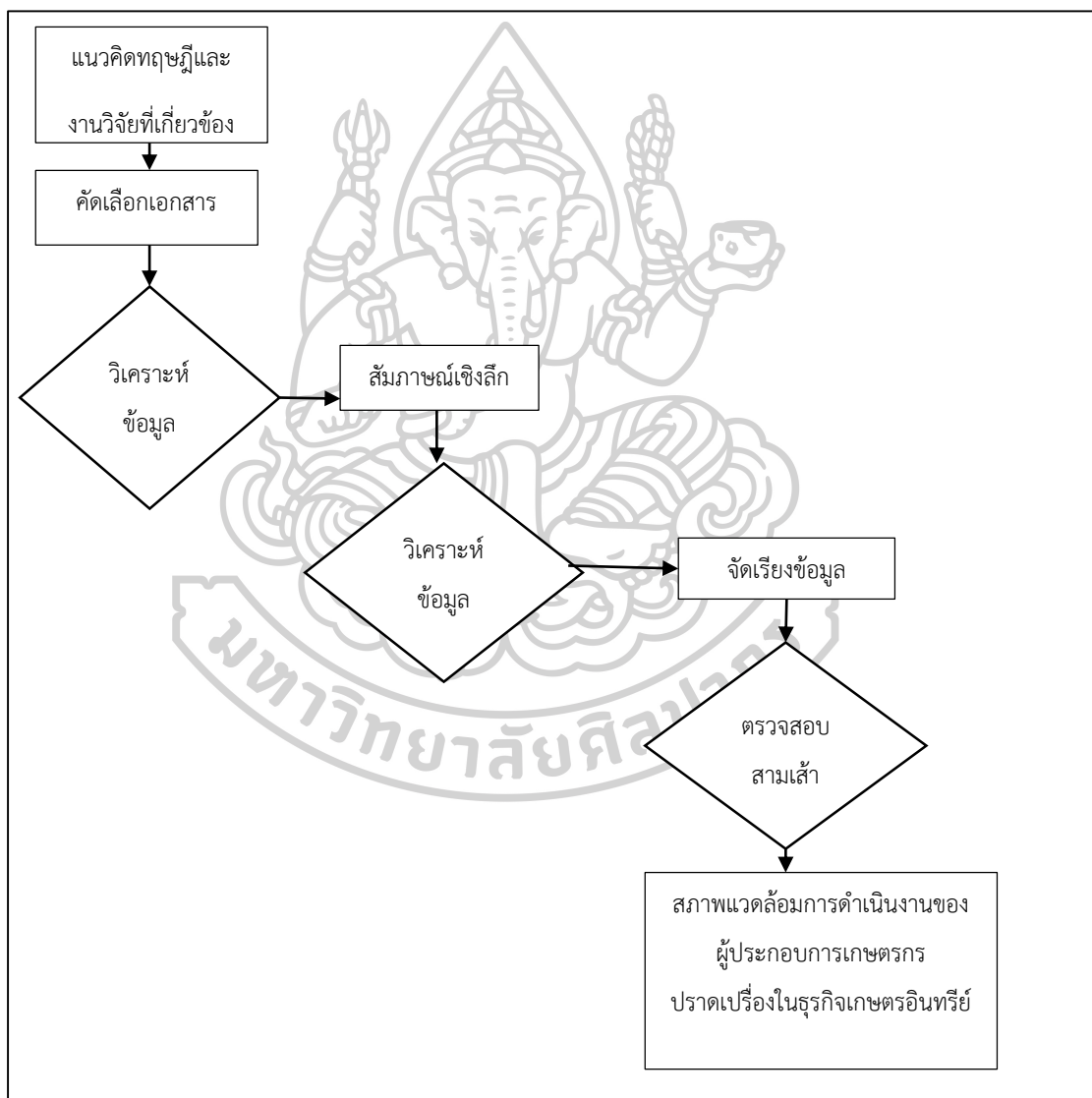
กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาและนำกระบวนการ วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลจะเริ่มตั้งแต่เริ่มการวิจัยและดำเนินไปเรื่อยๆจนสิ้นสุดการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นกระบวนการต่อเนื่องและลับประเด็นการวิจัยให้แหลมคม ซึ่งก็คือการถกกันของสามมุมใน “วงล้อแห่งความรู้” คือ ประเด็นหรือคำถามการวิจัย (Research Question) แนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลหรือสิ่งที่ค้นพบ เป็นการหมุนเกลียวการวิเคราะห์ให้เกิดความเข้าใจแตกฉาน คมชัด เชื่อมโยงกันมากขึ้น (โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์, 2553) นอกจากนี้ ในส่วนขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำหลักการเปรียบเทียบข้อมูล การหาความหมายจากข้อมูล และการสร้างข้อสรุปอุปนัยมาใช้ในการศึกษาวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้ (สุภางค์ จันทวานิช, 2551)

6.1 การเปรียบเทียบข้อมูล เป็นการหาความเหมือนหรือความแตกต่างกันของข้อมูล ตั้งแต่ 2 ชุดขึ้นไป เพื่อให้เกิดความเป็นระบบ และสามารถสร้างข้อสรุปที่ค้นพบได้

6.2 การหาความหมายจากข้อมูลที่ได้ว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความหมายกับสิ่งต่างๆเหล่านั้นอย่างไร

6.3 การสร้างข้อสรุปอุปนัย (Analytic Induction) เป็นการสร้างข้อสรุปทั่วไปที่แสดงความเชื่อมโยงระหว่างปรากฏการณ์ต่างๆ โดยใช้การตีความสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่เป็นรูปธรรมหรือปรากฏการณ์ความจริง เมื่อเห็นเหตุการณ์หลายๆ เหตุการณ์แล้วจึงสร้างข้อสรุปการนำเสนอผลการวิจัยอยู่ในลักษณะของการบรรยายเพื่อเสนอข้อค้นพบทั่วไปและอ้างอิงด้วยคำพูดของผู้ให้

ข้อมูลหลักและนำเสนอเป็นแผนภาพ (รัตนะ บัวสนธ, 2552) จากนั้น ผู้วิจัยจึงทำตารางสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของการกระจายค่ามิติสัมพันธ์แบบฉันทามติของความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลัก จากกระบวนการทั้งหมดของการดำเนินงานในขั้นตอนที่ 1 สามารถสรุปเป็นแผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 ลำดับขั้นตอนการดำเนินงานในขั้นตอนที่ 1 (Research :R₁)

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนา (Development :D₂) ศึกษาองค์ประกอบความสำเร็จและพัฒนางานองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยมีแนวทางในการวิจัยมีดังนี้

1. สร้างและพัฒนาเครื่องมือองค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณลักษณะความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรในบริบทประเทศไทย 4.0

จากข้อมูลเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลที่ได้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องที่ประสบความสำเร็จถึงองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จจากผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องที่ได้มาในขั้นตอนที่ 1 นำมาสังเคราะห์และพัฒนาร่างองค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรอินทรีย์

2. ผู้เชี่ยวชาญ

การวิจัยเพื่อพัฒนางานองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรผู้เชี่ยวชาญในวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ผู้ชำนาญการที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ทั้งจากองค์กรภาครัฐและเอกชน ผู้เกี่ยวข้องในการกำหนดทิศทางและขับเคลื่อนธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ตามจำนวน 12 ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้มีค่าความคาดเคลื่อนที่ลดลง 0.04 (Thomas Macmillan, 1971)

1. หน่วยงานราชการและองค์กรมหาชน

1. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
2. สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.)
3. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
4. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

2. สถาบันการศึกษา

1. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
2. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
3. สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
4. กระทรวงศึกษาธิการ

3. สมาคมและองค์กร

1. ชมรมเกษตรอินทรีย์แห่งประเทศไทย

2. เครือข่ายตลาดสีเขียว By Farmer.com
3. เครือข่าย Young Smart Farmer
4. Start Up Thailand

3. เครื่องมือในการวิจัย

ผู้เชี่ยวชาญประเมินองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จด้วยการสัมมนาผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จ ซึ่งมีความเหมาะสมในการหาข้อสรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มีข้อดีคือประหยัดเวลาและงบประมาณ มีการตรวจสอบข้อมูลกันเอง (Triangulation) เพื่อให้เก็บข้อมูลข้อคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆที่มีความรู้และประสบการณ์ความเชี่ยวชาญหลากหลายศาสตร์ ประเมินองค์ประกอบคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ดังนั้นประเมินองค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรจะเป็นไปในลักษณะของประเด็นในด้านต่างๆที่มีความแตกต่างกันไปหลากหลายศาสตร์ถือได้ว่าเป็นสหวิทยาการ (Anil Kumar, 2010) เนื่องจากลักษณะการวิจัยที่หลากหลายนี้เพื่อนำข้อมูลมาจากจากผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ

4. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Panel Experts) ที่มีบทบาทหลักในการขับเคลื่อนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา

ขั้นตอนที่ 2 สังเคราะห์ร่างคู่มือการอบรมเชิงปฏิบัติการ การสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊อง (SMART FARMER) ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0.ในร่างคู่มือฯ ประกอบไปด้วย องค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านพฤติกรรม

ขั้นตอนที่ 3 เตรียมการจัดการสัมมนาผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) โดยการ

- กำหนดหัวข้อประเด็นสนทนาและจัดลำดับคำถาม
- กำหนดผู้นำการสนทนา ผู้ช่วยและผู้จัดบันทึก ผู้บันทึกเสียง
- เตรียมสถานที่ อุปกรณ์
- กำหนดที่นั่งของสมาชิก
- กำหนดแนวคำถามในการสัมมนาผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ประกอบด้วย

คำถามปลายเปิดแบ่งออกเป็น 3 ข้อ ดังนี้

1. องค์กรประกอบที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรยุคใหม่ ในกระบวนการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรปราดเปรื่อง (SMART FARMER) ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ควรมีองค์ประกอบอื่นเพิ่มเติมอีกหรือไม่

2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรปราดเปรื่องในแต่ละด้าน พร้อมทั้งแสดงทัศนะในมุมมองของนักวิชาการ หน่วยงานของรัฐบาล หรือหน่วยงานเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจเกษตรอินทรีย์

3. กลไกในการขับเคลื่อนการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรปราดเปรื่อง (SMART FARMER) ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ควรเป็นอย่างไร

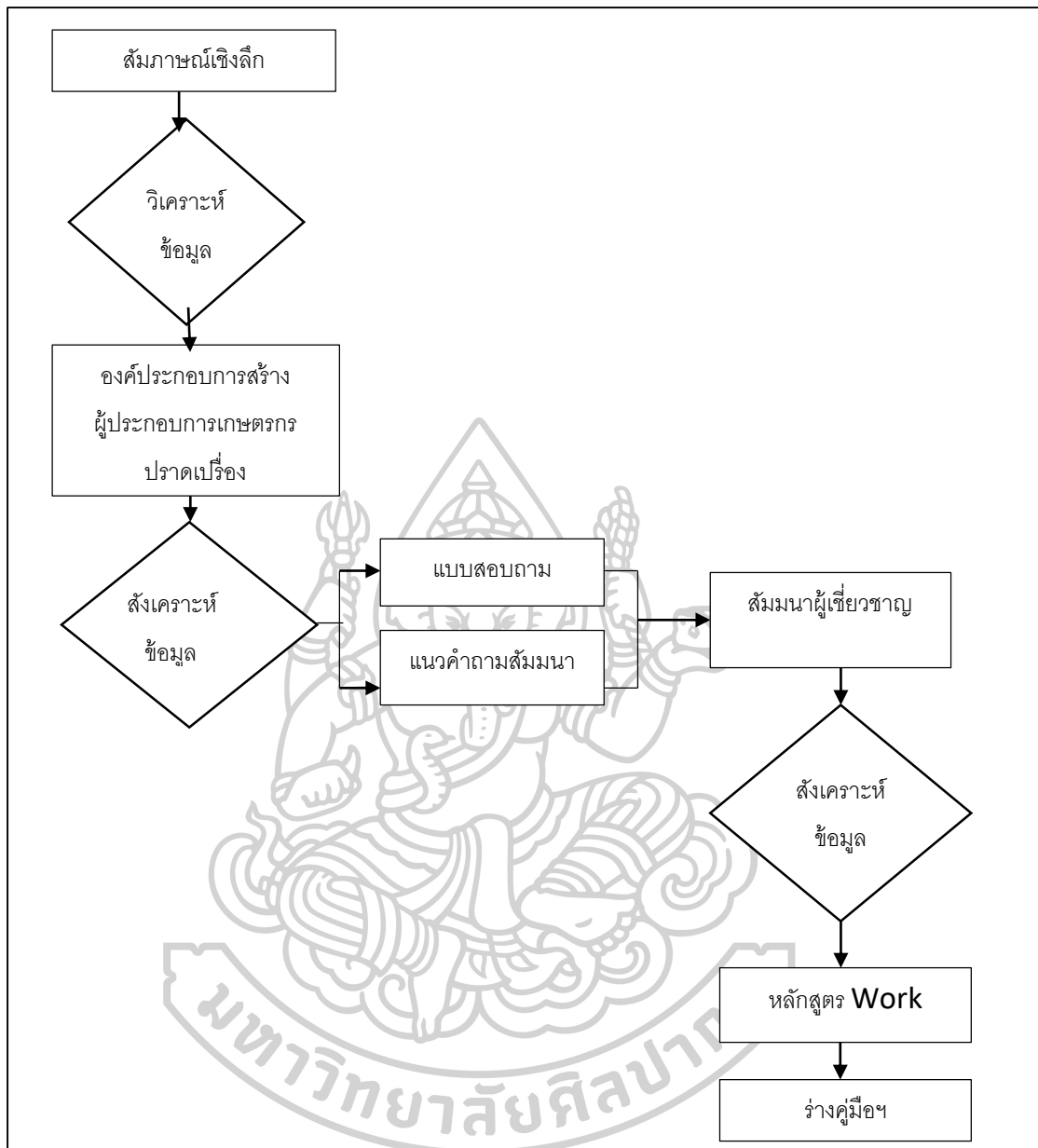
- เตรียมแบบสอบถามเพื่อประเมินองค์ประกอบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรปราดเปรื่อง

ขั้นตอนที่ 4 แกะไข ปรับปรุงและตรวจสอบความเป็นไปได้ในการพัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์องค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จด้วย 7S Mckinsey จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอุปนัย (Inductive Analysis) คือ สร้างข้อสรุปของข้อมูลจากสิ่งปรากฏขึ้นจากการสนทนากลุ่มและการสังเกตผล นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบรายงานเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

จากกระบวนการทั้งหมดของการดำเนินงานในขั้นตอนที่ 2 สามารถสรุปเป็นแผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) ดังนี้



ภาพที่ 7 ลำดับขั้นตอนการดำเนินงานในขั้นตอนที่ 2 (Development :D₁)

ขั้นตอนที่ 3 : การวิจัย (Research :R₂) ทดลองใช้รูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์

ผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาการการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi Experimental Research) เป็นแบบ One Group โดยใช้การอบรมเชิงปฏิบัติการ (Training Workshop) ซึ่งการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเกษตรกรฐานราก (Ahmed, Hasan & Haneef, 2011) เป็นการพัฒนาความสามารถของเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องผ่านกระบวนการ

การศึกษาที่มีพลวัต การสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 พัฒนามาจากตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ เป็นการกำหนดกรอบแนวคิดและทิศทางการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ โดยมีแนวทางในการวิจัยมีดังนี้

1. เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาการการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi Experimental Research) โดยใช้การอบรมเชิงปฏิบัติการ มีขั้นตอนดังนี้

1.1 การเตรียมความพร้อมของเกษตรกร ติดต่อประสานงานทำหนังสือชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้กับผู้อำนวยการโครงการลูกพระดาบส จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อหาเกษตรกรเป้าหมายกลุ่มตัวอย่างใน 4 ภาคเป้าหมาย คือ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ภาคละ 5 คนและคัดเลือกเกษตรกรที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัย

1.2 การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 มีกำหนดการฝึกอบรม 2 วัน ให้ความรู้และพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่อง โดยใช้แนวคิดการเรียนรู้ด้วยการชี้นำตนเอง (Self-Directed Learning : SDL) ตามทฤษฎีแอนดราโกยี (Andragogy) ของ มัลคอล์ โนลส์ (Malcolm S. Knowles, 1980) ซึ่งได้กำหนดขั้นตอนวิธีการสอนให้สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้ใหญ่ ด้วยวิธี แบบจำลองวงจรการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning Cycles) เพื่อให้ผู้ใหญ่ที่มีประสบการณ์ที่หลากหลายเกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ วงจรการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning Cycles) เกษตรกรผู้เข้าร่วมอบรมจะได้เรียนรู้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างประสบการณ์ (Act) ซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์จากกิจกรรมที่ออกแบบมาเพื่อการฝึกอบรม

ขั้นตอนที่ 2 การสะท้อนการเรียนรู้ (Reflect) ที่ผู้เข้าอบรมจะต้องคิดวิเคราะห์สะท้อนกลับในสิ่งที่เรียนรู้ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 3 การสรุปองค์ความรู้ (Conceptualize) ผู้เข้าร่วมอบรมรวบรวมประเด็นต่างๆสรุปองค์ความรู้จากการเรียนรู้

ขั้นตอนที่ 4 การประยุกต์ใช้ความรู้ (Apply) ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดองค์ความรู้ต่อไป ดังนั้นแล้วการเรียนรู้ของผู้เข้าร่วมอบรมนั้นจะต้องให้เกิดวงจรการเรียนรู้เพื่อ

การสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ซึ่งทำให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้ (Life-Long Learning) ซึ่งมีวิธีการพัฒนาการเรียนรู้การสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง

1.3 จัดเตรียมเอกสารคู่มือฯ

1.4 กำหนดวันเวลา สถานที่ ผู้เข้าร่วมอบรม ประสานและจัดทำเอกสาร และประสานงานวิทยากร

1.5 จัดทำแบบทดสอบก่อน-หลังการอบรม (Pre-test และ Post-test) และประเมินผลหลังเสร็จสิ้นการอบรม พร้อมสะท้อนการเรียนรู้ในการดำเนินการ

2. ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัดผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง เป็นคู่มือการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ตามแนวทางของ EU-Esof (Gerard McElwee, 2008) ที่ใช้วิจัยและพัฒนาสร้างความรู้และทักษะผู้ประกอบการฟาร์ม (Developing entrepreneurial Skill of Farmer) ผ่านการฝึกอบรม

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อได้ร่างคู่มือการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและรับรองรูปแบบคู่มือการฝึกอบรม โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ทำการประเมินหาค่าสอดคล้องภายใน (Content Validity) โดยการประเมินว่ารูปแบบมีความเหมาะสมและสอดคล้องเพียงใดซึ่งใช้เกณฑ์ในการประเมินดังนี้

ค่า +1 หมายถึง สอดคล้อง

ค่า 0 หมายถึงไม่แน่ใจ

ค่า -1 หมายถึงไม่สอดคล้อง

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC = ดัชนีความสอดคล้องของความคิดเห็น

$\sum R$ = ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง แล้วเลือกค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปจึงถือว่ามีความเที่ยงตรงตามค่าดัชนีความสอดคล้อง

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยเตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการทดลอง โดยทดลองใช้คู่มือโดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Work Shop) รูปแบบการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ พร้อมคู่มือการอบรม โดยผู้เข้าอบรม 20 คนจาก 4 ภาคของประเทศไทย ผู้เข้าร่วมอบรมจะต้องอบรม 2 วัน ผู้วิจัยเป็นผู้เข้าร่วมอบรมและสังเกตการณ์และบันทึกในเอกสาร เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ต่อไป

3. กลุ่มเป้าหมายในการทดลอง

กลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยดำเนินการใช้การทดลองคู่มือได้แก่ เกษตรกร ผู้วิจัยกำหนดให้กลุ่มทดลองจำนวน 20 คน โดยตั้งเกณฑ์ผู้เข้าร่วมทดลองดังนี้

1. เกษตรกรในโครงการลูกพระดาบส จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีประสบการณ์ทำฟาร์มอย่างน้อย 1 ปี
2. มีความสนใจในธุรกิจเกษตรอินทรีย์
3. สามารถเข้าร่วมทดลองได้เต็มเวลา 2 วัน

หน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ เกษตรกร จำนวน 20 ราย

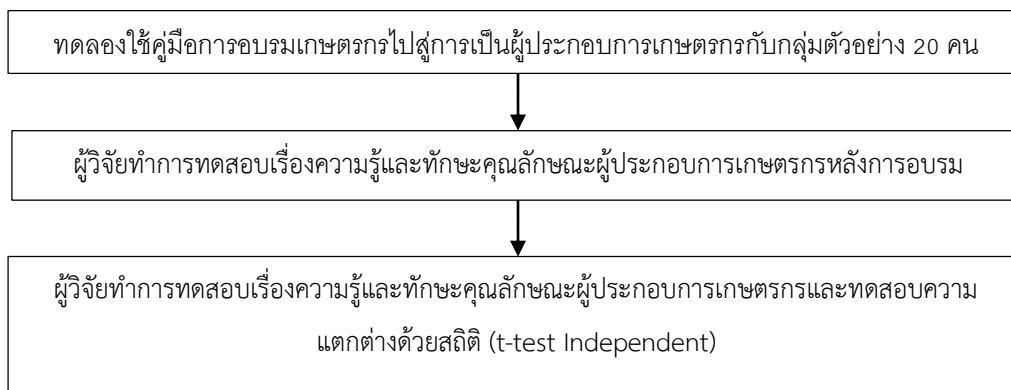
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการประเมินผลการใช้คู่มือการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการรูปแบบการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ โดยทดสอบความรู้ ความเข้าใจก่อนและหลังการใช้หลักสูตรด้วยแบบทดสอบ และสอบถามความคิดเห็นต่อการใช้คู่มือฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

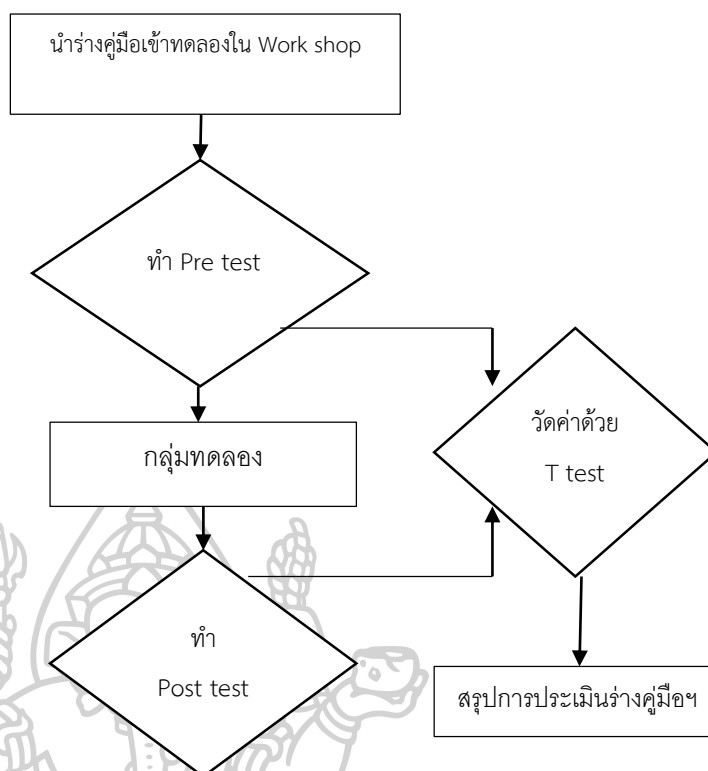
ผู้วิจัยใช้การทดสอบกลุ่มทดลองก่อนการอบรม และหลังการอบรม ความรู้ และทักษะคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร และวิเคราะห์ด้วยการหาค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่างของคะแนนด้วย t-test dependent ก่อนและหลังการอบรม

ขั้นตอนทดลองใช้รูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์สามารถสรุปเป็นภาพประกอบได้ดังนี้



ภาพที่ 8 ขั้นตอนการประเมินผลการใช้คู่มือการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0





ภาพที่ 9 แผนภาพลำดับขั้นตอน(Flow Chart) การดำเนินงานในขั้นตอนที่ 3 (Research :R₂)

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนา (Development :D₂) เป็นการประเมินผลและปรับปรุงเพื่อประเมินผลและถอดบทเรียนรูปแบบการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยในยุค 4.0

1. กลุ่มเป้าหมาย ในขั้นตอนนี้ คือ กลุ่มเป้าหมายใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) คือ เกษตรกรที่เข้าร่วมการทดลองคู่มือในขั้นตอนที่ 3 หน่วยของการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) คือ เกษตรกรในโครงการลูกพระดาบส จำนวน 20 รายที่มาจาก 4 ภูมิภาค เพื่อทำการประเมินความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เข้ารับการอบรม

2. เครื่องมือในการวิจัย

ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนได้แก่

2.1 การประเมิน ปรับปรุง และพัฒนาองค์ประกอบการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยในยุค 4.0

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถามความพึงพอใจของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ ประเมินความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมรูปแบบการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็น

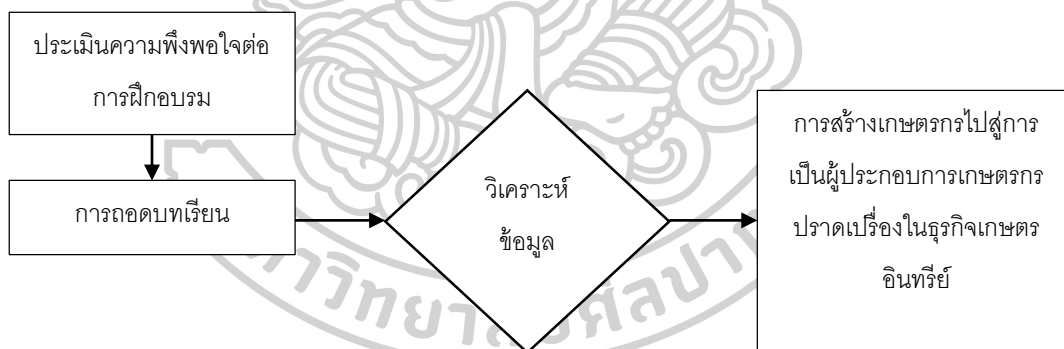
ผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ การประเมินผลและปรับปรุง ผลตามขั้นตอนที่ผ่านมา จากขั้นตอนทั้งหมด ปรับปรุง ประเมินผล ด้วยแบบประเมินความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อรูปแบบการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์และ

2.2 การถอดบทเรียน (Lesson Learnt) แบบ After Action Review : AAR โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) จำนวน 20 คน ตามแนวทางการถอดบทเรียน โดยให้ผู้เข้าอบรมตอบคำถามดังนี้

1. สิ่งที่เราควรได้รับคืออะไร
2. สิ่งที่เกิดขึ้นจริงคืออะไร
3. ความแตกต่างคืออะไร ทำไมจึงต่างกัน
4. จุดบันทึกเตือนความจำว่า วิธีการใดบ้างที่เราเคยนำมาแก้ปัญหาแล้ว

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับการวิเคราะห์ตามขั้นตอนการถอดบทเรียน และเขียนรายงาน



ภาพที่ 10 แผนภาพลำดับขั้นตอน (Flow Chart) การดำเนินงานในขั้นตอนที่ 4 (Develop :D2)

ปัจจัยนำเข้า	กระบวนการ	ผลลัพธ์
<p>ขั้นตอนที่ 1 การวิจัย (Research :R₁) ศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การดำเนินงานของผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจ เกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยในปัจจุบัน</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร/งานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง 2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องที่ประสบความสำเร็จถึงสภาพแวดล้อมการดำเนินงานในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ 3. วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค 	<p>ได้ทราบ สภาพแวดล้อมการ ดำเนินงานของ ผู้ประกอบการ เกษตรกร ปราดเปรื่องใน ธุรกิจเกษตรอินทรีย์</p>
<p>ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนา (Development :D₂) ศึกษาองค์ประกอบความสำเร็จ และพัฒนาองค์ประกอบ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจ เกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องที่ประสบความสำเร็จถึงองค์ประกอบและตัวชี้วัด ความสำเร็จ 2. วิเคราะห์องค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จด้วย 7S Mckinsey 3. ผู้เชี่ยวชาญประเมินองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จด้วยการ สัมมนาผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) 4. พัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จเพื่อ ยกย่องคู่มือการ สร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของ ประเทศไทยในยุค 4.0 	<p>ได้ร่างองค์ประกอบ และตัวชี้วัด ความสำเร็จของ ผู้ประกอบการ เกษตรกร ปราดเปรื่องใน ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ที่ผ่านการรับรอง</p>
<p>ขั้นที่ 3 การวิจัย (Research :R₂) ทดลองใช้องค์ประกอบการสร้าง ผู้ประกอบการเกษตรกร ปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อทดลองใช้คู่มือสร้างผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยกับกลุ่ม ทดลอง 2. ประเมินความรู้และทักษะก่อนและหลังอบรม(PreTest-PostTest) 	<p>การทดลองใช้คู่มือ การสร้าง ความสำเร็จของ ผู้ประกอบการ เกษตรกร ปราดเปรื่องใน ธุรกิจเกษตรอินทรีย์</p>
<p>ขั้นที่ 4 การพัฒนา (Development :D₂) ประเมินและถอดบทเรียน องค์ประกอบความสำเร็จในการ สร้างผู้ประกอบการเกษตรกร ปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ของประเทศไทยยุค 4.0</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประเมินความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อองค์ประกอบการสร้าง ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของ ประเทศไทยยุค 4.0 2. ถอดบทเรียนการสร้างรูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 	<p>องค์ประกอบการ สร้างผู้ประกอบการ เกษตรกร ปราดเปรื่องในธุรกิจ เกษตรอินทรีย์ที่ สมบูรณ์</p>

ปัจจัยนำเข้า	กระบวนการ	ผลลัพธ์
<p>ขั้นตอนที่ 1 การวิจัย (Research :R₁) ศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การดำเนินงานของผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจ เกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยใน ปัจจุบัน</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร/งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง 2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องที่ประสบความสำเร็จถึงสภาพแวดล้อม การดำเนินงานในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ 3. วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค 	<p>ได้ทราบ สภาพแวดล้อม การดำเนินงานของ ผู้ประกอบการ เกษตรกร ปราดเปรื่องใน ธุรกิจเกษตรอินทรีย์</p>
<p>ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนา (Development :D₁) ศึกษาองค์ประกอบความสำเร็จ และพัฒนาองค์ประกอบ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจ เกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องที่ประสบความสำเร็จถึงองค์ประกอบและตัวชี้วัด ความสำเร็จ 2. วิเคราะห์องค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จด้วย 7S Mckinsey 3. ผู้เชี่ยวชาญประเมินองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จด้วยการ สัมมนาผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) 4. พัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จเพื่อ ยกร่างคู่มือการ สร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของ ประเทศไทยในยุค 4.0 	<p>ได้ร่างองค์ประกอบ และตัวชี้วัด ความสำเร็จของ ผู้ประกอบการ เกษตรกร ปราดเปรื่องใน ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ที่ผ่านการรับรอง</p>
<p>ขั้นที่ 3 การวิจัย (Research :R₂) ทดลองใช้องค์ประกอบการสร้าง ผู้ประกอบการเกษตรกร ปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อทดลองใช้คู่มือสร้างผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยกับกลุ่ม ทดลอง 2. ประเมินความรู้และทักษะก่อนและหลังอบรม(PreTest-PostTest) 	<p>การทดลองใช้คู่มือ การสร้าง ความสำเร็จของ ผู้ประกอบการ เกษตรกร ปราดเปรื่องใน ธุรกิจเกษตรอินทรีย์</p>
<p>ขั้นที่ 4 การพัฒนา (Development :D₂) ประเมินและถอดบทเรียน องค์ประกอบความสำเร็จในการ สร้างผู้ประกอบการเกษตรกร ปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ของประเทศไทยยุค 4.0</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประเมินความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อองค์ประกอบการสร้าง ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของ ประเทศไทยยุค 4.0 2. ถอดบทเรียนการสร้างรูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 	<p>องค์ประกอบการ สร้างผู้ประกอบการ เกษตรกร ปราดเปรื่องในธุรกิจ เกษตรอินทรีย์ที่ สมบูรณ์</p>

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิจัยการพัฒนารูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ที่สอดคล้องตาม วัตถุประสงค์จำแนกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิจัย (Research :R₁) เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมการดำเนินงานและองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

ตอนที่ 2 การพัฒนา (Development :D₁) เพื่อศึกษาองค์ประกอบความสำเร็จและพัฒนาองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

ตอนที่ 3 การวิจัย (Research :R₂) เพื่อทดลองใช้องค์ประกอบความสำเร็จการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

ตอนที่ 4 การพัฒนา (Development :D₂) เพื่อประเมินและถอดบทเรียนองค์ประกอบความสำเร็จในการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

ตอนที่ 1 สภาพแวดล้อมการดำเนินงานและองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

การวิจัยขั้นตอนที่ 1 มาจากการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจอินทรีย์ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 30 คน ในลักษณะการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่ได้สร้างขึ้นมาเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย และนำข้อมูลที่ได้นั้นมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการดำเนินงานของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองธุรกิจเกษตรอินทรีย์เพื่อประเมินภาพรวมของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยในปัจจุบัน ผู้ศึกษาวิจัยใช้การวิเคราะห์ด้วย STEP G Analysis และ 5M Analysis โดยสรุปผลการวิเคราะห์จำแนกประเด็นดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านสังคมวัฒนธรรม (Socio-cultural)

ทั้งในประเทศและทั่วโลกที่มีความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นในแต่ละปีค่อนข้างสูง เนื่องจาก

1.1 การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society)

ในปี 2558 ผู้สูงอายุอายุ 65 ปีขึ้นไปมีจำนวนกว่าร้อยละ 10 หรือมากกว่า 7 ล้านคน และมีการคาดการณ์ว่าจำนวนจะเพิ่มขึ้นถึง 17 ล้านคน ภายในปี 2583 ซึ่งมากกว่า 1 ใน 4 ของประชากรไทยทั้งหมด เมื่อรวมกับประเทศจีนแล้วนั้น ประเทศไทยจะมีสัดส่วนของประชากรผู้สูงอายุมากที่สุดในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก และคาดว่าจะมีสัดส่วนมากเป็นลำดับแรกของภูมิภาคภายในปี 2583 กลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม รวมไปถึงกลุ่มอาหารเสริมที่มาจากธรรมชาติ 100% มีแนวโน้มเติบโตอย่างมาก โดยความต้องการของผู้สูงอายุ คือ อาหารที่มีไขมันต่ำ ไม่มีคอเลสเตอรอล น้ำตาลน้อยหรือไม่มีเลย และปราศจากสารเคมีปนเปื้อนที่กระตุ้นการเกิดโรคร้ายและอื่น ๆ ลดความเสี่ยงโรคที่เกิดกับผู้สูงอายุ เช่น โรคหัวใจ มะเร็ง เบาหวาน รวมถึงสามารถย่อยได้ง่ายเมื่อรับประทานเข้าไป ดังนั้นสินค้าเกษตรอินทรีย์ ความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มขึ้นทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ แต่การผลิตยังมีน้อย ไม่เพียงพอกับความต้องการ

1.2 ค่านิยมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Food)

ด้วยสถิติจำนวนคนอ้วนหรือผู้ที่มีน้ำหนักตัวมากกว่าเกณฑ์มาตรฐานในไทยที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการรณรงค์อย่างจริงจังจากภาครัฐเกี่ยวกับโครงการ "คนไทย ไร้พุง" และสังคมไทย "อ่อนหวาน" เพื่อลดการบริโภคน้ำตาล ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เริ่มตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้ และหันมาใส่ใจบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้นกว่าในอดีต สะท้อนได้จากมูลค่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มประเภท health and wellness ที่เติบโตขึ้นราว 9% ต่อปี ตลอดช่วง 5 ปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องไปอยู่ที่เกือบ 2 แสนล้านบาทในอีก 3 ปีข้างหน้า หรือเพิ่มขึ้นราว 27% จากมูลค่าตลาด ณ ปัจจุบัน

อีกทั้งการบริโภคที่ไม่ถูกสุขลักษณะของคนไทย ทำให้เกิดการป่วยเรื้อรังมากขึ้น เนื่องมาจากการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่มีสารพิษปนเปื้อน ทำให้มีความเสี่ยงต่อการเกิดสารพัดโรค ไม่ว่าจะเป็นโรคมะเร็ง โรคหัวใจ โรคเบาหวาน โรคหอบหืด โรคภูมิแพ้และโรคผิวหนัง อีกทั้งการเสียชีวิตด้วยโรคมะเร็งซึ่งเป็น 1 ใน 4 ของโรคที่ผู้ป่วยเสียชีวิตมากที่สุด ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากการมีสิ่งแปลกปลอมเข้าร่างกาย ส่งผลให้คนในสังคมให้ความสำคัญต่อการดูแลสุขภาพกันมากขึ้น

โดยการเลือกรับประทานอาหารและบริโภคของใช้ที่ไม่มีพิษภัยต่อสุขภาพ เพราะผู้บริโภคเชื่อว่า คุณภาพชีวิตที่ดี เริ่มต้นจากสุขภาพที่ดี ด้วยเหตุนี้ สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มาจากกระบวนการผลิต จากธรรมชาติ ไร้การปนเปื้อนสารพิษ/สารเคมี มีความพึงพิถันตั้งแต่กระบวนการผลิตไปจนถึง ปลายทางผู้บริโภค ซึ่งผลผลิตมาจากธรรมชาติ 100% ทำให้สินค้าอินทรีย์เป็นที่ต้องการอย่างมาก สำหรับกลุ่มผู้บริโภคผู้รักสุขภาพ ทำให้ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ขยายตัวอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี (Technology)

2.1 การเพิ่มขึ้นของเทคโนโลยีการเกษตรสมัยใหม่ (Smart Farm) ที่พัฒนาก้าวหน้า อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา

การขยายตัวเทคโนโลยีเกษตรสมัยใหม่เข้ามาสนับสนุนการทำฟาร์มอินทรีย์ ทำให้ ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย (Mechanization) ที่ช่วยเพิ่มผลผลิต ลด ต้นทุนการจัดการ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยให้เกษตรกรสามารถเพิ่มปริมาณผลผลิต เช่น การ พัฒนาระบบในฟาร์มด้วยเทคโนโลยี ในการผลิตที่ช่วยเหลือผู้ประกอบการเกษตรกรให้สามารถเพิ่ม ผลผลิตได้ เช่น ระบบเซนส์ เซนส์ (Hendy Sense) เทคโนโลยีเซ็นเซอร์กับการควบคุมระบบการให้น้ำ เพื่อการเกษตร หรือแม้กระทั่งการใช้สัญญาณดาวเทียมจีพีเอส ในการคุมการจัดแกลงแปลงพืช เพื่อใช้ เครื่องจักรในการหว่าน รอยรถเครื่องจักรสามารถวิ่งในร่องไม่ทับเมล็ดพืชที่โรยเอาไว้ จึงสามารถ ควบคุมอัตราการเติบโตของแปลงพืชได้จะมีการกำหนดระยะเวลาการให้ปุ๋ย ให้น้ำ ทำให้พืชโตใน ขนาดที่เท่ากันเก็บเกี่ยวในระยะเวลาใกล้เคียงกัน เพื่อให้ง่ายต่อการบรรจุส่งเข้าโรงงานที่ผูกพันสัญญา เอาไว้ ซึ่งส่งผลดีต่อผู้ประกอบการเกษตรกรและช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต

โดยสรุปแล้วสภาพแวดล้อมการดำเนินงานของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในปัจจุบันเป็นปัจจัยส่งเสริมและสนับสนุนให้ธุรกิจเกษตรอินทรีย์เติบโตอย่างต่อเนื่องตามยุทธศาสตร์ การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติปี 2560-2564 ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อการยกระดับการแข่งขันของไทย ด้านคุณภาพสินค้าและตอบสนองผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพทั้งในประเทศและทั่วโลกที่มีความต้องการ สินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นในแต่ละปีค่อนข้างสูง โดยเฉพาะสังคมผู้สูงวัยที่เพิ่มขึ้นในอัตราเร่งทั่วโลก ได้บริโภคสินค้าคุณภาพปราศจากสารเคมีด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการเกษตรเพื่อ ช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องมีการผลิตที่มีประสิทธิภาพและมีรายได้ที่มั่นคง ยั่งยืน

3. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ (Economic)

3.1 การตลาดเกษตรอินทรีย์ (Organic Market Overview)

3.1.1 สถานะตลาดเกษตรอินทรีย์โลก

ในปี 2558 มูลค่าการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วโลกมีมูลค่ารวม 82,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดใหญ่ที่สุดในโลก และมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นมากกว่า 3 เท่า นับตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมา รองลงมาคือ เยอรมัน ฝรั่งเศส และจีน ส่วนประเทศที่อัตราการขยายตัวของตลาดเกษตรอินทรีย์ได้แก่ สเปนมีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 25 ไอร์แลนด์ร้อยละ 23 และสวีเดนร้อยละ 20 ประเทศที่มีอัตราการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์สูงสุดได้แก่ สวิสเซอร์แลนด์ เดนมาร์ก สวีเดน ลักเซมเบิร์ก และลิกเตนสไตน์

จากรายงาน The world of organic agriculture : statistics and emerging trends 2017 ที่จัดทำโดยองค์กรเพื่อการวิจัยและพัฒนาเกษตรอินทรีย์ (FiBL) แห่งประเทศเยอรมนีระบุว่า “ปี 2558 ตลาดอาหาร-เกษตรอินทรีย์ EU ขยายตัวเกือบ 13% ซึ่งเป็นอัตราเติบโตด้วยเลข 2 หลักเป็นครั้งแรกภายหลังยุโรปเผชิญวิกฤติการณ์การเงินนับตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นมา โดยเยอรมนีเป็นตลาดสำคัญที่สุดใน EU และมีมูลค่าการค้าปลีกอาหาร-สินค้าเกษตรอินทรีย์สูงถึง 8,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (+11% เทียบกับปีก่อนหน้า) ความต้องการซื้ออาหาร-สินค้าเกษตรอินทรีย์ในหลายประเทศยังคงเติบโตอย่างรวดเร็วไม่ว่าจะเป็นตลาดขนาดใหญ่ของประเทศเยอรมนีและฝรั่งเศส หรือตลาดที่มีขนาดเล็กกว่าอย่างประเทศสเปน ไอร์แลนด์และสวีเดน แต่ในขณะที่ความต้องการซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ในสหราชอาณาจักรเติบโตในอัตราที่ช้าลง” (The world of organic agriculture, 2017)

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบยอดขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วโลก

ประเทศ	สัดส่วนยอดขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วโลก
สหรัฐอเมริกา	ร้อยละ 47
ยุโรป (28 ประเทศ)	ร้อยละ 36
จีน	ร้อยละ 6
แคนาดา	ร้อยละ 4
สวิสเซอร์แลนด์	ร้อยละ 3
อื่นๆ	ร้อยละ 4

ที่มา : รายงานการประชุมการสัมมนาเชิงวิชาการ Organic Symposium 2017

สำหรับตลาดอาหาร สินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยมีมูลค่ารวม 2,331 ล้านบาท ในปี 2557 แบ่งเป็นตลาดส่งออก 1,187 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 78 และตลาดในประเทศ 514 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 22 การเติบโตของภาคเกษตรอินทรีย์ไทยมีแรงขับเคลื่อนจากตลาดภายนอกเป็นหลัก ตลาดส่งออกหลักสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยคือ สหภาพยุโรปและอเมริกาเหนือ ตามมาด้วย ญี่ปุ่น สหรัฐฯ และสิงคโปร์

สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญของไทยที่ได้รับความนิยมในตลาดโลกมากที่สุดคือ ข้าว ซึ่งเป็นผลผลิตที่ได้มากที่สุดถึงร้อยละ 96 ข้าวอินทรีย์ที่มีชื่อเสียงของไทยคือ ข้าวหอมมะลิ ส่วนผลผลิตอื่นๆ รองลงมาคือ พืชไร่และผักผลไม้ จากตารางที่ 5 รายการสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่งออกของไทย สำหรับ

ตารางที่ 5 รายการสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่งออกของไทย

ชนิด	ผลผลิต/ผลิตภัณฑ์
ข้าว	ข้าวหอมมะลิ ข้าวมะลิแดง ข้าวเหลืองอ่อน ข้าวเหลืองประทิว ข้าวเหนียว และผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากข้าว ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ข้าวอบ กรอบ น้ําข้าว
ธัญพืช	ถั่วลิสง ถั่วเหลือง งา
ผัก	ผักสลัด ข้าวโพดฝักอ่อนสด กระเจี๊ยบเขียว ผักสลัด มะเขือเทศ ผักกาดจีนชนิดต่างๆ หน่อไม้ฝรั่ง พริกเขียว มันสำปะหลัง อ้อย ผักชี ค่ะนํ้า กะเพรา แครอท ผักแปรรูป โดยเฉพาะหน่อไม้ฝรั่ง ข้าวโพด ฝักอ่อน
ผลไม้	มะม่วง กัลย มะละกอ ลำไย มะพร้าว สับปะรด
เครื่องดื่ม	กาแฟ ชาใบหม่อน น้ําผึ้ง
วัตถุดิบอุตสาหกรรมอาหาร	น้ำตาลทราย แป้งมันสำปะหลัง น้ํามันปาล์ม สารให้ความหวาน
อาหารแปรรูป	กะทิ น้ําปลา น้ําส้มสายชู เนยจากงา เนยถั่ว

ที่มา: มูลนิธิสายใยแผ่นดินและกรีนเนท, 2559

3.1.2 สภาวะตลาดในประเทศไทย

จากการประเมินของกรีนเนท ปริมาณผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยน่าจะมีประมาณ 71,847 ตันต่อปี และมีมูลค่า (ณ ฟาร์มเกษตรกร) ราว 1,914 ล้านบาทต่อปี ดังตารางที่ 4-5 ปริมาณและมูลค่าผลผลิตเกษตรอินทรีย์ไทย ปี 2547-2556

ตารางที่ 6 ปริมาณและมูลค่าผลผลิตเกษตรอินทรีย์ไทย ปี 2547-2556

	ปี พ.ศ. 2547		ปี พ.ศ. 2550		ปี พ.ศ. 2553		ปี พ.ศ. 2556	
	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)	ปริมาณ (ตัน)	มูลค่า (ล้านบาท)
ข้าว	7,827.4	313.1	13,467.1	373.4	23,515.8	752.5	44,005.8	704.1
พืชไร่	1572.0	55.0	2934.1	65.9	13071.0	366.0	12002.4	336.1
ผักและ สมุนไพร	2,656.7	195.4	5,336.8	297.2	2,114.3	105.7	1,330.0	53.2
ไม้ผล	3,833.1	76.7	11,930.4	236.6	4,050.8	153.9	4,770.7	190.8
ชา- กาแฟ	0.0	0.0	0.0	0.0	1,057.2	190.3	1,474.5	176.9
ไม้ สามารถ จำแนก	0.0	0.0	0.0	0.0	3,524.8	141.0	4,115.3	164.6
อื่นๆ	76.9	4.6	9.1	1.8	213.5	42.7	4,148.6	289.1
รวม	15,966.1	608.8	33677.5	974.8	47,547.3	1,752.1	71,847.2	1,914.8

ที่มา : กรีนเนท, 2558

กลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ซื้อจากแหล่งจำหน่ายต่างๆ จะเป็นผู้ที่มีรายได้ค่อนข้างสูง และเน้นการบริโภคเพื่อสุขภาพ ในขณะที่ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อินทรีย์ยังมีจำนวนน้อย ทำให้ผู้ผลิตสามารถกำหนดราคาขายในตลาดได้ ราคาผลผลิตอินทรีย์จึงยังมีแนวโน้มสูงกว่าผลผลิตเกษตรทั่วไป ปัจจุบันประมาณร้อยละ 20-50 แต่จากข้อมูลสำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตรพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะยอมรับราคาผลผลิตอินทรีย์ที่สูงกว่าผลผลิตเกษตรทั่วไปในระดับร้อยละ 15-20

ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีแนวโน้มที่ดีที่มีการขยายตลาดเพิ่มขึ้น ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เป็นที่ยอมรับและขยายตลาดการจำหน่ายไปยังซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ ร้านอาหารสุขภาพ และการจัดส่งตามบ้าน และยังได้รับความสนใจจากตลาดต่างประเทศจาก

การที่ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่ผลิตอาหารที่มีคุณภาพเป็นที่รู้จักกันในตลาดโลกเป็นอย่างดี แต่การจะผลิตผลิตภัณฑ์และผลิตผลอินทรีย์สู่ตลาดโลก ไทยจะต้องพัฒนาและให้ความรู้ความเข้าใจแก่เกษตรกร ในเรื่องของระบบการทำเกษตรอินทรีย์ การตรวจสอบระบบและคุณภาพมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ทั้งนี้จะต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐที่ให้บริการตรวจสอบรับรองมาตรฐานที่ จะต้องได้รับการรับรองประกันคุณภาพ (accreditation) จากองค์กรระดับสากล เช่น IFOAM เพื่อให้บริการแก่เกษตรกรเนื่องจากการตรวจสอบรับรองคุณภาพเกษตรอินทรีย์มาตรฐานนั้น ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงเป็นต้นทุนที่เกษตรกรต้องจ่าย หากไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

3.1.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในประเทศ

จากตารางปริมาณและมูลค่าผลผลิตเกษตรอินทรีย์ไทย ปี 2547-2556 แสดงให้เห็นถึงปริมาณสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งปริมาณและมูลค่าไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้สอดคล้องกับช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ภายในประเทศ ที่มีการขยายช่องทางในการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น ซึ่งช่องทางจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ภายในประเทศ แบ่งได้ 4 รูปแบบดังนี้

1) การตลาดระบบสมาชิก (Community Supported Agriculture :CSA)

ระบบตลาดนี้มีหลักการพื้นฐานว่า ผู้บริโภคตกลงกับเกษตรกรผู้ผลิต ในการซื้อผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่ผลิตได้ตามฤดูกาล โดยผู้บริโภคจะชำระเงินล่วงหน้าให้กับเกษตรกร หลังจากเก็บเกี่ยว ผลผลิตจะถูกจัดส่งไป ณ จุดกระจายย่อยตามที่ตกลง แล้วสมาชิกผู้บริโภคที่อยู่ในละแวกใกล้เคียงจะเป็นผู้มารับผลผลิตด้วยตนเอง การตลาดระบบนี้ เกษตรกรจะมีหลักประกันทาง เศรษฐกิจ และมีโอกาสในการสื่อสารโดยตรงกับผู้บริโภค ส่วนผู้บริโภคเองก็สามารถไป เยี่ยมเยือนฟาร์มเกษตรกร เพื่อดูการผลิต หรือช่วยเกษตรกรทำงานในฟาร์มก็ได้ การตลาดในระบบนี้มีผลดี ในแง่ของความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตและ ผู้บริโภค แต่ข้อจำกัดก็คือ เกษตรกรต้องมีฟาร์มที่อยู่ไม่ห่างจากเมืองใหญ่มากนัก และจำเป็นต้องมีรถยนต์สำหรับใช้ในการขนส่งเอง นอกจากนี้ การตลาดระบบสมาชิกใช้ได้กับฟาร์มที่ปลูกผักเกษตรอินทรีย์เป็นหลัก (แต่ก็อาจมีผลผลิตอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น ข้าว ไม้ผล ไข่ไก่) ในขณะที่เกษตรอินทรีย์ที่ผลิตข้าว ธัญพืช หรืออาหารแปรรูป จะไม่สามารถใช้การตลาดในระบบนี้ได้ กลุ่มที่ใช้ช่องทางจัดจำหน่ายด้วยการตลาดระบบสมาชิกได้แก่ ชมรมผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์สุพรรณบุรี กลุ่มเยาวชนเกษตรอินทรีย์แม่ทาเชียงใหม่

2) การค้าสมัยใหม่ (Modern Trade)

ซูเปอร์มาร์เก็ตและห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จะขยายไปสู่ระบบตลาดทั่วไป ได้แก่ Tops Supermarket, Emporium, Villa Market, Home Fresh Mart, Siam Paragon, Big C, Lotus, Max Valu , Simping ChiangMai

3) ร้านค้ากรีน (Green Shop)

ร้านจำหน่ายอาหารสุขภาพและผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจน สามารถดำเนินการได้หลายรูปแบบ เช่น ร้านขายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม หรือซูเปอร์มาร์เก็ตเกษตรอินทรีย์ การตลาดในลักษณะนี้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้มากกว่าการตลาดระบบสมาชิก และมีผลผลิตที่หลากหลายจากเกษตรกรที่มีความเชี่ยวชาญในการผลิตเฉพาะทาง รวมทั้งอาจมีจำหน่ายผลิตภัณฑ์อินทรีย์แปรรูปร่วมด้วย

4) ตลาดนัดเครือข่ายอินทรีย์ (Community Market)

ตลาดนัดส่วนใหญ่จะอยู่ใน ท้องถิ่นหรือหัวเมืองใหญ่ในต่างจังหวัด โดยส่วนมากมักจัดในสถานที่ที่มีผู้บริโภคอยู่หนาแน่น เช่น โรงพยาบาล ในเขตสถานที่ราชการ หรืออาจเป็นที่ว่าง ที่ผู้บริโภคสะดวกในการมาหาซื้อผลผลิต ตลาดนัดนี้มักจะเปิดเฉพาะวันที่แน่นอน แต่ไม่เปิดทุกวัน เช่น ทุกวันศุกร์ หรือวันเสาร์ โดยมากจะเปิดขายเพียงครึ่งวัน โดยผู้ผลิตต้องมาจากหลากหลายกลุ่ม เพื่อจะได้มีผลผลิตที่หลากหลายมาจำหน่าย ตลาดนัดเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยที่น่าสนใจ คือ Thailand Farmers Market ที่ K Village กรุงเทพฯ, กาดนัดเกษตรอินทรีย์ ที่ตลาดเจเจ เชียงใหม่, ตลาดเขียว สุรินทร์, ตลาดเขียว ยโสธร, ตลาดสุขใจ จังหวัดนครปฐม, ป่าไผ่สร้างสุข จังหวัดพัทลุง ในส่วนของตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ภายในประเทศ ซึ่งมีจุดจำหน่ายปลีกประมาณ 251 แห่ง โดยช่องทางของโมเดิร์นเทรด ซึ่งมีอยู่ 8 บริษัท 171 จุดจำหน่าย เป็นช่องทางที่มีจำนวนมากที่สุด มีสินค้าเกษตรอินทรีย์ 150 – 1,500 รายการในจุดจำหน่าย มีมูลค่าการขายรวม 306 ล้านบาท/ปี รองลงมาคือช่องทางร้านกรีน ซึ่งมีจุดจำหน่าย 33 แห่ง มีรายการสินค้าเกษตรอินทรีย์เฉลี่ย 229 รายการ มียอดขายรวม 151.62 ล้านบาท/ปี

3.1.4 มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

จากหลักการเกษตรอินทรีย์ที่เป็นระบบการผลิตทางการเกษตรในรูปแบบเกษตรทางเลือก มีเป้าหมายที่จะผลิตอาหารที่ปลอดภัยต่อการบริโภคโดยไม่ใช้สารเคมีเป็นปัจจัยในการผลิต และยังเป็นการฟื้นฟูทรัพยากรทางการเกษตรที่เสื่อมโทรมลงจากการใช้สารเคมีในการทำการเกษตร

อีกทั้งเป็นระบบที่ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้ระบบเกษตรอินทรีย์เป็นที่ยอมรับของประเทศต่างๆ ทั่วโลก ทำให้ผลผลิตและผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ได้รับความนิยม ปริมาณความต้องการจึงเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วแม้จะมีระดับราคาสูงกว่าผลผลิตและผลิตภัณฑ์ที่ผลิตแบบทั่วๆ ไป ประมาณร้อยละ 20-50 ทำให้ประเทศที่พัฒนาแล้ว และกำลังพัฒนาที่เป็นประเทศผู้ผลิตสินค้าเกษตรเพื่อการส่งออกตื่นตัวในการพัฒนาระบบเกษตรอินทรีย์เพื่อการผลิตอาหารเพื่อการบริโภคภายในประเทศและเพื่อการส่งออกอย่างจริงจัง และเพื่อความมั่นใจในผลผลิตและผลิตภัณฑ์อินทรีย์ องค์กรระหว่างประเทศต่างๆ จึงได้กำหนดมาตรฐานการตรวจสอบรับรองเกษตรอินทรีย์ขึ้นที่สำคัญๆ เช่น เกณฑ์มาตรฐานขั้นต่ำเกษตรอินทรีย์ของ International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM Basic Standards) เกณฑ์มาตรฐาน CODEX ระเบียบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของสหภาพยุโรป (Council Regulation : EEC No.2092/91) ระเบียบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของประเทศสหรัฐอเมริกา (Organic Food Production Act – OFPA) และมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของประเทศญี่ปุ่น (JAS Law)

ประเทศไทยมีหน่วยงานที่ได้รับการรับรองการตรวจสอบระบบและมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (Accreditation) จาก IFOAM โดยหน่วยงานรับรองที่ IFOAM จัดตั้งขึ้นคือ International Organic Accreditation Service – IOAS) คือ สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้องค์กรพัฒนาเอกชน ทำให้หน่วยงานนี้ได้รับการยอมรับการตรวจสอบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เทียบเท่าหน่วยงานสากลอื่นๆ (International equivalency of organic certification) เป็นการทำให้ผลผลิตของเกษตรกรที่ผ่านการรับรองมาตรฐานสามารถจำหน่ายผลผลิตไปยังประเทศต่างๆ โดยขอตรารับรองจากหน่วยงานที่ได้รับการประเมินจาก IOAS แล้ว โดยไม่ต้องมีการตรวจซ้ำอีก เป็นการช่วยลดต้นทุนและขั้นตอนในการดำเนินการ

มาตรฐานเกษตรอินทรีย์เป็นเครื่องมือสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภคเพื่อทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในกระบวนการอินทรีย์ที่สามารถตรวจสอบได้ และเป็นการเพิ่มช่องทางการทางการค้าสินค้าเกษตรภายใต้กรอบการค้าเสรี ดังนั้นมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จึงเป็นเกณฑ์ข้อกำหนดขั้นต่ำที่เกษตรกรอินทรีย์ผู้ผลิตจะต้องปฏิบัติตาม และหน่วยงานรับรองจะใช้เป็นเกณฑ์ในการตรวจประเมินการผลิตและตัดสินใจในการรับรองฟาร์มที่ได้ปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานนั้นๆ ในกระบวนการกำหนดมาตรฐานนั้น หลักเกณฑ์จะต้องผ่านความเห็นชอบจากผู้มีส่วนได้เสียจะต้องมีการสร้างฉันทามติ (consensus building) เพื่อผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดยอมรับ ดังนั้น ข้อตกลงในมาตรฐานจึงเปรียบเหมือนเป็นข้อสัญญาร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดที่ตกลงร่วมกัน

การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ สามารถจำแนกได้ใน 2 แนวทาง คือ

1) ตามความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภค เป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดการผลิต ซึ่งต้องมีผู้ให้การรับรองระบบการผลิต ซึ่งเป็นที่รู้จักกันมานานกว่า 50 ปี เรียกว่า “หน่วยตรวจรับรองบุคคลที่สาม” การกล่าวอ้างหรือติดฉลากสินค้าเป็นเกษตรอินทรีย์นั้นจะต้องปฏิบัติตามหลักการเกษตรอินทรีย์ หรือมีมาตรฐานเป็นกรอบในการปฏิบัติ จึงทำให้สินค้าเกษตรอินทรีย์สามารถค้าขายได้ทั่วโลก

2) ตามการขับเคลื่อนจากเกษตรกรผู้ผลิตเอง ที่ต้องการพัฒนาคุณภาพชีวิตสิ่งแวดล้อม ความมั่นคงทางอาหาร เช่น แนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ทำเพื่อครอบครัวและเหลือขายบริเวณใกล้เคียงโดยไม่จำเป็นต้องขอการรับรองทุกระณี ตามที่องค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) เรียกว่า เกษตรอินทรีย์ไม่ขอรับรอง (Non certified organic) และการรับรองแบบมีส่วนร่วมพีจีเอส (FAO/WHO Codex Alimentarius Commission, 2007)

ในประเทศไทยมีหน่วยงานรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศดังนี้

1. หน่วยงานรับรองมาตรฐานภายในประเทศ

1) สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูลสถิติการเกษตรที่จำเป็นทุกชนิด วิเคราะห์นโยบายการเกษตรและแผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์ จัดทำเอกสารสถิติด้านเศรษฐกิจการเกษตรเพื่อเสนอคณะกรรมการนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตรและสหกรณ์

2) มาตรฐาน มกอช.

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) มีนโยบายที่จะดำเนินการรับรองระบบงาน (Accreditation) ด้านเกษตรอินทรีย์ แก่หน่วยงานรับรองสินค้าเกษตรและอาหาร ให้เป็นที่เชื่อถือยอมรับในระดับสากล โดย มกอช. ในฐานะหน่วยรับรองระบบงาน (Accreditation Body : AB) เป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการให้การรับรองหน่วยรับรองด้านสินค้าเกษตรและอาหาร (Certification Body : CB) โดยหน่วยรับรองที่จะขอรับการรับรองจะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานสากลว่าด้วยข้อกำหนดทั่วไปสำหรับหน่วยรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ (General Requirements for Bodies Operating Product Certification Systems, ISO/IEC Guide 65 : 1996) และจะต้องตรวจรับรองตามเกณฑ์มาตรฐานขั้นต่ำเกษตรอินทรีย์ ของ มกอช. โดย มกอช. จะให้การรับรอง

ระบบงานเฉพาะในขอบข่ายของเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ได้แก่ การผลิตพืชเกษตรอินทรีย์ การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำเกษตรอินทรีย์ การเลี้ยงสัตว์เกษตรอินทรีย์ และการแปรรูปและการจัดการผลผลิตเกษตรอินทรีย์

3) มาตรฐาน มกท.

สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) เป็นองค์กรอิสระที่ให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2538 โดยการสนับสนุนของเครือข่ายเกษตรทางเลือก องค์กรพัฒนาเอกชน นักวิชาการ องค์กรผู้บริโภค สื่อมวลชนและเครือข่ายร้านค้าสีเขียว ที่ทำงานสนับสนุนระบบเกษตรกรรมยั่งยืน

4) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์สุรินทร์ (มก.สร.)

มาตรฐานเกษตรอินทรีย์สุรินทร์ (มก.สร.) เป็นมาตรฐานที่พัฒนาขึ้นโดยคณะกรรมการมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์ ตามแนวทางการพัฒนางานเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดสุรินทร์ และได้รับอนุมัติจากที่ประชุมคณะกรรมการโครงการเกษตรอินทรีย์จังหวัดสุรินทร์ โดยมีมาตรฐานครอบคลุมเฉพาะในเรื่องการผลิตพืช สัตว์อินทรีย์ สัตว์น้ำอินทรีย์ การจัดการเกี่ยว การแปรรูปผลิตภัณฑ์อินทรีย์ และปัจจัยการผลิต ทั้งนี้ มก.สร. จะทำการตรวจสอบและรับรองผลิตภัณฑ์อินทรีย์ได้ในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิตในระดับแปลง การนำผลผลิตมาแปรรูป แลจำหน่ายผลิตภัณฑ์

5) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (มอน.)

องค์กรมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (มอน.) เป็นองค์กรที่จัดตั้งโดยความร่วมมือของหลายฝ่าย ได้แก่ เกษตรกร, ผู้บริโภค, นักวิชาการจากองค์กรของรัฐ, องค์กรพัฒนาเอกชน และผู้สนใจทั่วไป โดยมุ่งหวังจะเป็นองค์กรที่ทำการรับรองผลผลิตของ เกษตรกรที่ทำการเกษตรแบบเกษตรอินทรีย์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ เกษตรกรและผู้บริโภคว่า ผลผลิตที่ได้รับการรับรองจากองค์กรมาตรฐานเกษตรอินทรีย์นั้น เป็นผลผลิตที่ปลอดจากสารพิษ, สารเคมีสังเคราะห์ และยังเอื้อต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริงด้วย

6) มาตรฐาน DOA

มาตรฐาน DOA เป็นมาตรฐานจากสำนักควบคุมพืชและวัสดุการเกษตรทำหน้าที่ให้บริการมาตรฐานและบริการตรวจพืช ฝ่ายกักกันพืช กองควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร สังกัดกรมวิชาการเกษตร

7) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพชรบูรณ์ (มก.พช)

มาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพชรบูรณ์ พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยของนักวิชาการจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ร่วมกับชุมชน เกษตรกร ในปี พ.ศ. 2553-54 เป็นมาตรฐานเฉพาะกลุ่มที่ใช้ตรวจรับรองผู้สมัครเป็นสมาชิกเครือข่ายเกษตรอินทรีย์เพชรบูรณ์ ในสังกัดสถาบันเศรษฐกิจพอเพียงเครือข่ายเกษตรอินทรีย์เพชรบูรณ์เท่านั้น โดยทางกลุ่มได้ใช้มาตรฐานนี้เป็นมาตรการพัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์เพื่อความพอเพียง มั่งคั่ง ยั่งยืน และสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร จนเกิดการรวมตัวพัฒนาเป็นเครือข่ายอย่างยั่งยืนเป็นรูปธรรมมาถึงปัจจุบัน

8) มาตรฐานการรับรองแบบมีส่วนร่วม (Participatory Guarantee Systems (PGS))

การรับรองแบบมีส่วนร่วมหรือ PGS หมายถึง ระบบการรับรองเกษตรอินทรีย์โดยชุมชน ตามหลักการและมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล ด้วยการมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็ง และต่อเนื่องของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของชุมชน ภายใต้การสร้างพื้นฐาน ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน การเป็นเครือข่ายทางสังคม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นการรับประกันคุณภาพผลผลิตอินทรีย์โดยชุมชน ที่เหมาะสมกับสภาพภูมิสังคม วิถีชีวิต วัฒนธรรมและการเกษตรของท้องถิ่น ซึ่งวิธีการรับรองผู้ผลิตมีหลากหลายวิธีปฏิบัติไม่มีสูตรสำเร็จ แต่กลุ่มพีจีเอสต้องดำเนินการภายใต้หลักการเดียวกันคือ หลักการพีจีเอสของ IFOAM

พีจีเอสในประเทศไทยเกิดขึ้นมาจากความต้องการของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์วิถีพื้นบ้าน ทั้งกลุ่มผู้ผลิตที่ทำการปลูกพืช ปลูกสัตว์ และประมง ที่มีผลผลิตหลายชนิดในปริมาณไม่มาก ไม่สามารถเข้าสู่มาตรฐานเกษตรอินทรีย์แห่งชาติจากหน่วยตรวจรับรองบุคคลที่สาม เนื่องจากบุคลากรและงบประมาณจากภาครัฐไม่เพียงพอต่อการตรวจรับรองผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ตามการขยายตัวของตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้ เกษตรกรจึงต้องพึ่งพาอาศัยหน่วยตรวจรับรองเอกชน แต่เนื่องจากค่าใช้จ่ายสูงและมีระบบเอกสารที่ซับซ้อน จึงไม่เกิดการขยายตัวของการทำเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย มูลนิธิเกษตรอินทรีย์ไทย Thai Organic Agriculture Foundation (มกอท. หรือ TOAF) เป็นองค์กรนอกภาครัฐ จึงจัดทำระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วมและพัฒนาระบบภายใต้รูปแบบที่มีความหลากหลายของการผลิต ตามสภาพเศรษฐกิจ ภูมิสังคม ระบบนิเวศ และการตลาด ซึ่งไม่มีสูตรสำเร็จ แต่ทุกกลุ่ม

ผู้ผลิตต้องดำเนินการภายใต้หลักการพีจีเอสของ IFOAM และประยุกต์ใช้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์แห่งชาติไทย มกษ. 9000 เกษตรอินทรีย์เล่ม 1 และเล่ม 2 ในการอ้างอิง โดยการดำเนินการนำร่องในประเทศไทยร่วมกับกรมพัฒนาที่ดิน กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และหน่วยงานต่างๆ ที่สนใจ ภายใต้การสนับสนุนงบประมาณจากธนาคารพัฒนาแห่งเอเชีย (Asian Development Bank, ADB) โดยมีกลุ่มเป้าหมาย 5 กลุ่มจังหวัด ดังนี้

- 1) กลุ่มสหกรณ์เกษตรอินทรีย์ทัฟไทย จังหวัดสุรินทร์
- 2) กลุ่มพีจีเอสอินทรีย์สุขใจ จังหวัดนครปฐม
- 3) กลุ่มสหกรณ์เกษตรอินทรีย์ เชียงใหม่
- 4) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์แม่มอก อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง
- 5) กลุ่มเกษตรอินทรีย์ศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์

โดยทุกกลุ่มต้องดำเนินการจัดระบบการรับรองแบบมีส่วนร่วมที่มีหลักการเดียวกัน ภายใต้การใช้ตราสัญลักษณ์เดียวกัน เงื่อนไขการใช้ตราสัญลักษณ์ อายุการรับรอง 12 เดือน นับจากวันที่ได้รับการรับรองจากกลุ่ม การต่ออายุการรับรองใหม่นับจากวันที่ตัดสินใจจากกลุ่ม หรือการยอมรับจากเครือข่าย การติดตราสัญลักษณ์บนผลิตภัณฑ์ ต้องมีหมายเลขสมาชิก/กลุ่ม/เครือข่าย ที่มีการจัดการผลผลิต การแปรรูป การบรรจุหีบห่อภายในกลุ่มเท่านั้น ในกรณีที่ขายผลผลิตให้กับผู้ประกอบการนอกพื้นที่ กลุ่มต้องสามารถควบคุม ตรวจสอบประเมินการปนเปื้อน และการปะปนกับผลผลิตปกติได้ ตราสัญลักษณ์ติดได้เฉพาะ ชนิดและปริมาณผลผลิตที่ได้รับการรับรองเท่านั้น รูปแบบการกำหนดรหัสได้รับการรับรอง ดังแสดงในภาพที่ 15



ภาพที่ 11 การกำหนดรหัสที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม

2. หน่วยงานรับรองมาตรฐานในต่างประเทศ

1) มาตรฐาน Biogricert (BAC)

ไบโอเอกริเสิร์ช (ไทยแลนด์) จำกัด เป็นผู้ให้การรับรองมาตรฐาน (Certification Body) มาจาก Bioagricert S.r.l. เป็นหน่วยงานอิสระหน่วยงานแรกที่ได้รับการรับรองจากกระทรวงเกษตรของประเทศอิตาลี ในการควบคุมสินค้าเกษตรอินทรีย์รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารอินทรีย์ ตามข้อตกลงของกลุ่มประเทศยุโรป และเป็นบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับการตรวจสอบ และการเป็นผู้ให้การรับรองการผลิตสินค้าอินทรีย์ ซึ่งได้รับการยอมรับและแต่งตั้งโดยหน่วยงานซึ่งดูแลเกี่ยวกับการให้การรับรองในยุโรป ซึ่งรับรองโดย IFOAM

2) มาตรฐาน IFOAM

เป็นระบบที่พัฒนาขึ้นโดยสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements - IFOAM) ซึ่งได้ริเริ่มจัดตั้งโครงการรับรองระบบงานเกษตรอินทรีย์ IFOAM (IFOAM Accreditation Programme) ขึ้นในปี พ.ศ. 2535 เพื่อให้บริการรับรองระบบงานแก่หน่วยตรวจรับรองเกษตรอินทรีย์ต่างๆทั่วโลก ต่อมา ในปี พ.ศ. 2540 สหพันธ์ฯ ได้จัดตั้ง IOAS (International Organic Accreditation Service) ขึ้น เพื่อทำหน้าที่ในการให้บริการรับรองระบบงานนี้ ภายใต้กรอบของโครงการรับรองระบบงานเกษตรอินทรีย์ IFOAM โดย IOAS จัดทะเบียนเป็นองค์กรไม่แสวงกำไร มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกา

มกท. ได้รับการรับรองระบบงานเกษตรอินทรีย์ IFOAM นี้จาก IOAS ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 โดยเป็นหน่วยตรวจรับรองเกษตรอินทรีย์แห่งแรกในเอเชียที่ได้รับการรับรองระบบงานนี้ ในระบบนี้ มกท. สามารถให้บริการตรวจรับรองเกษตรอินทรีย์ในขอบข่ายเกี่ยวกับ การเพาะปลูกพืช การเก็บผลผลิตจากป่าและพื้นที่ธรรมชาติ การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ การแปรรูปและจัดการผลผลิต และปัจจัยการผลิตเพื่อการค้า ผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองจาก มกท. ตามระบบนี้ จะสามารถใช้ตรารับรองเกษตรอินทรีย์ของ มกท. ร่วมกับตรา "IFOAM Accredited" (ต้องใช้ร่วมกันเสมอ)

3) มาตรฐาน NOP & USDA

สินค้าอินทรีย์ในตลาดสหรัฐฯอยู่ภายใต้การบริหารและควบคุมของหน่วยงาน National Organic Program (NOP) กระทรวงเกษตรสหรัฐฯและหน่วยงานรัฐบาลสหรัฐฯหน่วยงานอื่นๆที่รับผิดชอบสินค้านั้นๆควบคู่กันไป เช่น Food and Drug Administration (FDA) เป็นต้น ทั้งนี้ หน่วยงาน NOP จะควบคุมและรับผิดชอบใน ส่วนที่เป็นสินค้าอินทรีย์ซึ่งรวมถึงการกำหนดคำจำกัดความและกฎระเบียบการผลิตเฉพาะในส่วนที่เป็น “organic” หน่วยงานอื่นเช่น FDA จะรับผิดชอบในส่วนอื่นๆของสินค้าเฉพาะที่กฎหมายกำหนดว่าเป็นความรับผิดชอบของตนและไม่เข้าไป

เกี่ยวข้องในส่วนที่เป็น organic ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการกำหนดค่าจำกัดความ หรือกฎระเบียบการผลิตที่จะทำให้สินค้านั้นเป็น “organic” โดยระบบการตรวจรับรองเกษตรอินทรีย์นี้เริ่มใช้ตั้งแต่เมื่อ พ.ศ. 2545 ในเดือนมิถุนายน 2552 กระทรวงเกษตรสหรัฐอเมริกาและ CFIA ของแคนาดาได้ลงข้อตกลงยอมรับความเท่าเทียมกันของระบบเกษตรอินทรีย์ของอีกฝ่าย ซึ่งทำให้ผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองตามระบบเกษตรอินทรีย์แคนาดา สามารถได้รับการรับรองตามระบบของสหรัฐอเมริกาเพิ่มเติมได้ โดยไม่จำเป็นต้องมีการตรวจประเมินเพิ่ม

4) มาตรฐาน ECOCERT

มาตรฐาน ECOCERT เป็นเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการควบคุมกำกับกระบวนการผลิตแบบอินทรีย์ของประเทศฝรั่งเศส มีมาตรฐานเทียบเท่าและเป็นที่ยอมรับของกระทรวงเกษตรสหรัฐฯ เป็นหนึ่งในผู้นำของตรารับรองมาตรฐานการใส่ใจธรรมชาติที่มีชื่อเสียงในระดับสากล อันมีมาตรฐานที่เข้มงวดว่าคัดสรรและจะมอบตราให้เฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มี คุณภาพระดับสูงเท่านั้น ทุกผลิตภัณฑ์จะต้องมีส่วนประกอบทั้งหมดที่ทำมาจากพืชมากกว่า 95% โดยไม่มีการใช้ยาฆ่าแมลง ปุ๋ยเคมีและสารพิษทุกชนิดอย่างเด็ดขาด รวมทั้งสถานที่สำหรับการผลิตและการแปรรูปต้องได้รับการควบคุมโดย ECOCERT เช่นกัน

5) มาตรฐาน EU

มาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์สหภาพยุโรป เป็นการยอมรับการตรวจรับรองเกษตรอินทรีย์เพื่อการนำเข้าสหภาพยุโรปที่ถูกต้อง

6) มาตรฐาน JAS

มาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ญี่ปุ่น (Japanese Agricultural Standard Organic JAS mark) กำกับดูแลของกระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมง ของญี่ปุ่น (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries – MAFF) ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์อื่นที่ประเทศแคนาดายอมรับได้แก่ ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แคนาดา (เฉพาะที่ผลิตในแคนาดา) เริ่ม 1 ม.ค. พ.ศ. 2558 โดยการแสดงตรามาตรฐานฯ ที่ยอมรับต้องแสดงคู่กับตรามาตรฐานฯ ของญี่ปุ่นเสมอ

7) มาตรฐาน COR

ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์แคนาดา (Canada Organic Regime – COR) รัฐบาลแคนาดาเริ่มนำระบบ Canada Organic Regime (COR) ออกบังคับใช้เมื่อปี พ.ศ.2552 ตามระเบียบ Organic Products Regulations, 2009 โดยมี Canadian Food Inspection Agency (CFIA) เป็นหน่วยงานรับผิดชอบ การใช้ตรามาตรฐานเกษตรอินทรีย์แคนาดาที่ถูกต้อง ต้องมีชื่อสินค้า รหัส

หน่วยงานที่ทำการตรวจการรับรองที่ออกโดย IOAS พร้อมกับระบุประเทศผู้ผลิต ทั้งภาษาอังกฤษ และฝรั่งเศสกำกับไว้ใกล้ๆ ตรามาตรฐานฯ ให้เห็นได้ชัดเจน ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์อื่นที่ประเทศแคนาดายอมรับ ได้แก่ ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สหรัฐอเมริกา (จากผู้ผลิตทั่วโลก) ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สหภาพยุโรป (เฉพาะที่ผลิตในสหภาพยุโรป) และระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ญี่ปุ่น (เฉพาะที่ผลิตในญี่ปุ่น) เริ่ม 1 ม.ค. พ.ศ. 2558 โดยการแสดงตรามาตรฐานฯ ที่ยอมรับต้องแสดงคู่กับตรามาตรฐานฯ ของแคนาดาเสมอ

จากการลงพื้นที่สำรวจสินค้าการเกษตรในซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าเพื่อสุขภาพ (Green Shop) ทั้ง 4 ภาคของประเทศไทย ปี 2559 พบว่า มีการใช้ฉลากตรารับรองผลผลิตเกษตรอินทรีย์ทั้งหมด 22 ตรา ดังนี้

ตารางที่ 7 ฉลากตรารับรองผลผลิตเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย (Organic Certification)

สัญลักษณ์	หน่วยงานที่รับรองมาตรฐาน
	ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ IFOAM หรือ IFOAM Accredited สมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements – IFOAM)
	ตรารับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM ของสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ หรือ มกท. (Organic Agriculture Certification Thailand – ACT) จะมีตรา IFOAM Accredited อยู่ใต้สัญลักษณ์ของ มกท
	ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์สหภาพยุโรป (EU)
	ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์สหรัฐอเมริกา (National Organic Program – NOP)
	ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์แคนาดา (Canada Organic Regime – COR)
	ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ญี่ปุ่น (Japanese Agricultural Standard – Organic JAS mark)

	<p>ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ไบโออะกิเสิร์ต (Bioagricert) ประเทศอิตาลี</p>
	<p>ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์บีเอสซี (BSC ÖKO-GARANTIE GMBH – BSC) ประเทศเยอรมัน (ตัวแทนอยู่ที่จังหวัดเชียงใหม่)</p>
	<p>ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์อีโคเสิร์ต (EcoCert) ประเทศฝรั่งเศส</p>
	<p>ตรามาตรฐานเกษตรอินทรีย์ออสเตรเลีย</p>
	<p>ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ ไอเอ็มโอ-คอนโทรล (IMO-Control) บริษัทตรวจรับรองสินค้าอินทรีย์จากประเทศสวีเดนและแลนด์</p>
	<p>ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ – มกอช. (National Bureau of Agricultural Commodity and Food Standards – ACFS)</p>
	<p>ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ องค์กรมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ – มอน. (The Northern Organic Standard Organization)</p>
	<p>ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สุรินทร์ (มก.สร.)</p>
 มาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพชรบูรณ์ สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดเพชรบูรณ์	<p>ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์เพชรบูรณ์ (มก.พช.)</p>
	<p>ตรามาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ ชมรมเกษตรอินทรีย์เกาะพะงัน</p>

	ศูนย์กิจกรรมไร้สารพิษอันเนื่องมาจากพระราชดำริ วังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
	การรับรองเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม(PGS) โดยมูลนิธิเกษตรอินทรีย์ไทย
	การรับรองเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม(PGS) โดยสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ IFOAM
	ข้าวอินทรีย์ตามมาตรฐานการรับรองแบบมีส่วนร่วม Lemon Farm Organic PGS จังหวัดน่าน
	การรับรองเกษตรอินทรีย์ มาตรฐานอินทรีย์วิถีไทย โดยมูลนิธิรักษดินรักษน้ำ (Earth Safe Foundation)
	มาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์แบบมีส่วนร่วม Participatory Guaranty System –PGS ร่วมกับบริษัทเอสซีอีวิสาหกิจเพื่อสังคม SCE Social Enterprise Co.,Ltd.
ที่มา: ผู้วิจัย	

สรุปแล้วการดำเนินการตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีหลายข้อบ่งชี้และหลายมาตรฐาน ขึ้นกับลักษณะการผลิต การจัดการแปรรูป เป็นความพยายามในการใช้ตรามาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นผู้บริโภค แต่อีกด้านหนึ่งก็ใช้เป็นใบเบิกทางในการส่งออกผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไปยังต่างประเทศ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ทางตลาดของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปื่องที่ต้องการจะเลือกขอรับรองด้วยระบบมาตรฐานใด ส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับตลาดเป้าหมายว่าต้องการการรับรองของระบบมาตรฐานใด

3.2 ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

3.2.1 รูปแบบธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

จากการวิจัยพบว่า การทำเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. เกษตรอินทรีย์แบบพึ่งพาตนเอง มีจุดมุ่งหมายเพื่อการผลิตอาหารและปัจจัยที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตมากกว่าผลิตเพื่อการค้า เป็นการเกษตรแบบพื้นฐาน มีการใช้

ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยไม่เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ระบบการผลิต การบริโภค และการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมีความสมดุล อาหารที่ผลิตได้เป็นอาหารที่มีคุณภาพปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง และเปิดโอกาสให้สมาชิกในครอบครัวสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีความสุข สามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างกลมกลืน ทำให้ระบบเกษตรกรรมเหล่านี้ดำเนินต่อเนื่องไปได้ยาวนานที่สุด โดยไม่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศวิทยา และไม่เกิดปัญหาทั้งด้านสุขภาพ สังคม และเศรษฐกิจมีมาตั้งแต่ในอดีต ผลผลิตที่ได้มีจำนวนไม่มากใช้บริโภคภายในครอบครัวหรือแบ่งปันกันในหมู่บ้านหรือกลุ่มญาติพี่น้อง

2. เกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์ มีจุดมุ่งหมายเพื่อการค้า เกษตรกรต้องการจำหน่ายผลผลิตในประเทศหรือส่งออกต่างประเทศ ดังนั้นเกษตรกรกลุ่มนี้ต้องมีการรับรองมาตรฐาน โดยบุคคลที่สาม ที่มาจากหน่วยงานที่ได้รับการแต่งตั้งจากหน่วยงานรับรองมาตรฐานสมาพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements : IFORM) หรือการรับรองแบบมีส่วนร่วม (Participatory Guarantee Systems :PGS) โดยจำแนกผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์เป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์แบบเดี่ยว หมายถึง ผู้ประกอบการเกษตรแบบบุคคล หรือนิติบุคคล
2. ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์แบบกลุ่ม หมายถึง เครือข่ายผู้ประกอบการเกษตรที่มีสมาชิกในเครือข่ายมากกว่า 2 คนขึ้นไป

3.2.2 การผลิตเกษตรอินทรีย์ในระบบปลูกพืช

หัวใจสำคัญของเกษตรอินทรีย์คือ ต้องไม่มีการใช้สารเคมีใดๆในขั้นตอนการผลิต ซึ่งการตรวจสอบสินค้าเกษตรอินทรีย์นั้นไม่ใช่การตรวจสอบเฉพาะสินค้าที่ผลิตแล้วเท่านั้น แต่กระบวนการตรวจสอบจะต้องย้อนไปตรวจสอบถึงแหล่งผลิต ตั้งแต่ดินที่จะใช้ปลูก น้ำ สภาพแวดล้อม รวมทั้งปัจจัยการผลิตต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย และสารกำจัดแมลง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ต้องไม่มีการปนเปื้อนของสารเคมี และไม่มีการใช้สารตัดแต่งพันธุกรรมในการผลิต ซึ่งเกษตรกรที่ต้องการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ต้องสมัครขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานตรวจสอบรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ โดยหลักการเลือกพื้นที่สำหรับทำเกษตรอินทรีย์นั้นต้องเป็นพื้นที่ที่ไม่เคยทำการเกษตรทั่วไปที่มีการใช้สารเคมีมาไม่น้อยกว่า 3 ปี อยู่ห่างจากโรงงานอุตสาหกรรม อยู่ห่างจากแปลงที่ใช้สารเคมีและปุ๋ยเคมี และมีแหล่งน้ำที่ปลอดภัยปราศจากพิษ หลังจากนั้นเกษตรกรจะเข้าสู่ระยะ

ปรับเปลี่ยนซึ่งถือเป็นช่วงการฟื้นฟูสภาพแวดล้อมและความอุดมสมบูรณ์ของดิน โดยทั่วไปช่วงระยะเวลาการปรับเปลี่ยนของการที่ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ประเภทพืชล้มลุก(ผักและพืชไร่)จะใช้เวลาประมาณ 12 เดือน ส่วนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ประเภทไม้ยืนต้นช่วงระยะเวลาการปรับเปลี่ยนจะใช้เวลาประมาณ 18 เดือน เมื่อผ่านระยะการปรับเปลี่ยนแล้วผลผลิตสินค้าเกษตรที่ได้จึงจะถือว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์

ปัจจัยการผลิตของการทำเกษตรอินทรีย์ในระบบปลูกพืช

1) ดินและปุ๋ย

ในการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ ต้องปลูกพืชคลุมดินรอบๆแปลงเกษตร เพื่อป้องกันการชะล้างหน้าดิน และการไหลออกของดินสู่พื้นที่อื่น เน้นการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ที่หาได้ง่าย ได้แก่ ปุ๋ยคอก ทั้งจากมูลโค มูลกระบือ มูลไก่ รวมถึง ปุ๋ยหมักจากพืช แกลบ แกลบดำ ชีและเลื่อย หรือใช้วัสดุอินทรีย์ที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นเป็นปุ๋ยสด เช่น เศษพืชหลังการเก็บเกี่ยว เศษใบไม้ การเน้นการใช้ปุ๋ยพืชสด โดยเฉพาะการปลูกพืชตระกูลถั่วต่างๆ หรือใช้หินแร่เป็นแหล่งเสริมธาตุอาหาร และปรับปรุงดิน เช่น แร่ยิปซัม หินฟอสเฟต เปลือกหอยเผา และปูนขาว นอกจากนี้แล้วเกษตรกรอินทรีย์ต้องหลีกเลี่ยงการเผาตอซังและวัสดุอินทรีย์ ซึ่งอาจทำให้จุลินทรีย์ และสิ่งมีชีวิตในดินตายได้ รวมถึงจะเป็นการเร่งการเสื่อมสภาพของดินให้เร็วขึ้น

2) น้ำ

การจัดการแหล่งน้ำให้เพียงพอ ทั้งน้ำจากโครงการชลประทาน และน้ำจากบ่อที่ขุดเอง เกษตรอินทรีย์ต้องหลีกเลี่ยงการใช้น้ำที่มาจากแหล่งชุมชน หรือแหล่งอุตสาหกรรมมารดพืชในแปลงเกษตร ซึ่งอาจทำให้พืชผักเกิดปนเปื้อนสารเคมีได้

3) อากาศ

สำหรับการปลูกพืชผักมักไม่ค่อยพบปัญหาทางด้านมลพิษ แต่จะพบมากบริเวณพื้นที่รอบชุมชนเมือง ชุมชนอุตสาหกรรม ดังนั้น โอกาสที่พืชจะปนเปื้อนสารเคมีจึงเป็นไปได้สูง แต่หากหลีกเลี่ยงไม่ได้ เกษตรกรอินทรีย์จะใช้แนวทางดังนี้

- การปลูกไม้ยืนต้นล้อมรอบแปลงเกษตร เพื่อเป็นเกาะกำบังฝุ่นหรือสารพิษ
- สร้างโรงเรือนระบบปิดเพื่อใช้สำหรับปลูกพืช

นอกจากปัญหาในเรื่องมลพิษทางอากาศแล้ว การส่งเสริมเพื่อเพิ่มผลผลิตที่เกี่ยวข้องในด้านอื่น ได้แก่

- การจัดแนวปลูกในทิศขวางตะวัน

- การจัดแนวปลูกในทิศตามลม
- การปลูกพืชอื่นล้อมรอบ เพื่อให้ความชื้น และรักษาความชื้นของอากาศรอบแปลง

เกษตร

4) โรคพืชและแมลง

ในการกำจัดโรคพืชและแมลง เกษตรกรอินทรีย์ต้องหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีกำจัดวัชพืชกำจัดศัตรูพืชทุกชนิด เน้นการใช้สารสกัดหรือน้ำต้มจากสมุนไพร เช่น สะเดา ดาวเรือง บอระเพ็ด ตะไคร้หอม เป็นต้น สำหรับฉีดพ่นป้องกันโรค และแมลงต่างๆ ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการปล่อยและส่งเสริมการเพิ่มจำนวนของตัวห้ำ ตัวเบียน เพื่อช่วยในการควบคุมแมลงศัตรูพืช เช่น นก แตน ต่อ และแมลงปอ และใช้เชื้อราในการฉีดพ่นเพื่อกำจัดแมลงศัตรูพืช เช่น เชื้อราเบอร์บีเรีย

5) ผลผลิต

ในช่วงการเก็บเกี่ยว หลีกเลี่ยงการฉีดหรือพรมควันด้วยสารเคมี สำหรับป้องกันด้วงแมลงในเมล็ดธัญพืช แต่เน้นในเรื่องการจัดการแทน เช่น การเก็บในโรงเรือนปิด การจัดสร้างโรงเรือนที่ถ่ายเทอากาศได้ดี หลีกเลี่ยงการใช้สารฟอกขาว การใช้สารเคมีเร่งการสุกของผลไม้ และการใช้สารเคมีเคลือบผิวผักผลไม้

3.2.3 โซ่อุปทานธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย (Organic Supply Chain in Thailand)

1. กลุ่มต้นน้ำ ได้แก่ ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตที่มีบทบาทสำคัญ 2 กลุ่ม คือ

1.1 ผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์

ในระบบการผลิตพืชอินทรีย์ เมล็ดพันธุ์พืช (Seed) เป็นหัวใจสำคัญเริ่มต้นในระบบการผลิตพืชทุกชนิด เพราะการเลือกใช้เมล็ดพันธุ์ดีมีคุณภาพ ควบคู่กับการจัดการฟาร์มที่ดีจะทำให้ได้ผลผลิตที่ดี เมล็ดพันธุ์อินทรีย์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลักคือ

- 1) เมล็ดพันธุ์อินทรีย์ที่เกษตรกรทำคัดและเก็บเพื่อใช้เองภายในฟาร์ม
- 2) เมล็ดพันธุ์อินทรีย์ที่มีบริษัทนำเข้าและบริษัทที่ทำการผลิตปรับปรุงสายพันธุ์ใหม่

1.2 ผู้ผลิตและจำหน่ายปุ๋ยอินทรีย์

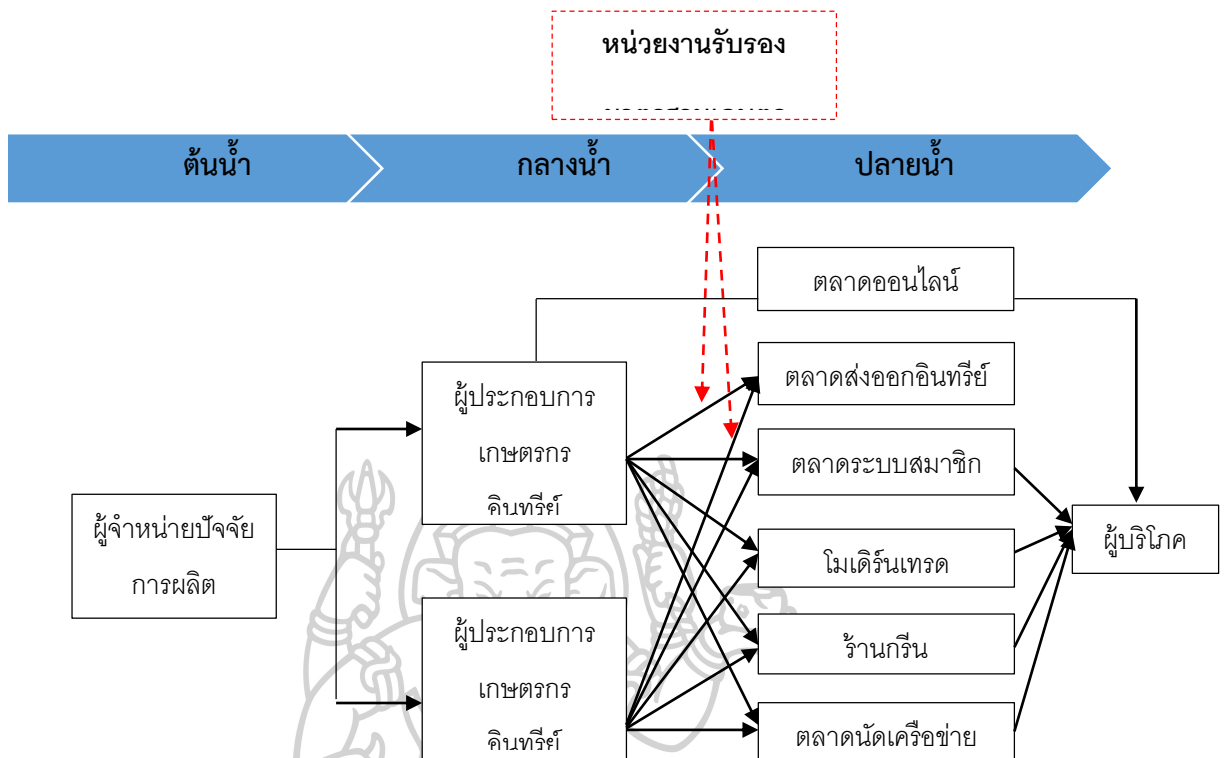
ปุ๋ยอินทรีย์เป็นตลาดที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากผู้บริโภคหันมาใส่ใจในเรื่องของความปลอดภัยในการบริโภคมากขึ้น และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ส่งเสริมให้

เกษตรกรลดต้นทุนการผลิต โดยให้เน้นการใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพิ่มขึ้น ปุ๋ยอินทรีย์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลักคือ

- 1) ปุ๋ยอินทรีย์ที่เกษตรกรทำการผลิตเพื่อใช้เองภายในฟาร์ม ได้แก่ ปุ๋ยคอกจากมูลสัตว์ ปุ๋ยหมักที่ได้จากการหมักพืชหรือใบไม้ต่างๆ
- 2) ปุ๋ยอินทรีย์ที่มีการผ่านกรรมวิธีการผลิตจากโรงงานที่มีมาตรฐาน ซึ่งมีทั้งการนำเข้าและผลิตเองในประเทศ

2. กลุ่มกลางน้ำ ได้แก่ ผู้ประกอบการเกษตรกรอินทรีย์แบบเดี่ยวและแบบกลุ่มที่ผลิตบางกลุ่มเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้แปรรูปเพื่อจำหน่ายใน ตลาดระบบสมาชิก โมเดิร์นเทรด ร้านกรีนและตลาดนัดเครือข่าย และผู้ประกอบการเกษตรกรรายเดี่ยวเริ่มจำหน่ายในระบบออนไลน์ รวมทั้งขายผ่าน E Marketplace ที่อยู่ในกลุ่มนี้ จะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการเกษตรกรที่มีความรู้เข้าใจการทำตลาดอยู่พอสมควร

3. กลุ่มปลายน้ำ ได้แก่ ตลาดส่งออก ตลาดระบบสมาชิก โมเดิร์นเทรด ร้านกรีน ตลาดนัดเครือข่าย ตลาดออนไลน์ และผู้บริโภค ผู้ประกอบการเกษตรกรหันมาผลิตเพื่อจำหน่ายให้กับผู้ซื้อขั้นสุดท้าย เช่น โมเดิร์นเทรด ได้แก่ ซูเปอร์มาร์เกต (Supermarket) ไฮเปอร์มาร์เกต (Hypermarket) และห้างสรรพสินค้า (Department Store) ผู้ประกอบการเกษตรกรบางกลุ่มผลิตเพื่อรองรับ โรงแรมและร้านอาหาร เนื่องจากผู้รับซื้อต้องการความมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์ไร้สารเคมีจริง จึงพยายามเลือกผลผลิตตั้งแต่แหล่งผลิต เพื่อให้สามารถทราบถึงแหล่งที่มา และสามารถวางแผนการผลิตร่วมกันได้อย่างใกล้ชิด ผู้วิจัยสังเคราะห์สรุปเป็นแผนภาพโซ่อุปทานธุรกิจเกษตรอินทรีย์ดังภาพที่



ภาพที่ 12 การสังเคราะห์โซ่อุปทานธุรกิจเกษตรอินทรีย์

ที่มา : ผู้วิจัย

จากการวิจัยพบว่า โครงสร้างของธุรกิจเกษตรอินทรีย์มีการเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบการผลิตแบบเดิมจากเกษตรกรรายย่อยที่ต่างคนต่างผลิตเพื่อจำหน่ายให้กับพ่อค้าคนกลางที่เข้ามารับซื้อหน้าฟาร์ม หรือเกษตรกรนำไปส่งยังแหล่งรวบรวมภายในท้องถิ่น เปลี่ยนไปสู่การผลิตในรูปแบบการตกลงกับผู้รับซื้อล่วงหน้า (Contract Farming) มีการตกลงกับผู้รับซื้อล่วงหน้าว่าจะมีผลิตผลประเภทใด จำนวนเท่าไร เพื่อส่งในระยะเวลาที่ได้ตกลงกัน ทำให้เกษตรกรสามารถวางแผนการปลูกได้ล่วงหน้า ช่วยลดความผันผวนของราคา จากระบบเดิมที่มีการจำหน่ายตามราคาตลาด เป็นการจำหน่ายตามราคาที่ตกลงไว้ล่วงหน้าแทน นอกจากนี้แล้วรูปแบบการผลิตจากเดิมที่เคยปลูกพืชเชิงเดี่ยวก็กลายเป็นการปลูกพืชหลากหลายชนิดเพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาอีกด้วย

4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านนโยบาย (Policy)

4.1 ยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย

นโยบายระดับประเทศที่เกี่ยวข้องกับแนวทางเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย เกิดขึ้นปี พ.ศ. 2535 ในสมัยรัฐบาลนายชวน หลีกภัย กำหนดให้มีการส่งเสริมเกษตรผสมผสานเป็นนโยบายระดับประเทศ แม้เกษตรผสมผสานจะไม่ใช่อินทรีย์ แต่มีวิถีการดำเนินการที่คล้ายกันเพราะทั้งเกษตรอินทรีย์และเกษตรผสมผสานเป็นหนึ่งในระบบระบบเกษตรกรรมยั่งยืน (Sustainable Agriculture) ทั้งนี้เป็นผลมาจาก พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 ที่ต้องการพัฒนาแหล่งน้ำตามธรรมชาติจึงส่งเสริมให้เกษตรกรทำไร่นาสวนผสม

คำว่า “เกษตรอินทรีย์” กำหนดไว้เป็นนโยบายระดับชาติของประเทศไทยเป็นครั้งแรกในปี 2544 ในสมัยรัฐบาลพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรี ซึ่งกำหนดนโยบายเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์อย่างละเอียดและชัดเจน มีการกำหนดแผนงานในระดับกระทรวงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ยุทธศาสตร์ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ปี พ.ศ. 2547-2551 และมีแผนงบประมาณการพัฒนาเกษตรอินทรีย์เชิงบูรณาการเพื่อขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์เป็นวาระแห่งชาติ ในปี พ.ศ. 2549-2552 เพื่อให้คนไทย 60 ล้านคน ได้มีโอกาสบริโภคผลิตภัณฑ์ปลอดภัยจากสารพิษ ทำให้เกิดสุขอนามัยที่ดี และเกษตรกรผู้ผลิตผลผลิตทางการเกษตรจำนวน 5 ล้านราย ปลอดภัยจากสารพิษทางการเกษตร เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 พ.ศ. 2540-2544 ให้มีความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยระบุเป้าหมายพื้นที่ที่จะปรับโครงสร้างการเกษตรแบบยั่งยืนในรูปแบบต่างๆ คือ เกษตรอินทรีย์ วนเกษตร เกษตรธรรมชาติ เกษตรผสมผสาน และเกษตรทฤษฎีใหม่ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ของพื้นที่การเกษตรทั้งประเทศ ภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545-2549 มีทิศทางตามแผนพัฒนาฉบับที่ 8 ที่ยึดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการส่งเสริมการเกษตรแบบยั่งยืนตามลำดับ

ประเทศไทยมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติฉบับที่ 1 พ.ศ. 2551-2554 และมีนโยบายด้านเกษตรอินทรีย์ชัดเจนเป็นรูปธรรมมากขึ้น ในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 – 2564 และในปี 2560 คณะรัฐมนตรี (ครม.) ในสมัยรัฐบาล พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา เห็นชอบอนุมัติงบประมาณสนับสนุนโครงการแผนปฏิบัติการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ 2560 ระหว่างเดือนกรกฎาคม-กันยายน พ.ศ. 2560 จำนวน 185 โครงการ งบประมาณ 1,399 ล้านบาท ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมการวิจัย การสร้างและเผยแพร่องค์ความรู้และนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ ส่งเสริมการวิจัย เพื่อให้ได้พันธุ์พืช ปัจจัยการผลิต การสร้างและเผยแพร่องค์ความรู้ อบรมเกษตรกรด้านเกษตรอินทรีย์ งบประมาณ 413 ล้านบาท จำนวน 100 โครงการ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาการผลิตสินค้าและบริการเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ จัดทำปัจจัยการผลิต ส่งเสริมการทำปุ๋ยอินทรีย์ พัฒนาศักยภาพการผลิต โดยส่งเสริมการผลิตข้าวอินทรีย์ การเพาะเลี้ยงสัตว์อินทรีย์ ส่งเสริมระบบแปลงใหญ่ ต้นแบบเกษตรอินทรีย์ งบประมาณ 863 ล้านบาท จำนวน 31 โครงการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาการตลาดสินค้าและบริการ และการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ได้แก่ พัฒนามาตรฐานและระบบการตรวจรับรอง เพื่อยกระดับมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ งบประมาณ 106 ล้านบาท จำนวน 48 โครงการ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์ เช่น โครงการพัฒนาเกษตรอินทรีย์วิถีโยธธรร งบประมาณ 15 ล้านบาท จำนวน 6 โครงการ โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แก่ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ดังที่ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่า

“แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติมีเป้าหมายเพื่อให้มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์ 6 แสนไร่ ภายในปี 2564 และเพิ่มจำนวนเกษตรกรให้ได้ 30,000 ราย เพิ่มสัดส่วนการตลาดในประเทศให้ได้ 40% ส่งออกให้ได้ 60% รวมทั้งยกระดับกลุ่มเกษตรอินทรีย์พื้นบ้านเพิ่มขึ้น ในขณะที่เกษตรกรต้องลดการใช้ปุ๋ยเคมีให้ได้ 10% ใน 5 ปีด้วยในกลไกการขับเคลื่อนจะมีการจัดตั้งสถาบันพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติขึ้น และให้การสนับสนุนผ่านเครือข่ายระดับท้องถิ่น ภายใต้ยุทธศาสตร์นี้จะมีการสนับสนุนแหล่งเงินทุนและเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ หรือใช้เงินทุนของรัฐที่มีการจัดตั้งไว้แล้วสำหรับเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียนกับเกษตรกร องค์กรการเกษตรรวมถึงผู้ประกอบการสินค้าเกษตรอินทรีย์ในรูปแบบต่าง ๆ อย่างครบวงจร ในขณะที่จะสนับสนุน Green Credit ผ่านสถาบันการเงิน โดยให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำผ่อนปรนกับผู้ผลิต แปรรูป จำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ และปัจจัยการผลิตอินทรีย์ รวมทั้งให้ทุนอุดหนุนเกษตรกรรายย่อย เกษตรกรต้นน้ำที่ปรับเปลี่ยนมาทำเกษตรอินทรีย์ด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1, 2560)

นอกจากนี้กระทรวงพาณิชย์ มีนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมเกษตรกรไทยทำเกษตรอินทรีย์ เพื่อรองรับความต้องการของตลาดโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งตลาดยุโรป ที่มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จัดทำแผนพัฒนาผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ไทย ซึ่งแผนพัฒนาฯ จะมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ และให้ความรู้ในการผลิตสินค้าเกษตร

อินทรีย์แก่เกษตรกรและผู้ผลิต รวม 9 โครงการ ได้แก่ การจัดมหกรรมสินค้าอินทรีย์ การสร้างเครือข่ายเยาวชนอินทรีย์ การจัดตลาดนัดสีเขียว การจัดโครงการส่งเสริมและพัฒนา Organic Village และ Organic Farm Outlet และการจัดงาน Organic & Natural Expo 2017 ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าอินทรีย์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ในส่วนของเจ้าหน้าที่พาณิชย์จังหวัด จัดให้มีโครงการอบรมฝึกปฏิบัติเชิงลึกในสวนเกษตรอินทรีย์ สำหรับพาณิชย์จังหวัด ที่มีเกษตรกรในพื้นที่ทำการเกษตรอินทรีย์ ในโครงการ Organic Training Program เพื่อให้พาณิชย์จังหวัดและเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบด้านส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าอินทรีย์มีความรู้และศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพิ่มช่องทางการตลาดการสร้างเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์และผู้ประกอบการ สามารถถ่ายทอดและเป็นพี่เลี้ยงให้กับเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดของตน ในด้านการวางแผนการตลาดการบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมา (Story) ของสินค้า การออกแบบผลิตภัณฑ์ การขอตรารับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ระดับสากล การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในระดับนานาชาติ รวมทั้งด้านการวางแผนการตลาด ช่องทางการตลาดตลาดดิจิทัล การสร้างเครือข่ายเกษตรกรและผู้ค้าเกษตรอินทรีย์

ยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยนี้สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 หรือ “Thailand 4.0” ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม โดยมีองค์ประกอบสำคัญ คือ การเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิง นวัตกรรม เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรมไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น การขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการในปี 2561 ตามนโยบายดังกล่าว จะเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาการเกษตรเร่งเครื่องสู่เกษตร 4.0 อย่างต่อเนื่องในปี 2562-2564 ตามแผนขับเคลื่อน Smart Agricultural Curve สอดคล้องกับยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี และแผนพัฒนาการเกษตร ระยะ 5 ปี เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายเพิ่มรายได้เฉลี่ยของเกษตรกรถึง 390,000 บาท/คน/ปี เป็น Smart Farmer และ GDP ภาคเกษตรต้องเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 3% ต่อปี

เห็นได้ว่ายุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยเป็นนโยบายหลักที่ใช้ในการขับเคลื่อนเกษตรอินทรีย์ในยุคประเทศไทย 4.0 เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาไปสู่เกษตรกร 4.0 โดยถ่ายทอดและกระจายแผนยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยนำไปใช้ในทุกส่วนที่เกี่ยวข้องจึงการสร้างโอกาสอันดีให้กับเกษตรกรอินทรีย์ไทยให้มีความเข้มแข็งและสามารถช่วยสนับสนุนพัฒนาเกษตรกรเคมีที่ต้องการพัฒนาไปสู่การทำเกษตรอินทรีย์

5. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านภูมิศาสตร์ (Geographic)

5.1 พื้นที่เกษตรอินทรีย์ (Organic Area)

รายงานสถิติเกษตรอินทรีย์ของปี 2560 ที่จัดทำขึ้นโดยสถาบันวิจัยเกษตรอินทรีย์ (RESEARCH INSTITUTE OF ORGANIC AGRICULTURE – FIBL) และ IFOAM – ORGANICS INTERNATIONAL แสดงการขยายตัวของพื้นที่การผลิตเกษตรอินทรีย์ โลก ในช่วงระหว่างปี 2557-2558 โดยข้อมูลปี 2558 ระบุว่า ใน 179 ประเทศทั่วโลก มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์รวมกัน กว่า 318.13 ล้านไร่ โดยประเทศออสเตรเลียยังเป็นผู้นำในด้านพื้นที่การผลิตเกษตรอินทรีย์ โดยมีพื้นที่ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ราว 141.8 ล้านไร่ รองลงมาคือ อาร์เจนตินา 19.21 ล้านไร่ และสหรัฐอเมริกา 12.68 ล้านไร่ และมีเพียง 11 ประเทศที่มีสัดส่วนพื้นที่เกษตรอินทรีย์มากกว่า 10% ของพื้นที่การเกษตรของประเทศ เช่น ลิกเตนสไตน์ ออสเตรเลีย สวีเดน เอสโตเนีย และเซาตูเมและปรินซิปี ส่วนประเทศที่มีผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์มากที่สุด 3 อันดับแรกของโลก คือ อินเดีย (585,200 ครอบครัว) เอธิโอเปีย (203,602 ครอบครัว) และเม็กซิโก (200,039 ครอบครัว) โดยทั่วโลกรวมกันมีเกษตรกรอินทรีย์กว่า 2.4 ล้านครอบครัว

ปัจจุบันทั่วโลกมีพื้นที่เกษตรอินทรีย์ราว 50.9 ล้านเฮกตาร์หรือคิดเป็นสัดส่วน 1% เมื่อเทียบกับพื้นที่เพาะปลูกแบบใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมีแบบดั้งเดิมของโลก แสดงให้เห็นโอกาสในการเติบโตของตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ของประเทศในภูมิภาคอาเซียนและประเทศทั่วโลก ทั้งๆที่ประเทศไทยและประเทศอื่นๆในภูมิภาคอาเซียนนั้นมีศักยภาพของการเป็นศูนย์กลางผู้ผลิตและผู้ค้าสินค้าอินทรีย์และเกษตรอินทรีย์ที่สามารถป้อนให้กับความต้องการทั่วโลก เห็นได้จากตารางที่ 16 การเปรียบเทียบพื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ในแต่ละปีสัดส่วนของพื้นที่เกษตรทั่วโลกดังนี้

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบพื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ในแต่ละทวีป

ทวีป	พื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์
อเมริกาเหนือ	3.0 ล้านเฮกตาร์
ยุโรป	12.7 ล้านเฮกตาร์
เอเชีย	4.0 ล้านเฮกตาร์
ละตินอเมริกา	6.7 ล้านเฮกตาร์
แอฟริกา	1.7 ล้านเฮกตาร์
โอเชียเนีย	22.8 ล้านเฮกตาร์

ที่มา : รายงานการประชุมการสัมมนาเชิงวิชาการ Organic Symposium 2017

ภูมิภาคอาเซียนมีการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์กว่า 513,000 เฮกตาร์โดยมีผู้ผลิตกว่า 197,000 ราย ซึ่งภูมิภาคอาเซียนอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการเปลี่ยนถ่ายจากการเพาะปลูกแบบดั้งเดิมมาเป็นแบบเกษตรอินทรีย์และผลิตเพื่อส่งออกไปตลาดต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ โดยมีประเทศฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่มีพื้นที่การทำเกษตรอินทรีย์มากที่สุดคือ ร้อยละ 46 ของพื้นที่เพาะปลูกทั้งหมดของประเทศ รองลงมาได้แก่ประเทศอินโดนีเซีย เวียดนาม และประเทศไทยที่ อัตราร้อยละ 26 ร้อยละ 15 และร้อยละ 9 ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกัน ทวีปเอเชียมีพื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นร้อยละ 11 ในปี 2558 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2559 ในกลุ่มประเทศอาเซียนประเทศฟิลิปปินส์มีอัตราการเติบโตของพื้นที่เพาะปลูกสูงที่สุดถึงร้อยละ 113 เมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างปี 2557 กับปี 2558 รองลงมา คือประเทศเวียดนาม ร้อยละ 78 ประเทศไทยและกัมพูชามีอัตราการเติบโตเท่ากันคือร้อยละ 21 อินโดนีเซียร้อยละ 14 ประเทศเมียนมาร์ ร้อยละ 6 และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ร้อยละ 3

พื้นที่เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจาก 235,523 ไร่ในปี 2557 เป็น 284,918 ไร่ในปี 2558 และจำนวนฟาร์มเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นจาก 9,961 ฟาร์ม เป็น 13,154 ฟาร์มแม้พื้นที่เกษตรอินทรีย์ของไทยจะขยายตัวอย่างรวดเร็ว (+ร้อยละ 21) แต่ก็ยังคงคิดเป็นสัดส่วนเพียงแค่ร้อยละ 0.2 เทียบกับพื้นที่เกษตรทั้งหมดพื้นที่ที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่ใช้ในการเพาะปลูกข้าวอินทรีย์ แต่การปลูกผักและผลไม้ กาแฟอินทรีย์ในประเทศกลับมีพื้นที่ลดลง

5.2 พื้นที่การเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ที่โดดเด่นในประเทศไทย

สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่โดดเด่นของไทย ปี 2560 แบ่งตามภูมิภาคของประเทศไทย พบว่าภาคเหนือมีพื้นที่เพาะปลูกอินทรีย์กว่า 70,000 ไร่ พื้นที่เพาะปลูกสำคัญได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำปาง แพร่ ตาก ภาคกลางแหล่งเพาะปลูกผลไม้อินทรีย์ที่สำคัญ ได้แก่ นครปฐม จันทบุรี ราชบุรี พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี ภาคตะวันออกเฉียงเหนือปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่สำคัญได้แก่ สุรินทร์ บุรีรัมย์ อุบลราชธานี ร้อยเอ็ด อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ ยโสธร มหาสารคามและภาคเหนือบางส่วน ภาคใต้แหล่งปลูกมะพร้าวอินทรีย์ที่สำคัญที่ ประจวบคีรีขันธ์แล้ว ยังมีความโดดเด่นในเรื่องของธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรม ร้านอาหาร สปา โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงได้แก่ ภูเก็ต พังงา สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย เกาะพะงัน) ตามที่ได้แสดงไว้ในตารางที่ 9 สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่โดดเด่นของไทย ปี 2560 และภาพที่ 13 แผนที่สินค้าอินทรีย์ในระดับประเทศ

ตารางที่ 9 สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่โดดเด่นของไทย ปี 2560

ภูมิภาค	ผลผลิต/ผลิตภัณฑ์
ภาคเหนือ	ชา
ภาคกลาง	ผักและผลไม้
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ข้าวหอมมะลิอินทรีย์
ภาคใต้	มะพร้าว

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์ งาน Organic and Natural Expo 2017



ภาพที่ 13 แผนที่สินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับประเทศ

ที่มา : ทำเนียบสินค้าอินทรีย์ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

สินค้าอินทรีย์ที่โดดเด่นของไทยจำแนกตามภูมิภาคโดยกระทรวงพาณิชย์แบ่งออกเป็น 4 ภูมิภาคดังนี้

1. ภาคเหนือ

ชา เป็นสินค้าอินทรีย์ที่โดดเด่นของภาคเหนือ เป็นพืชอุตสาหกรรมที่ใช้แปรรูปเป็น เครื่องดื่มและผลิตภัณฑ์อื่นๆ โดยผลผลิตใบชาของโลกเป็นชาดำหรือชาฝรั่ง (Black Tea) ประมาณ 70% อีก 30% เป็นชาใบ ซึ่งรวมถึงชาเขียวและชาอู่หลง ในประเทศไทยมีพื้นที่การปลูกชา ทั้งหมดกว่า 7 หมื่นไร่ พื้นที่เพาะปลูก ที่สำคัญได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำปาง แพร่ ตาก โดยพื้นที่ปลูกชาอินทรีย์ของไทยซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในภาคเหนือ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมากเนื่องจากตลาดต่างประเทศ เช่น จีน ไต้หวัน ฮองกง สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา มีความต้องการนำเข้าชาอินทรีย์ ทำ

ให้ผู้ผลิตชาเพื่อการส่งออกต้องเร่งปรับตัวเข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์ เพื่อสร้างจุดแข็งให้กับสินค้า และสามารถแข่งขันได้ สินค้าอินทรีย์รองลงมาได้แก่ ผัก ผลไม้ และข้าว



ภาพที่ 14 แผนที่สินค้าเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ

ที่มา : ทำเนียบสินค้าอินทรีย์ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ เป็นสินค้าอินทรีย์ที่โดดเด่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประเทศไทยสามารถส่งออกข้าวหอมมะลิไปยัง ตลาดโลก สร้างรายได้เข้าประเทศปีละกว่า 26,000 ล้านบาท โดยข้าวหอมมะลิเป็นพืชเศรษฐกิจที่เป็นที่นิยมอย่างมาก เพราะ ต้นทุนต่ำ ราคาขายดี คุณภาพเยี่ยม เนื่องจากเป็นข้าวเจ้า และธัญพืชที่มีถิ่นกำเนิดในประเทศไทย เป็นข้าวไทยสายพันธุ์แท้ดั้งเดิม พันธุ์เดียวในโลก ไม่มีการตัดต่อพันธุกรรมใดๆ เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และเป็นข้าวที่ได้รับการกล่าวขานว่า เป็นข้าวที่อร่อยที่สุดในโลก แม้ว่าหลายประเทศได้พยายามปลูกข้าวสายพันธุ์นี้ แต่ไม่มีประเทศใด สามารถปลูกได้คุณภาพดีเท่ากับปลูกในประเทศไทย

แหล่งเพาะปลูกข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่สำคัญของไทยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ สุรินทร์ บุรีรัมย์ อุบลราชธานี ร้อยเอ็ด อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ ยโสธร มหาสารคาม และภาคเหนือบางส่วน เช่น เพชรบูรณ์ พะเยา เชียงราย โดยตลาดส่งออก ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ที่มีมูลค่าสูงเป็นอันดับหนึ่ง คือ ตลาดสหภาพยุโรป



ภาพที่ 15 แผนที่สินค้าเกษตรอินทรีย์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ที่มา : ทำเนียบสินค้าอินทรีย์ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

3. ภาคกลาง

ผักและผลไม้อินทรีย์ ประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในผู้ผลิตและผู้ส่งออกพืชผลทางการเกษตรหลากหลายประเภทที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้การตอบรับ โดยเฉพาะผักและผลไม้ไทย ได้รับความนิยมทั้งในตลาดเอเชีย สหภาพ ยุโรป และ อเมริกาเหนือ สำหรับสินค้าผักและผลไม้อินทรีย์ไทยนั้น มีศักยภาพในการเติบโตได้อีกมากในตลาดต่างประเทศ โดยมีตลาดส่งออกสำคัญในสหภาพยุโรป

แหล่งเพาะปลูกพืชผักผลไม้อินทรีย์ที่สำคัญได้แก่ นครปฐม จันทบุรี ราชบุรี พระนครศรีอยุธยา ปทุมธานี ประจวบคีรีขันธ์ สำหรับพืชผักผลไม้อินทรีย์ที่มีสัดส่วนการส่งออกมากคือ หน่อไม้ฝรั่ง ข้าวโพดฝักอ่อน ข้าวโพดหวาน ผักตระกูลสลัด กลัวยหอม สับปะรด มะม่วง เงาะ มังคุด ทูเรียน ลิ้นจี่ขนุน เครื่องเทศและสมุนไพรต่างๆ



ภาพที่ 16 แผนที่สินค้าเกษตรอินทรีย์ภาคกลาง

ที่มา : ทำเนียบสินค้าอินทรีย์ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

4. ภาคใต้

ธุรกิจบริการอินทรีย์ภาคใต้ของไทยมีความโดดเด่นในเรื่องของธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้ง โรงแรม ร้านอาหาร สปา โดยเฉพาะ ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง อาทิ จ.ภูเก็ต พังงา สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย และเกาะพะงัน) ผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงความสำคัญและริเริ่มที่จะทำตลาด บริการเกษตรอินทรีย์ ทั้งในด้านการ เลือกลงใช้ผลิตภัณฑ์ เมนูอาหาร รวมถึง การจัดท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จากการลงพื้นที่วิจัยพบว่า ในปี 2560 ภาคใต้มีผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) ได้แก่ ชุมพร ตรัง นครศรีธรรมราช และสุราษฎร์ธานี และอยู่ในช่วงการปรับเปลี่ยน (ข้อมูล ณ วันที่ 26 กันยายน 2560)



ภาพที่ 17 แผนที่สินค้าเกษตรอินทรีย์ภาคใต้

ที่มา : ทำเนียบสินค้าอินทรีย์ สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

6. วิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมนอกของเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมนอกของเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis เพื่อประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ได้ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 10-11

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของเกษตรกรอินทรีย์ในประเทศไทย

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"> 1. รักในความเป็นเกษตรกรอินทรีย์ 2. มีจิตวิญญาณของผู้ประกอบการเพื่อสังคม 3. ตระหนักและใส่ใจสุขภาพและสิ่งแวดล้อม 4. มีความรู้ความเข้าใจระบบนิเวศ 5. มีการวางแผนการใช้ที่ดินขนาดของฟาร์มในการเกษตรอินทรีย์อย่างเหมาะสม 6. มีการชลประทานเพื่อการเกษตรอินทรีย์อย่างเป็นระบบเพื่อให้มีน้ำใช้ในฟาร์มตลอดปี 7. มีความรู้ความเข้าใจระบบเกษตรอินทรีย์ทั้งระบบตั้งแต่ต้นน้ำกลางน้ำและปลายน้ำ 8. สามารถวางแผนการบริหารจัดการในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ได้เป็นอย่างดี 9. เกษตรกรอินทรีย์มีประสบการณ์ในการปลูก 10. ใช้ภูมิปัญญาเกษตรอินทรีย์วิถีไทยในการควบคุมโรคและแมลง 11. เป็นผู้แสวงหาความรู้อยู่ตลอดเวลา โดยการเข้าร่วมการอบรม ศึกษาดูงาน แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากฟาร์มอินทรีย์ที่ประสบความสำเร็จ 12. ใช้ปัจจัยการผลิตที่หาได้ง่ายในชุมชน 13. สามารถผลิตปุ๋ยเองทำให้สะดวกและลดต้นทุน 14. มีระบบการผลิตเมล็ดพันธุ์พืชอินทรีย์เพื่อให้ได้เมล็ดพันธุ์ที่ดีทนต่อโรคและแมลง 15. มีความเข้าใจในเรื่องความต่อเนื่องของการผลิตและการตลาด 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีต้นทุนโลจิสติกส์สูง เนื่องจากค่าขนส่งและค่าเก็บรักษาสินค้าในโกดังมีราคาสูง 2. ขาดความรู้ในเรื่องการจัดการตลาดทำให้มีต้นทุนค่าใช้จ่ายการตลาดสูง 3. มีต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านการควบคุมให้การผลิตเป็นไปตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่กำหนด ทำให้ต้นทุนการผลิตของเกษตรกรเพิ่มขึ้น 4. ผลผลิตเกษตรอินทรีย์เฉลี่ยต่อไร่ค่อนข้างต่ำ ต้องใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในปริมาณมาก 5. ใช้แรงงานคนใส่ใจดูแลในการเพาะปลูกทำให้มีต้นทุนปัจจัยการผลิตสูง

<p>16. มีศักยภาพสูง เพราะมีความหลากหลายทั้งในด้านการเพาะปลูก และความถนัดที่แตกต่างกันในแต่ภูมิภาค</p> <p>17. มีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์</p> <p>18. มีการเข้าร่วมกับสถาบันการศึกษาทำให้ได้รับการสนับสนุนด้านวิชาการอย่างเต็มที่</p> <p>19. เรียนรู้การแปรรูปผลผลิตที่ตกเกรดเพื่อเพิ่มมูลค่า</p> <p>20. ผลิตสินค้าเกษตรกรอินทรีย์ได้รับมาตรฐานการส่งออก</p>	
--	--

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก โอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) ของเกษตรกรอินทรีย์ในประเทศไทย

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<p>1. นโยบายยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรกรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 – 2564 สนับสนุนเกษตรกรอินทรีย์อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น</p> <p>2. พื้นที่เพาะปลูกในประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ และมีจำนวนมาก</p> <p>3. กระแสการตื่นตัวด้านการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพและสิ่งแวดลอม ส่งผลให้สินค้าเกษตรกรอินทรีย์มีแนวโน้มเป็นที่ต้องการมากขึ้น</p> <p>4. ผู้บริโภคในประเทศไทยเริ่มพิถีพิถันและให้ความสำคัญกับแหล่งที่มาของวัตถุดิบและ</p> <p>5. ต่างประเทศต้องการผลิตภัณฑ์อินทรีย์เพิ่มขึ้น</p> <p>6. มีการตีพิมพ์ผลการวิจัยด้านสุขภาพสนับสนุนสินค้าอินทรีย์</p>	<p>1. การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก ส่งผลกระทบต่อปริมาณการผลิตพืชอาหารในแต่ละปี</p> <p>2. พืชที่ปลูกด้วยระบบเกษตรกรอินทรีย์มักไม่ทนทานต่อการเกิดโรคระบาดและสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป</p> <p>3. การเกิดภัยธรรมชาติ เช่น การเกิดโรคตายพรายในกล้วย การเกิดภัยแล้ง พายุฝน หรือลมกรรโชกแรงในพื้นที่เพาะปลูก</p> <p>4. มาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษีเป็นอุปสรรคในการส่งสินค้าอินทรีย์ไปสู่ต่างประเทศ</p> <p>5. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรกรอินทรีย์</p> <p>6. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่สามารถแยกความแตกต่างระหว่างการปลูกแบบปลอดสาร ไฮโดรโปนิกส์ และอินทรีย์</p>

<p>7. การเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุส่งผลให้สินค้าอินทรีย์ได้รับการตอบรับที่ดีขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มพืชสมุนไพรอินทรีย์</p> <p>8. สินค้าเกษตรประเภทผักและผลไม้อินทรีย์เป็นที่ต้องการของตลาดตลอดทั้งปี</p> <p>9. การเพิ่มขึ้นของเทคโนโลยีการเกษตรที่ทันสมัยช่วยในการผลิตที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>10. เทคโนโลยีดิจิทัลส่งเสริมให้เกษตรกรอินทรีย์ติดต่อและเข้าถึงผู้บริโภคได้โดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง</p> <p>11. การพัฒนาระบบการตรวจรับรองแบบมีส่วนร่วม หรือ Participatory Guarantee System (PGS) ทำให้เกษตรกรเข้าสู่ตลาดได้ง่ายขึ้น</p>	<p>7. กลไกราคาสินค้าเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่ยังสูงกว่าสินค้าเกษตรทั่วไป</p> <p>8. การแข่งขันของผู้ผลิตจากต่างประเทศที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ</p> <p>9. การขายตัดราคาของเกษตรกรที่ไม่มีจริยธรรม</p> <p>10. ขาดการบูรณาการร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน</p> <p>11. งานวิจัยด้านเกษตรอินทรีย์ยังมีน้อยเมื่อเทียบกับงานวิจัยเกษตรด้านอื่นๆ</p> <p>12. การพัฒนาให้ความรู้เกษตรกรเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ยังมีน้อยมาก</p>
--	---

จากการสังเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 1 สามารถสรุปได้ว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องมีแนวโน้มไปในทิศทางที่ดี ทั้งนี้มาจากปัจจัยภายนอกที่สนับสนุนให้ธุรกิจเกษตรอินทรีย์เติบโตตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ขณะเดียวกันผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องของประเทศไทยเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการเพาะปลูกพืชที่มีความหลากหลาย มีทักษะและภูมิปัญญาเกษตรกรมายาวนาน แต่อย่างไรก็ตามยังมีเกษตรกรไทยอีกจำนวนมากที่ไม่สามารถรับมือกับปัจจัยภายนอกได้ ดังนั้นการวิจัยในขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยจะนำเสนอองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องที่แตกต่างจากเกษตรกร

ตอนที่ 2 การพัฒนา (Development : D1) องค์ประกอบความสำเร็จและพัฒนาองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

การวิจัยขั้นตอนที่ 2 มาจากการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจอินทรีย์ทั่วประเทศซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 30 คน ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่ได้สร้างขึ้นมาเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ในการวิจัยถึง องค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ และนำข้อมูลที่ได้นั้นมาวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จขององค์กรด้วย 7S McKinsey จากนั้นจึงนำข้อมูลองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ไปยกร่างเพื่อพัฒนาองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ด้วยแนวคิดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรสีเขียว (Agripreneurship Characteristics in Green Agribusiness) โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) เพื่อรับรององค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 โดยสรุปผลการวิเคราะห์จำแนกประเด็นดังนี้

1. องค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์

การวิจัยข้อมูลขั้นตอนที่ 2 มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจอินทรีย์ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 30 คน ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่ได้สร้างขึ้นมา เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลหลักตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามหลักการของ Creswell (1998) ซึ่งจะเป็นการแจกแจงเนื้อหาที่ปรากฏในเอกสารหรือคำพูดเป็นการค้นหาความรู้ที่เป็นความจริงจากผู้รู้จริง (Key Informants) โดยเป็นการตีความตามความจริงที่คาดว่ามีนัยนิยม (Interpretive) หรือส่อเค้าว่าจะเป็นอย่างที่ให้เนื้อความไว้ตามหลักทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรมตามแนวคิด McKinsey 7-S Framework มาประยุกต์ร่วมกับคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ (Agripreneurship Characteristics) เพื่อนำมาสังเคราะห์และจัดกลุ่มสร้างเป็นองค์ประกอบและ

ตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน 12 คน ตอบแบบสอบถามการสำรวจผู้เชี่ยวชาญ (Questionnaire Survey of experts: QSE) เพื่อให้ได้มุมมองจากผู้เชี่ยวชาญที่มาจากหน่วยงานที่แตกต่างกัน และวิเคราะห์การหาค่าน้ำหนักของตัวแปรองค์ประกอบและตัวชี้วัด โดยสรุปผลการวิเคราะห์จำแนกประเด็นดังนี้

1. กลยุทธ์ (Strategy) ของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในยุค 4.0 เป็นแนวคิดเปลี่ยนกระบวนทัศน์ด้านการเกษตรของประเทศไทย ซึ่งผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์มีแนวคิดปรัชญาที่อยู่เบื้องหลังว่า เมื่อผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องผลิตอาหารปลอดภัยตามวิถีธรรมชาติ จะช่วยให้ตัวเองและผู้บริโภคมีสุขภาพดี เมื่อผู้บริโภคได้รับสิ่งที่ดีย่อมเกื้อหนุนซื้อสินค้าจากเกษตรอินทรีย์ทำให้กลายเป็นวิถีแห่งความยั่งยืนของสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องมีความเข้าใจในมิติทัศน์ด้านการเกษตรและสังคมโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งในระดับมหภาคที่เกี่ยวกับ โครงสร้างและพฤติกรรมของสังคมโลกปัจจุบัน เข้าใจความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทิศทางการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านสังคมและวิทยาศาสตร์ในอนาคต ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ส่งผลต่อการปรับตัวในระดับจุลภาคที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทย ภาค จังหวัด และธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของตนเอง ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลกระทบต่อกระบวนการทางความคิดของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง ทำให้ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนต่อธุรกิจเกษตรอินทรีย์ว่า การเป็นแหล่งอาหารปลอดภัย และต้องการให้ผู้บริโภคได้รับประทานอาหารปลอดภัย กลยุทธ์ที่ทำให้เกษตรอินทรีย์ประสบความสำเร็จได้แก่ กิจการภายใต้การบริหารจัดการฟาร์มที่เป็นระบบเชิงพาณิชย์ เน้นการสร้าง ความสมดุลระหว่าง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมเพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน มองธุรกิจเป็น กระบวนการขับเคลื่อนทั้งระบบตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ โดยที่ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องไม่ละทิ้งท้องถิ่น อีกทั้งยังพัฒนาท้องถิ่นและที่ทำกินด้วยการทำเกษตรอินทรีย์เพื่อหนีจากปัญหาสุขภาพที่เกิดจากการใช้สารเคมี มีการบริหารจัดการฐานข้อมูลการเกษตร โดยจะมีโครงการที่ เชื่อมโยงเครือข่ายการเกษตร ตั้งแต่วัตถุดิบในการผลิตผลผลิตทางการเกษตร ไปจนถึงแหล่งขาย ที่เน้นเฉพาะการขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ การจัดการพลังงานทดแทนในฟาร์มเกษตร โดยจะนำของเหลือใช้มาสร้างเป็นพลังงานทดแทน เพื่อนำมาใช้ลดความเสี่ยง การจัดการน้ำใช้ในแปลงเกษตร

ให้ประหยัดที่สุด เหมาะสมที่สุด การคำนวณจุดคุ้มทุน และออกแบบฟาร์มเกษตรด้วยการบริหารจัดการความเสี่ยงบนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อป้องกันการการลงทุนทำเกษตรแล้วขาดทุนเป็นการทำธุรกิจที่มีภูมิคุ้มกัน สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“ความยากของเกษตรกรอินทรีย์คือ เกษตรกรไม่มีความรู้ และมีความเชื่อผิดๆ ที่ถูกฝังอยู่ในระบบของผู้ผลิต เรามั่นใจว่าวิถีนี้คือทางออกของสังคม เวลาเห็นการเติบโตของพืชผักผลไม้ของเราก็ยิ่งมั่นใจว่านี่คือความมั่นคง คือการสร้างทางเลือกให้กับสังคมในอนาคตที่เราควรเป็นสังคมผลิตอาหารที่ปลอดภัย มีความอุดมสมบูรณ์ แล้วก็รวมไปถึงประเทศไทยน่าจะเป็นประเทศที่ผลิตอาหารที่ปลอดภัยให้แก่คนในสังคม รวมไปถึงสังคมโลก” ซึ่งสอดคล้องกับ “เกษตรกรอินทรีย์นั้นง่ายมาก การคิดว่ายากเป็นอุปทาน เพราะเป็นวิถีดั้งเดิมที่เคยทำมาก่อนหน้า การเข้าถึงเกษตรกรอินทรีย์ได้ไม่ว่าในฐานะผู้ผลิตหรือผู้บริโภคก็มีส่วนช่วยให้โลกน่าอยู่ขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7, 2560) สอดคล้องกับ “การได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัยไร้สารเคมี ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดี ส่งผลต่อการมีรายได้และความมั่นคงยั่งยืนของอาหาร อากาศ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งการทำเกษตรอินทรีย์ไม่ใช่เพียงแค่การทำเกษตรไม่ใช่สารเคมีเท่านั้น แต่การทำเกษตรอินทรีย์ต้องใช้ความอดทน ความมุ่งมั่น ใส่ใจในทุกๆ ขั้นตอน ซึ่งในระยะแรกแม้มีอุปสรรคก็ต้องหมั่นศึกษาหาความรู้และนวัตกรรม เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ผลผลิตดียิ่งขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 16, 2560) สอดคล้องกับ “ชาวบ้านส่วนใหญ่ที่ทำเกษตรเคมีแบบเดิมจะไม่มั่นใจในวิธีการผลิตของตัวเอง แต่พอหันมาทำเกษตรอินทรีย์ก็เริ่มมีความภูมิใจในการเป็นผู้ผลิตอาหารที่ดี บางคนเสียดายที่เริ่มเข้าไป เพราะตอนนี้มีรายได้ทุกวันและสามารถออกแบบชีวิตตัวเองได้” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10, 2560)

ผลวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการเกษตรกรปรารถนาจะใช้กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) กลยุทธ์ที่เลือกใช้ คือ กลยุทธ์การขยายตัวในแนวตั้งโดยการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิมคือการทำธุรกิจเกษตร แต่ใช้วิธีการเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดให้มากขึ้นและจับกลุ่มลูกค้าที่กำลังจะเติบโตในอุตสาหกรรมนี้ โดย มุ่งตลาดเฉพาะส่วน เน้นกลุ่มผู้บริโภคผลิตผลอินทรีย์ และหากกลยุทธ์ในการเจาะตลาดให้มากขึ้น เพิ่มยอดขายจากลูกค้ากลุ่มเดิม คือ ที่ซื้อสินค้าอินทรีย์ผ่านทางโมเดิร์นเทรด เป็นการเจาะตลาดกลุ่มร้านอาหารและโรงแรมขยายตัวโดยสร้างพันธมิตรทางการค้า เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย โดยแบ่งกลยุทธ์ได้ดังนี้

1.1 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การขอตรารับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์เพื่อการแสวงหาโอกาสไปยังตลาดต่างประเทศ

ที่ต้องมีการจำหน่ายสินค้าไปยังตลาดอื่น จะต้องมี การขอตรารับรองสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค ผ่านกระบวนการตรวจสอบจากองค์กรอิสระที่มี กฎข้อบังคับ และจรรยาบรรณสำหรับผู้ผลิต เพื่อควบคุมคุณภาพของสินค้าให้เป็นไปตามมาตรฐาน มองหาตลาดรองรับ โดยนำพืชผักทั้งหมดขึ้นทะเบียนขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

1.2 กลยุทธ์ช่องทางจัดจำหน่าย การเข้าถึงผู้บริโภคด้วยช่องทางจัดจำหน่าย

การจัดการกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป From farm to table คือ กระบวนการที่ทำให้ผู้ผลิตพืชผักอินทรีย์ได้พบกับผู้บริโภคโดยตรง ประโยชน์ที่ได้คือ ลูกค้าได้ของสด ใหม่ ราคาไม่แพง ส่วนคนขายสามารถกำหนดราคาขายได้ตามจริง ไม่ถูกคนกลางเอาเปรียบหรือกด ราคาผลิตผล และต่อยอดด้วยแนวคิดของ Farm To Function คือ การพยายามเชื่อมโยงผู้ผลิตไปสู่ ธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรมและศูนย์ประชุมที่มีการจัดเลี้ยงขนาดใหญ่ เพื่อให้ผู้ผลิตมีตลาดรองรับ ขนาดใหญ่ขึ้น มีจำนวนการสั่งซื้อที่แน่นอน ขณะเดียวกันผู้รับบริการในโรงแรมหรือศูนย์จัดเลี้ยงก็ ได้รับประทานอาหารที่ดีและปลอดภัยต่อสุขภาพ สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“ใช้วิธีการเข้าไปพบกับห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตโดยตรง เพื่อนำสินค้าผักออแกนิกส์ไปวางจำหน่าย รวมทั้งใช้วิธีการบริการส่งผักโดยตรงถึงบ้านลูกค้า ที่เก็บสดๆ จากฟาร์ม ทำให้ลูกค้าชื่นชอบ เพราะผักสด อร่อย และปลอดภัย รวมทั้งมีการให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในฟาร์มด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับ “ขายหน้าฟาร์มนี้แหละ แป้งเดียวหมด มีคนรู้จักเรา เค้มาสั่งซื้อมาจองไว้ก่อน ส่งร้านอาหารก็มีนะ ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 25, 2560) สอดคล้องกับ “เราปลูกเองขายเอง ขายที่ร้านอาหารของเรา ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว ถ้าส่งที่กรุงเทพ เราก็มีย่านอาหารของเราเองกับร้านอาหารเครือข่าย ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 10, 2560) สอดคล้องกับ “ขายตลาดนัดสีเขียวช่วงวันหยุด มีที่ประจำ มีลูกค้าประจำ ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 15, 2560)

1.3 กลยุทธ์การจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลายและการผลิตที่หลากหลาย เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ ขยายโอกาส และลดต้นทุน

การเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวในฟาร์มกลยุทธ์การจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย นอกเหนือไปจากการเพาะปลูกพืชที่หลากหลาย รวมทั้งการแปรรูปผลิตผลทางการเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าการเกษตร สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“สิ่งที่ฟาร์มได้ทำไปแล้วเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจ คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์พวกอาหารไทย ได้แก่ น้ำจิ้มต่างๆ น้ำพริก และน้ำส้มสายชู เพื่อส่งออกไปต่างประเทศ ลูกค้าคือกลุ่มผู้บริโภคอาหารไทย โดยร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับโครงการ ITAP ของสำนักงานพัฒนาการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช) และเริ่มส่งออกเมื่อปี 2552 ปรากฏว่าได้รับการตอบรับที่ดี ผนวตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์แปรรูปมีแนวโน้มดีกว่าตลาดผักสดในประเทศ ปัจจุบันรายได้จากการส่งออกมีสัดส่วน 30-40% ของรายได้ทั้งหมด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 14, 2560)

1.4 กลยุทธ์การจัดการความเสี่ยงบนความพอเพียง เพื่อการวางแผนทางการเงินให้สอดคล้องกับศักยภาพของกิจการ จะช่วยลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจ เนื่องจากเงินทุนเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จึงจำเป็นต้องได้รับการจัดสรรเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด หากกิจการสามารถควบคุมสถานะทางการเงินให้เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้ ก็จะช่วยให้อาจวางแผนกลยุทธ์ในด้านอื่นๆได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้การวิเคราะห์ โครงสร้างทางการเงินของกิจการจะทำให้มองเห็นถึงปัญหาและโอกาสที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้

1.5 กลยุทธ์การรวมกลุ่มเครือข่ายการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย วิธีการที่จะรับมือกับแรงกดดันในการแข่งขัน ช่วยปรับปรุงเกี่ยวกับปัญหาด้านสภาพแวดล้อม กระบวนการในชุมชน เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญ เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยปรับประยุกต์ให้ทันสมัย มีกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมโดยการผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากลหรือจากที่อื่น มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจหลัก การเรียนรู้คือหัวใจของกระบวนการพัฒนา วิสาหกิจชุมชน หากไม่มีการเรียนรู้ก็จะมีแต่การเลียนแบบ การหาสูตรสำเร็จโดยไม่มีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ หากไม่มีการเรียนรู้ก็จะมีวิสาหกิจชุมชนบนฐานความรู้ แต่บนฐานความรู้สึก ความอยาก ความต้องการตามทีสื่อในสังคมกระตุ้นให้เกิด ทำให้ความอยากกลายเป็นความจำเป็นสำหรับชีวิตไปหมด มีการพึ่งตนเอง เลิกการพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากภายนอกเปลี่ยนวิถีชีวิตชุมชนจากพึ่งพาปัจจัยการผลิตในชุมชนของ

ตนเองเข้าใจกระบวนการค้าขาย เข้าใจการบริหารจัดการตนเองให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกในปัจจุบันและในอนาคต ในด้านสังคมและความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ภายใต้สังคมแห่งการเรียนรู้ ที่ต้องบริโภคข้อมูลจากเครือข่ายการสื่อสาร เพื่อการดำรงชีวิตและตัดสินใจในการดำรงชีวิต สังคมวิทยาศาสตร์ยุคนาโนเทคโนโลยี ที่ต้องเข้าใจสิ่งรอบตัว

จากการสังเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์ (Strategy) ของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถสรุปเชิงปรากฏการณ์ได้ว่า กระบวนทัศน์ของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องแตกต่างจากเกษตรกรทั่วไป ทั้งนี้ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป รู้จักการวิเคราะห์สถานการณ์ มีความรู้เท่าทันกระแสโลกาภิวัตน์ มองธุรกิจเกษตรอินทรีย์แบบองค์รวมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ทั้งนี้เพราะเกษตรอินทรีย์เป็นวิถีเกษตรกรรมที่ต้องเข้าใจสภาพแวดล้อมที่ต้องพึ่งพากันทั้งกระบวนการ ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องพยายามรวมกลุ่มกันเพื่อความอยู่รอดในธุรกิจและสร้างความเข้มแข็งในธุรกิจของตนและชุมชน

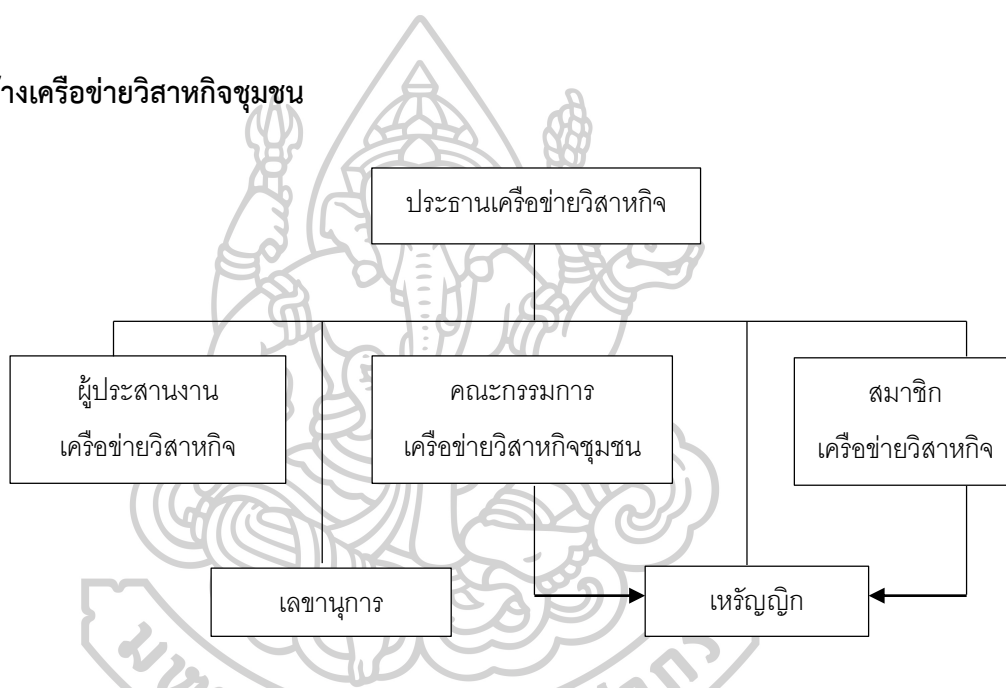
2. โครงสร้างองค์กร (Structure) ของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์

รูปแบบโครงสร้างองค์กรของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ มีรูปแบบโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนและเป็นทางการ มาจากแนวคิดเกษตรทฤษฎีใหม่ คือ การรวมพลังกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ร่วมแรงร่วมใจในการดำเนินการในด้านต่างๆ ทั้งในกระบวนการผลิตร่วมมือกันตั้งแต่เตรียมดิน หาพันธุ์ หาน้ำ เตรียมปุ๋ย เพื่อเพาะปลูก การตลาดมีการเตรียมจำหน่ายเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด ปลูกเอง แปรรูปเอง ขายเอง รวมตัวกันขายเพื่อให้ได้ราคาดี เป็นการตัดวงจรพ่อค้าคนกลางไปในตัว ดังนั้นจึงทำให้เกษตรกรปราดเปรี๊องมีการรวมกลุ่มกันจัดตั้งกลุ่มหรือเครือข่าย กำหนดโครงสร้าง รวมทั้งกฎระเบียบต่างๆ องค์กรของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ส่วนใหญ่มีเจ้าของกิจการเป็นคนในชุมชนแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องแบบเดี่ยว หมายถึง ผู้ประกอบการเกษตรกรแบบบุคคล หรือนิติบุคคล แต่ยังคงมีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายสมาคม รวมถึงเข้าไปรวมกลุ่มกับคลัสเตอร์เกษตรอินทรีย์
2. ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องแบบกลุ่ม หมายถึง เครือข่ายผู้ประกอบการเกษตรกร ที่มีสมาชิกในเครือข่ายมากกว่า 2 คนขึ้นไปเป็นแบบวิสาหกิจและแบบเครือข่ายวิสาหกิจ

ลำดับชั้นของโครงสร้างองค์กรเป็นแบบแบนราบ (Flat Organization) มีกิจกรรมประสานงานกัน กระบวนการตัดสินใจแบบคนในองค์กรมีส่วนร่วมและการควบคุมเป็นแบบกระจายอำนาจ มีระบบหรือวิธีการที่ชัดเจนเชื่อมโยงกลุ่มกับสังคมภายนอกอย่างมีส่วนร่วม มีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นระบบ ไม่ทำแบบโครงการเดี่ยวคล้ายกับปลูกพืชเดี่ยว แต่เป็นการทำแบบวนเกษตร คือ มีหลายๆ กิจกรรมประสานผนึกพลังและเกื้อกูลกัน เช่น มีการจัดตั้งกรรมการดูแลเรื่องการตลาดชัดเจน โดยมุ่งเจาะตลาดระดับกลางและตลาดสูงเป็นหลัก รวมทั้งมีผู้ประสานงานเพื่อติดต่อประสานงานกับคนภายในและภายนอกองค์กร

โครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ 18 โครงสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

ที่มา: แผนแม่บทโครงการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรมข้าวอินทรีย์จังหวัดพิจิตร

ระยะ5ปี (พ.ศ. 2560-2564)

3. ระบบ (System) ของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปื่องมีระบบการบริหารจัดการที่แบ่งการทำงานในฟาร์มอย่างชัดเจนการและเชื่อมโยงกันโดยเริ่มตั้งแต่ คัดเลือกพื้นที่ฟาร์ม การบริหารจัดการพื้นที่ที่จัดสรรพื้นที่และแปลงปลูกอย่างเป็นระบบ มีกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ การจัดการน้ำสะอาด การจัดการดินให้มีความอุดมสมบูรณ์ ซึ่งระบบนี้เป็นระบบการผลิตตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM ดังนั้นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปื่องจึงมีการวางแผน ลงมือทำ ควบคุม ตรวจสอบและ

ประเมินผล เริ่มจากการปรับสภาพดิน บริหารจัดการน้ำ และปรับระบบนิเวศภายใต้กฎระเบียบการควบคุมภายในและกระบวนการผลิตเพื่อให้ได้ตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วย พบว่ามี 4 ระบบดังนี้

3.1 ระบบพื้นที่ฟาร์มตามแนวคิดเกษตรทฤษฎีใหม่ (New theory agricultural)

ในการจัดสรรพื้นที่ในฟาร์ม เน้นหนักการจัดการทรัพยากรน้ำในไร่นาให้เพียงพอเพื่อผลิตพืชอาหาร การบริหารจัดการพื้นที่โดยใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การใช้เครื่องจักรอย่างง่ายในแปลงเกษตร ไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร และต้องเข้ากับการเพาะปลูกพืชในชนิดนั้นๆ

1) การจัดการน้ำ เพื่อควบคุมไม่ให้เกิดการปนเปื้อนของสารเคมีและให้น้ำเพียงพอต่อการเพาะปลูกทั้งปี ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องจะขุดสระน้ำขนาดใหญ่จำนวน 2 บ่อที่ตั้งอยู่บริเวณด้านหน้าของที่ดิน เพื่อใช้สำหรับการเพาะปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ และล้างผลผลิต โดยจะมีการควบคุมและตรวจสอบคุณภาพน้ำจากการสุ่มตรวจเพื่อนำตัวอย่างไปทดสอบในห้องปฏิบัติการปีละ 2 ครั้ง เพื่อให้คุณภาพน้ำเป็นไปตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ตามกระบวนการควบคุม ระบบการใช้น้ำภายในฟาร์มจะขึ้นอยู่กับชนิดของพืช เนื่องจากเป็นการเกษตรแบบผสมผสาน จึงมีพืชหลากหลายชนิด แต่ละชนิดมีความต้องการในการดูแลรักษาแตกต่างกัน การจัดการน้ำจะใช้วิธีการวางระบบท่อใต้ดินแล้วเปลี่ยนหัวฉีดให้สอดคล้องกับความเหมาะสมของพืชในบริเวณนั้น เช่น ระบบน้ำหยด และระบบสปริงเกอร์ เพื่อช่วยประหยัดเวลาและแรงงาน

2) การจัดการดินและการปรับปรุงดิน ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องต้องจัดการดินและปรับปรุงดิน โดยดินมีส่วนสำคัญในการสร้างความแข็งแรงให้พืชต้านทานต่อโรคและแมลง และยังทำให้ผลผลิตมีคุณค่าทางอาหารที่ดีกว่า ซึ่งผลผลิตเกษตรอินทรีย์เป็นผลผลิตที่มีคุณค่าทางโภชนาการดีกว่าผลผลิตเคมีใช้สารอินทรีย์และวัสดุธรรมชาติที่ปราศจากการปนเปื้อนสารต้องห้าม และอยู่ในบัญชีรายชื่อสารที่อนุญาตให้ใช้ได้แก่ ปุ๋ยอินทรีย์ที่ผลิตจากวัสดุในฟาร์ม (เช่น ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยคอก ปุ๋ยพืชสด) ดินพรวุ ปุ๋ยชีวภาพ หรือปุ๋ยจุลินทรีย์ น้ำหมักชีวภาพ / น้ำสกัดชีวภาพ (BE) หินบด/ หินปูนบด หินฟอสเฟต หินโพแทสเซียม ยิปซัม เปลือกหอย แกลบ ถั่วบด กระจุกป่นและเลือดแห้ง เป็นต้น สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“หัวใจของเกษตรอินทรีย์ คือ ดินต้องดี เพราะจะส่งผลให้การผลิตง่ายขึ้น ความยากของเกษตรอินทรีย์คือ เกษตรกรไม่มีความรู้ และมีความเชื่อผิดๆที่ถูกฝังอยู่ในระบบของผู้ผลิตความยากของเกษตรอินทรีย์คือ เกษตรกรไม่มีความรู้ และมีความเชื่อผิดๆที่ถูกฝังอยู่ในระบบของผู้ผลิต โดยดินมีส่วนสำคัญในการสร้างความแข็งแรงให้พืชต้านทานต่อโรคและแมลง และยังทำให้ผลผลิตมีคุณค่าทางอาหารที่ดีกว่า” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 13, 2560)

3) การใช้ระบบการปลูกพืชหมุนเวียน (Crop Rotation) เป็นระบบการเกษตรกรรมที่ใช้การปลูกพืชหลายชนิดที่ต่างชนิดกันในบริเวณเดียวกันตามลำดับของฤดูเพื่อให้ได้ประโยชน์หลายอย่างเช่นเพื่อเลี่ยงการสร้างสมของตัวกำเนิดโรค หรือศัตรูพืชที่มักเกิดขึ้นถ้าปลูกพืชชนิดเดียวต่อเนื่องกัน นอกจากนี้ก็เพื่อสร้างความสมดุลของสารอาหารในดินที่ไม่ถูกดูดออกไปจากการปลูกพืชชนิดเดียวเป็นเวลานาน

3.2 ระบบสมาร์ทฟาร์ม (Smart Farming)

ระบบสมาร์ทฟาร์ม คือ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการในฟาร์มหรือในโรงเรือน เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุนและเวลาที่จะต้องเสียไปกับการจ้างบุคลากรในฟาร์มที่เป็นงานที่เพิ่มผลผลิตได้น้อย ใช้เทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อน ซึ่งมาจากแนวคิดการทำเกษตรอัจฉริยะ คือ การเกษตรแม่นยำสูง (Precision Agriculture หรือ Precision Farming) โดยเป็นการทำเกษตรที่เข้ากับสภาพพื้นที่โดยเน้นพื้นที่ที่ไม่ใช่พื้นที่เกษตรขนาดใหญ่ เน้นประสิทธิภาพในการเพาะปลูก ตั้งแต่การคัดเลือกเมล็ดพันธุ์จนถึงกระบวนการปลูกที่นำเอาเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตรวจวัดทั้งเรื่องของสภาพดิน ความชื้นในดิน แร่ธาตุในดิน ความเป็นกรดด่าง (หรือที่เรียกกันว่า ดินเค็ม/ดินเปรี้ยว) สภาพปริมาณแสงธรรมชาติ รวมถึงเรื่องศัตรูพืชต่างๆ บางประเทศมีการควบคุมสิ่งแวดล้อมผ่านการปลูกในโรงเรือน เพื่อป้องกันศัตรูพืชและสามารถควบคุมปัจจัยต่างๆได้เข้มงวดและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.3 ระบบฟาร์มที่หลากหลาย (Farm Diversified Business)

การจัดการที่หลากหลายในฟาร์มอินทรีย์จนสามารถสร้างแหล่งรายได้ที่สอง นอกภาคการเกษตรที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร เช่น การปลูกพืชสมุนไพรในแปลงเพื่อไล่แมลง ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องสามารถนำเอาพืชสมุนไพรเหล่านี้ไปขายเพิ่มรายได้อีกทางหนึ่งด้วย พืชที่เหลือในฟาร์มหลังการเกี่ยวเกี่ยวสามารถนำไปทำปุ๋ยอินทรีย์เพื่อการจำหน่ายหรือการจำหน่ายเมล็ดพันธุ์อินทรีย์ นอกจากนี้ยังสามารถสร้างให้ฟาร์มเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษาดู

งาน การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อสุขภาพ การเปิดร้านกาแฟ และการจำหน่ายของที่ระลึก จากฟาร์มอินทรีย์ เป็นการเพิ่มรายได้และเพิ่มมูลค่าให้กับพื้นที่

3.4 ระบบผลิตพืชอินทรีย์

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องมีการวางแผนการป้องกันสารปนเปื้อนจากแปลงข้างเคียง จากเครื่องมือ อุปกรณ์ และการขนส่ง การวางแผนจัดการการผลิต มีการเลือกฤดูปลูก ระบบปลูกที่เหมาะสม เลือกใช้วัสดุและปัจจัยการผลิตที่สอดคล้องกับมาตรฐาน การจัดการระบบผลิตพืชเกษตรอินทรีย์

1. การวางแผนก่อนปลูกพืชอินทรีย์ โดยการเลือกพันธุ์ เมล็ดพันธุ์ในการเพาะปลูกต้องเป็นเมล็ดพันธุ์ในระบบการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์ ใช้พันธุ์ที่ต้านทานต่อโรคและแมลงศัตรูพืช ไม่เป็นพันธุ์ที่มาจาก การตัดต่อทางพันธุกรรม (GMOs) และไม่ผ่านการฉายรังสี

2. การปลูกพืชอินทรีย์

ขั้นตอนการปลูกผักระบบเกษตรอินทรีย์

1) การไถพรวนและเตรียมแปลง ต้องทำการไถพรวนให้พื้นที่ในแปลงโล่งแจ้งพร้อมที่จะทำการวางรูปแบบแปลง ในการวางรูปแบบแปลงจะต้องวางไปตามตะวัน เนื่องจากพืชใช้แสงแดดปรุงอาหารและแสงแดดฆ่าเชื้อโรค แปลงที่จะปลูกพืชผักนั้นควรมีความกว้างไม่ควรเกิน 1 เมตร ส่วนความยาวตามความเหมาะสมของพื้นที่ ส่วนพื้นที่ที่ยังทำแปลงปลูกพืชไม่ทันให้เอาพืชตระกูลถั่ว เช่น ถั่วเขียวหรือถั่วมะแฮะมาหว่านคลุมดินเพื่อทำเป็นปุ๋ยพืชสด เป็นการปรับปรุงบำรุงดินไปพร้อมกับเป็นการป้องกันแมลงที่จะมาวางไข่ในพวงหญ้าด้วย

2) ปลูกพืชสมุนไพรไล่แมลง ให้ปลูกก่อนที่จะปลูกพืชหลักคือพืชผักต่างๆ (เสริมกับการป้องกัน) พืชสมุนไพรที่กันแมลงรอบนอกเช่น สะเดา ชะอม ตะไคร้ หอม ข่า ปลูกห่างกัน 2 เมตร โดยรอบพื้นที่ ส่วนต้นด้านในกันแมลงในระดับต่ำโดยปลูกพืชสมุนไพรเดี่ยวลงมาเช่น ดาวเรือง กระเพรา โหระพา ตะไคร้หอม พริกต่างๆ ปลูกห่างกัน 1 เมตร และที่จะลืมไม่ได้เลยก็คือจะต้องปลูกตะไคร้หอมทุกๆ 3 เมตร แซมโดยรอบพื้นที่ด้านในด้วย

3) การแยกแปลงปลูกยกแปลงเพื่อปลูกพืชผัก แต่ก่อนที่จะปลูกจะต้องมีการปรับสภาพดินในแปลงปลูก โดยการใส่ปุ๋ยคอกจากมูลสัตว์ที่ตากแห้งแล้วจะใส่เล็กน้อยขึ้นอยู่กับความอุดมสมบูรณ์ของดินที่จะทำแปลงปลูกพืชอินทรีย์ (ห้ามใช้มูลสัตว์สด) ทำการพรวนคลุกดินให้ทั่วทั้งไว้ 7 วัน ก่อนปลูก

4) ปลุกพีชสมุนไพรกันแมลง ให้ปลุกที่ชอบแปลงก่อน เช่น กุยฉ่าย คื่นฉ่าย และระหว่างแปลงก็ทำการปลุกกระเพรา โหระพา พริกต่างๆ เพื่อป้องกันแมลงก่อนที่จะทำการปลุกพีชผัก พอครบกำหนด 7 วัน พรวนดินอีกครั้งแล้วนำเมล็ดพันธุ์พีชมาหว่านแต่เมล็ดพันธุ์พีชส่วนใหญ่เป็นเมล็ดพันธุ์ที่คลุกสารเคมีจึงต้องนำเอาเมล็ดพันธุ์ผักมาล้าง โดยการนำน้ำที่มีความร้อน (50-55 C) วัตถุประสงค์ด้วยความรู้สึกของเราเองคือเอานิ้วมือจุ่มลงไปถ้าทนความร้อนได้ก็ให้นำเมล็ดพันธุ์พีชแช่ลงไป นาน 30 นาที แล้วจึงนำขึ้นมาคลุกกับกากสะเดา หรือ สะเดาผงแล้วนำไปหว่านลงแปลงที่เตรียมไว้คลุมฟางและรดน้ำ

5) การเตรียมน้ำสมุนไพรไล่แมลง ก่อนรดน้ำทุกวันควรขยำขยี้ใบ ตะไคร้หอมแล้วใช้ไม้เล็กๆ ตีใบกระเพรา โหระพา ข่า ฯลฯ เพื่อให้เกิดกลิ่นจากพืชสมุนไพรออกไล่แมลง ควรพ่นสารสะเดาอย่างต่อเนื่องทุกๆ 3-7 วันก่อนแก่ถ้าปล่อยให้โรคแมลงมาแล้ว จะแก้ไขไม่ทัน เพราะที่ไม่ใช้สารเคมีควรดูแลเอาใจใส่อย่างใกล้ชิด

3. การจัดการการเก็บเกี่ยว (Post Harvest)

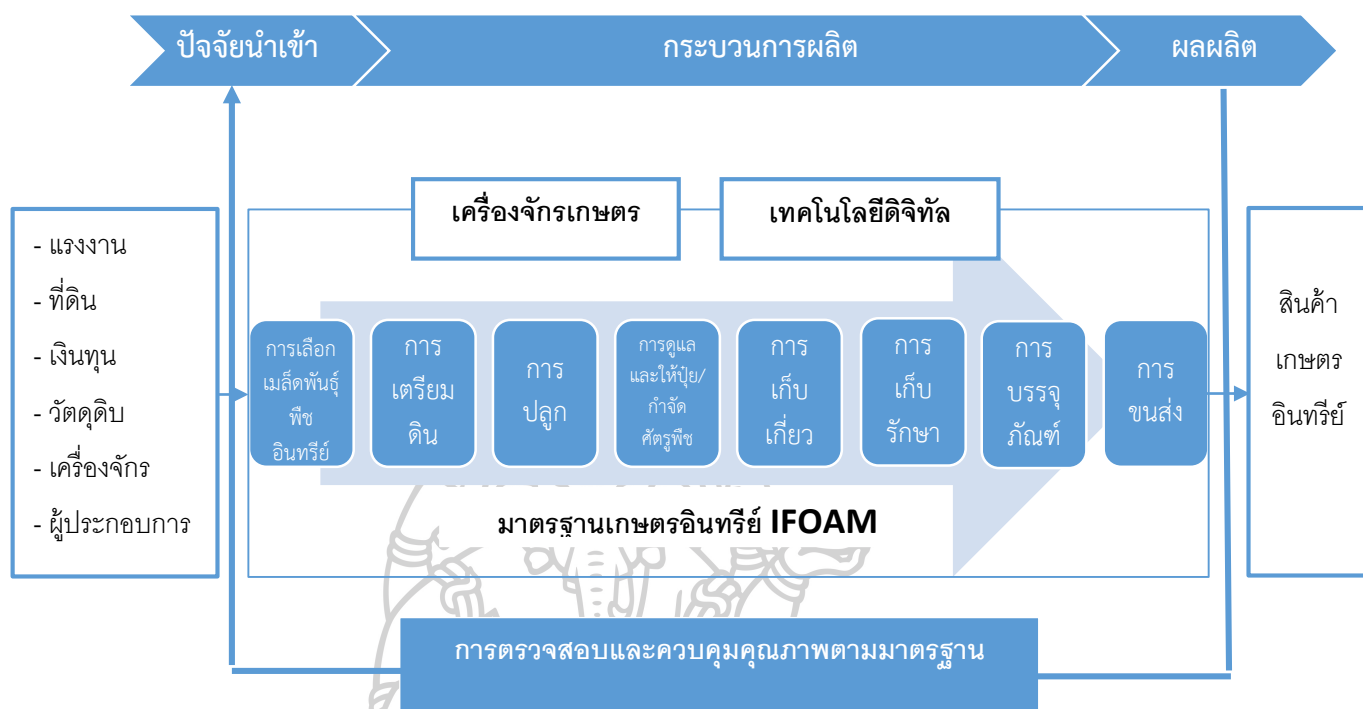
การเก็บเกี่ยว เมื่อถึงอายุควรเก็บเกี่ยวทันทีถ้าทิ้งไว้จะสิ้นเปลืองสารสมุนไพรในการปลุกพีชอินทรีย์ในระยะแรกผลผลิตจะได้น้อยกว่าพีชเคมี ประมาณร้อยละ 35 ผลดีคือทำให้สุขภาพของผู้ผลิตดีขึ้นไม่ต้องเสียค่ายาในการรักษาเกษตรกร สิ่งแวดล้อมดีขึ้น รายได้เพิ่มขึ้นเพราะพีชอินทรีย์ราคาสูงกว่า

4. การจัดการหลังการเก็บเกี่ยวการเก็บรักษา การบรรจุภัณฑ์และการขนส่ง

หลังการเก็บเกี่ยวการจัดการโรงเก็บ / โรงคัดบรรจุ/โรงแปรรูป ต้องสะอาดมีอุปกรณ์ที่เหมาะสม มีการป้องกันการปนเปื้อนจากสารต้องห้าม ป้องกัน นก หนู แมลง โดยวิธีกายภาพ หรือ ใช้สารที่อนุญาตตามมาตรฐานเท่านั้น และใช้วัสดุที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

“ทุกขั้นตอนฟาร์ม คือการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ทำตามขั้นตอนของออร์แกนิกฟาร์มอย่างถูกต้อง รวมทั้งระบบการจัดการน้ำที่ดี มีการปลุกสมุนไพรไทยพื้นที่เดียวกัน เพราะสมุนไพรมีคุณสมบัติช่วยไล่แมลง ผมใช้วิธีการศึกษาด้วยตัวเองจนพบว่า เราปลุกผักออร์แกนิก จะมีปัญหาแมลงมาในพื้นที่เยอะมาก บางแปลงมีแมลงเยอะมาก แต่บางแปลงไม่มีแมลงเลย ผักสมบูรณ์ จนได้คำตอบว่า หัวใจสำคัญของการทำฟาร์มออร์แกนิก คือ การทำให้ผักที่ปลูกแข็งแรงมากที่สุด เพราะจะทำให้ไม่มีแมลงมายุ่ง ดังนั้น การทำให้ผักแข็งแรง จึงได้ผักที่มีคุณภาพดี และรสชาติดีตามที่ลูกค้าบอกต่อกัน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 20, 2560)

ผู้วิจัยสรุประบบการผลิตพืชธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องยุค 4.0 ได้ดังนี้



ภาพที่ 19 ระบบการผลิตพืชธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องยุค 4.0
ที่มา : การสังเคราะห์ของผู้วิจัย

3.5 ระบบบัญชีการเงินและระบบการเก็บข้อมูลในฟาร์ม

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องมีการจัดบันทึกข้อมูลการผลิตต้องมีการจัดทำบัญชีและจัดบันทึกข้อมูลต่างๆ ในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิตในฟาร์ม การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การคัดบรรจุและแปรรูป จนจำหน่าย เพื่อให้สามารถสอบกลับถึงแหล่งที่มา ปริมาณและการใช้ปัจจัยการผลิต/วัตถุประสงค์ ทั้งหมดได้การบันทึกรายรับและรายจ่ายของฟาร์ม

1) การบันทึกข้อมูลในด้านการผลิต

การจดบันทึกข้อมูลเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องมีข้อมูลในการตัดสินใจเกี่ยวกับการวางแผนการปลูกพืชภายในฟาร์ม และการปรับปรุงประสิทธิภาพของการผลิตในแต่ละกิจกรรมให้ดียิ่งขึ้น การบันทึกข้อมูลในด้านการผลิตเป็นการบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาในการผลิตพืชแต่ละชนิด ตั้งแต่เริ่มปลูกจนถึงการเก็บเกี่ยวและการจำหน่าย

ในช่วงระยะเวลา 1 รอบของการผลิต จำนวนวัสดุที่ใช้ในการผลิต พื้นที่การผลิตและผลผลิต รวมทั้งการใช้แรงงานของทั้งฟาร์ม เป็นการบันทึกสถิติและข้อมูลในการผลิตพืชผลต่างๆ เช่น เนื้อที่เพาะปลูก การใช้ปุ๋ยและสารปราบศัตรูพืชและผลผลิตของพืชแต่ละชนิดและแต่ละแปลง รวมทั้งการสรุปการผลิตพืชทั้งหมดภายในฟาร์มเพื่อทราบรายได้ทั้งหมดจากการผลิตพืช การบันทึกต้นทุนการผลิตพืช เป็นการบันทึกข้อมูลค่าใช้จ่ายต่างๆของการบันทึกต้นทุนการผลิตพืช สามารถแยกมาจากการบันทึกประจำวันหรือการบันทึกรายย่อยที่ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็เรื่องจดบันทึกไว้ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญในการวางแผนงบประมาณและการวางแผนฟาร์ม มีการเก็บข้อมูลรายแปลงเพื่อจัดทำฐานข้อมูล (Data Base) และระบบควบคุมภายใน หรือ ICS (Internal Control System) เสนอต่อองค์กรผู้ตรวจประเมินจากภายนอก หรือที่เรียกกันว่า Third Party หรือ CB (Certify Body) เข้ามาตรวจประเมินรับรองตามตัวชี้วัดต่อไป ดังผู้ให้ข้อมูลหลักได้กล่าวว่า

“ต้องมีการจัดทำบัญชีและจดบันทึกข้อมูลต่างๆ ในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน ทุกแปลง ตั้งแต่การผลิตในฟาร์ม การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การคัดบรรจุและแปรรูป จนจำหน่าย เพื่อให้สามารถสอบกลับถึงแหล่งที่มา ปริมาณและการใช้ปัจจัยการผลิต วัตถุประสงค์ ทั้งหมดได้และประจำทุกปีมิได้ขาด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 6) ซึ่งสอดคล้องกับ “มะพร้าวทุกต้น ผมคีย์จำนวนลูกลงในไฟล์ Excel ถ้าต้นไหนผลผลิตเริ่มน้อยลง เราจะรู้ละ ว่าต้องพินต้นนั้นทิ้งแล้วปลูกทดแทน ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 16, 2560)

2) การบันทึกสินทรัพย์/หนี้สินและการบันทึกบัญชีรับ-จ่าย

เป็นนำข้อมูลการผลิตพืชทั้งฟาร์มมาสรุปลงในตารางเพื่อที่จะได้ทราบว่าผลผลิตที่ได้รับจากการปลูกพืชทุกชนิดมีมูลค่าเท่าใด และเนื้อที่เพาะปลูกทั้งหมดของฟาร์มในรอบปีนั้นมีจำนวนกี่ไร่ การสรุปดังกล่าวนี้เป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะจะช่วยให้เกษตรกรคำนวณมูลค่าผลผลิตของพืชแต่ละชนิดและของทั้งฟาร์มได้สะดวกขึ้น และช่วยในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานฟาร์มในปีด้วยการทำบัญชีฟาร์มมาประกอบการวางแผนการผลิตในปีต่อไป เพื่อจะได้้นำตัวเลขรายรับ รายจ่ายจากการทำบัญชีฟาร์มมาประกอบการวางแผนการผลิตในปีต่อไป เพื่อการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการผลิต คือ ที่ดิน เงินทุน แรงงาน ตลอดจนปัจจัยการผลิตต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

4. บุคลากร (Staff) ของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็เรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์

การดำเนินงานในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ร้อยละ 60 มาจากแรงงานเครื่องจักรกลการเกษตร และใช้บุคลากรที่เป็นแรงงานคนอยู่ประมาณร้อยละ 40 ของต้นทุนในการผลิต ซึ่งส่วน

ใหญ่จะใช้แรงงานคนมากในระยะการดูแลรักษาและการเก็บเกี่ยว แรงงานที่ใช้ในฟาร์ม สามารถแยกออกได้ดังนี้

4.1 แรงงานครัวเรือน แรงงานที่ไม่ได้จ่ายไปเป็นตัวเงินจริงๆ (Unpaid labor) ก็มีแรงงานของผู้จัดการหรือเจ้าของฟาร์ม (Operator labor) และแรงงานของคนในครอบครัว (Family labor)

4.2 แรงงานจ้าง แรงงานจ้าง (Hired labor) ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์มีการจ้าง 3 แบบคือ

4.2.1. การจ้างตลอดปี (Year-round worker or permanent) จ้างประจำทั้งปี พอสิ้นสุดการเพาะปลูกจึงเลิกจ้าง สามารถแยกเป็น 2 กลุ่มคือ

(1) การจ้างคนที่มีครอบครัวจะเอาครอบครัวมาอยู่ด้วยหรือไม่แล้วแต่จะตกลงกัน จะอาศัยในฟาร์มหรือนอกฟาร์ม มีสิทธิบริโภคผลผลิตในฟาร์มหรือไม่เพียงใดมากน้อยเพียงใด

(2) การจ้างคนงานทั่วไปจะอยู่ในฟาร์มหรือนอกฟาร์มก็ได้

4.2.2 การจ้างเป็นบางฤดูบางครั้งชั่วคราว (Seasonal work or temporary)

(1) จ้างเฉพาะฤดู

(2) จ้างเฉพาะเดือน

(3) จ้างเป็นรายวันหรือรายชั่วโมง

(4) จ้างเหมาตามจำนวนงานที่ทำ โดยให้ทำงานเป็นชิ้น

การอบรมและให้ความรู้กับแรงงานในฟาร์มเกษตรอินทรีย์ ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง ต้องถ่ายทอดแนวคิดเรื่องเกษตรทฤษฎีใหม่และเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงหลักการเกษตรอินทรีย์หลักการเกษตรอินทรีย์ 1. ด้านสุขภาพ (health) 2. ด้านนิเวศวิทยา (ecology) 3. ด้านความเป็นธรรม (fairness) 4. ด้านการดูแลเอาใจใส่ (cares) การทำเกษตรอินทรีย์ มิใช่จะปล่อยให้ธรรมชาติจัดการเองในทุกเรื่อง แต่เกษตรกรหรือผู้ทำเกษตรอินทรีย์เองจะคอยร่วมจัดการ และส่งเสริมให้เกิดความสมดุลขึ้นในระบบ อันประกอบด้วย การเอาใจใส่ในกระบวนการผลิตที่ต้องคอยเกื้อหนุนให้ทรัพยากรทั้งดิน น้ำ และสัตว์อื่นๆเกิดความสมดุล และเกิดปลอดภัยในการทำเกษตรนั้นได้แก่ ไม่ใช่สารเคมีที่มีผลต่อทรัพยากรในระบบ หรือส่งเสริมให้เกิดการปนเปื้อนของสารพิษในผลผลิต

ซึ่งส่วนนี้ถือเป็นกระบวนการแรกที่ทำให้เกษตรกรเกิดจิตสำนึก และเอาใจใส่ต่อคุณภาพของผลิต อันปราศจากการปนเปื้อนหรือตกค้างของสารใดๆที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคเพื่อให้แรงงานมีความเข้าใจที่แท้จริงจนสามารถนำไปปฏิบัติงานอย่างถูกต้องได้ นอกจากนี้แล้ว แรงงานธุรกิจเกษตรอินทรีย์สามารถเป็นพนักงานขาย และพนักงานจัดส่งสินค้าได้อีกด้วย ซึ่งบางครั้งอาจจะต้องพบปะลูกค้าเมื่อลูกค้าเข้ามาในฟาร์ม ดังนั้นสิ่งสำคัญของแรงงานคือ ต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ที่จะนำไปสื่อสารกับผู้บริโภค โดยใช้การพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นเพื่อเสริมสร้างเทคนิคในการขายจากทีมบริหาร

5. ทักษะ (Skill) ของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์

ทักษะของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์เป็นทักษะที่มีความหลากหลาย (Multi Skill) ซึ่งผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องต้องเชื่อมโยงทักษะต่างๆที่สำคัญในการจัดการธุรกิจเกษตร จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 มีทักษะประกอบไปด้วย 5 ทักษะดังนี้

5.1 ทักษะเกษตรกรรมอินทรีย์ (Organic Farming skill)

ทักษะเกษตรกรรมอินทรีย์เป็นทักษะที่ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องมีความสามารถในการเลือกใช้และดูแลเครื่องมืออุปกรณ์ เครื่องจักรเกษตร สามารถปลูกพืชอินทรีย์ตามหลักการและกระบวนการของเกษตรอินทรีย์ที่ถูกต้องและเหมาะสม สามารถนำหลักการปฏิบัติงานเกษตรทฤษฎีใหม่ไปใช้ในเพื่อบริหารจัดการพื้นที่เกษตรกรรม แรงงาน ทุน การเพาะปลูก เพาะเลี้ยง และวัตถุดิบทางการเกษตร และผลิตพืชเกษตรอินทรีย์ที่มีคุณภาพ ดังนั้นทักษะเกษตรอินทรีย์จึงเป็นแนวทางการเกษตรที่ตั้งอยู่บนกระบวนการแห่งการเรียนรู้และภูมิปัญญา เพราะเกษตรกรต้องสังเกต ศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปบทเรียนเกี่ยวกับการทำการเกษตรของฟาร์มตนเอง ซึ่งจะมีเงื่อนไขทั้งทางกายภาพ ได้แก่ ลักษณะของดิน ภูมิอากาศ และภูมินิเวศ รวมถึงเศรษฐกิจ สังคมที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น เพื่อคัดสรรและพัฒนาแนวทางเกษตรอินทรีย์ที่เฉพาะและเหมาะสมกับฟาร์มของตัวเองอย่างแท้จริง เพื่อผลิตพืชผลให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เป็นไปตามระบบมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารอินทรีย์

5.2 ทักษะดิจิทัล (Digital Skill)

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องมีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีต่างๆ มีทักษะความเข้าใจพื้นฐานว่าเครื่องมือต่างๆเหล่านี้ทั้ง Hardware และ Software ทำงานได้อย่างไร ความเข้าใจข้อจำกัดของเทคโนโลยี และเริ่มศึกษาถึงเทคโนโลยีใหม่ๆอย่าง Internet of Things นอกจากนี้แล้วยังมีความสามารถในการค้นข้อมูลจาก Google หรือ Search Engine ต่างๆได้ อีกทั้งสามารถตัดสินใจเลือกข้อมูลที่มีคุณภาพจากข้อมูลที่มีอยู่จำนวนมากในโลกอินเทอร์เน็ตเพื่อนำข้อมูลที่ได้นั้นไปใช้วิเคราะห์ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ และเข้าใจถึงลิขสิทธิ์ของข้อมูล มีทักษะในการอ้างอิงข้อมูลต่างๆเหล่านี้

ดังนั้นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องสามารถนำเทคโนโลยีมาช่วยในการทำธุรกิจเกษตร โดยใช้ช่วยในการหาข้อมูลด้านการเกษตร การตลาด เพื่อนำข้อมูลนั้นมาประกอบการตัดสินใจ เช่น การหาข้อมูลด้านราคา การใช้ Social Media เพื่อหาลูกค้าใหม่ ใช้เครื่องมือที่ทันสมัย เช่น ระบบสื่อสารและโครงข่ายข้อมูลการเกษตรแบบไร้สายภายในฟาร์ม การเก็บข้อมูลรายแปลงเพื่อจัดทำฐานข้อมูล (Data Base) เป็นข้อมูลการเกษตรด้วยคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เคลื่อนที่ ได้แก่ แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน และซอฟต์แวร์ เพื่อตัดสินใจและควบคุมการปลูกพืช เครื่องจักรกลเกษตรที่มีความแม่นยำสูง

5.3 ทักษะการเงิน (Financial Skills)

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องมีทักษะการวางแผนและบริหารจัดการการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทักษะการเงินในธุรกิจเกษตรประกอบไปด้วย

- 1) การวางแผนเพื่อเพิ่มผลผลิต ทำผลผลิตให้มีคุณภาพมากขึ้น หรือลดต้นทุนการผลิต โดยข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวางแผนนั้น มาจากการวิเคราะห์ตัวเลขจากที่เก็บข้อมูลในฟาร์มปีที่ผ่านมา
- 2) การวางแผนใช้ปัจจัยการผลิต ซึ่งต้องคุ้มค่ากับการลงทุนหรือก่อให้เกิดกำไรจากการใช้ปัจจัยการผลิตแต่ละหน่วยเมื่อผ่าน จากนั้นพิจารณาต่อไปว่ากิจกรรมเดิมที่ทำอยู่มีกิจกรรมใดบ้างสมควรจะขยายในเชิงปริมาณการผลิตหรือลดปริมาณการผลิตลง หรืออาจจะต้องปรับเปลี่ยนกิจกรรมใหม่เข้ามาทดแทนกิจกรรมเก่า เพื่อให้มีรายได้และกำไรมากขึ้นกว่าเดิม ตลอดจนพิจารณาเรื่องความต้องการของตลาดและความสอดคล้องของพื้นที่

3) การวางแผนลงทุนในทรัพย์สินถาวร เนื่องจากอาจจะมีการขยายธุรกิจฟาร์มให้ใหญ่ขึ้น หรือมีกิจกรรมใหม่ที่ต้องลงทุนและอาศัยปัจจัยพื้นฐาน ระบบการให้น้ำอุปกรณ์และเครื่องจักรเกษตรรวมทั้งระบบการผลิตที่เชื่อมโยงระบบธุรกิจในด้านการตลาดและเงินที่ใช้ในการลงทุน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลกำไรในระยะสั้นและระยะยาวของฟาร์มให้มีรายได้แลกำไรมากขึ้นกว่าเดิม ตลอดจนมีความมั่นคงในระบบการผลิต

5.4 ทักษะการตลาด (Marketing Skill)

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องมีความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภค มีมุมมองทางการตลาดตรงกับผู้ซื้อ ต้องรู้ว่าตลาดเป้าหมายต้องการผลิตผลอินทรีย์ลักษณะใด ปริมาณเท่าไร คุณภาพเป็นอย่างไร ราคาควรเป็นเท่าไร วิธีการขนส่งไปให้ได้อย่างไร และจะมีวิธีขายอย่างไรจึงจะสอดคล้องกับความต้องการนั้น ซึ่งการทราบความต้องการทั้งหมดจะนำไปสู่ การกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม ทักษะการตลาดในธุรกิจเกษตรประกอบไปด้วย

1. ความสามารถในการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้มาตรฐาน ตรงคุณภาพตรงตามความต้องการของตลาดผู้บริโภค รู้ว่าตลาดเป้าหมายต้องการสินค้าอะไร
2. ความสามารถในการกำหนดราคา แม้ว่าผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องสามารถที่จะกำหนดราคาขายได้เอง แต่ราคาของพืชอินทรีย์ในประเทศมีราคาสูงกว่าพืชเคมีทั่วไปไม่มากนัก
3. ความสามารถในการเลือกช่องทางจัดจำหน่ายที่เข้าถึงลูกค้า หรือให้สอดคล้องกับพฤติกรรมซื้อเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการซื้อสินค้า
4. ความสามารถในการส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามียอดสั่งซื้อระยะยาวและสม่ำเสมอ รวมถึงการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำเป็นลูกค้าประจำ

ทักษะการตลาดนี้ นำไปสู่จัดการด้านการตลาดธุรกิจเกษตรอินทรีย์โดยจะวิเคราะห์การวางแผน การปฏิบัติงานและการควบคุมโปรแกรมการตลาดที่นำมามาใช้เพื่อตอบสนองตลาดเป้าหมายและทำให้เกิดความพอใจของลูกค้าผู้บริโภค สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

“หลักคิดที่พ่อเจ้าอยู่หัวให้ไว้ คือ คิดให้รอบคอบก่อนลงมือทำ และทำแต่พอทำได้ อย่าให้เหลือกำลัง ผมใช้กลยุทธ์ “การผลิตนำการตลาด” คือผลิตแล้วต้องขายได้ อย่าผลิตแล้วเที่ยวไปหาขาย มันบีบหัวใจ เราทำสินค้าที่เน้นกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ดังนั้น การนำเสนอสินค้า ก่อนการลงมือผลิตจึงทำให้เราทราบ คุณภาพ ปริมาณ และราคา ที่ลูกค้าต้องการ แล้วค่อยมาประชุมปรึกษารื้อกับสมาชิกก่อนทำการปลูก จะทำให้สินค้าพอดีขายกับลูกค้าประจำ อาจขาดนิดหน่อยสำหรับลูกค้าจร นั่นคือ “ไม่พอขาย ดีกว่าขายไม่หมด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 18, 2560)

5.5 ทักษะการจัดการ (Management skills)

ทักษะการจัดการของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง คือ ความสามารถในการมององค์การในภาพรวม เข้าใจความสัมพันธ์ขององค์ประกอบในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ว่ามีผลต่อกันอย่างไร และเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับปัจจัยแวดล้อมองค์กร รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในส่วนขององค์การมีผลกระทบต่อส่วนอื่นๆอย่างไร ทักษะการจัดการนี้ประกอบไปด้วย

5.5.1 ทักษะการจัดการ (Management skills)

มีทักษะและความเชี่ยวชาญในการเพาะปลูก รวมถึงสามารถประชาสัมพันธ์กลุ่มสมุนไพรมุ่งให้เป็นที่รู้จัก ทั้งสองคนมีบทบาทในการเป็นผู้นำร่วมกัน ขณะเดียวกันเพื่อสร้างความตื่นตัวให้กับกรนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเกษตร สร้างทักษะการวางแผน ออกแบบ และบริหารจัดการฟาร์มอัจฉริยะ ทั้งในเชิงเทคนิคและเชิงเศรษฐศาสตร์อย่างเหมาะสม ดังผู้ให้ข้อมูลหลักได้กล่าววว่า

“การทำเกษตรอินทรีย์ไม่ใช่เรื่องยาก แต่ต้องใช้ความพยายามและความมุ่งมั่นตั้งใจ การบริหารจัดการเป็นเรื่องสำคัญ สิ่งที่สำคัญที่สุดต้องพร้อมที่จะปรับเปลี่ยน ตามหลักการทฤษฎีใหม่ โดยสามารถลงมือทำพร้อมกันได้หลายอย่าง วางแผนสิ่งไหนควรลงมือทำก่อนหรือทำหลัง ศึกษา ค้นคว้าและถามผู้รู้จะทำให้เกิดข้อผิดพลาดน้อยลง การจำหน่ายผลผลิต จะจำหน่ายภายในชุมชน และพ่อค้าคนกลาง ไม่มีการผูกขาดขายให้เพียงคนใดคนหนึ่ง แต่จะขายผลผลิตให้กับทุกคนที่ต้องการ และหากมีผู้ต้องการซื้อแต่ผลผลิตไม่เพียงพอ จะทำการแบ่งให้ได้เท่าๆกัน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 28, 2560)

5.5.2 ทักษะการจัดการความเสี่ยง (Risk Management skills)

การผลิตเกษตรอินทรีย์ยังเป็นการผลิตในลักษณะขนาดเล็ก เกษตรกรยังไม่สามารถผลิตในระดับใหญ่ได้ และการทำเกษตรอินทรีย์มีความเสี่ยงจากความเสียหายของผลผลิตสูงกว่าเนื่องจากการไม่ใช้สารเคมี ทำให้ปริมาณผลผลิตต่อไร่ต่ำและมีต้นทุนการผลิตสูง ส่งผลให้ปริมาณสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ออกสู่ตลาดน้อย ส่วนปัจจัยที่สองคือ ปัญหาด้านการตลาด สำหรับตลาดในประเทศยังคงมีกลุ่มผู้บริโภคจำกัด เนื่องจากสินค้าเกษตรอินทรีย์ยังมีราคาสูง ขณะเดียวกันประชาชนเองก็ยังคงขาดความตระหนักต่อความสำคัญของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไม่มากเท่าที่ควร แต่ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์มีการกระจายความเสี่ยงในการเพาะปลูกพืชที่หลากหลายแบบผสมผสาน มีแผนฉุกเฉินเพื่อรับมือกับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น อีกทั้งยังต้องสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี แนวความคิดในการบริหารความเสี่ยงของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องสอดคล้องกับการสร้างภูมิคุ้มกันแห่งปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การกระจายความเสี่ยงโดยมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย มีตลาดที่หลากหลายนั้น ทำให้ธุรกิจมั่นใจได้ว่า หากผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งขายไม่ได้ หรือตลาดใดตลาดหนึ่งเกิดปัญหาขึ้น ธุรกิจจะสามารถดำเนินต่อไปได้ เพราะยังมีผลิตภัณฑ์และตลาดอื่นรองรับ การกระจายความเสี่ยงในการลงทุนก็เช่นกัน หากลงทุนในแห่งเดียวแล้วเกิดปัญหาขึ้นธุรกิจก็จะพลอยแย่ไปด้วย แต่หากลงทุนให้หลากหลายแล้วความเสี่ยงในการลงทุนนั้นก็จะลดลง การบริหารความเสี่ยงที่ดีจึงช่วยให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

5.5.3 ทักษะการจัดการเครือข่าย (Networking skills)

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มทั้งนี้เพื่อ อำนาจในการต่อรองทั้งกับผู้ส่งวัตถุดิบและลูกค้า ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องตระหนักว่า การรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายจะสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจได้มากกว่าการอยู่เพียงลำพัง ทักษะการจัดการเครือข่ายเป็นความสามารถที่ทำให้เกิดความประสานงานกันของกลุ่มที่ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องรับผิดชอบ เป็นความสามารถที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ การสื่อสาร และผลประโยชน์ของบุคคลและกลุ่ม เป็นทักษะการทำงานกับคน การสร้างทีม บูรณาการการมอบอำนาจและการสืบทอด



ภาพที่ 20 การบูรณาการทักษะของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์
ที่มา : การสังเคราะห์ของผู้วิจัย

6. รูปแบบการบริหาร (Style) ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์

การบริหาร (Style) ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ เป็นเกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการ (Farmer as entrepreneur) หรือที่เรียกว่า ผู้ประกอบการเกษตรกร (Agripreneur) ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า รูปแบบการบริหาร (Style) ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย ประกอบไปด้วยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองที่ประสบความสำเร็จดังนี้

6.1 ความเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneur)

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ มีความปรารถนาดีที่จะบรรลุเป้าหมายในการอุทิศตนเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคมและสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น วางแผนในเชิงธุรกิจ พร้อมแบ่งปันบทเรียนแก่สาธารณะและเข้าร่วมหรืออุทิศตนในกิจกรรมที่เกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อม มีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ มีทักษะการสื่อสารที่ดีและมีประสิทธิภาพ มีการตั้งเป้าหมายที่มาจาก

แรงจูงใจในการบรรลุเป้าหมายนั้น มุ่งมั่นไม่ยอมแพ้ สามารถอดทนและรับมือกับความเครียดได้ดี มีความเป็นผู้นำ แสดงออกถึงความรักและความภาคภูมิใจในการเป็นเกษตรกรอินทรีย์ หวังเห็นถิ่นที่อยู่ มีความพอเพียงรู้จักประมาณตน สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“เวลาเห็นการเติบโตของพืชผักผลไม้ของเรา ก็ยิ่งมั่นใจว่านี่คือความมั่นคง คือการสร้างทางเลือกให้กับผู้คนในอนาคตที่เราคือสังคมผลิตอาหารปลอดภัย มีความอุดมสมบูรณ์ รวมไปถึงประเทศไทยจะเป็นประเทศที่ผลิตอาหารปลอดภัยให้แก่คนในสังคมไทยและสังคมโลก” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 19, 2560) สอดคล้องกับ “ผมมุ่งมั่นอยู่หลายปี เพื่อให้เขาเข้าใจว่า เรื่องสุขภาพไม่ได้อยู่ที่ปลายทาง คือป่วยแล้วไปหาหมอ แต่อยู่ที่อาหารที่เราทานเข้าไป อย่างน้อยๆ ของที่เราปลูกเอง เรารู้ที่มา ตั้งแต่ เมล็ดพันธุ์ วิธีการปลูก ถ้าเราทำของดี สุขภาพเราก็ดีด้วย ซึ่งชีวิตไม่ได้ต้องการเงินทองมากมายเลย เพียงมีอาหารที่พออยู่ได้ในชีวิตประจำวัน อยู่แบบพอเพียง เราก็มีความสุขได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 21, 2560) สอดคล้องกับ “ผู้นำที่เข้มแข็งนำคนในชุมชน สามารถนำภูมิปัญญากลับมาฟื้นฟูและใช้ในการประกอบอาชีพ สมาชิกในกลุ่มและชุมชนให้ความเคารพ ศรัทธา และเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการวางรากฐานของกลุ่มเกิดระบบเศรษฐกิจแบบพอเพียง มุ่งเน้นความเข้มแข็งของชุมชนและมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 7, 2560)

6.2 การแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking)

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์เป็นผู้ที่ไม่หยุดนิ่งในการมองหาและมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ เท่าทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน มีความรู้ด้านดิจิทัลพื้นฐาน (Digital literacy) สามารถเข้าถึงข้อมูลธุรกิจเกษตรอินทรีย์เพื่อนำมาช่วยในการตัดสินใจได้ ด้วยการใช้คอมพิวเตอร์ หรือสมาร์ทโฟนในการหาข้อมูล มีความสามารถในการระบุโอกาสและใช้โอกาสนั้นในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ สามารถมองหาตลาดใหม่ กลุ่มลูกค้าใหม่ และเข้าถึงตลาดกลุ่มลูกค้าที่ต้องการได้ รวมถึงรู้จักหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชนและสถาบันการศึกษาที่สามารถให้ความสนับสนุนช่วยเหลือในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ได้

6.3 การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness)

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์นำความคิดริเริ่มสร้างสรรค์นำมาปรับปรุงแก้ไขให้ผลผลิตดียิ่งขึ้นหรือนำมาประยุกต์ใช้สร้างสิ่งใหม่ในเชิงพาณิชย์ เป็นผู้ที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเกษตรอินทรีย์ มีความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น รู้จักองค์กรหรือหน่วยงานที่สามารถสนับสนุนช่วยเหลือในการวิจัยและพัฒนาธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ใช้คิดใหม่หรือใช้ความคิดสร้างสรรค์ ในการแก้ปัญหาธุรกิจหรือสังคม มีการขยายพันธุ์พืชใหม่ การหาปัจจัยการผลิตใหม่เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

ด้วยวิธีใหม่ การทำฟาร์มวิธีใหม่ ใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างมีประสิทธิภาพ ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในการรวบรวมข้อมูลการเพาะปลูก ผลผลิตต่อไร่และยอดขาย การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล สามารถจัดการของเสียในฟาร์มได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่มีของเสีย (Zero Waste) อีกทั้งยังเพิ่มมูลค่าของเสียนั้นให้กลายเป็นสินค้าใหม่ สอดคล้องกับความเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“พ่อเจ้าอยู่หัวสอนให้เรารู้จักบูรณาการ คือ ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ผสมผสานกับภูมิปัญญาไทยสมัยเก่า จะทำให้ชีวิตเราอยู่ได้อย่างมีคุณภาพและศักยภาพ อย่างปลูกข้าวแบบไม่ใส่ใจ ปลูกเพื่อตามกระแส ภูมิปัญญาเรามีมาแต่เดิมสร้างคุณภาพได้ไม่แพ้ใคร เอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาสร้างมาตรฐาน เพื่อให้เกิดการยอมรับในระดับนานาชาติ อย่าคิดแบบคนสิ้นคิดว่า “ทำไม่ได้” มันเพียงแต่ทำยาก ไม่ได้หมายความว่าทำไม่ได้ เมื่อทำได้แล้วก็จะเกิดความชำนาญ กลายเป็นทักษะที่สุดแล้วจะพัฒนามาเป็นวิถีชีวิต” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 19, 2560)

6.4 ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์มีความกระตือรือร้นที่จะเสี่ยงกล้าเสี่ยง กล้าทดลอง มีข้อมูลมากพอและรู้วิธีประเมินความเสี่ยงที่จะบรรลุเป้าหมายของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ มีความรู้ด้านการจัดการความเสี่ยงด้วยการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง สามารถวิเคราะห์จุดคุ้มทุนและประเมินความเสี่ยงค่าใช้จ่ายต่อผลตอบแทนในการตัดสินใจลงทุนทุกครั้ง โดยคำนวณความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นอย่างรอบคอบบนพื้นฐานของข้อมูลที่ถูกต้อง มีมาตรการลดความเสี่ยงที่ประเมินแล้วว่าไม่เกินความสามารถของตนเองที่จะทำให้บรรลุผลสำเร็จโดยน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ เมื่อเกิดข้อผิดพลาดหรือล้มเหลว มีการเรียนรู้และถอดบทเรียนจากข้อผิดพลาดนั้นเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข อีกทั้งยังสามารถปรับตัวให้เข้ากับความเสี่ยงที่ไม่คาดคิดและหาวิธีรับมือกับปัญหานั้นได้อย่างสร้างสรรค์ มีความพยายามในการทดลองปลูกพืชใหม่ๆหรือใช้วิธีการเพาะปลูกใหม่เป็นรายแรก กล้าลงทุนในอุปกรณ์เครื่องจักรเกษตรใหม่ที่มีขนาดใหญ่เกินไป หรือวัตถุดิบใหม่ มีการกระจายความเสี่ยงโดยเพาะปลูกพืชพันธ์ที่หลากหลายในฟาร์มอินทรีย์

6.5 ความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว (Readiness to learn & Adaptability)

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์มีการชวนช่วยหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา พร้อมทั้งจะปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ใหม่ที่เปลี่ยนแปลง สามารถวิเคราะห์สถานการณ์และรับมือกับความเปลี่ยนแปลงด้วยทักษะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีความพร้อมที่จะปรับตัว เปิดใจยอมรับและเรียนรู้หลักการหรือทฤษฎีใหม่ๆ และสามารถลงมือทำพร้อมกันได้หลายอย่าง ไม่หยุดพัฒนาความรู้และทักษะด้านเกษตรอินทรีย์ของตนเองอย่างต่อเนื่อง ชวนช่วยในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ พบปะพูดคุยกับเพื่อนเกษตรกร ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรอินทรีย์อยู่เสมอ ชอบเข้าร่วมการฝึกอบรมเกษตรกรและศึกษาดูงาน ยอมรับการสนับสนุนส่งเสริมจากนักวิจัยในสถาบันการศึกษาหรือภาครัฐ สอดคล้องกับความเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“มีความกระตือรือร้น มุ่งมั่นที่จะพัฒนาตนเองและพัฒนากลุ่มให้เข้มแข็ง มีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้สนใจใฝ่รู้และแสวงหาความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ มีการเปิดใจที่เรียนรู้ มีความกล้าที่จะเปลี่ยนแปลง รวมทั้งมีการเปิดใจที่จะให้ความรู้กับผู้อื่นโดยไม่หวังความรู้ทำให้การแลกเปลี่ยนและการถ่ายทอดความรู้ประสบความสำเร็จ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 26, 2560) สอดคล้องกับ “ทุกวันนี้ก็หาข้อมูลจากเพื่อนในเครือข่าย เค้บอกรมือบรรมที่ไหนก็พากันไป” สอดคล้องกับ (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 17, 2560) “เน้นดูงานเป็นหลักเลย ที่ไหนเค้าว่าดี ก็พากันไปดู แลกเปลี่ยนเรียนรู้ บางทีก็เป็นวิทยากรเอง เค้บเชิญไปพูดเราก็ไป” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 24, 2560)

6.6 การสร้างความร่วมมือและเครือข่าย (Collaboration and Networking)

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์เป็นผู้สร้างพันธมิตรและความสัมพันธ์ที่ดีในเครือข่ายทางธุรกิจและสังคม เป็นผู้นำในการวางโครงสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้วยการเชื่อมโยงระหว่างความเป็นเลิศและพฤติกรรมทางจรรยาบรรณให้เกิดขึ้น มีความรู้ด้านการมีส่วนร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ และความรู้ด้านโซ่อุปทานเกษตรอินทรีย์ มีความสามารถในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ โน้มน้าวใจและการเจรจาต่อรอง รวมถึงการสร้างพันธมิตรที่มีความสัมพันธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพกับผู้มีส่วนได้เสีย และเครือข่ายได้แก่ เครือข่ายเกษตรกรสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการเงิน

6.7 การจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์เป็นผู้ที่มีการจัดการฟาร์มที่หลากหลาย (Farm-Diversified Business) จนสามารถสร้างแหล่งรายได้ที่สอง นอกภาคการเกษตรที่

ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร ซึ่งมาจากความสามารถในการเลือกหาพื้นที่ที่เหมาะสม ในการจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลายต้อง ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์มีการวิเคราะห์และวางแผนดังนี้

(1) การวิเคราะห์และออกแบบรูปแบบธุรกิจเกษตรอินทรีย์ (Business Model) ให้สอดคล้องกับความสามารถของผู้ประกอบการเกษตรกรและศักยภาพของพื้นที่มี ทำให้เกิดความชัดเจนในรูปแบบธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของตน

(2) การวิเคราะห์และวางแผนการจัดหาปัจจัยการผลิต และวางแผนการผลิตในฟาร์มอินทรีย์อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ โดยเริ่มตั้งแต่ การเตรียมดินการเตรียมปัจจัยการผลิต การไถพรวน การเพาะปลูก ศัตรูพืช การให้น้ำ การควบคุมวัชพืช การควบคุมโรค การเก็บเกี่ยว และการจัดการหลังเก็บเกี่ยว รวมถึงการบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องในกระบวนการการผลิตทั้งหมดเข้าใจในศักยภาพพื้นที่ของตนเองก่อนเริ่มทำฟาร์ม จากนั้นจึงออกแบบฟาร์มออร์แกนิกให้สอดคล้องกับรูปแบบธุรกิจเกษตรอินทรีย์ นำเครื่องจักรเกษตรต้นทุนต่ำมาใช้ ไม่ใช่แทรกเตอร์ใหญ่ และใช้การปลูกด้วยเทคนิคผลผลิตต่อพื้นที่สูง

(3) การวิเคราะห์และวางแผนการตลาดอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากวิเคราะห์พืชผลที่กำไรให้ธุรกิจเกษตร การวางแผนการผลิตที่ทำให้กำไร มีความสัมพันธ์กับการประเมินการผลิตรายได้ และค่าใช้จ่ายอย่างต่อเนื่องการเข้าถึงตลาดการทำกำไรของผลิตภัณฑ์ฟาร์ม และการสร้างและส่งเสริมช่องทางการตลาดสำหรับสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้เชื่อมโยงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลาดสีเขียว ตลาดชุมชนในท้องถิ่น หรือ การตลาดระบบสมาชิกหรือตลาดออนไลน์ ถึงตลาดส่งออก และเพิ่มช่องทางใหม่ๆ ที่มีความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ชัดเจน เป็นตลาดที่ทำให้มีกำไรอย่างต่อเนื่องและมีช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยตัวเอง ได้แก่ Farm-to-Table และ Farm-to-Fork

(4) การวิเคราะห์และการจัดการเชื่อมโยงสาระสำคัญข้อมูลที่เป็นตัวเลขทางการเงินจากกิจกรรมการตลาด การผลิต และการจัดการฟาร์มอินทรีย์เข้ามาไว้ด้วยกันในมิติความสัมพันธ์ทางด้านจำนวนเงินและเวลาทำให้มีการจัดการการเงินอย่างเป็นระบบและตรวจสอบได้

7. ค่านิยมร่วมกัน (Share Value) ในองค์กรของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์

ค่านิยมร่วมกันในองค์กรของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ คือ การสร้างความมั่นคงด้านอาหารและผลิตอาหารที่ปลอดภัย เพราะฉะนั้นตลาดจึงสอดคล้องกัน

เริ่มจากส่งเสริมให้ผู้ผลิตกินเอง เหลือแล้วค่อยส่งขายในตลาด เพื่อให้ผู้บริโภคที่สนใจดูแลสุขภาพและต้องการผลิตที่มีคุณภาพได้บริโภคด้วย อีกทั้งยังมีแห่งวัฒนธรรมความไว้วางใจ เกิดจากที่สมาชิกมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เกิดความไว้วางใจในการพูดคุย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการถ่ายทอดความรู้ขึ้น การมีส่วนร่วม สมาชิกทุกคนในกลุ่มมีส่วนร่วมในทุกกิจกรรมที่มีการจัดขึ้น เช่น การประชุมกลุ่ม การวางแผนงาน วัฒนธรรมการเรียนรู้ซึ่งสมาชิกของกลุ่มมีการเรียนรู้้อย่างสม่ำเสมอ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ศึกษาดูงาน เพื่อเป็นต้นแบบในการกลับไปพัฒนาชุมชนของตน และยังเป็นเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนวัตถุดิบกันระหว่างกลุ่ม เป็นฐานเรียนรู้ภูมิปัญญาและถ่ายทอดเผยแพร่ความรู้ การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก การสนับสนุนของหน่วยงานต่างๆ ซึ่งเข้ามาให้คำแนะนำ ให้ความรู้และคอยช่วยเหลือในด้านต่างๆ ทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชน มีการสนับสนุนในด้านของการเรียนรู้ในช่วงแรกขยายสมาชิกค่อนข้างยาก เนื่องจากผู้ผลิตยังไม่มั่นใจ เมื่อกลุ่มๆ ทำการส่งเสริมการผลิตแบบครบวงจร คือส่งเสริมตั้งแต่สมาชิกสามารถผลิตได้ จัดกระบวนการเรียนรู้ แล้วก็ทำเรื่องประกันราคาผลผลิต สมาชิกก็มีความมั่นใจเพิ่มขึ้น พี่ชุกตัวจะมีการกำหนดราคาประกันร่วมกันระหว่างกลุ่มกับสมาชิก เพื่อให้เป็นผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่มีมาตรฐานสากลราคาไม่แพง ต้องมองทั้งด้านเทคโนโลยีและด้านสังคม ควรเป็นการพัฒนาในลักษณะ Empowerment คือ การระเบิดจากภายใน โดยดูความพร้อมของชุมชนเป็นหลัก ซึ่งทุนของชุมชนมีหลายอย่าง เช่น คน เงิน ที่ดิน ความเป็นญาติพี่น้อง ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม แต่ทั้งหมดนี้ก็ต้องสอนพวกเขาให้ทำเพื่อคนอื่นด้วย ไม่ใช่ทำเพื่อตนเองอย่างเดียว เพราะการยั่งยืนเพียงคนเดียว ก็ไม่ใช่ประโยชน์สูงสุดในการทำเกษตรกรรม สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักดังนี้

“ความหวังอันสูงสุดคือ สร้างแนวทางให้ชาวนาหรือเกษตรกร ซึ่งเป็นพสกนิกรของพระองค์ท่านสามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน อยู่อย่างมีศักดิ์ศรี และไม่มีหนี้สิน ไม่ตกเป็นเครื่องมือของนักการเมือง หรือนักธุรกิจที่ไร้คุณธรรม และหวังในเรื่องส่วนตัวและครอบครัวคือหวังให้ “ลูก” สืบทอดปณิธานของ “พ่อ” ต่อไป เพราะเป็นการสืบทอดแนวทางตามพระราชดำริของ “พ่อเจ้าอยู่หัว” ผู้บันดาลให้มีวันนี้สำหรับครอบครัวเรา นั่นเองครับ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 21, 2560) สอดคล้องกับ “สมาชิกทุกคนมีส่วนช่วย มีส่วนร่วมในการทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมด้วยกัน เวลามีปัญหาทุกคนก็จะมานั่งปรึกษาหารือ มานั่งคุย นั่งประชุมกัน มีการช่วยกันลงแขก มีการพัฒนากลุ่ม เราไปพร้อมๆ กัน มีการร่วมกันหาแนวทางในการแก้ปัญหา เวลาเราเจอปัญหา เจออุปสรรคเรื่องของเชื้อรา หรือเกิดเรื่องอะไรที่ วิกฤต ทุกคนต้องเข้าสู่กระบวนการกลุ่ม” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 14, 2560)

สรุปได้ว่าองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 มีความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยภายในองค์กรทั้ง 7 ประการโดยขับเคลื่อนจากภายในตัวผู้ประกอบการเกษตรกรเอง ซึ่งเป็นกระบวนการที่คนใหม่ได้แก่ การบริหาร (Style) ทักษะ (Skill) และค่านิยม (Shared Value) ที่ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์มีความเป็นเกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการ (Farmer as entrepreneur) มากกว่าการเป็นเกษตรกร นำไปสู่ กลยุทธ์ (Strategy) โครงสร้างองค์กร (Structure) ระบบ (System) และ บุคลากร (Staff) ที่กลายเป็นธุรกิจเกษตรอินทรีย์ที่ประสบความสำเร็จ

2. การพัฒนาองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

จากการสังเคราะห์องค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ในขั้นตอนที่ 2 ด้วยกรอบแนวคิดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรสีเขียว (Agripreneurship Characteristics in Green Agribusiness) ด้วยการจัดกลุ่มข้อมูล ทำให้ได้คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน 12 คน รับผิดชอบองค์ประกอบความสำเร็จการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ได้มุมมองจากผู้เชี่ยวชาญที่มาจากหน่วยงานที่แตกต่างกัน แบ่งผลออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 2.1 ประเมินองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

ขั้นตอนที่ 2.1 ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามให้ ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรอินทรีย์จำนวน 30 คน และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องทั้งภาครัฐและเอกชน จำนวน 12 คน ประเมินปัจจัยทุกด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ได้มุมมองจากผู้เชี่ยวชาญที่มาจากหน่วยงานที่แตกต่างกัน และวิเคราะห์การหาค่าน้ำหนักของตัวแปรองค์ประกอบและตัวชี้วัด

การให้ค่าคะแนน

นำปัจจัยทุกด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรกรอินทรีย์เขียนใส่ไว้ในตารางของ แต่ละด้านคือ ด้านความคุ้มค่าด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านนวัตกรรม และด้านการบริหารจัดการที่ดี ให้ค่าคะแนนดังนี้ แล้วกำหนดค่าน้ำหนักตามผลการประชุมลงมติของผู้เชี่ยวชาญ จะได้ค่าคะแนน ตั้งแต่ระดับ 5, 4, 3, 2, และ 1 ดังนี้

- 5 หมายถึง องค์กรประกอบมีความสำคัญต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรกรอินทรีย์มากที่สุด
- 4 หมายถึง องค์กรประกอบมีความสำคัญต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรกรอินทรีย์มาก
- 3 หมายถึง องค์กรประกอบมีความสำคัญต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรกรอินทรีย์ปานกลาง
- 2 หมายถึง องค์กรประกอบมีความสำคัญต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรกรอินทรีย์น้อย
- 1 หมายถึง องค์กรประกอบมีความสำคัญต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรกรอินทรีย์น้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยยุค 4.0 มีองค์ประกอบ 7 ด้าน กำหนดเกณฑ์ในการวัดคะแนน ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วทำการวิเคราะห์เพื่อหาค่าเฉลี่ยแล้วจึงทำการแปลผล โดยอาศัยเกณฑ์การแปลผลของ บุญชม ศรีสะอาด (2535: 99-100) ซึ่งกำหนดเกณฑ์การแปลผล ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง องค์กรประกอบสำคัญต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรกรระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง องค์กรประกอบสำคัญต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรกรระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง องค์กรประกอบสำคัญต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรกรระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง องค์กรประกอบสำคัญต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรกรระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง องค์กรประกอบสำคัญต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรกรระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 12 องค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์

n=42

คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ที่ประสบความสำเร็จ	\bar{X}	S.D.	การแปรผล
1. การมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม	3.98	0.78	มาก
2. การแสวงหาโอกาส	4.09	0.74	มาก
3. ความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม	3.83	0.69	มาก
4. ความกล้าเสี่ยง	3.87	0.94	มาก
5. ความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว	4.01	0.80	มาก
6. การสร้างความร่วมมือและเครือข่าย	4.11	0.75	มาก
7. การจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย	3.96	0.69	มาก
รวม	3.98	0.77	มาก

จากตารางที่ 12 พบว่า โดยรวมแล้วองค์ประกอบคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ที่ประสบความสำเร็จอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ให้ความคิดเห็นองค์ประกอบคุณลักษณะผู้ประกอบการที่สำคัญต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรอยู่ในระดับมากทุกข้อ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในรายละเอียด จะพบว่า องค์ประกอบคุณลักษณะผู้ประกอบการที่สำคัญต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรสูงที่สุดคือ การสร้างความร่วมมือและเครือข่าย ($\bar{X} = 4.11$) ในขณะที่องค์ประกอบคุณลักษณะผู้ประกอบการที่สำคัญต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรต่ำที่สุดคือ ความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม ($\bar{X} = 3.83$)

ขั้นตอน 2.2 การพัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จเพื่อรับรององค์ประกอบและยกเร่งจัดทำคู่มือการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยในยุค 4.0

เมื่อได้ข้อมูลองค์ประกอบคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยยุค 4.0 มีองค์ประกอบ 7 ด้าน ขั้นตอนต่อมาคือ การพัฒนาองค์ประกอบและตัวชี้วัดความสำเร็จเพื่อ ยกเร่งองค์ประกอบเป็นคู่มือการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยในยุค 4.0 ผู้วิจัยเลือกผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้บริหาร/เจ้าหน้าที่ผู้ชำนาญการที่มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ทั้งจากองค์กรภาครัฐและเอกชน รวมทั้งสถาบันการศึกษา ซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องในการกำหนดทิศทาง

และขับเคลื่อนธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้วยการสัมมนาผู้เชี่ยวชาญ(Connoisseurship) เพื่อเก็บข้อมูลข้อคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆที่มีความรู้และประสบการณ์ความเชี่ยวชาญหลากหลายศาสตร์ ร่วมกันหาข้อสรุปความคิดเห็นในการประเมินองค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ จำนวน 12 ผู้เชี่ยวชาญ

ผลวิเคราะห์เชิงเนื้อหาที่ได้จากการสัมมนาผู้เชี่ยวชาญแยกเป็น 2 ประเด็นดังนี้

1. องค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง
2. แนวทางการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (SMART FARMER) ด้วยคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

ประเด็นที่ 1 องค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในแต่ละด้าน

คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องที่ประสบความสำเร็จมี 7 องค์ประกอบหลัก และมีตัวชี้วัด 3 ด้าน ดังนี้

1. การมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม

การมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคมของเกษตรกรปราดเปรื่อง ไม่ใช่แค่เพียงความต้องการอยากจะสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นกับสังคมเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงผลตอบแทนทางธุรกิจเพื่อทำให้ตัวเองอยู่รอดด้วย จึงจะเป็นปัจจัยที่จะทำให้ความเปลี่ยนแปลงที่ตั้งใจนี้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน มีความตั้งใจที่จะเป็นจุดเริ่มต้นลงมือทำเพื่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเครือข่ายเกษตรกร จะตอบโจทย์ทุกเรื่อง

2. ด้านการแสวงหาโอกาส

ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องจะต้องมีการแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ ลักษณะของโอกาสนั้นจะมีมาในรูปแบบที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้ประกอบการนั้นจะต้องมีวิสัยทัศน์ที่จะมองเห็นโอกาสที่เกิดขึ้น โดยการแสวงหาโอกาสนั้น ผู้ประกอบการจะต้องแสวงหาโอกาสประกอบไปกับการวิเคราะห์ข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลปฐมภูมิ หรือข้อมูลทุติยภูมิ และคาดการณ์แนวโน้มของธุรกิจในอนาคตได้เป็นอย่างดี และจับเอาโอกาสนั้นเอาไว้ให้ได้โดยการสร้างกระบวนการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ

3. การสร้างนวัตกรรม

ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมีความเป็นผู้นำที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม ผู้ประกอบการจะต้องไม่พอใจในสิ่งที่เป็นอย่างปัจจุบัน ไม่ชอบทำตามแบบดั้งเดิม และจะนำเอาประสบการณ์ที่ผ่านมามาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ๆ ที่ดีกว่าเดิมในการดำเนินงานบ่อยครั้งมักจะมีความคิดความฝันในการแก้ไขปรับปรุงผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตและการดำเนินงาน กล้าที่จะผลิตสินค้าที่แตกต่างจากตลาดที่มีอยู่เดิม กล้าใช้วิธีการขายที่ไม่เหมือนใคร กล้าเสนอสินค้าใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด และนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต แสวงหาวัตถุดิบมาทดแทน ทำการขยายตลาดใหม่ นำเอาความรู้ด้านการจัดการสมัยใหม่มาปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ และลดต้นทุนการผลิต ซึ่งความคิดสร้างสรรค์นี้อาจคิดขึ้นเอง หรืออาจจะได้มาจากแนวความคิดของนักประดิษฐ์คิดค้น นักวิจัย หรือผู้เชี่ยวชาญที่ศึกษาแล้ว และนำมาประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์ก็ได้ สอดคล้องกับผู้เชี่ยวชาญให้ความคิดเห็นดังนี้

“ด้วยแนวคิดการทำเกษตรอินทรีย์แบบสมาร์ตฟาร์ม ต้องเอาระบบเทคโนโลยีมาใช้ การให้แนวคิดว่า ต้องไปติดต่อตรงไหน สื่อสารกับคนทำระบบให้ได้ว่า เกษตรกรต้องการอะไรการทำสมาร์ตฟาร์ม เป็นเรื่องของการเชื่อมโยงเครือข่าย ให้โจทย์นักศึกษาพัฒนานวัตกรรมเกษตร สิ่งที่มีและสิ่งที่แสวงหาใหม่ เอามาประยุกต์ต่อยอดเพื่อความคิดสร้างสรรค์ หาใหม่คือ นำเทคโนโลยีเข้ามาใหม่ ต้องเชื่อมั่นในสินค้าของตนเอง นวัตกรรมจัดการในการรวมกลุ่ม เชื่อมโยงนวัตกรรมต้องเป็นเครือข่าย อาศัยหน่วยงานภาครัฐ หรือสถาบันการศึกษาการลดต้นทุนด้วยการแปลงจากขยะให้เป็นปุ๋ย เป็นกระบวนการผลิตซึ่ช่องทาง ให้เครื่องมือในการสร้างนวัตกรรม ต้องรู้จักตนเองจากนั้นไปหาคนช่วยที่ไหน” (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 7, 2560) สอดคล้องกับ “Pre Harvest Post harvest นวัตกรรมวัดเป็นกระบวนการ กลางนั้นนวัตกรรม คัดเกรด นวัตกรรมไปยังผู้บริโภคเข้าถึงผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว ขุดร่อง วางแปลง พิสูจน์ดิน ตัดอย่างไร ยืดเวลา กลัวมีแบรนด์ ตรวจสอบได้ สอดกลับได้ ว่าอินทรีย์แท้จริง (นวัตกรรมทั้ง chain) สามารถมาเรียนองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ ภาคราชการหาคนเก่งอินทรีย์ยังไม่มี Big Data ภาครัฐต้องมีระบบฐานข้อมูล ระบบสร้าง story หรือ เราสร้าง story ให้ระบบ” (ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2, 2560)

4. ความกล้าเสี่ยง

ผู้ประกอบการจะต้องมีการยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลางตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การทำธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน ผู้ประกอบการจะชอบทำงานที่ท้าทายต่อความรู้ความสามารถ และจะไม่มีภาวะภูมิคุ้มกันกับงานที่ง่ายมีความเป็นไปได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ในการ

ลงทุนหรือพูดได้ว่าไม่มีความเสี่ยงเลย และผู้ประกอบการที่ดีก็จะหาทางหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไปเช่นกัน และจะชอบงานที่มีความเสี่ยงระดับปานกลางที่มีโอกาสประสบความสำเร็จ หรืออาจจะล้มเหลวได้ ความเสี่ยงระดับนี้ผู้ประกอบการที่ดีนั้นได้ประเมินแล้วว่าไม่เกินความสามารถของตนเองที่จะทำให้บรรลุผลสำเร็จ สิ่ง que แสดงให้เห็นถึงความพยายามในการลดการเสี่ยงก็คือ การพิจารณาหาทางเลือกหลายๆ ทางในการทำธุรกิจโดยใช้เวลาในการศึกษาวางแผนการตลาด เลือกการผลิตที่เหมาะสมกับวัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ แหล่งเงินทุนและการบริหารงานตลอดจนผลตอบแทนทางการเงินภายใต้ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และนโยบายของรัฐบาล ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่แน่นอน ผู้ประกอบการที่ดีจะประเมินดูปัจจัยต่างๆ อย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้วค่อยตัดสินใจลงทุน ซึ่งความเสี่ยงแบบผู้ประกอบการนี้สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีการลงทุนแบบพอประมาณ ตัดสินใจอย่างมีเหตุผล มีภูมิคุ้มกันในการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลง โดยอาศัยความรู้คู่คุณธรรม

5. ความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว

ในยุคปัจจุบันความรู้จากประสบการณ์ในอดีตอย่างเดียวอาจจะไม่เพียงพอ แม้ว่าจะมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ที่เขาทำการผลิตผู้ประกอบการที่ดีจะต้องขวนขวายหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นความรู้ทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม กฎหมาย และอื่นๆ มาประกอบด้วย เพื่อช่วยให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ได้ถูกต้องว่าเกิดอะไร อย่างไร ที่ไหน เมื่อไหร่ ซึ่งผู้ประกอบการที่ดีนั้นจะต้องเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ตลอดจนแสวงหาความรู้จากบุคคลอื่น จากการอบรมสัมมนา การปรึกษาแนะนำจากผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนประสบการณ์ที่ได้จากการทัศนศึกษาต่างท้องถิ่นหรือต่างประเทศ

6. การจัดการที่หลากหลาย (Farm-diversified business)

ในฟาร์มอินทรีย์จนสามารถสร้างแหล่งรายได้ที่สอง นอกภาคการเกษตรที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร มีรายได้จากการทำการเกษตร ควบคู่ไปกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ

7. การสร้างความร่วมมือและเครือข่าย

ในการประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน แม้ต่างมีจุดมุ่งหมายเพื่อมุ่งหากำไร แต่ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องแข่งขันกันเพื่อให้ล้มไปข้างหนึ่ง วิธีการมุ่งไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจชนิดเดียวกันอาจแตกต่างกันออกไป เช่น ควรมุ่งไปในเรื่องของการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ คุณภาพ

บริการ การลดต้นทุนการผลิต เป็นต้น แนวคิดของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะพยายามดำเนินธุรกิจในรูปแบบการสร้างพันธมิตร คือ ไม่ทำให้เกิดเพียงผู้ชนะเพียงอย่างเดียว โดยร่วมมือในทางสร้างสรรค์ เพื่ออาศัยกันเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดด้วยกันทั้งกลุ่ม การร่วมมือกันอาจจะทำได้ในรูปแบบการตั้งสมาคม ชมรมเพื่อต่อรองรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาวัตถุดิบ ปรับโครงสร้างภาษีที่ไม่เป็นธรรม หรือป้องกันการทุ่มเทจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม การร่วมมือกันเพื่อขึ้นราคาสินค้าอย่างไม่สมเหตุสมผล การผูกขาด การกักตุนสินค้าขึ้นไม่ควรจะกระทำเพราะจะไม่เป็นผลดีในระยะยาว

ตารางที่ 13 องค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

คุณลักษณะผู้ประกอบการ เกษตรกร	ตัวชี้วัดด้านความรู้ (Knowledge)	ตัวชี้วัดด้านทักษะ (Skills)	ตัวชี้วัดด้านพฤติกรรม (Behavior)
1.การมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม			
คำอธิบาย ความปรารถนาดีที่จะบรรลุเป้าหมายในธุรกิจที่เกิดจากการอุทิศตนเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคมและสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น	1. ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์และอาหารปลอดภัย 2. ความรู้ด้านระบบนิเวศเกษตรอินทรีย์ 3. ความรู้ด้านการค้าเป็นธรรม (Fairtrade) 4. ความรู้ด้านเศรษฐกิจพอเพียง 5. ความรู้ด้านคุณภาพและมาตรฐานเกษตรอินทรีย์	1. ทักษะในการตั้งเป้าหมายที่มาจากแรงจูงใจในการบรรลุเป้าหมายนั้น มุ่งมั่นไม่ยอมแพ้ (Goal Setting) 2. ทักษะในการคิดเชื่อมโยง (Associating) 3. ทักษะในการตั้งคำถาม (Questioning) 4. ทักษะการสังเกต (Observing) 6. ทักษะการทดลอง (Experimenting) 7. ทักษะการเป็นผู้นำ (Leading)	1. แสดงออกถึงความรักและความภาคภูมิใจในการเป็นเกษตรกรอินทรีย์ 2. แสดงออกถึงความพอเพียง รู้จักประมาณตน 3. แสดงออกถึงรักและห่วงแหนถิ่นที่อยู่ 4. เข้าร่วมหรืออุทิศตนในกิจกรรมที่เกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อม 5. มีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ สามารถอดทนและรับมือกับความเครียดได้ดี
2. การแสวงหาโอกาส			
คำอธิบาย การไม่หยุดนิ่งในการมองหาและมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ	1. ความรู้เรื่องเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกษตร	1. ทักษะการคิดสร้างสรรค์ที่สามารถพัฒนาเป็นโอกาสได้	1. มองเห็นโอกาสหรือเห็นช่องทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

	<p>2. ความรู้ด้านกลไกและหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนเกษตรกรอินทรีย์</p> <p>3. ความรู้ด้านความต้องการของผู้บริโภค (Demand Side)</p>	<p>2. ทักษะการคิดประเมินผลประโยชน์ของโอกาสนั้น</p> <p>3. ทักษะการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในด้านการตลาดและการผลิต</p> <p>4. ทักษะการแสวงหาวิธีแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>5. ทักษะการตัดสินใจได้</p>	<p>2. มีกลยุทธ์แสวงหาลูกค้าใหม่ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Blue Ocean)</p> <p>3. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการเข้าถึงข้อมูลทางธุรกิจเกษตรกรอินทรีย์</p>
3. การสร้างนวัตกรรม			
<p>คำอธิบาย</p> <p>การนำความคิดริเริ่มสร้างสรรค์นำมาปรับปรุงแก้ไขให้ผลผลิตดีขึ้นหรือนำมาประยุกต์ใช้สร้างสิ่งใหม่ในเชิงพาณิชย์</p>	<p>1) มีความรู้ด้านเทคโนโลยีเกษตรกรอินทรีย์</p> <p>2) มีความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น</p> <p>3) รู้จักองค์กรหรือหน่วยงานที่สามารถสนับสนุนช่วยเหลือในการวิจัยและพัฒนาธุรกิจเกษตรอินทรีย์</p> <p>6) การประกอบการเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม3)</p> <p>ความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนา</p>	<p>1) ใช้คิดใหม่หรือใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหาธุรกิจหรือสังคม เช่น กายขยายพันธุ์พืชใหม่ การหาปัจจัยการผลิตใหม่เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีใหม่ การทำฟาร์มวิธีใหม่</p> <p>2) ใช้ประโยชน์ที่ดินอย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>3) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการธุรกิจเกษตรอินทรีย์ เช่น การรวบรวมข้อมูลการเพาะปลูก ผลผลิตต่อไร่และยอดขาย การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล</p> <p>4) จัดการของเสียในฟาร์มได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ไม่มีของเสีย(Zero Waste)หรือ เพิ่มมูลค่า</p>	<p>1) มีแนวคิดใหม่ๆในธุรกิจหรือประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เข้ากับธุรกิจได้อย่างสอดคล้องกับยุคสมัยและความต้องการของตลาดและสังคม</p>

		ของเสียนั้นให้กลายเป็น สินค้าใหม่	
4. ความกล้าเสี่ยง			
คำอธิบาย ความกระตือรือร้นที่จะเสี่ยง มีข้อมูลมากพอและรู้วิธี ประเมินความเสี่ยงที่จะบรรลุ เป้าหมายของธุรกิจเกษตร อินทรีย์	1. ความรู้ด้านการจัดการ ความเสี่ยงด้วยการ ประยุกต์ใช้แนวคิด เศรษฐกิจพอเพียง	1. ทักษะการวิเคราะห์ และประเมินความเสี่ยง ค่าใช้จ่ายและผลตอบแทน 2. ทักษะการคาดการณ์ คำนวณความเสี่ยงที่จะ เกิดขึ้นอย่างรอบคอบบน พื้นฐานของข้อมูลที่ถูกต้อง	1. ทดลองปลูกพืชใหม่ๆหรือ ใช้วิธีการเพาะปลูกใหม่เป็น รายแรก 2. ได้รับสินเชื่อหรือการลงทุน เพิ่มในฟาร์มอินทรีย์ 3. ลงทุนในอุปกรณ์หรือ วัตถุดิบใหม่ 4. กระจายความเสี่ยงโดย เพาะปลูกพืชพันธ์ที่ หลากหลายในฟาร์มอินทรีย์
5. ความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว			
คำอธิบาย การชวนขยายหาความรู้ เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา พร้อม ที่จะปรับตัวให้เข้ากับ สถานการณ์ใหม่ที่ เปลี่ยนแปลง	1. ความรู้แหล่งในการ เรียนรู้และพัฒนาธุรกิจ เกษตรอินทรีย์	1. ทักษะการคิดแก้ปัญหา เฉพาะหน้า 2. ทักษะในการปรับตัว	1. แลกเปลี่ยนเรียนรู้ พบปะ พูดคุยกับเพื่อนเกษตรกร ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ประสบ ความสำเร็จในธุรกิจเกษตร อินทรีย์อยู่เสมอ 2. เข้าร่วมการฝึกอบรม เกษตรกร/ศึกษาดูงานอย่าง ต่อเนื่อง 3. เข้าร่วมรับการสนับสนุน ส่งเสริมจากนักวิจัยใน สถาบันการศึกษาหรือภาครัฐ
6. การสร้างความร่วมมือและเครือข่าย			
คำอธิบาย การสร้างพันธมิตรและ ความสัมพันธ์ที่ดีในเครือข่าย ทางธุรกิจและสังคม	1. ความรู้ด้านการมีส่วน ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ 2. ความรู้ด้านโซ่อุปทานใน อุตสาหกรรมเกษตรอินทรีย์	1. ทักษะการสร้าง เครือข่าย (Networking Skill) 2. ทักษะการสื่อสารได้ อย่างมีประสิทธิภาพ (Communication Skill)	1. มีพันธมิตรที่มีความสัมพันธ์ ที่ดีและมีประสิทธิภาพ 2. มีความร่วมมือช่วยเหลือกับ ผู้มีส่วนได้เสียและเครือข่าย ประกอบไปด้วยเครือข่าย เกษตรกรสถาบันการศึกษา

		3. ทักษะการสร้างแรงจูงใจและชักชวน (Motivation and persuasion skill) 4. ทักษะการเจรจาต่อรอง (Negotiation skill) 5. ทักษะการทำงานเป็นทีม (Team Work Skill)	หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการเงิน
7. การจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย			
คำอธิบาย การจัดการที่หลากหลาย (Farm-Diversified business) ในฟาร์มอินทรีย์ จนสามารถสร้างแหล่งรายได้ที่สอง นอกภาคการเกษตรที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร	1. ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจฟาร์มอินทรีย์ที่หลากหลาย (Farm Diversification) 2. การจัดการตลาดและตลาดออนไลน์ 3. การจัดการผลิตและ Smart Farm 4. การจัดการองค์การ 5. การจัดการการเงิน 6. การเขียนแผนภาพธุรกิจ (Business Model Canvas) 7. การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain)	1. ทักษะการบริหารจัดการพื้นที่เกษตรกรรม แรงงาน ทุน การเพาะปลูก เพาะเลี้ยง และผลิตวัตถุดิบทางการเกษตร 2. ทักษะการแปรรูปให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เป็นไปตามระบบมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร 3. ทักษะที่แสดงถึงความ เป็นเกษตรกรมืออาชีพ วางแผนในเชิงธุรกิจที่มีความหลากหลายพร้อมแบ่งปันบทเรียนแก่สาธารณะ	1) มีรูปแบบธุรกิจเกษตรอินทรีย์ (Business Model) ที่ชัดเจน 2) มีระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพ 3) มีตลาดที่ชัดเจนและเป็นตลาดที่ทำให้มีกำไรอย่างต่อเนื่องและมีช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยตัวเอง เช่น Farm-to-Table 4) มีการจัดการการเงินอย่างเป็นระบบ

โดยสรุปแล้ว ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันในองค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

ประเด็นที่ 2 แนวทางการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร ปราดเปรื่อง (Smart Farmer) ด้วยคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ของประเทศไทยยุค 4.0

ผลจากการสัมมนาผู้เชี่ยวชาญพบว่า แนวทางการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer) ด้วยคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ควรมีแนวทางดังนี้

1. การสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer) ควรเลือกระบุให้ชัดเจนว่าต้องการสร้างเกษตรกรกลุ่มไหน เป็นกลุ่มเกษตรกรที่ทำการเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่เกษตรกรแบบใหม่ หรือกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ไม่ใช่เกษตรกรแล้วต้องการทำการเกษตร

2. การสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องต้องเน้นย้ำความชัดเจน เรื่องเกษตร 4.0 ว่า สร้างที่เกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อเปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ เป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องมีความรอบรู้ในระบบการผลิตด้านการเกษตรที่เน้นการบริหารจัดการโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในธุรกิจ มีความสามารถในการวิเคราะห์เชื่อมโยงและบริหารจัดการการผลิตและการตลาด โดยใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ คำนึงถึงคุณภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยบุคคลที่มีความภูมิใจในการเป็นเกษตรกร ไม่ลืมท้องถิ่นหรือเกษตร 4.0 หมายถึง เกษตรกรที่เปลี่ยน มาใช้แนวคิดหลักของสมาร์ตฟาร์ม คือ การใช้เทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ รวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการพัฒนาทั้งห่วงโซ่อุปทาน สินค้าเกษตรเพื่อยกระดับผลิตภาพ มาตรฐานสินค้า และลดต้นทุน โดยการพัฒนากิจกรรมใน 4 ด้าน ได้แก่

- 1) ลดต้นทุน
- 2) เพิ่มคุณภาพการผลิตและมาตรฐานสินค้า
- 3) ลดความเสี่ยงจากศัตรูพืชและภัยธรรมชาติ
- 4) การจัดการและส่งผ่านความรู้

จากการสังเคราะห์ข้อมูลตอนที่ 2 สามารถสรุปได้ว่า กระบวนการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (SMART FARMER) ใช้การพัฒนาคุณลักษณะซึ่งมีการ

กำหนดตัวชี้วัดคุณลักษณะ 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านพฤติกรรม เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะซึ่งเป็นคุณสมบัติส่วนบุคคลจากภายใน สู่การรับมือกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปของภายนอก ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องต้องมีความรู้อย่างถ่องแท้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม สามารถวางแผนโดยรู้ถึงอุปสงค์ตลาดและเตรียมการผลิตให้สอดคล้อง รวมทั้งมีความสามารถในเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและในการแก้ปัญหาได้รวดเร็ว โดยการวิเคราะห์ข้อมูลรอบด้านเป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจที่ตั้งอยู่บนหลักการและเหตุผล ตลอดจนรู้จักประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการเกษตร ตามแนวทางการพัฒนาภาคเกษตรอย่างยั่งยืนคือ การแก้ไขปัญหาที่ต้นเหตุ โดยยกระดับประสิทธิภาพการผลิตจากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ผ่านวิธีการพัฒนาซึ่งมุ่งเน้นไปที่ตัวเกษตรกร ทำให้เกษตรกรสามารถนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีด้านการเกษตรมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของแต่ละพื้นที่ โดยเฉพาะการช่วยให้เกษตรกรเข้าถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะเทคโนโลยีการผลิตและระบบบริหารจัดการ ดังนั้นรูปแบบการสร้างคือการส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตัวเองหรือการเรียนรู้ตลอดชีวิต

ขั้นตอนที่ 3 การวิจัย (Research :R2) เพื่อทดลองใช้องค์ประกอบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

การศึกษาในขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาการการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi Experimental Research) มีกลุ่มทดลองเพียงกลุ่มเดียว (One Group) ทดลองโดยใช้การอบรมเชิงปฏิบัติการ (Training Workshop) ซึ่งการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเกษตรกรฐานราก (Ahmed, Hasan & Haneef, 2011) เป็นการพัฒนาความสามารถของเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องผ่านกระบวนการการศึกษาที่มีพลวัต เป็นเวลา 2 วัน ให้ความรู้และพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่อง โดยใช้แนวคิดการเรียนรู้ด้วยการชี้นำตนเอง (Self-Directed Learning : SDL) แบบจำลองวงจรการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning Cycles) เพื่อให้ผู้ใหญ่ที่มีประสบการณ์ที่หลากหลายเกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ จากนั้นประเมินความรู้และทักษะ คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร และวิเคราะห์ด้วยการหาค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่างของคะแนนด้วย t-test dependent ก่อนและหลังการอบรม ซึ่งมีผลวิจัยดังนี้

โครงการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร
ปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางการส่งเสริมการ
เรียนรู้ด้วยกิจกรรม โดยกำหนดระยะเวลาการฝึกอบรม 2 วัน มีกิจกรรมที่ใช้ในการฝึกปฏิบัติทั้งสิ้น 8
โมดูล ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 กิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ
เกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์

โมดูล	วิธีการพัฒนาการเรียนรู้
1. โมดูลการมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurial Spirit)	การอภิปราย
2. โมดูลการแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking)	จำลองสถานการณ์
3. โมดูลการสร้างนวัตกรรม (Innovativeness)	จำลองสถานการณ์
4. โมดูลความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)	จำลองสถานการณ์
5. โมดูลความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว (Readiness to Learn & Adaptability)	การฝึกปฏิบัติ
6. โมดูลการจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย (Farm-Diversified Business Management)	การฝึกปฏิบัติ
7. โมดูลการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย (Collaboration and Networking)	ทัศนศึกษาดูงาน
8. โมดูลการเขียน Business Model Canvas สำหรับธุรกิจเกษตร	การฝึกปฏิบัติ

ผลการวิเคราะห์ก่อนและหลังการอบรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์แสดงในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 15 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มเป้าหมายทดลอง

n=20

ข้อมูล	สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	11	55
	หญิง	9	45
2. อายุ	ต่ำกว่า 21 ปี	1	5
	21-30 ปี	3	15
	31-35 ปี	6	30
	36-40 ปี	5	25
	41-45 ปี	1	5
	45-50 ปี	2	10
	มากกว่า 51 ปี	2	10
3. การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3	15
	ปริญญาตรี	15	75
	สูงกว่าปริญญาตรี	2	10

จากตารางที่ 15 พบว่าข้อมูลผู้เข้าร่วมทดลองการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ในขั้นตอนที่ 3 มีจำนวน 20 คน เป็นเพศชายจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 55 เป็นเพศหญิงจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 45 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาอายุระหว่าง 36-40 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25 อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15 อายุระหว่าง 45-50 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10 อายุมากกว่า 51 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10 อายุระหว่าง 41-45 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และอายุต่ำกว่า 21 ปี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 16 เปรียบเทียบความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อน/หลังการอบรม

n=20

ทดสอบความรู้	คะแนน เต็ม	ระดับ คะแนน ต่ำสุด	ระดับ คะแนน สูงสุด	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ก่อนการอบรม	25	14	23	19.0	1.99	7.95	.000
หลังการอบรม	25	17	25	21.0	1.66		

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.05

จากตารางที่ 16 พบว่า ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อน/หลังการอบรมของผู้เข้าร่วมทดลองการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ มีคะแนนเฉลี่ยก่อนการอบรม 19.0 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.99 และคะแนนเฉลี่ยหลังการอบรม 21.0 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.66 เมื่อใช้สถิติทดสอบที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test dependent) พบว่า ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อน/หลังการอบรม ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.05

ตารางที่ 17 เปรียบเทียบทักษะในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อน/หลังการอบรม

ทดสอบทักษะ	n	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ก่อนการอบรม	20	2.60	1.24	0.034	.000
หลังการอบรม	20	3.35	1.37		

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.05

จากตารางที่ 17 พบว่า ทักษะในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อน/หลังการอบรมของผู้เข้าร่วมทดลองการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ มีคะแนนเฉลี่ยก่อนการอบรม 2.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.24 และคะแนนเฉลี่ยหลังการอบรม 3.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.37 เมื่อใช้สถิติทดสอบที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test dependent) พบว่า ทักษะในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อน/หลังการอบรม ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.05

ตารางที่ 18 แสดงการเปรียบเทียบทักษะการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อนและหลังฝึกอบรม

n=20

ทักษะการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง	ก่อนอบรม		หลังอบรม	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
ทักษะด้านการมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม	2.07	1.23	3.10	1.62
ทักษะด้านการแสวงหาโอกาส	2.75	1.15	3.29	1.34
ทักษะด้านการสร้างนวัตกรรม	2.74	1.21	3.38	1.34
ทักษะด้านความเสี่ยง	2.72	1.29	3.31	1.35
ทักษะด้านความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว	2.50	1.32	3.42	1.34
ทักษะการจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย	2.60	1.29	3.33	1.37
ทักษะด้านการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย	2.88	1.20	3.63	1.26
ค่าเฉลี่ยรวม	2.60	1.24	3.35	1.37

จากตารางที่ 18 แสดงทักษะการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องหลังเข้าร่วมฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ 3.35 เมื่อพิจารณาทางด้านจากมากไปหาน้อยพบว่า ทักษะด้านการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย มีค่าเฉลี่ย 3.63 ทักษะด้านความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว 3.42 ทักษะด้านการสร้างนวัตกรรม 3.38 ทักษะการจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย 3.33 ทักษะด้านความเสี่ยง 3.31 ทักษะด้านการมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม 3.10 และทักษะด้านการแสวงหาโอกาส 3.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 เปรียบเทียบการปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อนและหลังการอบรม

n=20

ทดสอบทักษะ	n	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ก่อนการอบรม	20	2.80	1.08	0.233	.000

หลังการอบรม	20	3.44	1.22		
-------------	----	------	------	--	--

**ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.05

จากตารางที่ 19 พบว่า การปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องก่อน/หลัง การอบรมของผู้เข้าร่วมทดลองการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ มีคะแนนเฉลี่ยก่อนการอบรม 2.80 ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.08 และคะแนนเฉลี่ยหลังการอบรม 3.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.22 เมื่อใช้ สถิติทดสอบที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test dependent) พบว่า การปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเป็รื่องก่อน/หลังการอบรม ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.05

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบการปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องก่อนและ หลังฝึกอบรม

การปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร ปราดเป็รื่อง	ก่อนอบรม		หลังอบรม	
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
การปฏิบัติในด้านการมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการ เพื่อสังคม	3.10	1.06	3.70	1.19
การปฏิบัติในด้านการแสวงหาโอกาส	2.77	1.20	3.37	1.27
การปฏิบัติในด้านการสร้างนวัตกรรม	2.76	0.97	3.50	1.21
การปฏิบัติในด้านการความเสี่ยง	2.76	0.97	3.50	1.21
การปฏิบัติในด้านการความพร้อมในการเรียนรู้และ การปรับตัว	2.73	1.20	3.28	1.23
การปฏิบัติในการจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย	2.46	1.17	3.36	1.24
การปฏิบัติในด้านการสร้างความร่วมมือและ เครือข่าย	3.03	1.03	3.43	1.19
ค่าเฉลี่ยรวม	2.80	1.08	3.44	1.22

จากตารางที่ 20 แสดงการปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องหลังเข้า
ร่วมฝึกอบรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ 3.44 เมื่อพิจารณาทางด้านจากมากไปหาน้อยพบว่า พฤติกรรม
ด้านการมีจิตวิญญานผู้ประกอบการเพื่อสังคม มีค่าเฉลี่ย 3.70 พฤติกรรมด้านการสร้างนวัตกรรม
และพฤติกรรมด้านความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยที่เท่ากันคือ 3.50 พฤติกรรมด้านการสร้างความร่วมมือและ
เครือข่าย มีค่าเฉลี่ย 3.43 พฤติกรรมด้านการแสวงหาโอกาส มีค่าเฉลี่ย 3.37 พฤติกรรมการจัดการ
ธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.36 และพฤติกรรมด้านความพร้อมในการเรียนรู้และการ
ปรับตัว 3.28 ตามลำดับ

ขั้นที่ 4 การพัฒนา (Development :D2) ประเมินและถอดบทเรียนองค์ประกอบ ความสำเร็จในการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศ ไทยยุค 4.0

ขั้นตอนสุดท้าย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อการฝึกอบรม
องค์ประกอบการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจ
เกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 เพื่อการประเมินผลและปรับปรุง จากนั้นจึงการถอดบทเรียน
(Lesson Learnt) แบบ After Action Review : AAR มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตารางที่ 21 แสดงความพึงพอใจต่อรูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจ
เกษตรอินทรีย์

n=20

ความพึงพอใจต่อรูปแบบการสร้างผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. ความรู้ที่ได้รับหลังจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ			
ด้านการมีจิตวิญญานผู้ประกอบการเพื่อสังคม	4.22	0.79	มาก
ด้านการแสวงหาโอกาส	4.70	0.48	มากที่สุด
ด้านการสร้างนวัตกรรม	4.50	0.52	มากที่สุด

ด้านความเสี่ยง	4.30	0.76	มาก
ด้านความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว	4.35	0.63	มาก
ด้านการจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย	4.67	0.47	มากที่สุด
ด้านการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย	4.50	0.52	มากที่สุด
รวม	4.46	0.59	มาก
2. ความเป็นประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์			
ด้านการมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม	4.35	0.63	มาก
ด้านการแสวงหาโอกาส	4.67	0.47	มากที่สุด
ด้านการสร้างนวัตกรรม	4.50	0.52	มากที่สุด
ด้านความเสี่ยง	4.50	0.52	มากที่สุด
ด้านความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว	4.35	0.63	มาก
ด้านการจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย	4.50	0.52	มากที่สุด
ด้านการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย	4.70	0.48	มากที่สุด
รวม	4.51	0.53	มากที่สุด
3. ความรู้ที่ได้สามารถนำไปต่อยอดต่อความรู้ต่อไป			
ด้านการมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม	4.50	0.52	มากที่สุด
ด้านการแสวงหาโอกาส	4.50	0.52	มากที่สุด
ด้านการสร้างนวัตกรรม	4.70	0.48	มากที่สุด
ด้านความเสี่ยง	4.60	0.52	มากที่สุด
ด้านความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว	4.30	0.76	มาก
ด้านการจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย	4.70	0.48	มากที่สุด
ด้านการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย	4.70	0.48	มากที่สุด
รวม	4.57	0.53	มากที่สุด
4. รูปแบบกิจกรรมการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ			
ด้านการมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม	4.50	0.52	มากที่สุด
ด้านการแสวงหาโอกาส	4.70	0.48	มากที่สุด
ด้านการสร้างนวัตกรรม	4.60	0.52	มากที่สุด
ด้านความเสี่ยง	4.50	0.52	มากที่สุด
ด้านความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว	4.50	0.52	มากที่สุด

ด้านการจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย	4.90	0.32	มากที่สุด
ด้านการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย	4.90	0.32	มากที่สุด
รวม	4.66	0.46	มากที่สุด
5. หัวข้อนี้ควรจะคงอยู่ในการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊อง			
ด้านการมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม	4.90	0.32	มากที่สุด
ด้านการแสวงหาโอกาส	4.70	0.48	มากที่สุด
ด้านการสร้างนวัตกรรม	4.60	0.52	มากที่สุด
ด้านความเสี่ยง	4.50	0.52	มากที่สุด
ด้านความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว	4.50	0.52	มากที่สุด
ด้านการจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย	4.70	0.48	มากที่สุด
ด้านการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย	4.90	0.32	มากที่สุด
รวม	4.68	0.45	มากที่สุด
รวมทุกด้าน	4.58	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่า เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการพึงพอใจต่อโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อนี้ควรจะคงอยู่ในการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$) รองลงมาคือ รูปแบบกิจกรรมการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ($\bar{X} = 4.66$) ความรู้ที่ได้สามารถนำไปต่อยอดองค์ความรู้ต่อไป ($\bar{X} = 4.57$) ความเป็นประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ และความรู้ที่ได้รับหลังจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ ($\bar{X} = 4.46$) ตามลำดับ

2. การถอดบทเรียน (Lesson Learnt) แบบ After Action Review : AAR

เป็นการถอดบทเรียนองค์ประกอบความสำเร็จในการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 เพื่อศึกษาบทเรียนการเรียนรู้ของเกษตรกรโครงการลูกพระดาบส ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 20 ราย ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาและวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In - depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถพูดคุยเรื่องต่างๆได้อย่างอิสระ การพูดคุยตั้งอยู่บนฐานของความเต็มใจที่จะตอบ การวิเคราะห์หลังปฏิบัติ (After Action Review : AAR) พบว่า องค์ประกอบความสำเร็จ

ในการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง ประกอบไปด้วย 2 ปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกดังนี้

1. ปัจจัยผลักดัน (Push Factors)

ปัจจัยผลักดันในที่นี้หมายถึง สิ่งที่อยู่ภายในจิตใจผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง ได้แก่ คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง ที่มาจากทัศนคติ เป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการเกษตรกรหรือเป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่สร้างความต้องการในการสร้างธุรกิจเกษตร ไม่ใช่เป็นเพียงเกษตรกรผู้เพาะปลูกพืช ดังนั้นการพัฒนาเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องเป็นกระบวนการที่มุ่งแนะนำผู้เข้าอบรมให้เกิดการเรียนรู้ในสิ่งที่ต้องการ หรือเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการเพิ่มพูน ในด้านความรู้ ด้านทัศนคติ และด้านทักษะ นอกจากนี้แล้วยังเกิดความร่วมมือและการเชื่อมโยงการสร้างเครือข่ายเพิ่มขึ้น จากการอบรมเชิงปฏิบัติการองค์ประกอบการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จ ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ดังนี้

1) ด้านความรู้ (Knowledge) เช่น การมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องราวต่างๆ ตัวอย่างเช่น พื้นฐานการปลูกพืชอินทรีย์ การขอการรับรองสินค้า การขยายตลาด การรู้วิธีเข้าถึงข้อมูล

2) ด้านทัศนคติ (Attitudes) เป็นการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้สึกรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกของความรู้สึกทางจิตใจ มีการมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคมซึ่งใช้ธุรกิจนำแต่อยู่บนพื้นฐานจริยธรรมและความซื่อสัตย์ การรักบ้านเกิดและหวงแหนถิ่นที่อยู่

3) ด้านทักษะ (Skills) มี 2 ประเภท ได้แก่ 1) ทักษะในการคิด (Thinking Skill) คือ สามารถคิดทำอะไรได้ สร้างอะไรขึ้นมาได้ คิดแก้ปัญหาได้ หรือคิดแนวทางที่จะเผชิญปัญหาได้ เช่น สามารถวางแผนจัดระบบปลูกพืชแบบ Smart Farm หรือ ใช้ภูมิปัญญาในการแก้ปัญหาโรคและแมลง

4) พหุติกรรม หรือ ทักษะทางการ (Manual Skills) เช่น การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ผ่านโซเชียลมีเดีย การใช้ Search engine ในการเข้าถึงข้อมูล

ซึ่งองค์ประกอบคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยยุค 4.0 ประกอบไปด้วย 7 คุณลักษณะดังนี้ การมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม การแสวงหาโอกาส การสร้างนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว การ

จัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย และการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย สามารถอธิบายได้ด้วยแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 21 องค์ประกอบคุณลักษณะคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปื่องที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยยุค 4.0

ที่มา : การสังเคราะห์ของผู้วิจัย

2. ปัจจัยเชิงรุก (Pull Factors)

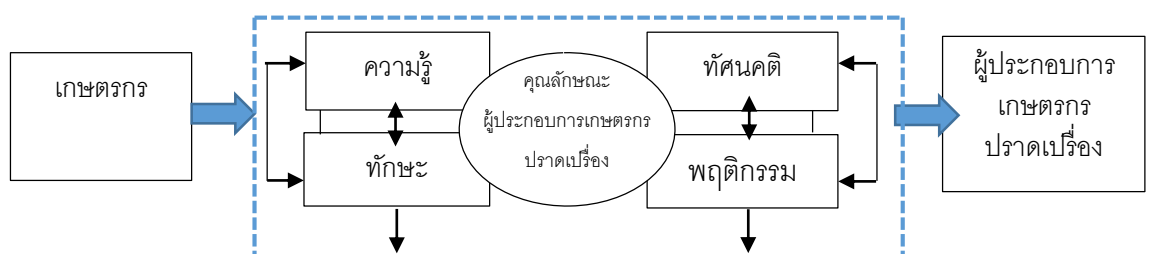
ปัจจัยเชิงรุกหรือปัจจัยสนับสนุนเป็นปัจจัยภายนอกในที่นี้หมายถึง แรงสนับสนุนทางด้านสังคม (Social Support) ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก ผู้ที่เป็นแรงสนับสนุนทางสังคมประกอบไปด้วย

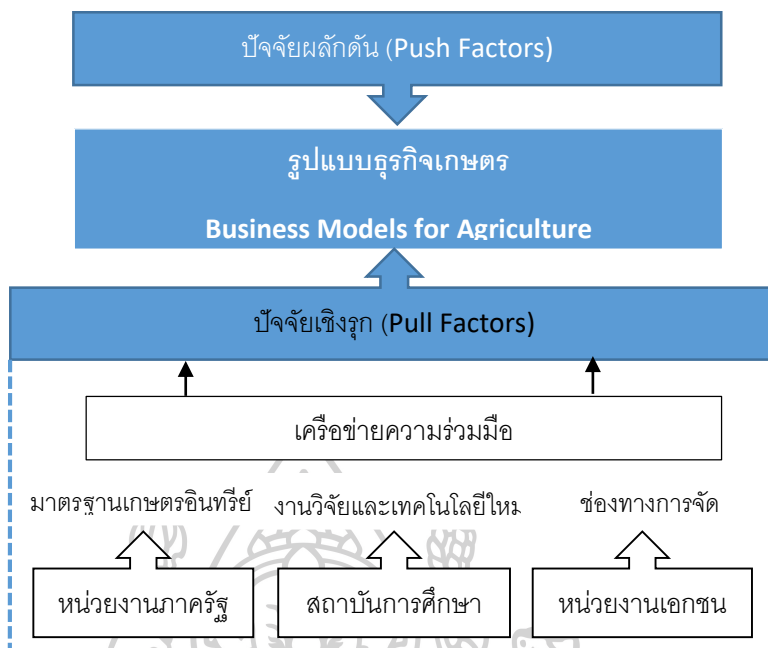
2.1 หน่วยงานภาครัฐผู้ให้การสนับสนุนเกษตรกรอินทรีย์ในการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นการสนับสนุนด้านวัตถุสิ่งของ (Instrumental Support) เป็นการให้ความช่วยเหลือที่เป็นรูปธรรมเกิดการรับรองมาตรฐาน

2.2 สถาบันการศึกษาที่มีบุคลากรและอาจารย์ นักวิจัย ที่ช่วยเหลือสนับสนุน ผู้ประกอบการเกษตรกรในการทำงานวิจัยและคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ การสนับสนุนด้านข้อมูล (Informational Appraisal Support) เช่น การให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เพื่อให้บุคคลรับรู้ สถานการณ์ปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่

2.3 กลุ่มเอกชนที่อยู่ห่วงโซ่อุปทานที่ให้การสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า เกษตรกรอินทรีย์ เครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ด้วยกันเองที่สนับสนุนด้านอารมณ์ (Emotional Support) เช่น การรับฟัง การแสดงให้เห็นว่าสนใจ การยอมรับ และการไว้วางใจ

ก่อนที่เกษตรกรจะเปลี่ยนแปลงสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องนั้น เกษตรกรต้องเข้าใจคุณลักษณะที่แตกต่างระหว่างเกษตรกรทั่วไปและผู้ประกอบการเกษตรกร ปราดเปรื่อง เพื่อค้นหาว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องส่งผลต่อความสำเร็จใน ธุรกิจเกษตรอินทรีย์อย่างไร เริ่มต้นที่ความสำคัญของการมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม ที่ คิดถึงความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มีใจรักในการเกษตรอินทรีย์และมีจิตใจที่ มุ่งมั่นต่อการยืนหยัดในการทำมาหากิน จากนั้นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องต้องพร้อมที่จะ เรียนรู้อยู่ตลอดเวลาเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอก เพื่อประคับประคองให้ธุรกิจ เกษตรอินทรีย์ของตนให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน จากนั้นความสำคัญที่ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง ขาดไม่ได้คือ การสร้างเครือข่าย เพราะการรวมกลุ่มการมีเครือข่ายนำมาซึ่งอำนาจการต่อรอง การ แลกเปลี่ยนความรู้ การเพิ่มทักษะความชำนาญ การกระจายสินค้าเกษตรและเพิ่มช่องทางในการจัด จำหน่ายใหม่ รวมถึงกลไกการแลกเปลี่ยนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตแต่ละท้องถิ่นกับสินค้า (Barter System) จากนั้นการแสวงหาโอกาส และความกล้าเสี่ยง จะนำไปสู่การเพาะปลูกด้วยวิธีการใหม่ๆ หรือการหาตลาดใหม่ ซึ่งคุณลักษณะแสวงหาโอกาสและความกล้าเสี่ยงบนพื้นฐานของการมีข้อมูล และความรู้นี้จะนำไปสู่การมีนวัตกรรม และการจัดการในธุรกิจที่มีความหลากหลาย เกษตรกรต้องมี แนวคิดเชิงธุรกิจด้วยการสร้างแผนภาพธุรกิจ (Business model Canvas) เพื่อประเมินความเป็นไป ได้ในการทำธุรกิจและเชื่อมโยงธุรกิจของตนให้ชัดเจนว่า อยู่ส่วนไหนของห่วงโซ่อุปทาน และต้องร่วมมือ สร้างเครือข่ายกับกลุ่มใด หากความต้องการของตนเองและเติมเต็มความต้องการนั้นด้วยแหล่งภายใน คือ การพัฒนาความรู้ ทักษะ ของตนเอง แหล่งภายนอกคือ การเชื่อมโยงตนเองเข้ากับภาครัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชนที่พร้อมจะสนับสนุนเกษตรกรอินทรีย์ของประเทศ จากการถอด บทเรียน (Lesson Learnt) สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังต่อไปนี้





ภาพที่ 22 แนวทางการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีอง (SMART FARMER) ด้วยคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0



บทที่ 5

สรุป การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การพัฒนาองค์ประกอบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 เป็นงานวิจัยและพัฒนา (Research and development) โดยนำเอาความรู้ในเรื่องสภาพแวดล้อมการดำเนินงานของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ไปพัฒนาการแก้ปัญหาของเกษตรกรไทย (Research:R₁) จากนั้นศึกษาองค์ประกอบความสำเร็จและพัฒนาองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกร

ปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 (Development: D₁) และนำข้อมูลที่ได้ไปสร้างเป็นคู่มือการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยเพื่อทดลองใช้องค์ประกอบความสำเร็จการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 กับเกษตรกรในประเทศไทย (Research: R₂) และประเมินและถอดบทเรียนองค์ประกอบความสำเร็จในการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 (Development: D₂) ก่อนนำไปเผยแพร่แก่โครงการลูกพระดาบสเพื่อพัฒนาเกษตรกรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยโดยมีรายละเอียดผลวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพแวดล้อมการดำเนินงานของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของไทยในยุค 4.0 พบว่า สภาพแวดล้อมการดำเนินงานของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 สภาพแวดล้อมด้านนโยบาย ยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย มีนโยบายสนับสนุนและส่งเสริมเกษตรกรไทยทำเกษตรอินทรีย์ เพื่อรองรับความต้องการของตลาดโลกจะเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาการเกษตรเร่งเครื่องสู่เกษตร 4.0 อย่างต่อเนื่องในปี 2562-2564 ตามแผนขับเคลื่อน Smart Agricultural Curve สอดรับกับยุทธศาสตร์เกษตรและสหกรณ์ ระยะ 20 ปี และแผนพัฒนาการเกษตร ระยะ 5 ปี ที่มุ่งสู่เป้าหมายเพิ่มรายได้เฉลี่ยของเกษตรกรถึง 390,000 บาท/คน/ปี เป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องหรือ Smart Farmer และ GDP ภาคเกษตรต้องเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 3% ต่อปี

สภาพแวดล้อมด้านภูมิศาสตร์ พื้นที่เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจาก 235,523 ไร่ในปี 2557 เป็น 284,918 ไร่ในปี 2558 และจำนวนฟาร์มเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นจาก 9,961 ฟาร์ม เป็น 13,154 ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ของไทยจะขยายตัวอย่างรวดเร็ว (+ร้อยละ21) มีความหลากหลายทางชีวภาพ สินค้าอินทรีย์ที่โดดเด่นของภาคเหนือ ได้แก่ ชา ภาคกลาง ได้แก่ ผักและผลไม้อินทรีย์ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ข้าวหอมมะลิอินทรีย์ ซึ่งเป็นข้าวที่อร่อยที่สุดในโลก แม้ว่าหลายประเทศได้พยายามปลูกข้าวสายพันธุ์นี้ แต่ไม่มีประเทศใด สามารถปลูกได้คุณภาพดีเท่ากับปลูกในประเทศไทย และภาคใต้ มีความโดดเด่นในเรื่องของธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งโรงแรม ร้านอาหาร สปา

สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีแนวโน้มที่ดีมีการขยายตลาดเพิ่มขึ้น ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เป็นที่ยอมรับและขยายตลาดการจำหน่ายไปยังซูเปอร์มาร์เก็ตในห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ ร้านอาหารสุขภาพ และการจัดส่งตามบ้าน และยังได้รับความสนใจจากตลาดต่างประเทศจากการที่ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่ผลิตอาหารที่มีคุณภาพเป็นที่รู้จักกันในตลาดโลกเป็นอย่างดี มีเกณฑ์มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยเป็นข้อกำหนดขั้นต่ำที่เกษตรกรอินทรีย์ผู้ผลิตจะต้องปฏิบัติตาม

สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) กลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม รวมไปถึงกลุ่มอาหารเสริมที่มาจากธรรมชาติ 100% มีแนวโน้มเติบโตอย่างมาก ค่านิยมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Food) ทำให้สินค้าอินทรีย์เป็นที่ต้องการอย่างมากสำหรับกลุ่มผู้บริโภคผู้รักสุขภาพ ทำให้ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ขยายตัวอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี การเพิ่มขึ้นของเทคโนโลยีการเกษตรสมัยใหม่ (Smart Farm) ที่พัฒนาก้าวหน้าอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาการขยายตัวเทคโนโลยีเกษตรสมัยใหม่เข้ามาสนับสนุนการทำฟาร์มอินทรีย์ ทำให้ผู้ประกอบการเกษตรกรปรารถนาจะใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย ด้วยระบบเกษตรอัจฉริยะเพื่อช่วยเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุนการจัดการ และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยให้เกษตรกรสามารถเพิ่มปริมาณผลผลิตทางการเกษตร

โดยสรุปสภาพแวดล้อมการดำเนินงานของผู้ประกอบการเกษตรกรปรารถนาในเรื่องในยุคประเทศไทย 4.0 แม้ว่าในประเทศไทยจะมีเกษตรอินทรีย์มานานกว่า 20 ปี แต่การเติบโตของธุรกิจประเภทนี้ยังอยู่ในระยะเริ่มต้น เพราะที่ผ่านมาผู้บริโภคขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ทำให้เกษตรกรต้องนำผลผลิตไปขายยังต่างประเทศ เพื่อจำหน่ายในราคาที่ยังต่างประเทศเพื่อให้ราคาที่ดีกว่าสินค้าเกษตรทั่วไป ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติปี 2560-2564 เป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้ธุรกิจเกษตรอินทรีย์เติบโตอย่างต่อเนื่องตามเป้าหมายเพื่อการยกระดับการแข่งขันของไทยด้านคุณภาพสินค้าและตอบสนองผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพทั้งในประเทศและทั่วโลกที่มีความต้องการสินค้าเกษตรอินทรีย์เพิ่มขึ้นในแต่ละปีค่อนข้างสูง โดยเฉพาะสังคมผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นในอัตราเร่งทั่วโลก ได้บริโภคสินค้าคุณภาพปราศจากสารเคมีด้วยการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการเกษตรเพื่อช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเกษตรกรปรารถนาให้มีการผลิตที่มีประสิทธิภาพและมีรายได้ที่มั่นคงยั่งยืน

ตอนที่ 2 การศึกษาองค์ประกอบความสำเร็จและพัฒนาองค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของไทยในยุค 4.0 พบว่า

1. องค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

ในด้านกลยุทธ์ (Strategy) ของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ เป็นปรากฏการณ์การเปลี่ยนกระบวนทัศน์ใหม่ในการเกษตรของประเทศไทย ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองมีความเข้าใจแนวโน้มทิศทางการเกษตรและสังคมโลกที่เปลี่ยนแปลงไป มองว่าอุตสาหกรรมเกษตรต้องผลิตอาหารปลอดภัยตามวิถีธรรมชาติ จะช่วยให้ตัวเองและผู้บริโภคมีสุขภาพดี เมื่อผู้บริโภคได้รับสิ่งที่ดีย่อมเกื้อหนุนซื้อสินค้าจากเกษตรอินทรีย์ทำให้กลายเป็นวิถีแห่งความยั่งยืนของสังคมและสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์ที่ทำให้เกษตรอินทรีย์ประสบความสำเร็จได้แก่ กิจการภายใต้การบริหารจัดการฟาร์มที่เป็นระบบเชิงพาณิชย์ เน้นการสร้างสมดุลระหว่าง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมเพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน มองธุรกิจเป็นกระบวนการขับเคลื่อนทั้งระบบตั้งแต่ ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ โดยที่ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองไม่ละทิ้งท้องถิ่น อีกทั้งยังพัฒนาท้องถิ่นและที่ทำกินด้วยการทำเกษตรอินทรีย์เพื่อหนีจากปัญหาสุขภาพที่เกิดจากการใช้สารเคมี มีการบริหารจัดการฐานข้อมูลการเกษตร โดยจะมีโครงการที่เชื่อมโยงเครือข่ายการเกษตร ตั้งแต่วัตถุดิบในการผลิตผลผลิตทางการเกษตร ไปจนถึงแหล่งขาย ที่เน้นเฉพาะการขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ การจัดการพลังงานทดแทนในฟาร์มเกษตร โดยจะนำของเหลือใช้มาสร้างเป็นพลังงานทดแทน เพื่อนำมาใช้ลดความเสี่ยง การจัดการน้ำใช้ในแปลงเกษตรให้ประหยัดที่สุด เหมาะสมที่สุด การคำนวณจุดคุ้มทุน และออกแบบฟาร์มเกษตรด้วยการบริหารจัดการความเสี่ยงบนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อป้องกันการการลงทุนทำเกษตรแล้วขาดทุนเป็นการทำธุรกิจที่มีภูมิคุ้มกัน ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองใช้กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) กลยุทธ์ที่เลือกใช้ คือ กลยุทธ์การขยายตัวในแนวตั้งโดยการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิมคือการทำธุรกิจเกษตร แต่ใช้วิธีการเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดให้มากขึ้นและจับกลุ่มลูกค้าที่กำลังจะเติบโตในอุตสาหกรรมนี้ โดย มุ่งตลาดเฉพาะส่วน เน้นกลุ่มผู้บริโภคผลิตผลอินทรีย์ และหากกลยุทธ์ในการเจาะตลาดให้มากขึ้น เพิ่มยอดขายจากลูกค้ากลุ่มเดิม คือ ที่ซื้อสินค้าอินทรีย์ผ่านทางโมเดิร์นเทรด เป็นการเจาะตลาดกลุ่มร้านอาหารและโรงแรมขยายตัวโดยสร้างพันธมิตรทางการค้า เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านโครงสร้างองค์กร (Structure) ของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์รูปแบบโครงสร้างองค์กรของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ มีรูปแบบโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจนและเป็นทางการ มาจากแนวคิดเกษตรทฤษฎีใหม่ คือ การรวมพลังกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ร่วมแรงร่วมใจในการดำเนินการในด้านต่างๆ ทั้งในกระบวนการผลิตร่วมมือกันตั้งแต่เตรียมดิน หาพันธุ์ หาน้ำ เตรียมปุ๋ย เพื่อเพาะปลูก การตลาดมีการเตรียมจำหน่าย เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุด ปลูกเอง แปรรูปเอง ขายเอง รวมตัวกันขายเพื่อให้ได้ราคาดี เป็นการตัดวงจรพ่อค้าคนกลางไปในตัว

ด้านระบบ (System) ของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ มีระบบการบริหารจัดการที่แบ่งการทำงานในฟาร์มอย่างชัดเจนตามแนวคิดเกษตรทฤษฎีใหม่ (New theory agricultural) ในการจัดการพื้นที่เพาะปลูก ดิน และน้ำ มีระบบสมาร์ทฟาร์ม (Smart Farming) การนำเทคโนโลยีมาใช้บริหารจัดการในฟาร์มหรือในโรงเรือน เพื่อเป็นการประหยัดต้นทุน และเวลาที่จะต้องเสียไปกับการจ้างบุคคลากรในฟาร์มที่เป็นงานที่เพิ่มผลผลิตได้น้อย ใช้เทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อน ซึ่งมาจากแนวคิดการทำเกษตรอัจฉริยะ คือ การเกษตรแม่นยำสูง (Precision Agriculture หรือ Precision Farming) โดยเป็นการทำเกษตรที่เข้ากับสภาพพื้นที่โดยเน้นพื้นที่ที่ไม่ใช่พื้นที่เกษตรขนาดใหญ่ เน้นประสิทธิภาพในการเพาะปลูก ระบบฟาร์มที่หลากหลาย (Farm Diversified Business) มีการจัดการที่หลากหลายในฟาร์มอินทรีย์จนสามารถสร้างแหล่งรายได้ที่สอง นอกภาคการเกษตรที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหารให้ฟาร์มเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษาดูงาน การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อสุขภาพ การเปิดร้านกาแฟ และการจำหน่ายของที่ระลึกจากฟาร์มอินทรีย์ เป็นการเพิ่มรายได้และเพิ่มมูลค่าให้กับพื้นที่ มีระบบผลิตพืชอินทรีย์ที่วางแผนการป้องกันสารปนเปื้อนจากแปลงข้างเคียง จากเครื่องมือ อุปกรณ์ และการขนส่ง การวางแผนจัดการการผลิต มีการเลือกฤดูปลูก ระบบปลูกที่เหมาะสม เลือกใช้วัสดุและปัจจัยการผลิตที่สอดคล้องกับมาตรฐาน การจัดการระบบผลิตพืชเกษตรอินทรีย์ มีระบบบัญชีการเงินและระบบการเก็บข้อมูลในฟาร์ม จดบันทึกข้อมูลการผลิตต้องมีการจัดทำบัญชีและจดบันทึกข้อมูลต่างๆ ในกระบวนการผลิตทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิตในฟาร์ม การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว การคัดบรรจุและแปรรูป จนจำหน่าย เพื่อให้สามารถสอบกลับถึงแหล่งที่มา ปริมาณและการใช้ปัจจัยการผลิต/วัตถุดิบ ทั้งหมดได้การบันทึกรายรับและรายจ่ายของฟาร์ม

ด้านบุคลากร (Staff) ของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ใช้บุคลากรที่เป็นแรงงานคนอยู่ประมาณร้อยละ 40 ของต้นทุนในการผลิต ร้อยละ 60 มาจากแรงงาน

เครื่องจักรกลการเกษตร และ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้แรงงานคนมากในระยะการดูแลรักษาและการเก็บเกี่ยว ซึ่งบุคลากรจะได้รับการอบรมและความรู้เกี่ยวกับฟาร์มเกษตรอินทรีย์ ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องจะถ่ายทอดแนวคิดเรื่องเกษตรทฤษฎีใหม่และเศรษฐกิจพอเพียง รวมถึงหลักการเกษตรอินทรีย์หลักการเกษตรอินทรีย์ให้บุคลากร

ด้านทักษะ (Skill) ของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ประกอบไปด้วยทักษะที่มีความหลากหลาย (Multi Skill) ซึ่งผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องต้องเชื่อมโยงทักษะ (Matrix Skill) ที่สำคัญในการจัดการธุรกิจเกษตร ที่ประกอบไปด้วย 5 ทักษะดังนี้ 1) ทักษะเกษตรกรรมอินทรีย์ (Organic Farming skill) 2) ทักษะดิจิทัล (Digital Skill) 3) ทักษะการเงิน (Financial Skills) 4) ทักษะการตลาด (Marketing Skill) และ 5) ทักษะการจัดการ (Management skills) ประกอบไปด้วย 2 ทักษะย่อย คือ ทักษะจัดการความเสี่ยง (Risk Management skills) และ ทักษะจัดการเครือข่าย (Networking skills)

ด้านการบริหาร (Style) ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ เป็นเกษตรกรในฐานะผู้ประกอบการ (Farmer as entrepreneur) หรือที่เรียกว่า ผู้ประกอบการเกษตรกร (Agripreneur) ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า รูปแบบการบริหาร (Style) ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย ประกอบไปด้วยคุณลักษณะของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องที่ประสบความสำเร็จดังนี้ 1) การมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurial Spirit) 2) การแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking) 3) การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) 4) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) 5) ความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว (Readiness to learn & Adaptability) 6) การจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย (Farm-Diversified Business Management) และ 7) การสร้างความร่วมมือและเครือข่าย (Collaboration and Networking)

2. การพัฒนาองค์ประกอบความสำเร็จผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

จากการวิเคราะห์แบบสอบถาม พบว่า ปัจจัยภายในของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer) ที่มาจากคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องที่ประสบความสำเร็จ มีองค์ประกอบ 7 ด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในรายละเอียด จะพบว่า องค์ประกอบคุณลักษณะผู้ประกอบการมีความสำคัญต่อความสำเร็จ

ในธุรกิจเกษตรที่สูงที่สุดคือ การสร้างความร่วมมือและเครือข่าย ($\bar{X} = 4.11$) ในขณะที่องค์ประกอบคุณลักษณะผู้ประกอบการมีความสำคัญต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรต่ำที่สุดคือ ความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม ($\bar{X} = 3.83$)

จากวิเคราะห์เชิงเนื้อหาจากการจัดสัมมนาผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) พบว่า

1. องค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง การสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (SMART FARMER) ใช้การพัฒนาคุณลักษณะซึ่งมีการกำหนดตัวชี้วัดคุณลักษณะ 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านพฤติกรรม เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะซึ่งเป็นคุณสมบัติส่วนบุคคลจากภายใน สู่การรับมือกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปของภายนอก ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องต้องมีความรู้อย่างถ่องแท้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม สามารถวางแผนโดยรู้ถึงอุปสงค์ตลาดและเตรียมการผลิตให้สอดคล้อง รวมทั้งมีความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและในการแก้ปัญหาได้รวดเร็ว โดยการวิเคราะห์ข้อมูลรอบด้านเป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจที่ตั้งอยู่บนหลักการและเหตุผล ตลอดจนรู้จักประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการเกษตร ตามแนวทางการพัฒนาภาคเกษตรอย่างยั่งยืน

2. แนวทางการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (SMART FARMER) ด้วยคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 การสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องต้องเน้นย้ำความชัดเจน เรื่องเกษตร 4.0 ว่า สร้างที่เกษตรกรรุ่นใหม่ เพื่อเปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิมไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ เป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องมีความรอบรู้ในระบบการผลิตด้านการเกษตรที่เน้นการบริหารจัดการโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในธุรกิจ มีความสามารถในการวิเคราะห์เชื่อมโยงและบริหารจัดการการผลิตและการตลาด โดยใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจ คำนึงถึงคุณภาพและความปลอดภัยของผู้บริโภค สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยบุคคลที่มีความภูมิใจในการเป็นเกษตรกร ไม่ลืมหองถิ่นหรือ เกษตร 4.0 หมายถึงเกษตรกรที่เปลี่ยน มาใช้แนวคิดหลักของสมาร์ทฟาร์ม คือ การใช้เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ รวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการพัฒนาทั้งห่วงโซ่อุปทาน สินค้าเกษตรเพื่อยกระดับผลิตภาพ มาตรฐานสินค้า และลดต้นทุน โดยการพัฒนาเกษตรกรรมใน 4 ด้านได้แก่ 1) ลดต้นทุน 2) เพิ่มคุณภาพการผลิตและมาตรฐานสินค้า 3) ลดความเสี่ยงจากศัตรูพืชและภัยธรรมชาติ และ 4) การจัดการและส่งผ่านความรู้

ตอนที่ 3 การทดลองใช้องค์ประกอบความสำเร็จการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

จากการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi Experimental Research) มีกลุ่มทดลองเพียงกลุ่มเดียว (One Group) ทดลองโดยใช้การอบรมเชิงปฏิบัติการ (Training Workshop) พบว่า ผลการวิเคราะห์ ก่อนและหลังการอบรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร ปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ด้านความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อน/ หลังการอบรมของผู้เข้าร่วมทดลองการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ มีคะแนนเฉลี่ยก่อนการอบรม 19.0 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.99 และคะแนนเฉลี่ยหลังการอบรม 21.0 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.66 เมื่อใช้สถิติทดสอบที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test dependent) พบว่า ความรู้ในการเป็นผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องก่อน/หลังการอบรม ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.05

ด้านทักษะในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อน/หลังการอบรมของผู้เข้าร่วม ทดลองการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ มีคะแนนเฉลี่ยก่อนการอบรม 2.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.24 และคะแนนเฉลี่ยหลังการอบรม 3.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.37 เมื่อใช้สถิติทดสอบที่ไม่เป็นอิสระ ต่อกัน (t-test dependent) พบว่า ทักษะในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อน/หลัง การอบรม ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.05

ด้านการปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องก่อน/หลังการอบรมของ ผู้เข้าร่วมทดลองการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ มีคะแนนเฉลี่ยก่อนการอบรม 2.80 ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน 1.08 และคะแนนเฉลี่ยหลังการอบรม 3.44 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.22 เมื่อใช้สถิติ ทดสอบที่ไม่เป็นอิสระต่อกัน (t-test dependent) พบว่า การปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องก่อน/หลังการอบรม ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.05

การทดลองใช้คู่มือองค์ประกอบความสำเร็จการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องใน ธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ให้กับเกษตรกรนั้น ส่งผลให้เกษตรกรมีความรู้ ทักษะ และปฏิบัติในการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องเพิ่มขึ้นในทุกๆด้าน การสร้างผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องต้องสร้างจากภายในและเสริมแรงด้วยพลังแห่งเครือข่ายที่มีแนวคิดเดียวกันใน การรวมกลุ่มเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ การสร้างเครือข่ายส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ได้รับแนวคิดหรือมุมมองใหม่ๆ รวมถึงได้รับการช่วยเหลือในการต่อช่องทาง ธุรกิจ

ตอนที่ 4 การประเมินและถอดบทเรียนองค์ประกอบความสำเร็จในการสร้างผู้ประกอบการ เกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

ผลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมองค์ประกอบการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 พบว่า เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการพึงพอใจต่อโดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า หัวข้อนี้ควรจะคงอยู่ในการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$) รองลงมาคือ รูปแบบกิจกรรมการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ($\bar{X} = 4.66$) ความรู้ที่ได้สามารถนำไปต่อยอดองค์ความรู้ต่อไป ($\bar{X} = 4.57$) ความเป็นประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ และความรู้ที่ได้รับหลังจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ ($\bar{X} = 4.46$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์หลังปฏิบัติ (After Action Review : AAR) พบว่า องค์ประกอบความสำเร็จในการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง ประกอบไปด้วย 2 ปัจจัยที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกดังนี้

1. ปัจจัยผลักดัน (Push Factors)

ปัจจัยผลักดันในที่นี้หมายถึง สิ่งที่อยู่ภายในจิตใจผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง ได้แก่ คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง ที่มาจากทัศนคติ เป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการเกษตรกรหรือเป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่สร้างความต้องการในการสร้างธุรกิจเกษตร ไม่ใช่เป็นเพียงเกษตรกรผู้เพาะปลูกพืช ดังนั้นการพัฒนาเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องเป็นกระบวนการที่มุ่งแนะนำผู้เข้าอบรมให้เกิดการเรียนรู้ในสิ่งที่ต้องการ หรือเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือการเพิ่มพูน ในด้านความรู้ ด้านทัศนคติ และด้านทักษะ นอกจากนี้แล้วยังเกิดความร่วมมือและการเชื่อมโยงการสร้างเครือข่ายเพิ่มขึ้น

2. ปัจจัยสนับสนุน (Pull Factors)

ปัจจัยสนับสนุนเป็นปัจจัยภายนอกในที่นี้หมายถึง แรงสนับสนุนทางด้านสังคม (Social Support) ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอก ผู้ที่เป็นแรงสนับสนุนทางสังคมประกอบไปด้วย 1) หน่วยงานภาครัฐ ผู้ให้การสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ในการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เป็นการสนับสนุนด้านวัตถุสิ่งของ (Instrumental Support) เป็นการให้ความช่วยเหลือที่เป็นรูปธรรมเกิดการรับรองมาตรฐาน 2) สถาบันการศึกษาที่มีบุคลากรและอาจารย์ นักวิจัย ที่ช่วยเหลือสนับสนุนผู้ประกอบการเกษตรกรในการทำงานวิจัยและคิดค้นเทคโนโลยีใหม่ การสนับสนุนด้านข้อมูล (Informational Appraisal

Support) 3) กลุ่มเอกชนที่อยู่ห่วงโซ่อุปทานที่ให้การสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า
 เกษตรกรอินทรีย์ เครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์ด้วยกันเองที่สนับสนุนด้านอารมณ์ (Emotional Support)
 ให้ความเชื่อมั่นในธุรกิจเกษตรกรอินทรีย์

3. แนวคิดเชิงธุรกิจด้วยการสร้างแผนภาพธุรกิจ (Business model Canvas) เกษตรกร
 ต้องมีแนวคิดเชิงธุรกิจเพื่อประเมินความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจและเชื่อมโยงธุรกิจของตนให้ชัดเจน
 ว่า อยู่ส่วนไหนของโซ่อุปทาน และต้องร่วมมือสร้างเครือข่ายกับกลุ่มใด หากความต้องการของตนเอง
 และเติมเต็มความต้องการนั้นด้วยแหล่งภายในคือ การพัฒนาความรู้ ทักษะ ของตนเอง แหล่ง
 ภายนอกคือ การเชื่อมโยงตนเองเข้ากับภาครัฐ สถาบันการศึกษา และภาคเอกชนที่พร้อมจะสนับสนุน
 เกษตรอินทรีย์ของประเทศ

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเกษตรกรอินทรีย์ของประเทศไทยในยุค 4.0 ถือเป็นโอกาส
 (Opportunity) ระยะยาว สำหรับผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ที่มองเห็นโอกาส เพราะได้รับแรง
 สนับสนุนจากปัจจัยด้านสังคม ที่มาจากกระแสสุขภาพของคนรุ่นใหม่และผู้สูงอายุที่มีเพิ่มขึ้นอย่าง
 เห็นได้ชัดเจน อีกทั้งความตระหนักในเรื่องของเกษตรกรอินทรีย์ที่สอดคล้องกับการรักโลก ไม่ทำลาย
 สิ่งแวดล้อมด้วยสารเคมี ผู้ประกอบการเกษตรกรปรารถนาเปลี่ยนแปลงจึงเกิดความคิดในการพัฒนาการเกษตร
 เป็นเกษตรกรอินทรีย์ ซึ่งการทำแปลงเกษตรกรอินทรีย์ต้องมีระยะเวลาในการเปลี่ยนจากเกษตรสมัยใหม่ที่
 ใช้สารเคมีมาเป็นเกษตรกรอินทรีย์ โดยผู้ประกอบการต้องอาศัย ความรู้ ประสบการณ์ และทักษะ จึงเริ่ม
 ไปหาความรู้เรื่องเกษตรกรอินทรีย์ จากกรมวิชาการเกษตร หน่วยงานต่างๆของภาครัฐ หรือไปเรียนรู้กับ
 ผู้ประกอบการที่ทำเกษตรกรอินทรีย์อยู่แล้ว เป็นการพัฒนาที่เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับกิจการ
 ทั้งนี้ฟันเฟืองที่สำคัญที่สุดของกิจการคือ ผู้ประกอบการ การจะทำให้เกษตรกรอินทรีย์ในประเทศไทย
 ยั่งยืน ควรเริ่มจากตัวผู้ประกอบการ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ จันท์
 เพ็ญ ฤทธิรงค์, วุฒิชชาติ สุนทรสมัย (2557) ดังนั้นการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ
 เกษตรกรปรารถนา หรือการที่เกษตรกรไทยจะก้าวสู่เกษตรกร ยุค 4.0 จึงไม่ใช่แค่ความฝัน เพราะ
 สภาพแวดล้อมในปัจจุบันเอื้ออำนวยต่อเกษตรกรไทยมีความใกล้ชิดกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม

สมัยใหม่เป็นอย่างมาก จากนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของรัฐบาล ที่มุ่งส่งเสริมให้ในหลายภาคส่วนนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับใช้ หากแต่เกษตรกรในบางกลุ่ม ยังมีข้อจำกัดในการนำเทคโนโลยีดังกล่าว เข้ามาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับวิถีการทำงานเกษตร ซึ่งหากเกษตรกรมีความกระตือรือร้นเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ก็จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับพื้นที่เกษตรของตนได้อย่างหลากหลาย นับตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ที่ทีมคณาจารย์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ได้ร่วมตัวกันวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการเกษตรยุค 4.0 ด้วยการใช้เทคโนโลยียืดอายุ พร้อมคงความสดให้กับอาหาร จากแปลงเกษตรไปสู่ตลาดรับซื้อ ที่ช่วยให้เกษตรกรมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น จากการแปรรูปอาหารหรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และสามารถขยายกลุ่มเป้าหมายไปสู่ตลาดใหม่หรือตลาดออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเฮนเดอร์สันและโรเบิร์ตสัน (Henderson and Robertson, 2000) ได้สรุปว่า ถ้าสภาพแวดล้อมภายนอกของบุคคลมีลักษณะที่ดึงดูดใจให้ประกอบธุรกิจของตนเอง และบุคคลนั้นมีประสบการณ์ที่ดีเกี่ยวกับธุรกิจ ก็เป็นไปได้อย่างมากว่าบุคคลนั้นจะประกอบธุรกิจของตนเอง

2. องค์ประกอบความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊อง มาจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในคือ คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องทั้ง 7 ประการ ได้แก่ 1) การมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurial Spirit) 2) การแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking) 3) การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) 4) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) 5) ความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว (Readiness to learn & Adaptability) 6) การจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย (Farm-Diversified Business Management) และ 7) การสร้างความร่วมมือและเครือข่าย (Collaboration and Networking) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Stevenson and Jarillo, (1990) และ Manet (2002) ที่กล่าวว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการนำไปสู่การตระหนักถึงการมองหาโอกาสในการสร้างธุรกิจ การพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ธุรกิจมีกำไร คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องเป็นองค์ประกอบทำให้ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องแตกต่างจากผู้ประกอบการทั่วไป (Carter and Rosa, 1998) เพราะธุรกิจเกษตรเป็นในธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ ดิน น้ำ อากาศ และสภาพแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ ชุมชนที่ทำการเกษตร (Eikeland and Lie, 1999) ผู้ประกอบการเกษตรกรมีกระบวนการบูรณาการเศรษฐกิจเข้ากับชุมชน มองว่า ฟาร์มเป็นธุรกิจหนึ่งในภาคอุตสาหกรรมเกษตร (Agro-industrial) กิจกรรมหลักของผู้ประกอบการเกษตรกรจะมุ่งเน้นกระบวนการเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร หรือสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ใน

อุตสาหกรรมอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการเกษตรกรจะมีทัศนคติ คุณลักษณะ และพฤติกรรมที่เหนือกว่าเกษตรกรกล่าวคือ เกษตรกร คือ บุคคลที่ทำหน้าที่ผลิตวัตถุดิบทางการเกษตร มีรายได้จากการขายวัตถุดิบทางการเกษตร แต่ผู้ประกอบการเกษตร คือ บุคคลที่จัดการธุรกิจการเกษตรที่มีความตั้งใจในการขยายธุรกิจและการที่มีการความเป็นผู้นำและการบริหารจัดการความสามารถเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมผู้ประกอบการจะเกี่ยวเนื่องกับนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ การสร้างคุณค่าและการแสวงหาโอกาส (de Lauwere et al., 2002). คุณลักษณะผู้ประกอบการทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ (Gajanayake and Surangi, 2010) ดังนั้นความท้าทายสำหรับภาคเกษตรที่จะช่วยให้เกษตรกรประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรต้องพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร (McElwee, 2006) พฤติกรรมของผู้ประกอบการเกษตรกรประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญคือ ทักษะการบริหารจัดการที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจฟาร์ม (Farm Management) ให้มีผลกำไร และ จิตวิญญาณผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Spirit) ซึ่งทักษะการบริหารจัดการสามารถสอนให้เกษตรกรเข้าใจได้ แต่จิตวิญญาณผู้ประกอบการไม่สามารถสอนได้ เพราะมาจากจิตใจภายใน ได้แก่ ทัศนคติซึ่งเป็นแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้นเพื่อเข้าใจปรากฏการณ์ของผู้ประกอบการเกษตรกรจึงจำเป็นต้องเข้าใจทัศนคติของผู้ประกอบการเกษตรกรเพื่อเป็นต้นทางไปสู่คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกร (Beedell and Rehman, 2000) ซึ่งงานวิจัยของนิซาลา สายทอง (2557) ได้เสนอว่า ผู้ประกอบการนั้นจะมีลักษณะแตกต่างจากคนทั่วไป ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการมีทัศนคติ ความนึกคิด ค่านิยม ความต้องการและประสบการณ์แตกต่างจากคนทั่วไป ดังนั้นพื้นฐานของพฤติกรรมของผู้ประกอบการอยู่ที่แรงจูงใจ ซึ่งเป็นอิทธิพลภายในที่จะเพิ่มพลังผลักดันไปสู่เป้าหมายที่ผู้ประกอบการต้องการ ถ้าเพียงลำพังของพลังภายนอกที่ชักจูงใจอย่างเดียวจะมีพลังน้อยกว่าแรงจูงใจภายใน ซึ่งสอดคล้องกับคลาสสิกทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคเคลแลนด์ (McClelland)

นอกจากนี้แล้ว ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊ยะ คือ ผู้ที่ทำสมาร์ฟฟาร์ม หรือ เกษตรอัจฉริยะ เป็นรูปแบบการทำเกษตรแบบใหม่ที่จะทำให้การทำไร่ทำนามีภูมิคุ้มกันต่อสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการนำข้อมูลของภูมิอากาศทั้งในระดับพื้นที่ย่อย (Microclimate) ระดับไร่ (Mesoclimate) และระดับมหภาค (Macroclimate) มาใช้ในการบริหารจัดการ ดูแลพื้นที่เพาะปลูก เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพอากาศที่เกิดขึ้น รวมถึงการเตรียมพร้อมรับมือกับสภาพอากาศที่จะเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต โดยได้รับการขนานนามว่า เกษตรกรรมความแม่นยำสูง หรือ เกษตรแม่นยำสูง (Precision Agriculture) ซึ่งเป็นที่นิยมกันมากในประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และ

เริ่มแพร่หลายเข้าไปในหลายประเทศ ทั้งยุโรป ญี่ปุ่น มาเลเซีย และอินเดีย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศูนย์ติดตามและพยากรณ์เศรษฐกิจการเกษตร (KU – OAE Foresight Center : KOFC) (2554) ที่พบว่า เกษตรกรกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ ที่เข้าใจในเทคโนโลยี และสามารถเป็นต้นแบบให้กับเกษตรกรอื่นๆ มีคอมพิวเตอร์และระบบอินเทอร์เน็ตในครัวเรือน และใช้ smart phone ในการหาข้อมูลทางการเกษตร ซึ่งสร้างช่องทางให้เกษตรกรรอดพ้นจากวงจรราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ

การบริหารจัดการความเสี่ยงของผู้ประกอบการเกษตรยุคใหม่ แนวความคิดในการบริหารความเสี่ยงที่แพร่หลายในปัจจุบันก็สอดคล้องกับการสร้างภูมิคุ้มกันแห่งปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การกระจายความเสี่ยงโดยมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย มีตลาดที่หลากหลายนั้น ทำให้ธุรกิจมั่นใจได้ว่า หากผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งขายไม่ได้ หรือตลาดใดตลาดหนึ่งเกิดปัญหาขึ้น ธุรกิจจะสามารถดำเนินต่อไปได้ เพราะยังมีผลิตภัณฑ์และตลาดอื่นรองรับ การกระจายความเสี่ยงในการลงทุนก็เช่นกัน หากลงทุนในแห่งเดียวแล้วเกิดปัญหาขึ้นธุรกิจก็จะพลอยย่ำแย่ไปด้วย แต่หากลงทุนให้หลากหลายแล้วความเสี่ยงในการลงทุนนั้นก็ลดลง การบริหารความเสี่ยงที่ดีจึงช่วยให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนนั่นเอง

3. การสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องต้องพัฒนาให้เกษตรกรมีความรู้ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการมีเครือข่ายเพื่อขับเคลื่อนแรงจูงใจให้เกษตรกรมีกลุ่มที่มีแนวความคิด มีค่านิยม มีทัศนคติเดียวกัน เพื่อให้การรวมกลุ่มมีพลังและมีอำนาจในการต่อรองจากกลุ่มอื่นๆ ทั้งลูกค้าและซัพพลายเออร์ ทำให้กลายเป็นสังคมผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องที่เกษตรกรเรียนรู้ที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่โดยอาศัยแหล่งทรัพยากรที่หลากหลาย ผ่านกระบวนการผลิตที่สลับซับซ้อนมากไปกว่าการปลูกพืชผลทางการเกษตรโดยตรงไปตรงมา เพื่อตอบสนองต่อตลาดและช่องทางการค้าขายใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นภายใต้การรวมกลุ่มและเครือข่ายที่กว้างขวางไปกว่าสังคมแบบเครือญาติของสังคมชนบทในอดีตซึ่งสอดคล้องกับงานของ Alsos, et.al. (2011) ดังนั้นการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเกษตรกรฐานราก (Ahmed, Hasan & Haneef, 2011) เป็นการพัฒนาความสามารถของเกษตรกรให้เป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องผ่านกระบวนการการศึกษาที่มีพลวัต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สาคร ชินวงศ์, สิริรัตน์ เชษฐสุนทรและสุภาภรณ์ สงค์ประชา (2560) ที่ศึกษาความพร้อมของ ศูนย์ส่งเสริมและฝึกอบรมการเกษตรแห่งชาติ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ในฐานะหน่วยงานบริการวิชาการด้านส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรโดยสังเคราะห์แนวคิดของบุญธรรม จิตตอนันต์ (2540) ที่กล่าวว่า จิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับงานส่งเสริมเกษตรกรผู้ใหญ่ เกี่ยวข้องกับลักษณะพิเศษหรือพื้นฐานของแต่ละบุคคล เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร

ต้องตระหนักถึงลักษณะทางจิตวิทยาของเกษตรกรแต่ละคนซึ่งไม่เหมือนกัน การที่จะทำให้เกษตรกรยอมรับวิทยาการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ไปปฏิบัติจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเรียนรู้และเข้าใจลักษณะพื้นฐานทางจิตวิทยาของเกษตรกร

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาองค์ประกอบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานที่มีบทบาทเกี่ยวกับการพัฒนาเกษตรกรทุกกลุ่มจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจังและมีความต่อเนื่อง กลุ่มดำเนินการที่ประกอบด้วยผู้ผลิต ด้านปัจจัยการผลิต ผู้ผลิตผักเกษตรอินทรีย์และผู้ประกอบการผักเกษตรอินทรีย์ ต้องมีการรวบรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายความร่วมมือกันเพื่อให้เกิดห่วงโซ่อุปทานที่เข้มแข็ง กลุ่มผู้บริโภคจะต้องได้รับความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์อย่างถูกต้องทั้งจากภาครัฐและเอกชน ส่วนกลุ่มสนับสนุนภาครัฐและเอกชนควรสร้างหรือปรับปรุงเครื่องมือต่างๆ เช่น กฎหมาย กฎระเบียบ ระบบฐานข้อมูล การวิจัย ฯลฯ ให้ไปส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาเกษตรอินทรีย์อย่างแท้จริง

2. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. จากการวิจัยพบว่า สภาพแวดล้อมของธุรกิจเกษตรอินทรีย์เป็นไปในทิศทางบวก ทำให้ธุรกิจเกษตรอินทรีย์มีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว ภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจน แต่ยังขาดการบูรณาการกับภาคเอกชนและสถาบันการศึกษา กลไกการขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐต้องสนองตอบต่อตลาดบริโภคให้รวดเร็วเช่นกัน นอกจากการทุ่มงบประมาณในการขยายตลาดไปยังต่างประเทศแล้ว ควรให้การสนับสนุนการให้ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ในด้านกระบวนการเพาะปลูก การต้านโรคและแมลง รวมถึงเอื้ออำนวยความสะดวกอาชีพในการใช้เทคโนโลยีสะอาดเพื่อการเกษตร

2. จากการวิจัยพบว่า องค์ประกอบทั้ง 7 ด้าน 1) การมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม 2) การแสวงหาโอกาส 3) การสร้างนวัตกรรม 4) ความกล้าเสี่ยง 5) ความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว 6) การจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย และ 7) การสร้างความร่วมมือและเครือข่าย (Collaboration and Networking) มีความเชื่อมโยงกัน การสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องนั้น ต้องแบ่งกลุ่มการสร้างและมีการประเมินเกษตรกรก่อน เพื่อ

ประเมินว่าเกษตรกรอยู่ในระดับใดจะเริ่มต้นพัฒนาองค์ประกอบคุณลักษณะตัวใดก่อน ทั้งทัศนคติ ความรู้ ทักษะ ว่าเกษตรกรนั้นขาดสิ่งใดในการสร้างเป็นผู้ประกอบการ การเกษตรกร ปราดเปรื่อง การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ การสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง ไม่สามารถสร้างได้ด้วยตัวเกษตรกรเอง กระบวนการในการสร้างคืออะไร เชื่อมโยงกับความเป็น 4.0 คืออะไร สร้างเกษตรกรกลุ่มไหน วิธีการสร้างผ่านกระบวนการอะไร เพื่อเชื่อมโยงไปถึงเกษตรกร ถูกสร้างมาด้วยพลังของตัวเองหรือเครือข่าย แต่ทั้งนี้ ควรเกิดจากขับเคลื่อนโดยหน่วยงานภาครัฐที่เป็นเจ้าภาพผู้รับผิดชอบ สามารถเป็นสื่อกลางในการประสานงาน อีกทั้ง การสร้างความรู้โซ่อุปทานต้องสร้างควบคู่กับธุรกิจเกษตรพัฒนาทุกด้านพร้อมๆกัน ควรใช้เทคโนโลยีมาใช้ สอบกลับได้ ถ้าผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องมองเห็นทั้งโซ่อุปทานจะทำให้ จะมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ และเข้าใจกลไกอุปสงค์อุปทานในภาคเกษตร

3. การวิจัยพบว่า การทดลองจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม เปลี่ยนความคิดเรื่อง การสร้างเครือข่าย แשרความรู้ เป็นผู้ให้ สร้างคู่แข่งเป็นคู่ค้าหรือเครือข่ายความร่วมมือ ยิ่งให้ยิ่งต่อยอดพัฒนาปรับปรุงกระบวนการเดิม เพิ่มเติม เทคโนโลยี ดิจิตอลเทคโนโลยี คุณสมบัติ CSR มาเพื่อสังคมสิ่งแวดล้อมตัวชีวิต นาอินทรีย์ ไม่ปล่อยก๊าซมีเทน ประหยัดน้ำ ด้านสังคม บริบทโลก แรงงาน เด็ก แรงงานสตรี รวมทั้งจริยธรรมทางธุรกิจ เกษตรกรยังมีมุมมองเดิมๆ ยังหวงองค์ความรู้ ถ้าเราส่งเสริมการสร้างเครือข่าย ต้องตระหนักถึงการสร้างองค์ความรู้ร่วมกัน เปลี่ยน ทัศนคติ

4. ควรสร้างการรวมกลุ่มเพื่ออำนาจในการต่อรองด้านการตลาด เนื่องจากพีชอินทรีย์มีผลผลิตต่อไร่ต่ำ ในขณะที่ตลาดมีความต้องการสูง แต่กลับขายได้ราคาตลาด เกษตรกรไม่สามารถต่อรองราคาได้มากนัก การรวมกลุ่มเพื่อการตลาดจึงมีความสำคัญต่อกลไกราคา

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยเชิงลึกในนโยบายเกษตรอินทรีย์ที่ส่งผลต่อผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง
2. การศึกษาองค์ประกอบผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจเกษตรอินทรีย์
3. การศึกษาวิจัยเรื่อง หลักสูตรการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรในกลุ่มเป้าหมาย เช่น นักเรียน/นักศึกษาที่เรียนเกี่ยวกับการเกษตร
4. การศึกษาวิจัยเพื่อสร้างรูปแบบในการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรในแต่ละกลุ่มโดยอาจจะแบ่งตามลำดับขั้นของการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง

- 
- Aaker, A. D. (1998). *Strategic Marketing Management*. New York Wiley.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to action: A theory of planned behavior. In J. K. J. B. (eds.) (Ed.), *Action control: From cognitions to behavior* (pp. 11-39.). New York.
- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior" *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. (2002). "Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior". *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- Ajzen, I. (2012). SampleTpBQuestionnaire. Retrieved from <http://people.umass.edu/ajzen/pdf/tpb.questionnaire.pdf>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). "Attitude – behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research". *Psychological Bulletin*, 84(5), 888-915.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs: Pearson.

- Akaah, I. P., Dadzie, K. Q., & Riordan, E. A. (1998). "Applicability of marketing concepts and management activities in the Third World: an empirical investigation". *Journal of Business Research*, 16(2), 133-148.
- Anderson, B., Covin, J., & Slevin, D. (2009). "Understanding the Relationship between Entrepreneurial Orientation and Strategic Learning Capability: An Empirical Investigation". *Strategic Entrepreneurship Journal*, 3(3), 218-240.
- Appiah-Adu, K. (1998a). "Marketing activities and business performance: Evidence from foreign and domestic manufacturing firms in a liberalized developing economy". *Marketing Intelligence and Planning*, 16(7), 436-442.
- Appiah-Adu, K., & Ranchhod, A. (1998). "Market orientation and performance in the biotechnology industry: an exploratory empirical analysis". *Technology Analysis & Strategic Management*, 10(2 (June)), 197-210.
- Appiah-Adu, K., & Singh, S. (1998). "Differences between marketing orientation in foreign and domestic firms in an emerging market: an empirical study on Ghana". *Journal of International Marketing and Marketing Research*, 23(1), 15-25.
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). "Estimating non-response bias in mail survey". *Journal of marketing research*, 14, 396-402.
- Atac, A. O., & Cavusgil, S. T. (1990). "Doing business with the Third World: prescriptions for management". *Singapore Mark Rev*, 5, 33-43.
- Atuahene-Gima, K. (1996). "Market orientation and innovation". *Journal of business research*, 35(2), 93-103.
- Au, A. K., & Tse, A. C. (1995). "The effect of marketing orientation on company performance in the service sector: a comparative study of the hotel industry in Hong Kong and New Zealand". *Journal of International Consumer Marketing*, 8(2), 77-87.
- Autrey, P., & Thomas, D. (1986). "Competitive strategy in the hospital industry". *Health Care Management Review*, 11(1), 7-14.
- Bain, J. (1959). *Industrial Organization*. New York: Wiley.
- Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (1999). "Learning orientation, market orientation, and innovation: Integrating and extending models of organizational performance.

- Journal of Market-Focused Management". *Journal of Market-Focused Management*, 4(4), 295-308.
- Bhuiyan, S. N. (1997). "Exploring market orientation in banks: an empirical examination in Saudi Arabia" *Journal of Services Marketing*, 11(5), 317-328.
- Bhuiyan, S. N. (1998). "An empirical examination of market orientation in Saudi Arabian manufacturing companies". *Journal of business research*, 43(1), 13-25.
- Biers, D. (1996). Indians bring expertise home. *Asian Wall Street Journal*, p. 1 (November).
- Bijapurkar, R. (1998). "Get real about consumer India". *Business World*, 22, 54-56.
- Bullis, D. (1998). *Doing business in today's India*. Quorum Books. Westport, CT Quorum Books.
- Cavusgil, S. T. (1997). "Measuring the potential of emerging markets: an indexing approach". *Business Horizons*, 40(1), 87-91.
- Chakraborty, A. (1998). "The new research agenda". *Bus India* 996-998.
- Chan Hung Ngai, J., & Ellis, P. (1998). "Market orientation and business performance: some evidence from Hong Kong". *International Marketing Review*, 15(2), 119-139.
- Chaudhuri, P. P. (1998). *Chaudhuri. Business practices: the quiet revolution*.
- Cohen, J., & Cohen, P. (1975). *Applied Multiple Regression/correlation Analysis for the Behavioral Sciences*. Hillsdale, NJ Lawrence Erlbaum.
- Covin, J. G., Prescott, J. E., & Slevin, D. P. (1990). "The effects of technological sophistication on strategic profiles structure, and firm performance". *Journal of management studies*, 27(5), 485-510.
- Davis, J. H., & Goldberg, R. A. (1957). *A Concept of Agribusiness*. Boston: Division of Research.
- Diamantopoulos, A., & Hart, S. (1993a). "A Diamantopoulos, S Hart. Linking market orientation and company performance: preliminary evidence on Kohli and Jaworski's framework". *Journal of strategic Marketing*, 1(2), 93-121.
- Diamantopoulos, A., & Hart, S. (1993b). "Linking market orientation and company performance: preliminary evidence on Kohli and Jaworski's framework". *Journal of strategic marketing*, 1(2), 93-121.

- Dutton, J. M., & Freedman, R. D. (1984). *Uncertainty and firm's strategic behavior*. New York New York University.
- Farhangmehr, M., Gonçalves, P., & Sarmiento, M. (2016). "Predicting entrepreneurial motivation among university students The role of entrepreneurship education". *Education + Training*, 58(7/8), 861-881.
- Frese, M. (2000). *Success and failure of microbusiness owners in Africa: a psychological approach*. U.S.A.: Greenwood Publishing Group.
- Gopalakrishnan, I. (1997). *A slowdown seen in reforms, growth and exports*.
- Gray, B., Matear, S., Boshoff, C., & Matheson, P. (1998). "Developing a better measure of market orientation". *European Journal of Marketing*, 32((9/10)), 884-903.
- Gray, B. J., Matear, S. M., & Matheson, P. K. (2000). "Improving the performance of hospitality firms". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(3), 149-155.
- Greenley, G. E. (1995a). "Forms of market orientation in UK companies". *Journal of Management Studies*, 32(1), 47-66.
- Greenley, G. E. (1995b). "Market orientation and company performance: empirical evidence from UK companies". *British journal of management*, 6(1), 1-13.
- Hambrick, D. C. (1983). "An empirical typology of mature industrial product environments". *Academy of Management Journal*, 26(2), 213-220.
- Henderson, R., & Robertson, M. (2000). "Who wants to be an entrepreneur? Young adult attitudes to entrepreneurship as a career". *Career Development International*, 5(6), 279-287.
- Hitt, M. A., & Ireland, R. D. (1986). "Relationships among corporate-level distinctive competencies, diversification strategy, corporate structure, and performance". *Journal of management studies*, 23(4), 265-298.
- Hong, S. C., & Chen, A. C. H. (1998). "Market orientation of small and medium-sized firms in Taiwan". *Journal of Small Business Management*, 36(3), 79-85.
- Jain, S. C. (1993). *Market Evolution in Developing Countries: The Unfolding of the Indian Market*. New York Haworth Press.
- Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. (1993). "Market orientation: antecedents and consequences". *The Journal of Marketing*, 57, 53-70.

- Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. (1996). "Market orientation: review, refinement, and roadmap". *Journal of Market-Focused Management*, 1(2), 119-135.
- Kaiser, H. F. (1974). "An index of factorial simplicity". *Psychometrika*, 39(1), 31-36.
- King, R. P., Boehlje, M., Cook, M. L., & Sonka, S. T. (2010). "Agribusiness Economics and Management". *American Journal of Agricultural Economics*, 92(2), 554-570
- Kirca, A. H., Jayachandran, S., & Bearden, W. O. (2005). "Market orientation: a meta-analytic review and assessment of its antecedents and impact on performance". *Journal of marketing research*, 69(2), 24-41.
- Knowles, M. S. (1980). *The Modern Practice of Adult Education : From Pedagogy to Andragogy*. New York: The Adult Education Company.
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). "Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications". *The Journal of Marketing*, 54(190), 1-18.
- Kohli, A. K., Jaworski, B. J., & Kumar, A. (1993). "MARKOR: a measure of market orientation". *Journal of Marketing research*, 30(4), 467-477.
- Kralewski, J., Gifford, G., & Porter, J. (1988). "Profit vs. public welfare goals in investor-owned and not-for-profit hospitals". *Hosp Health Serv Adm*, 33(3), 311-329.
- Kumar, K., Subramanian, R., & Yauger, C. (1998). "Examining the market orientation-performance relationship: a context-specific study". *Journal of management*, 24(2), 201-233.
- Langkamp Bolton, D., & Lane, M. D. (2012). "Individual entrepreneurial orientation: development of a measurement instrument". *Education + Training*, 54((2/3)), 219-233.
- Levitt, T. (1960). "Marketing myopia ". *Harvard business review*, 38, 45-46.
- Liu, H. (1995). "Market orientation and firm size: an empirical examination in UK firms". *European journal of Marketing*, , 29(1), 57-71.
- Malhotra, N. K. (1996). *Marketing Research: An Applied Orientation* (2 nd ed.). Upper Saddle River, NJ Prentice-Hall.

- Matsuno, K., Mentzer, J. T., & Özsoyler, A. (2002). "The effects of entrepreneurial proclivity and market orientation on business performance". *Journal of marketing* 66(3), 18-32.
- Miles, M. P., & Arnold, D. R. (1991). "The Relationship between Marketing Orientation and Entrepreneurial Orientation". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(4), 49-65.
- Miles, R. E., Snow, C. C., Meyer, A. D., & Coleman, H. J. (1978). *Organizational Strategy, Structure and Process*. New York McGraw-Hill.
- Narayan, S. (1998). "Size does matter". *Bus World* 18-23.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). "The Effect of a Market Orientation on Business Profitability". *The Journal of marketing*, 54(4), 20-35.
- Nunnally, J. C. (1979). *Psychometric theory* (2 nd ed. ed.). New York McGraw-Hill.
- Offermann, F., & Nieberg, H. (2000). *Economic Performance of Organic Farms in Europe* University of Hohenheim Department of Farm Economics
- Panwar, J. S. (1997). *Marketing in the New Era*. New Delhi: Response Books.
- Parry, S. B. (1997). *Evaluating the impact of training: A collection of tools and techniques*: American Society for Training and Development.
- Pelham, A. M., & Wilson, D. T. (1996). "A longitudinal study of the impact of market structure, firm structure, strategy, and market orientation culture on dimensions of small firm performance". *Journal of the academy of marketing science*, 24(1), 27-43.
- Porter, M. E., & Millar, V. E. (1985). *Competitive Advantage*. New York: The Free Press.
- Powpaka, S. (1998). "Factors affecting the adoption of market orientation: the case of Thailand". *Journal of International Marketing* 6(1), 33-55.
- Prahalad, C. K., & Lieberthal, K. (1998). "The end of corporate imperialism". *Harvard Business Review*, 76((July–August)), 69-79.
- "Premier says there's no turning back on India's path to economic reforms" (1996). *Asian Wall Street Journal*, p. 20.
- Pyysiäinen, J., Anderson, A., McElwee, G., & Vesala, K. (2006). "Developing the entrepreneurial skills of farmers: some myths explored". *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 12(1), 21-39.

- Rahman, S. A., Amran, A., Ahmad, N. H., & Taghizadeh, S. K. (2015). "Supporting entrepreneurial business success at the base of pyramid through entrepreneurial competencies ". *Management decision*, 53(6), 1203-1223.
- Raju, P. S., Lonial, S. C., & Gupta, Y. P. (1995). "Market orientation and performance in the hospital industry". *Journal of Health Care Marketing*, 15(4), 33-41.
- Rosairo, H. R., & Potts, D. J. (2016). "A study on entrepreneurial attitudes of upcountry vegetable farmers in Sri Lanka". *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 6(1), 39-58.
- Ruekert, R. W. (1992). "Developing a market orientation: an organizational strategy perspective". *International journal of research in marketing*, 9(3), 225-245.
- Scherer, F. M. (1980). *Industrial Market Structure and Economic Performance* (2nd ed ed.). Chicago Rand McNally.
- Singh, S., Simpson, R., Mordi, C., & Okafor, C. (2011). "Motivation to become an entrepreneur: a study of Nigerian women's decisions". *African Journal of Economic and Management Studies*, 2(2), 202-219.
- Slater, S. F., & Narver, J. C. (1994). "Does competitive environment moderate the market orientation-performance relationship?". *The Journal of Marketing*, 58(January), 46-55.
- Snow, C. C., & Hrebiniak, L. G. (1980). "Strategy, distinctive competence, and organizational performance". *Administrative Science Quarterly*, 25, 317-336.
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). "A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management". *Strategic Management Journal*, 11(5), 17-27.
- Subramaniam, G. (1998). *The changing picture*.
- Subramanian, R., & Gopalakrishna, P. (2001). The market orientation-performance relationship in the context of a developing economy: An empirical analysis. *Journal of Business Research*, 53(1 (July)), 1-13.
- Subramanian, R., Kumar, K., & Yauger, C. (1994). "The scanning of task environments in hospitals: an empirical study". *Journal of Applied Business Research*, 10(4), 104-115.

- Thiagarajan, M. (1998). *The effects of entrepreneurial proclivity and market orientation on business .The Flip Side of Liberalization, Managing Economic Liberalization in South Asia, Macmillan.* New Delhi, India.
- Tse, A. C. (1998). "Market orientation and performance of large property companies in Hong Kong". *International Journal of Commerce and Management*, 8(1), 57-69.
- Vachani, S. (1997). "Economic liberalization's effect on sources of competitive advantage of different groups of companies: the case of India". *International Business Review*, 6(2), 165-184.
- Van Egeren, M., & O'Connor, S. (1998). "Drivers of market orientation and performance in service firms". *Journal of Services Marketing*, 12(1), 39-58.
- Varadarajan, P. R., Bharadwaj, S. G., & Thirunarayana, P. N. (1994). "Executives' attitudes toward consumerism and marketing: An exploration of theoretical and empirical linkages in an industrializing country" *Journal of Business Research*, 29(2), 83-100.
- Wales, W. J. (2016). "Entrepreneurial orientation: A review and synthesis of promising research directions" *International Small Business Journal*, 34(1), 3-15.
- กรมวิชาการเกษตร. การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์พืชอินทรีย์ Retrieved from http://gms.doa.go.th/~organic/form/report_3_no_session.php?region_id=&product_type_id=&search2=3&Submit=%A4%E9%B9%CB%D2
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2559). แผนพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) Retrieved from <http://planning.dld.go.th/th/images/stories/section-5/2560/strategy02.pdf>
- กฤตภักดิ์ งามวาสินนท์. (2559). ชนบทที่เคลื่อนไหว: ความหมายและความหลากหลายของผู้ประกอบการในชนบท. Retrieved from <https://prachatai.com/journal/2016/04/65226>
- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา. (2559). พิมพ์เขียวThailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน. Retrieved from <http://www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.

เกศินี จุฑาวิจิตร. (2552). ศักยภาพและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัย
ราชภัฏนครปฐมในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ 2551 : รายงานการวิจัย. นครปฐม

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

คมศักดิ์ สว่างไสว. (2558). “ธุรกิจสีเขียว Green Business” จุลสารจับกระแสเศรษฐกิจสีเขียว
(*Green Economy Watch*) 1(1).

จันทร์เพ็ญ ฤทธิรงค์. (2559). “การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์
อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย” *Veridian E-Journal, Silpakorn University*
ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 9(1 (มกราคม – เมษายน)),
67-86.

ชาย โปธิสิตา. (2556). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: อมรินทร์ปริ้นติ้งแอนด์
พับลิชชิ่ง

ชูชัย สมิติโกร. (2547). ศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยไทย. รายงาน
การวิจัย.

ณัฐวุฒิ วิเศษ. (2556). คุณลักษณะและความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม
ของนักศึกษา สาขาการเป็นผู้ประกอบการ ในเขตกรุงเทพมหานคร. Paper presented at
the การประชุมวิชาการปัญญาภิวัฒน์ ครั้งที่ 3 สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ณิชภา สายทอง. (2557). “แรงจูงใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการบริเวณตลาดไท จังหวัด
ปทุมธานี” วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ, 4(1 (มกราคม-
มีนาคม)).

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 10. ed.).
กรุงเทพฯ: เอส.อาร์.พรินติ้ง แมสโปรดักส์

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. (พิมพ์
ครั้งที่ 13 ed.). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามัญบิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

ธีรยุส วัฒนาศุภโชค. (2542). “ถ้าจะเป็นฟางเส้นสุดท้ายต่อระบบเศรษฐกิจไทย ”.

Entrepreneurship, 12(45), 65-67.

บุญชม ศรีสะอาด. (2535). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 2 ed.). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

- ปรารธนา หลีกภัย, & เกิดสิริ เจริญวิศาล. (2555). “ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร”. วารสารวิทยาการจัดการ, 29(1 (มกราคม - มิถุนายน)), 77-90.
- ผุสดี รุมาคม. (2544). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม (พิมพ์ครั้งที่ 6 ed.). กรุงเทพฯ: พิสิษฐ์เซ็นเตอร์.
- ผนทิพย์ ฆารไสว. (2554). “การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย” วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 7(1 (ตุลาคม 2554 – มีนาคม 2555)), 39-50.
- มณฑกานต์ เมฆธา. (2546). “ปัจจัยที่พยากรณ์ความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” (การค้นคว้าแบบอิสระ (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ))), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มณฑิยา สติมานนท์. (2555). เกษตรสีเขียว (Green Agriculture) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มรกต กำแพงเพชร, & พสุนนท์, ป. (2558). “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปีสุดท้ายของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ” วารสารวิชาการธุรกิจปริทัศน์ 7(1(มกราคม - มิถุนายน)).
- มรกต กำแพงเพชร, & พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2559). “เรื่องเล่าจากผู้ประกอบการสีเขียว จุดเปลี่ยนจากผ้าสู่มัก จากมังก็คลับสู่มังก็ออร์แกนิกฟาร์ม”. วารสารวิชาการธุรกิจปริทัศน์, 9(1 (มกราคม - มิถุนายน)).
- ฤทัยชนก จริงจิตร. (2556). “เจาะลึก “Smart Farmer” แค่แนวคิดใหม่ หรือจะพลิกโฉมการเกษตรไทย” วารสาร สนย. TPSO Journal, 3(23), 6-7.
- สำนักงานปลัด กระทรวงพาณิชย์. (2558). ฐานข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับตลาดเกษตรอินทรีย์ไทย.
- สำนักเศรษฐกิจการเกษตรระหว่างประเทศ. (2556). การศึกษาเศรษฐกิจสีเขียว ในบริบทภาคการเกษตร เอกสารวิชาการ เลขที่ 302
- อรทัย ศักดิ์สูง. (2543). “การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างทฤษฎี แอนดราโกจี (Andragogy) ของ มัลคอล์ โนลส์ กับวิธีการสอนในหลักสูตรผู้บริหารสถานศึกษาระดับสูง ของสถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการศึกษานอกโรงเรียน), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณศรี อักษรศรี. (2544). “การศึกษาปัจจัยบางประการที่เกี่ยวข้องกับการเลือกประกอบอาชีพอิสระของ นักศึกษาระดับปริญญาตรีปี 4 สถาบันราชภัฏภูเก็ต” (ปริญญาโท กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว)), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

- อัญชลีพล เชื้อทองคำ. (2548). “คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ และความตั้งใจที่จะเป็น
ผู้ประกอบการของ นักศึกษามหาวิทยาลัยเชียงใหม่” (การค้นคว้าแบบอิสระ (วิทยาศาสตร์
มหาบัณฑิต (สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ))), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อาชัญญา รัตนอุบล. (2542). เงื่อนไขการเรียนรู้ของผู้ใหญ่และแนวทางการสอนผู้ใหญ่. กรุงเทพฯ:
ภาควิชาการศึกษาออกโรงเรียน คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาทิตย์ วุฒิศะโร. (2543). “อุดมศึกษากับการสร้างบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการ”. จุฬาลงกรณ์
วารสาร, 12(46 (มกราคม-มีนาคม)), 39-48.
- อุบลวรรณ ภาวกานันท์. (2554). ปัจจัยทางจิตวิทยาของความสำเร็จในการประกอบการของผู้
ประกอบวิสาหกิจขนาดย่อมธุรกิจการท่องเที่ยวและที่พัก : ความรู้ : ระยะที่ 3 กลยุทธ์ในการ
ดำเนินการ บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญและสภาพแวดล้อมทาง
ธุรกิจ. รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการวิจัย. กรุงเทพฯ: สถาบันทรัพยากรมนุษย์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.





รายการอ้างอิง





ภาคผนวก ก

เครื่องมือเก็บข้อมูล





ข้อมูลในแบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง

การพัฒนารูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของ
ประเทศไทยยุค 4.0 ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลที่ได้เพื่อการวิจัยเท่านั้นและนำเสนอในภาพรวมโดยไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่
ประการใด หากมีข้อสงสัยประการใดสามารถติดต่อผู้วิจัย นางสาวมรกต กำแพงเพชร ได้ที่เบอร์

โทร 085-0378360

ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรกร
ปราดเป็รื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ ซึ่งแบบสัมภาษณ์จะแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไป
ของผู้ให้ข้อมูลหลัก (2) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานธุรกิจเกษตรอินทรีย์ และ (3)
ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ชาย หญิง

2. สถานประกอบการ

.....

3. ประสบการณ์ในการดำเนินงานธุรกิจ

.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานธุรกิจเกษตรอินทรีย์

1. อะไรคือจุดเปลี่ยนทำให้มาทำเกษตรอินทรีย์ หรือ ที่มาแนวคิดการทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์

2. แนวทาง/วิธีการปรับตัว หรือ การจัดการธุรกิจฟาร์มเกษตรอินทรีย์ ต่อการเปลี่ยนแปลงจากในปัจจุบันอย่างไร

- นโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของคุณส่งผลต่อธุรกิจของคุณอย่างไร
 - อะไรเป็นอุปสรรคที่ธุรกิจคุณต้องเผชิญในภาวะการแข่งขันของคุณ
 - การตลาดทั้งในระดับกว้างและแคบ การนำเข้าและส่งออกในภูมิภาค
 - การเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางสังคม การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนเมือง กิจกรรมท้องถิ่น ส่งผลต่อธุรกิจของคุณอย่างไร
 - การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมส่งผลต่อธุรกิจของคุณอย่างไร
 - ฤดูกาล สภาพอากาศ ส่งผลต่อผลผลิตของคุณอย่างไร
3. อะไรคือสิ่งที่ฟาร์มของคุณทำได้ดีกว่าคนอื่น
4. อะไรที่คุณจะต้องทำและเป็นกังวลอยู่ในขณะนี้? ปัญหาธุรกิจเกษตรอินทรีย์

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์

คุณคิดว่าผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ที่ประสบความสำเร็จควรมีคุณสมบัติด้านใดและปัจจัยอะไรบ้าง

1. กลยุทธ์ : กลยุทธ์ของเรา คือ อะไร?

- วิธีการของกลยุทธ์ตั้งใจที่จะให้บรรลุวัตถุประสงค์ของเรา ทำอย่างไร
- เรามีวิธีการที่จะรับมือกับแรงกดดันในการแข่งขัน อย่างไร
- เราจะจัดการกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างไร
- กลยุทธ์ที่ช่วยปรับปรุงเกี่ยวกับปัญหาด้านสภาพแวดล้อม อย่างไร

2. โครงสร้าง :

- บริษัท / ทีมงาน แบ่งออกเป็นอย่างไร
- ลำดับชั้นของโครงสร้างองค์กร เป็นแบบไหน
- หน่วยงานต่างๆ มีกิจกรรมประสานงานกันอย่างไร
- สมาชิกในทีมขององค์กรมีการจัดระเบียบวิธีการภายในกลุ่มอย่างไร

- กระบวนการตัดสินใจและการควบคุมเป็นแบบกระจายอำนาจ หรือ เป็นแบบรวมศูนย์อำนาจที่ส่วนกลาง
- อะไรคือสิ่งที่เราควรจะต้องทำให้มันเกิดขึ้น
- เส้นทางการติดต่อสื่อสารภายในการองค์กรเป็นอย่างไร มีระบบหรือวิธีการที่ชัดเจนหรือไม่

3. ระบบ :

- อะไรคือระบบหลักที่ใช้ทำงานในองค์กร มีอะไรบ้าง? มีการพิจารณาทางการเงินและระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลรวมทั้งการสื่อสารและการจัดเก็บให้เป็นระบบหรือไม่
- มีระบบที่จะใช้ควบคุมหรือไม่ วิธีการที่พวกเขาจะใช้ตรวจสอบและประเมินผล เป็นอย่างไร
- กฎระเบียบการควบคุมภายในและกระบวนการที่ใช้เพื่อให้เกิดการติดตาม คืออะไร

4. ค่านิยมร่วมกัน :

- ค่านิยมหลักที่ยอมรับร่วมกันมีอะไรบ้าง
- วัฒนธรรมของทีมงาน / ของทั้งองค์กร คือ อะไร
- มีวิธีการอะไรที่จะทำให้ค่านิยมแข็งแกร่ง
- อะไร คือ ค่านิยมพื้นฐานที่ องค์กร / ทีมงาน สร้างร่วมกัน

5. สไตล์ :

- วิธีการมีส่วนร่วมในการจัดการ / ลักษณะความเป็นผู้นำคืออะไร
- มีวิธีการที่มีประสิทธิภาพและความเป็นผู้นำของผู้บริหาร หรือไม่
- พนักงาน/สมาชิกในทีมของหน่วยงานภายในองค์กร มีแนวโน้มที่จะแข่งขันกันหรือไม่
- จะมีทีมงานที่ทำงานจริงๆ ภายในองค์กร หรือพวกเขาเป็นเพียงคนกลุ่มน้อยในองค์กร หรือไม่

6. พนักงาน :

- อะไรระบุตำแหน่ง หรือความเชี่ยวชาญพิเศษสำหรับเป็นตัวแทนของทีม
- อะไรเป็นตัวระบุตำแหน่งที่จำเป็นขององค์กร

- มีช่องว่างของความต้องการด้านคุณสมบัติพนักงานที่จำเป็น หรือไม่

7. ทักษะ :

- อะไรคือ ทักษะที่แข็งแกร่งที่แสดงทักษะความชำนาญของบริษัท และทีมงาน
- มีพนักงานที่ขาดทักษะความชำนาญ ประมาณเท่าใด
- องค์กร/ทีมงานที่รู้จักกันดีและเป็นที่ยอมรับว่าดี คือ อะไร
- พนักงานในปัจจุบัน / สมาชิกในทีมมีความสามารถในการทำงาน หรือไม่
- ทักษะและวิธีการติดตาม ประเมินผล เป็นอย่างไร



แบบทดสอบความรู้นี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง
การพัฒนาองค์ประกอบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรีองในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย
ยุค 4.0 ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลที่ได้เพื่อการวิจัยเท่านั้นและนำเสนอในภาพรวมโดยไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่ประการใด
หากมีข้อสงสัยประการใดสามารถติดต่อผู้วิจัย นางสาวมรกต กำแพงเพชร ได้ที่เบอร์โทร 085-0378360
ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

กำหนดให้ X ลงในช่องว่างเพียงข้อเดียว

1. ข้อใดคือความหมายของคำว่า “ผู้ประกอบการ”

ก. ผู้ที่ขอเสี่ยง

ข. ผู้ที่มองเห็นโอกาสและจัดการความเสี่ยงทางธุรกิจ

ค. ผู้ที่แสวงหาโอกาส

ง. ผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์

2. ข้อใดคือความเป็นไปได้ทางการตลาด

- ก. สินค้ามีอยู่ทั่วไป
- ข. สินค้าอยู่ในกระแสนิยมของผู้บริโภค
- ค. สินค้าไม่มีสถานที่จำหน่าย
- ง. สินค้าราคาสูงมาก

3. ข้อใดคือความเชื่อที่ถูกต้องของผู้ประกอบการ

- ก. ผู้ประกอบการต้องทำทุกอย่างด้วยตนเอง
- ข. ผู้ประกอบการเป็นนายของตนเอง และเป็นอิสระเต็มที่
- ค. ทุกคนสามารถเป็นผู้ประกอบการและเริ่มต้นธุรกิจได้
- ง. เงินเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการเริ่มต้นธุรกิจ

4. “ผู้ประกอบการควรเป็นหนุ่มสาว และมีพลัง” คำกล่าวนี้ถูกต้องหรือไม่

- ก. ถูกต้อง เพราะคนหนุ่มสาวมีความคิดสร้างสรรค์และทันสมัย
- ข. ถูกต้อง เพราะคนหนุ่มสาวมีพลังและกล้าเสี่ยง
- ค. ไม่ถูกต้อง เพราะคนวัยกลางคนมีประสบการณ์และโอกาสมากกว่า
- ง. ไม่ถูกต้อง เพราะอายุไม่ใช่ปัจจัยกีดขวางความเป็นผู้ประกอบการ

5. จิตวิญญาณเพื่อสังคม ประกอบไปด้วยอะไรบ้าง

- ก. เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม
- ข. เศรษฐกิจ เทคโนโลยี นวัตกรรม
- ค. เศรษฐกิจ การเมือง สังคม
- ง. เศรษฐกิจ วิถีชีวิต ธรรมชาติ

6. ประโยชน์ของสถาบันการเงินในทางเศรษฐกิจคือ

- ก. ก่อให้เกิดการเพิ่มผลผลิต เพิ่มรายได้ และก่อให้เกิดการจ้างงาน
- ข. เป็นการเพิ่มโอกาสให้ประชาชนได้ติดต่อธนาคารได้มากขึ้น
- ค. ธนาคารแย่งกันลดดอกเบี้ยให้กับประชาชน
- ง. ถูกทุกข้อ

7. ข้อใดต่อไปนี้เป็น “จริยธรรมของผู้ประกอบการที่มีต่อสิ่งแวดล้อม”

- ก. การปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย
- ข. การเอาใจใส่ในสวัสดิการของบุคลากรในองค์กร
- ค. การบำบัดน้ำเสียลงในแม่น้ำ
- ง. การให้ความร่วมมือในการแข่งขันในทางที่เป็นประโยชน์

8. ข้อใดคือ ประโยชน์จากการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน

ก. วางแผนการผลิต

ข. วางแผนกำไร

ค. วางแผนการตลาด

ง. วางแผนกลยุทธ์

9. “กิจกรรม กดไลท์ กดแชร์ ของร้านค้า” ตรงกับข้อใด

ก. กิจกรรมหลัก

ข. การสร้างเครือข่ายพันธมิตร

ค. ช่องทางการเข้าถึง

ง. ความสัมพันธ์กับลูกค้า

10. แผนภาพธุรกิจ (Business Model Canvas) มีประโยชน์สำหรับคนกลุ่มใดมากที่สุด

ก. เจ้าของกิจการ

ข. ผู้จัดการจำหน่ายวัตถุดิบ

ค. ลูกค้า

ง. นายทุน

11. ในอุตสาหกรรมเดียวกันคู่แข่งแบบใดที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจน้อยที่สุด

ก. คู่แข่งขันที่ดำเนินธุรกิจมานานแล้ว

ข. คู่แข่งขันที่กำลังจะเริ่มดำเนินธุรกิจ

ค. คู่แข่งขันที่กำลังจะเลิกดำเนินธุรกิจ

ง. คู่แข่งขันที่ใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

12. แหล่งที่มาของความคิดในการตั้งธุรกิจใหม่มาจากที่ใด

ก. ประสบการณ์ในการทำงาน

ข. งานอดิเรก

ค. ธุรกิจครอบครัว

ง. ถูกทุกข้อ

13. ข้อใดไม่เหมาะสมจะเป็นแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ

ก. สถาบันการเงิน

ข.ญาติพี่น้อง หรือเพื่อน

ค. หน่วยงานของรัฐ

ง. เงินกู้ยืมในระบบ

14. การจดทะเบียนธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ต้องมีผู้ร่วมก่อตั้งอย่างน้อยกี่คน

ก. 2 คน

ข. 3 คน

ค. 5 คน

ง. 7 คน

15. ข้อใดไม่ใช่ความเสี่ยงที่แท้จริง

ก. การเสียหายได้จากการได้รับอุบัติเหตุ

ข. ผู้จัดการจำหน่ายสินค้าส่งสินค้าให้ลูกค้าไม่ทันตามกำหนด

ค. ธุรกิจได้รับความเสียหายจากเพลิงไหม้

ง. ผู้ประกอบการตัดสินใจลงทุนผิดพลาด

16. ข้อใดไม่ใช่การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ก. ณิชชาขายกระเป๋าทางไลน์

ข. สุทธิสาขายอาหารเสริมในเวปไซด์

ค. วิษณุขายนาฬิกาในสถานีรถไฟ BTS

ง. พนิดาขายเสื้อผ้าทาง Facebook

17. ข้อใดไม่ใช่สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงในการหาแหล่งเงินทุน

ก. ศักยภาพในการทำกำไร

ข. ความเสี่ยงในการลงทุน

ค. การควบคุมธุรกิจ

ง. การบริหารจัดการลูกหนี้

18. ข้อใดไม่ใช่ แนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคในศตวรรษที่ 21

ก. ร้านอาหารออร์แกนิก

ข. ร้านสอนแต่งหน้าเค้ก

ค. ร้านขายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ง. ร้านอินเทอร์เน็ต

19. ข้อใดต่อไปนี้เป็นธนาคารที่จัดตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะด้าน

ก. ธนาคารกสิกรไทย

ข. ธนาคารธนชาต

ค. ธนาคารกรุงไทย

ง. ธนาคารออมสิน

20. ข้อใดเป็นการจัดหาเงินทุนระยะสั้นจากธนาคารพาณิชย์

ก. การกู้ยืมโดยมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน

ข. การเบิกเงินเกินบัญชี

ค. การจำหน่ายพันธบัตร

ง. การจำหน่ายหุ้นสามัญ



ข้อมูลในแบบประเมินนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง
การพัฒนารูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0
ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลที่ได้เพื่อการวิจัยเท่านั้นและนำเสนอในภาพรวมโดยไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่ประการใด
หากมีข้อสงสัยประการใดสามารถติดต่อผู้วิจัย นางสาวมรกต กำแพงเพชร ได้ที่เบอร์โทร 085-0378360

ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

คำชี้แจง

1. แบบประเมินความคิดเห็นด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง
2. คำตอบที่ได้จะไม่ถูกหรือผิดเพื่อให้ได้คำตอบที่สมบูรณ์ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวิจัยต่อไป ขอให้ท่านโปรดตอบคำถามให้ครบทุกข้อ
3. โปรดทำเครื่องหมาย O ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การประเมินดังนี้

- | | |
|---|-------------------------------|
| 5 | หมายถึง มีระดับทักษะมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง มีระดับทักษะมาก |
| 3 | หมายถึง มีระดับทักษะปานกลาง |
| 2 | หมายถึง มีระดับทักษะน้อย |
| 1 | หมายถึง ไม่มีระดับทักษะเลย |

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ปี
3. การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง

ทักษะการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง	ก่อนอบรม					หลังอบรม				
	ไม่มีเลย	มากที่สุด			ไม่มีเลย	มากที่สุด				
ทักษะด้านการมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม										
1. ความสามารถในการตั้งเป้าหมาย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ทักษะด้านการแสวงหาโอกาส										
2. สามารถระบุโอกาสและใช้โอกาสในธุรกิจเกษตรอินทรีย์	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. สามารถมองหาตลาดใหม่	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. สามารถเข้าถึงข้อมูลธุรกิจเกษตรอินทรีย์	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. สามารถใช้คอมพิวเตอร์ หรือสมาร์ทโฟนในการหาข้อมูล	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6. สามารถเข้าถึงตลาดกลุ่มลูกค้าที่ต้องการได้	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

ทักษะด้านการสร้างนวัตกรรม										
7. สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหาธุรกิจ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8. ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการจัดการธุรกิจเกษตรอินทรีย์	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
9. สามารถจัดการของเสียในฟาร์มได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ทักษะด้านความเสี่ยง										
10. วิเคราะห์และประเมินความเสี่ยงค่าใช้จ่ายและผลตอบแทน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
11. คำนวณความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นอย่างรอบคอบและถูกต้อง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
12. มีมาตรการลดความเสี่ยง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
13. มีการถอดบทเรียนจากข้อผิดพลาดนั้นเพื่อนำมาปรับปรุง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
14. สามารถปรับตัวให้เข้ากับความเสี่ยงที่ไม่คาดคิด	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ทักษะด้านความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว										
15. ทักษะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
16. สามารถลงมือทำพร้อมกันได้หลายอย่าง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ทักษะการจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย										
17. วิเคราะห์และออกรูปแบบธุรกิจเกษตรอินทรีย์	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
18. วิเคราะห์และวางแผนการผลิตในฟาร์มอินทรีย์อย่างเป็นระบบ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
19. วิเคราะห์และวางแผนการตลาดและงานขายอย่างเป็นระบบ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
20. การจัดการเชื่อมโยงตัวเลขทางการเงิน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ทักษะด้านการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย										
21. สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
22. สามารถโน้มน้าวใจและการเจรจาต่อรองกับผู้มีส่วนได้เสีย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5



ข้อมูลในแบบประเมินนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง

การพัฒนาแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลที่ได้เพื่อการวิจัยเท่านั้นและนำเสนอในภาพรวมโดยไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่ประการใด

หากมีข้อสงสัยประการใดสามารถติดต่อผู้วิจัย นางสาวมรกต กำแพงเพชร ได้ที่เบอร์โทร 085-0378360

ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

คำชี้แจง

1. แบบประเมินความคิดเห็นด้านพฤติกรรมกาเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่อง
2. คำตอบที่ได้จะไม่มีถูกหรือผิดเพื่อให้ได้คำตอบที่สมบูรณ์ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการวิจัยต่อไป ขอให้ท่านโปรดตอบคำถามให้ครบทุกข้อ
3. โปรดทำเครื่องหมาย O ในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การประเมินดังนี้

- 5 หมายถึง แสดงพฤติกรรมระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง แสดงพฤติกรรมระดับมาก
- 3 หมายถึง แสดงพฤติกรรมระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง แสดงพฤติกรรมระดับน้อย
- 1 หมายถึง ไม่แสดงพฤติกรรมเลย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ ปี
3. การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นด้านพฤติกรรมกาเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่อง

พฤติกรรมกาเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่อง	ก่อนอบรม					หลังอบรม				
	ไม่มีเลย	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	ไม่มีเลย	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด	มากที่สุด
ทักษะด้านการมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม										
1. แสดงออกถึงความรักและความภาคภูมิใจในการเป็นเกษตรกร	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. แสดงออกถึงความพอเพียงรู้จักประมาณตน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

3. แสดงออกถึงรักและห่วงหาอาลัย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. เข้าร่วมหรืออุทิศตนในกิจกรรมที่เกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อม	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. มีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ทักษะด้านการแสวงหาโอกาส										
6. มองเห็นโอกาสหรือเห็นช่องทางที่เกี่ยวข้องกับโอกาสทางธุรกิจ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7. การแสวงหาวิธีแก้ปัญหาย่างมีประสิทธิภาพ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ทักษะด้านการสร้างนวัตกรรม										
8. ประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เข้ากับธุรกิจ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ทักษะด้านความเสี่ยง										
9. ทดลองปลูกพืชใหม่ๆหรือใช้วิธีการเพาะปลูกใหม่เป็นรายแรก	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
10. ได้รับสินเชื่อหรือการลงทุนเพิ่มในฟาร์มอินทรีย์	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
11. ลงทุนในอุปกรณ์หรือวัตถุดิบใหม่	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
12. เพาะปลูกพืชพันธุ์ที่หลากหลายในฟาร์มอินทรีย์	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ทักษะด้านความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว										
13. พัฒนาตนเองด้านเกษตรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
14. แลกเปลี่ยนเรียนรู้ พบปะพูดคุยกับเพื่อนเกษตรกร ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจเกษตรอินทรีย์	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
15. เข้าร่วมการฝึกอบรมเกษตรกร/ศึกษาดูงาน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
16. เข้าร่วมรับการสนับสนุนส่งเสริมจากนักวิจัยใน สถาบันการศึกษา	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ทักษะการจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย										
17. มีความชัดเจนในรูปแบบธุรกิจเกษตรอินทรีย์	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
18. มีระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
19. มีตลาดที่ชัดเจนและมีช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยตัวเอง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
20. มีการจัดการการเงินอย่างเป็นระบบ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
ทักษะด้านการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย										
21. สร้างพันธมิตรที่มีความสัมพันธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5



ข้อมูลในแบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง
การพัฒนารูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0
ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลที่ได้เพื่อการวิจัยเท่านั้นและนำเสนอในภาพรวมโดยไม่มีผลกระทบต่อท่านแต่ประการใด
หากมีข้อสงสัยประการใดสามารถติดต่อผู้วิจัย นางสาวมรกต กำแพงเพชร ได้ที่เบอร์โทร 085-0378360

ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

คำชี้แจง

1. แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบการสร้างการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง
2. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อรูปแบบการสร้างการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง
ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ
3. โปรดทำเครื่องหมาย ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การประเมินดังนี้

- 5 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ด้านการมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม					
ด้านการแสวงหาโอกาส					
ด้านการสร้างนวัตกรรม					
ด้านความเสี่ยง					
ด้านความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว					
ด้านการจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย					
ด้านการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย					
4. รูปแบบกิจกรรมการจذبร่วมเชิงปฏิบัติการ					
ด้านการมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม					
ด้านการแสวงหาโอกาส					
ด้านการสร้างนวัตกรรม					
ด้านความเสี่ยง					
ด้านความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว					
ด้านการจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย					
ด้านการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย					
5. หัวข้อนี้ควรจะคงอยู่ในการจذبร่วมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างผู้ประกอบการเกษตรกร ปราดเป็รื่อง					
ด้านการมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม					
ด้านการแสวงหาโอกาส					
ด้านการสร้างนวัตกรรม					
ด้านความเสี่ยง					
ด้านความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว					
ด้านการจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย					
ด้านการสร้างความร่วมมือและเครือข่าย					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนารูปแบบการสร้างการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเป็รื่อง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล





ที่ ศบ 6806/ 4610

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี คลังชั้น
กรุงเทพฯ 10170

16 ตุลาคม 2560

เรื่อง ขอตกลงเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการโครงการลูกพระคาบส

ด้วย นางสาวมรกต กำแพงเพชร นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนา รูปแบบการสร้างผู้ประกอบการเกษตรปราดเบรื่องในธุรกิจอินทรีย์ของประเทศไทย 4.0" มีความประสงค์จะ ขอตกลงเครื่องมือวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกษตร เพื่อทดลองรูปแบบการสร้าง ผู้ประกอบการเกษตรปราดเบรื่อง ในวันที่ 2-4 พฤศจิกายน 2560 ณ โครงการลูกพระคาบส จังหวัด สมุทรปราการ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความ อนุเคราะห์แก่นักศึกษาดังที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และหากท่านประสงค์จะขอทราบ รายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้ นางสาวมรกต กำแพงเพชร หมายเลขโทรศัพท์ 085-037-8360 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณีฎฐพล สุวรรณกุลส่ง)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายศิลปะและการออกแบบ
วิชาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย คลังชั้น

โทรศัพท์ 0-2849-7502

โทรสาร 0-2849-7503

ที่ ศบ 6806/4612



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี คลองจั่น
กรุงเทพฯ 10170

10 ตุลาคม 2560

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสนทนากลุ่ม

เรียน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ด้วย นางสาวมรกต กำแพงเพชร นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การพัฒนารูปแบบการสร้างผู้ประกอบการ
เกษตรปราศเปรี๊ยะในธุรกิจอินทรีย์ของประเทศไทย 4.0" และกำหนดจัดให้มีการสนทนากลุ่ม ในวันพฤหัสบดี
ที่ 12 ตุลาคม 2560 ณ โรงแรมมารวยการ์เด้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการทำวิทยานิพนธ์ดังกล่าว

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอเรียนเชิญท่านเข้าร่วมสนทนากลุ่มในวันและ
สถานที่ดังกล่าวข้างต้น และหากท่านประสงค์จะสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม บัณฑิตวิทยาลัยขออนุญาตให้
นางสาวมรกต กำแพงเพชร หมายเลขโทรศัพท์ 085-037-8360 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาเข้าร่วมการสนทนากลุ่มให้กับนักศึกษาด้วย จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นัทธพล สุวรรณกุลสง)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยฝ่ายศิลปะและการออกแบบ
วิชาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

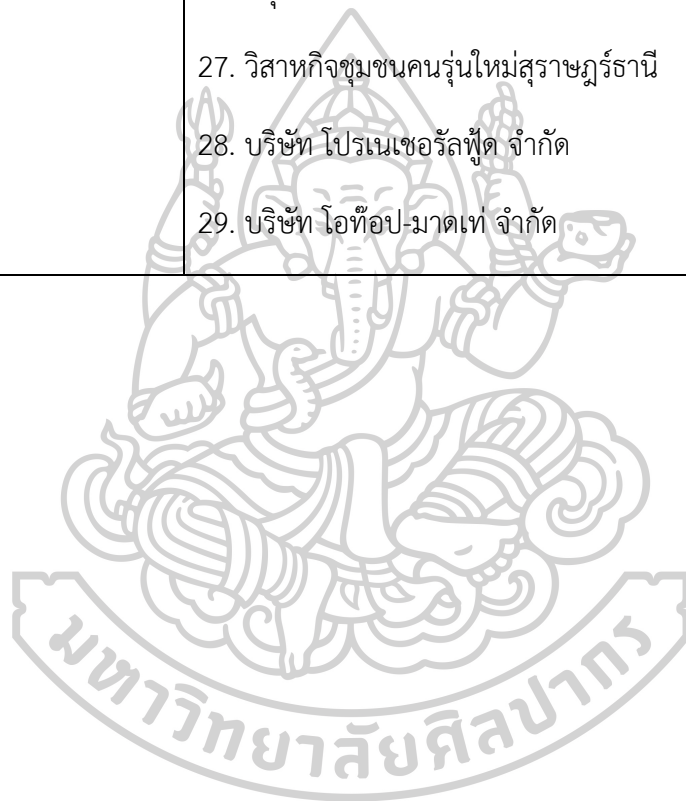
สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย คลองจั่น
โทรศัพท์ 0-2849-7502
โทรสาร 0-2849-7503

ปณิธานบัณฑิตวิทยาลัย "มุ่งส่งเสริม สนับสนุน เพื่อพัฒนาคุณภาพบัณฑิตศึกษา"

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant)

ภูมิภาค	ฟาร์ม	จังหวัด
ภาคเหนือ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ออแกนิกฟาร์มเชียงใหม่ 2. มั่งก็๋ฟาร์ม 3. เชียงดาวออร์แกนิกฟาร์ม 4. บริษัทธาระมิงค์ จำกัด 5. กาแฟมีวานา 6. วิสาหกิจชุมชนคนพิจิตรอินทรีย์ 7. วิสาหกิจชุมชนพัฒนาการเกษตรเขาผาลาด 8. บริษัท ชาวบ้านออร์แกนิก จำกัด 	<p>เชียงใหม่</p> <p>เชียงใหม่</p> <p>เชียงใหม่</p> <p>เชียงใหม่</p> <p>เชียงราย</p> <p>พิจิตร</p> <p>อุทัยธานี</p> <p>นครสวรรค์</p>
ภาคกลาง	<ol style="list-style-type: none"> 9. ไร่ปลูกรัก 10. ฟาร์ม โคโรฟิลด์ 11. กลุ่มสมุนไพรบ้านดงบัง 12. ฟาร์มลุงเครา 13. ข้าวเพลงรัก 14. บ้านสวนข้าวขวัญ 15. กลุ่มมะพร้าวอินทรีย์ตำบลเขาล้าน อ.ทับสะแก 16. กลุ่มมะพร้าวอินทรีย์บางสะพาน 17. กลุ่มเกษตรอินทรีย์ทับสะแก 	<p>ราชบุรี</p> <p>ราชบุรี</p> <p>ปราจีนบุรี</p> <p>นนทบุรี</p> <p>สุพรรณบุรี</p> <p>สุพรรณบุรี</p> <p>ประจวบคีรีขันธ์</p> <p>ประจวบคีรีขันธ์</p> <p>ประจวบคีรีขันธ์</p>
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	<ol style="list-style-type: none"> 18. เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์อีสาน 19. ไร่อ่อนซอน 20. สมาคมวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์มุกดาหาร 	<p>ร้อยเอ็ด</p> <p>ร้อยเอ็ด</p> <p>มุกดาหาร</p>

	21. สหกรณ์การเกษตรอินทรีย์สุรินทร์ จำกัด 22. บริษัท ไร่ทองออแกนิกส์ฟาร์ม จำกัด 23. ภูตะวันออร์แกนิกฟาร์ม 24. ไร่ว่าออกแกนิกฟาร์ม 25. ฟาร์มเห็ดพนอ	สุรินทร์ ศรีสะเกษ อำนาจเจริญ นครราชสีมา นครราชสีมา
ภาคใต้	26. กลุ่ม YSF ตรัง 27. วิสาหกิจชุมชนคนรุ่นใหม่สุราษฎร์ธานี 28. บริษัท โปเรนเซอร์ลฟู้ด จำกัด 29. บริษัท โอท็อป-มาดเท่ จำกัด	ตรัง สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ชุมพร



รายชื่อผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานดังต่อไปนี้

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	ดร.ภูมิศักดิ์ ราชสี	ศูนย์ปฏิบัติการเศรษฐกิจการเกษตร
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2	ดร.กฤษ เอี่ยมฐานนท์	สำนักวิจัยงานเศรษฐกิจการเกษตร
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3	รศ.ดร.มนูญ โต๊ะยามา	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4	ดร.กรวิทย์ ไชยสุ	คณะนวัตกรรมเกษตร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 5	อาจารย์รัชชานนท์ ทวีผล	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 6	คุณยี่ศักดิ์ ไกรพิณิจ	สำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 7	คุณเกรียงไกร การุณ	สมาคมนวัตกรรมการเกษตร
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 8	คุณภัทรภรณ์ แสงสุริยวงศ์	Start Up Thailand
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 9	คุณนิเวศน์ พิราภิรักษ์	By Farmer.com
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 10	คุณกันตพงษ์ แก้วกมล	เครือข่าย Young Smart Farmer
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 11	คุณพัชรพล โพธิ์พันธุ์	เครือข่าย Young Smart Farmer
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 12	คุณปาลิดา น้อยบุญญะ	โครงการลูกพระดาบส





มหาวิทยาลัยศิลปากร



การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก





การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก



การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก



ถ่ายภาพหมู่การจัดสัมมนาผู้เชี่ยวชาญ



ภาพบรรยากาศการสัมมนาผู้เชี่ยวชาญ



การอบรมเชิงปฏิบัติการ การสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง



ถ่ายภาพหมู่การอบรมเชิงปฏิบัติการ การสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร
ปราดเปรื่อง



ภาคผนวก ง

คู่มือการอบรมเชิงปฏิบัติการ

การสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (SMART FARMER) ในธุรกิจ

เกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0



คู่มือการอบรมเชิงปฏิบัติการ

การสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกร
ปราดเปรื่อง (SMART FARMER) ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์
ของประเทศไทยยุค 4.0



คำนำ

การยกระดับเกษตรกร เป็นองค์ประกอบสำคัญในการยกระดับประชากรไทย และพัฒนาให้ไทยก้าวไปสู่การเป็นประเทศดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบตามนโยบาย Thailand 4.0 ดังนั้นแนวคิดเรื่อง Smart Farmer จึงถูกหยิบยกขึ้นเพื่อมาพัฒนาเกษตรกรไทย ดังนั้นเพื่อก้าวไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องแล้ว ต้องสร้างเสริมและพัฒนาคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องเพื่อให้เกษตรกรเป็นคนที่มีความสามารถในการสร้างและการพัฒนาธุรกิจที่ทำกำไรในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง มีทัศนคติของผู้ประกอบการที่ตระหนักถึงโอกาสทางธุรกิจใหม่ มีความสามารถด้านเครือข่าย มีทักษะการบริหารจัดการ การตลาดและการขาย การจัดการเชิงกลยุทธ์ การสร้างองค์ความรู้ให้กับเกษตรกร เพื่อรองรับบริบทการเปลี่ยนแปลง โดยพัฒนาเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการทั้งด้านการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการ เน้นกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้อย่างเป็นระบบให้สามารถแก้ไขปัญหาพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

คู่มือนี้ เกิดมาจากการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ที่มาจากการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องผู้เพาะปลูกพืชอินทรีย์ที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยทั้ง 4 ภาค ประกอบด้วยองค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในแต่ละด้าน วิธีการสร้างคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊องให้กับเกษตรกรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการฝึกอบรมเกษตรกรเพื่อการยกระดับเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊อง

มรกต กำแพงเพชร

1 ตุลาคม 2560

สารบัญ

	หน้าที่
บทนำ	1
Module 1 การมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurial Spirit)	2
Module 2 การแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking)	5
Module 3 การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness)	6
Module 4 ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)	7
Module 5 ความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว (Readiness to learn & Adaptability)	8
Module 6 การจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย (Farm-Diversified Business Management)	9
Module 7 การสร้างความร่วมมือและเครือข่าย (Collaboration and Networking)	10
Module 8 การพัฒนาธุรกิจเกษตรอินทรีย์ด้วย Business Model Canvas	12
รายการอ้างอิง	12
แบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรี๊อง	12



บทนำ

หลักการและเหตุผล

กระบวนทัศน์ในการพัฒนาประเทศไทยภายใต้ประเทศไทย 4.0 ซึ่งถูกกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์ชาติที่มีการผลักดันให้ปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ การพัฒนาเกษตรกรเป็นหนึ่งในเป้าหมายกระบวนทัศน์แนวคิดการขับเคลื่อนประเทศไทยตามโมเดลการพัฒนาประเทศไทย 4.0 ซึ่งผลักดันให้เกิดการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม (Traditional Farming) ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรต้องร่ำรวยขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบผู้ประกอบการ (Famer as Entrepreneur) (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559) หนึ่งในโครงการสำคัญภายใต้แผนการปฏิรูปการเกษตรของประเทศไทย (พ.ศ. 2556-2561) คือ โครงการพัฒนาเกษตรกรสู่เกษตรกรปราดเปรี๊อง (Smart Farmer) ที่หลายฝ่ายคาดหวังว่าจะสามารถนำมาใช้พัฒนาเกษตรกรได้อย่างยั่งยืน โดยพัฒนาให้เกษตรกรมีความรู้อย่างเพียงพอ มีข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาดเพื่อใช้วางแผนในการผลิต รวมทั้ง มีความรู้ในการผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพสูงที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (สาคร ศรีमुख, 2558) ซึ่งเป็นการสร้างองค์ความรู้ให้กับเกษตรกร เพื่อรองรับบริบทการเปลี่ยนแปลง โดยพัฒนาเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการทั้งด้านการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการ เน้นกระบวนกรถ่ายทอดองค์ความรู้อย่างเป็นระบบให้สามารถแก้ไขปัญหาพึ่งพาตนเองได้ เพื่อก้าวไปสู่ผู้จัดการฟาร์มแบบมืออาชีพ (Smart Farmer) โดยมีแนวทางการผลิตที่เหมาะสม กระบวนการผลิตให้มีการจัดการที่ดี ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและปลอดภัย

ด้วยต้นทุนต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับนิยามของผู้ประกอบการเกษตรกร (Agripreneurship) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการเกษตรกรเป็นคนที่มีความสามารถในการสร้างและการพัฒนาธุรกิจที่ทำกำไรในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง (Pieter de Wolf & Herman Schoorlemmer, 2007) มีทัศนคติของผู้ประกอบการที่ตระหนักถึงโอกาสทางธุรกิจใหม่ มีความสามารถด้านเครือข่าย มีทักษะการบริหารจัดการ การตลาดและการขาย การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Rudmann, 2008)

แนวคิดการพัฒนาเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง เพราะผู้ประกอบการเกษตรกร คือ บุคคลที่เป็นเจ้าของกิจการที่ทำธุรกิจเกษตร หลุดพ้นจากกับดักความยากจน โดยผันตัวเองจากเกษตรกรผู้ผลิตมาเป็นผู้ประกอบการทางการเกษตรสมัยใหม่ (Smart Farmers) มีการบริหารจัดการที่ดี มีต้นทุนการผลิตต่ำ สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการเกษตรจากการแปรรูป และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จึงเป็นกลไกสำคัญในการตอบโจทย์เพื่อการพัฒนาดังกล่าว แนวคิดผู้ประกอบการเกษตรกรนี้สามารถสร้างให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน (Bergeroet et al., 2005; McElwee & Bosworth, 2010)

วัตถุประสงค์ของคู่มือ

คู่มือการอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (SMART FARMER) ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 จัดทำขึ้นเพื่อให้เกษตรกรได้รับการพัฒนาคุณลักษณะเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 ในด้านความรู้ ด้านทักษะ และการปฏิบัติแบบผู้ประกอบการ

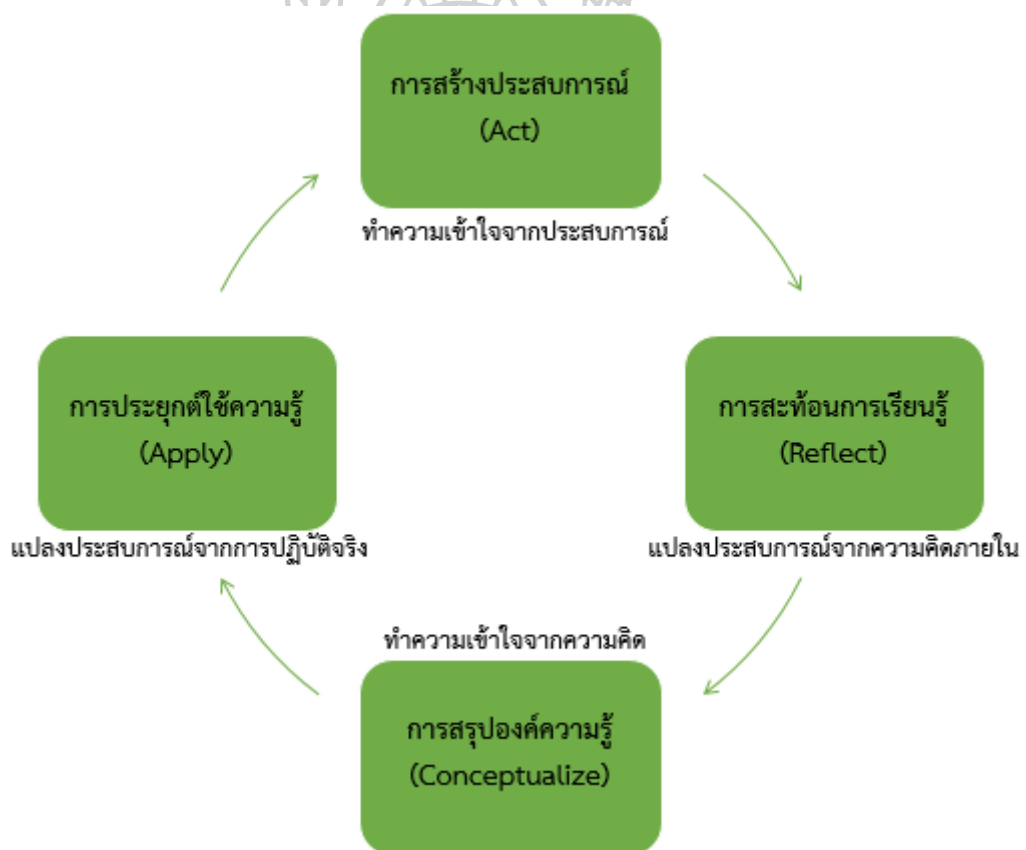
ประโยชน์ที่ได้รับ

1. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาเกษตรกรสามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการอบรมให้ความรู้ด้านการเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง

วิธีการสร้างคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (SMART FARMER) ให้กับเกษตรกร

กระบวนการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (SMART FARMER) ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0 นั้น ต้องสร้างเสริมคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องที่ประสบความสำเร็จ มีองค์ประกอบ 7 ด้านได้แก่ 1) การมีจิต

วิญญานผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurial Spirit) 2) การแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking) 3) การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) 4) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) 5) ความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว (Readiness to learn & Adaptability) 6) การจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย (Farm-Diversified Business Management) และ 7) การสร้างความร่วมมือและเครือข่าย (Collaboration and Networking) โดยใช้แนวทางการเรียนรู้ด้วยการชี้นำตนเอง (Self-Directed Learning : SDL) ตามทฤษฎีแอนดราโกจี (Andragogy) ของ มัลคอล์ โนลส์ (Malcolm S. Knowles, 1980) ซึ่งได้กำหนดขั้นตอนวิธีการสอนให้สอดคล้องกับธรรมชาติของผู้ใหญ่ ด้วยวิธี แบบจำลองวงจรการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential Learning Cycles) เพื่อให้ผู้ใหญ่ที่มีประสบการณ์ที่หลากหลายเกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์



จากวงจรการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning Cycles) เกษตรกรผู้เข้าร่วมอบรมจะได้เรียนรู้ในขั้นตอนที่ 1 การสร้างประสบการณ์ (Act) ซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์จากกิจกรรมที่ออกแบบมาเพื่อการฝึกอบรม ขั้นตอนที่ 2 การสะท้อนการเรียนรู้ (Reflect) ที่ผู้เข้าอบรมจะต้องคิดวิเคราะห์สะท้อนกลับในสิ่งที่เรียนรู้ข้อมูล ขั้นตอนที่ 3 การสรุปองค์ความรู้

(Conceptualize) ผู้เข้าร่วมอบรมรวบรวมประเด็นต่างๆสรุปองค์ความรู้จากการเรียนรู้ และขั้นตอนที่ 4 การประยุกต์ใช้ความรู้ (Apply) ผู้เข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้ไปต่อยอดองค์ความรู้ต่อไป ดังนั้นแล้วการเรียนรู้ของผู้เข้าร่วมอบรมนั้นจะต้องให้เกิดวงจรการเรียนรู้เพื่อสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ซึ่งทำให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้ (Life-Long Learning) ซึ่งมีวิธีการพัฒนาการเรียนรู้การสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง ดังตารางต่อไปนี้

การส่งเสริมและพัฒนาให้เกษตรกรมีคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง เป็นกระบวนการที่มุ่งแนะนำผู้เข้าร่วมอบรมให้เกิดการเรียนรู้ในสิ่งที่ต้องการ หรือเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมอันพึงประสงค์ (Desirable Changes) ในด้านความรู้ (Knowledge) ด้านทักษะ (Skills) และด้านพฤติกรรม (Behavior) และใช้แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในการเพิ่มความรู้ สร้างทักษะ และผลักดันให้มีพฤติกรรมเชิงบวก โดยผ่านตัวชี้วัด 3 ด้านดังนี้

1. ด้านความรู้ (Knowledge) หมายถึง ความรู้ที่จำเป็นในการทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์ให้อยู่รอดจนกระทั่งประสบความสำเร็จในยุคประเทศไทย 4.0 หากเกษตรกรไม่มีความรู้การทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์ที่มากพอและเหมาะสม จะไม่สามารถก้าวไปสู่การเป็นผู้ประกอบการได้ ซึ่งความรู้นี้จะได้จากการศึกษา อบรม สัมมนา รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้มีความรู้ในด้านนั้นๆ ความรู้จะแบ่งเป็น 4 ระดับดังตารางต่อไปนี้

ระดับ	คำอธิบาย
ระดับที่ 1	รู้-เข้าใจ
ระดับที่ 2	รู้-เข้าใจ-ทำได้
ระดับที่ 3	รู้-เข้าใจ-ทำได้-ตรวจสอบได้
ระดับที่ 4	รู้-เข้าใจ-ทำได้-ตรวจสอบได้-เป็นวิทยากรได้

ซึ่งผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องต้องมีระดับความรู้ในระดับที่ 4

ความรู้พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์
<p>1. ความรู้ด้านการเพาะปลูก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) พืชและการเพาะปลูกพืชอินทรีย์ 2) โรค/แมลงพืชอินทรีย์ 3) มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ 4) การจัดการหลังการเก็บเกี่ยว (Post Harvest)
<p>2. ความรู้ด้านการพัฒนาสินค้า</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) การสร้างคุณค่าสินค้า 2) การพัฒนามูลค่าและมาตรฐานสินค้าเกษตร

3) การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 4) การพัฒนางานวิจัยสู่การปฏิบัติ
3. ความรู้ด้านการตลาด 1) ความรู้การวางตำแหน่งสินค้า 2) ความรู้การเข้าถึงความต้องการของลูกค้า
4. ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจ 1) การจัดการตลาดและตลาดออนไลน์ 2) การจัดการผลิตและ Smart Farm 3) การจัดการ 4) การจัดการการเงิน 5) การเขียนแผนภาพธุรกิจ (Business Model Canvas) 6) การประกอบการเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม 7) การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain) 8) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ
5. ความรู้ด้านจริยธรรมในการทำธุรกิจ

2. ด้านทักษะ (Skills) หมายถึง ทักษะ หรือความสามารถเฉพาะที่จำเป็นในการทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์ถ้าไม่มีทักษะแล้ว ก็ยากที่จะทำให้ธุรกิจเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งทักษะนี้จะได้มาจากการฝึกฝน หรือกระทำซ้ำๆอย่างต่อเนื่อง จนทำให้เกิดความชำนาญในสิ่งนั้น ผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปื่อนั้น สามารถฝึกฝนทักษะและเพิ่มจิตวิญญาณของความเป็นผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของตนได้ (Clayton Christensen) การเปลี่ยนแปลงด้านทักษะ (Skills) มี 2 ประเภท ได้แก่

2.1 ทักษะในการคิด (Thinking Skills) คือ สามารถคิดทำอะไรได้ สร้างอะไรขึ้นมาได้ คิดแก้ปัญหาได้ หรือคิดแนวทางที่จะเผชิญปัญหาได้

2.2 ทักษะในการกระทำ (Manual Skills) คือ สามารถลงมือปฏิบัติได้

3. ด้านพฤติกรรม (Behavior) หมายถึง การแสดงออกที่มาจากคุณลักษณะ ความคิด ทัศนคติ ค่านิยม และแรงจูงใจ เป็นการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติ (Attitudes) ด้านความรู้สึนึกคิดและการ

แสดงออกของความรู้สึทางจิตใจ พฤติกรรมผู้ประกอบการเกษตรกรที่ทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์การลงมือปฏิบัติในลักษณะของผู้ประกอบการที่ลงมือทำธุรกิจเพื่อให้กิจการประสบความสำเร็จ

คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง(SMART FARMER) ที่ประสบความสำเร็จ
ในประเทศไทยยุค 4.0



ที่มา : มรกต กำแพงเพชร ผู้วิจัย

รูปแบบการสร้างเกษตรกรไปสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (SMART FARMER)
ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยยุค 4.0

คุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง



ตัวชี้วัดคุณลักษณะ



แนวคิดธุรกิจเกษตรอินทรีย์



องค์ประกอบและตัวชี้วัดคุณลักษณะผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่องในธุรกิจเกษตรอินทรีย์

คุณลักษณะผู้ประกอบการ เกษตรกร	ตัวชี้วัดด้านความรู้ (Knowledge)	ตัวชี้วัดด้านทักษะ (Skills)	ตัวชี้วัดด้านพฤติกรรม (Behavior)
1.การมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม			
คำอธิบาย ความปรารถนาดีที่จะบรรลุนเป้าหมายในธุรกิจที่เกิดจากการอุทิศตนเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคมและสิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์และอาหารปลอดภัย 2. ความรู้ด้านระบบนิเวศเกษตรอินทรีย์ 3. ความรู้ด้านการค้าเป็นธรรม (Fairtrade) 4. ความรู้ด้านเศรษฐกิจพอเพียง 5. ความรู้ด้านคุณภาพและมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทักษะในการตั้งเป้าหมายที่มาจากแรงจูงใจในการบรรลุนเป้าหมายนั้น มุ่งมั่นไม่ยอมแพ้ (Goal Setting) 2. ทักษะในการคิดเชื่อมโยง (Associating) 3. ทักษะในการตั้งคำถาม (Questioning) 4. ทักษะการสังเกต (Observing) 5. ทักษะการทดลอง (Experimenting) 6. ทักษะการเป็นผู้นำ (Leading) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. แสดงออกถึงความรักและความภาคภูมิใจในการเป็นเกษตรกรอินทรีย์ 2. แสดงออกถึงความพอเพียงรู้จักประมาณตน 3. แสดงออกถึงรักและห่วงหาอาทรที่อยู่กับเพื่อนร่วมงาน 4. เข้าร่วมหรืออุทิศตนในกิจกรรมที่เกี่ยวกับสังคมและสิ่งแวดล้อม 5. มีความซื่อสัตย์ เชื่อถือได้ สามารถอดทนและรับมือกับความเครียดได้ดี
2. การแสวงหาโอกาส			
คำอธิบาย การไม่หยุดนิ่งในการมองหาและมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความรู้เรื่องเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเกษตร 2. ความรู้ด้านกลไกและหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ 3. ความรู้ด้านความต้องการของผู้บริโภค (Demand Side) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทักษะการคิดสร้างสรรค์ที่สามารถพัฒนาเป็นโอกาสได้ 2. ทักษะการคิดประเมินผลประโยชน์ของโอกาสนั้น 3. ทักษะการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในด้านการตลาดและการผลิต 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มองเห็นโอกาสหรือเห็นช่องทางที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ 2. มีกลยุทธ์แสวงหาลูกค้าใหม่ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Blue Ocean) 3. ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ในการเข้าถึงข้อมูลทางธุรกิจเกษตรอินทรีย์

		4. ทักษะการแสวงหาวิธี แก้ปัญหาอย่างมี ประสิทธิภาพ	
		5. ทักษะการตัดสินใจได้	
3. การสร้างนวัตกรรม			
คำอธิบาย การนำความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์นำมาปรับปรุง แก้ไขให้ผลผลิตดีขึ้นหรือ นำมาประยุกต์ใช้สร้างสิ่ง ใหม่ในเชิงพาณิชย์	1) มีความรู้ด้านเทคโนโลยี เกษตรอินทรีย์ 2) มีความรู้ภูมิปัญญา ท้องถิ่น 3) รู้จักองค์กรหรือ หน่วยงานที่สามารถ สนับสนุนช่วยเหลือในการ วิจัยและพัฒนาธุรกิจ เกษตรอินทรีย์ 6) การประกอบการ เชิงสร้างสรรค์และ นวัตกรรม3) ความรู้ด้าน การวิจัยและพัฒนา	1) ใช้คิดใหม่หรือใช้ ความคิดสร้างสรรค์ ใน การแก้ปัญหาธุรกิจหรือ สังคม เช่น กายขยายพันธุ์ พืชใหม่ การหาปัจจัย การผลิตใหม่เพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์ด้วยวิธีใหม่ การทำฟาร์มวิธีใหม่ 2) ใช้ประโยชน์ที่ดิน อย่างมีประสิทธิภาพ 3) ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลใน การบริหารจัดการธุรกิจ เกษตรอินทรีย์ เช่น การ รวบรวมข้อมูลการ เพาะปลูก ผลผลิตต่อไร่ และยอดขาย การขยาย ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล 4) จัดการของเสียใน ฟาร์มได้อย่างมี ประสิทธิภาพ เช่น ไม่มี ของเสีย(Zero Waste) หรือ เพิ่มมูลค่าของเสีย นั้นให้กลายเป็นสินค้า ใหม่	1) มีแนวคิดใหม่ๆในธุรกิจ หรือประยุกต์ใช้ภูมิปัญญา ท้องถิ่นให้เข้ากับธุรกิจได้ อย่างสอดคล้องกับยุคสมัย และความต้องการของตลาด และสังคม

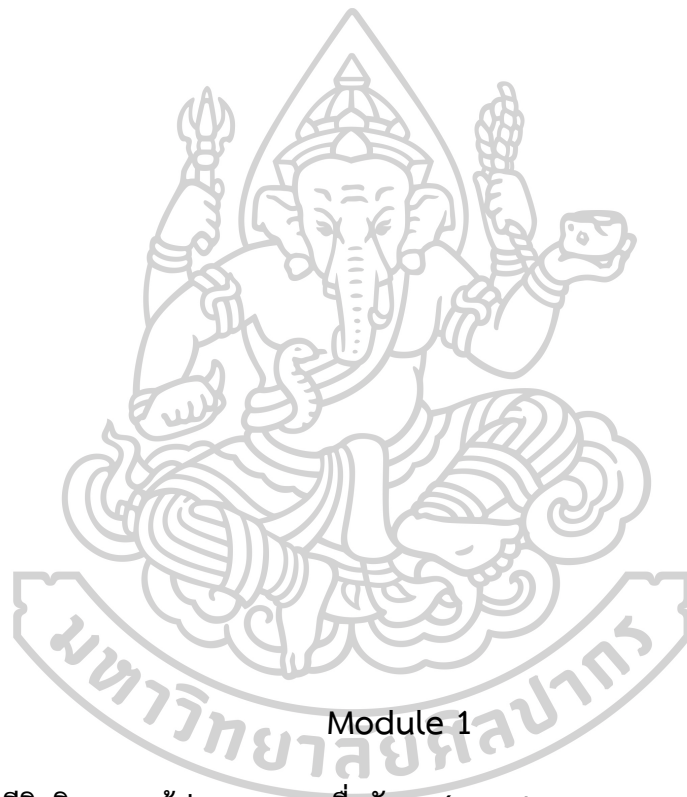
4. ความกล้าเสี่ยง			
คำอธิบาย ความกระตือรือร้นที่จะเสี่ยง มีข้อมูลมากพอและรู้วิธี ประเมินความเสี่ยงที่จะ บรรลุเป้าหมายของธุรกิจ เกษตรอินทรีย์	1. ความรู้ด้านการจัดการ ความเสี่ยงด้วยการ ประยุกต์ใช้แนวคิด เศรษฐกิจพอเพียง	1. ทักษะการวิเคราะห์ และประเมินความเสี่ยง ค่าใช้จ่ายและ ผลตอบแทน 2. ทักษะการคาดการณ์ คำนวณความเสี่ยงที่จะ เกิดขึ้นอย่างรอบคอบบน พื้นฐานของข้อมูลที่ ถูกต้อง	1. ทดลองปลูกพืชใหม่ๆหรือ ใช้วิธีการเพาะปลูกใหม่เป็น รายแรก 2. ได้รับสินเชื่อหรือการ ลงทุนเพิ่มในฟาร์มอินทรีย์ 3. ลงทุนในอุปกรณ์หรือ วัตถุดิบใหม่ 4. กระจายความเสี่ยงโดย เพาะปลูกพืชพันธ์ที่ หลากหลายในฟาร์มอินทรีย์
5. ความพร้อมในการเรียนรู้และการปรับตัว			
คำอธิบาย การชวนหาความรู้อื่นๆ เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา พร้อมที่จะปรับตัวให้เข้ากับ สถานการณ์ใหม่ที่ เปลี่ยนแปลง	1. ความรู้แหล่งในการ เรียนรู้และพัฒนาธุรกิจ เกษตรอินทรีย์	1. ทักษะการคิด แก้ปัญหาเฉพาะหน้า 2. ทักษะในการปรับตัว	1. แลกเปลี่ยนเรียนรู้ พบปะ พูดคุยกับเพื่อนเกษตรกร ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ประสบ ความสำเร็จในธุรกิจเกษตร อินทรีย์อยู่เสมอ 2. เข้าร่วมการฝึกอบรม เกษตรกร/ศึกษาดูงานอย่าง ต่อเนื่อง 3. เข้าร่วมรับการสนับสนุน ส่งเสริมจากนักวิจัยใน สถาบันการศึกษาหรือ ภาครัฐ
6. การสร้างความร่วมมือและเครือข่าย			
คำอธิบาย การสร้างพันธมิตรและ ความสัมพันธ์ที่ดีใน	1. ความรู้ด้านการมีส่วน ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์	1. ทักษะการสร้าง เครือข่าย (Networking Skill)	1. มีพันธมิตรที่มี ความสัมพันธ์ที่ดีและมี ประสิทธิภาพ

<p>เครือข่ายทางธุรกิจและสังคม</p>	<p>2. ความรู้ด้านโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมเกษตรอินทรีย์</p>	<p>2. ทักษะการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Communication Skill)</p> <p>3. ทักษะการสร้างแรงจูงใจและชักชวน (Motivation and persuasion skill)</p> <p>4. ทักษะการเจรจาต่อรอง (Negotiation skill)</p> <p>5. ทักษะการทำงานเป็นทีม (Team Work Skill)</p>	<p>2. มีความร่วมมือช่วยเหลือกับผู้มีส่วนได้เสียและเครือข่ายประกอบไปด้วยเครือข่ายเกษตรกร สถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการเงิน</p>
--	---	--	---

7. การจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย

<p>คำอธิบาย การจัดการที่หลากหลาย (Farm-Diversified business) ในฟาร์มอินทรีย์จนสามารถสร้างแหล่งรายได้ที่สอง นอกภาคการเกษตรที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร</p>	<p>1. ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจฟาร์มอินทรีย์ที่หลากหลาย (Farm Diversification)</p> <p>2. การจัดการตลาดและตลาดออนไลน์</p> <p>3. การจัดการผลิตและ Smart Farm</p> <p>4. การจัดการองค์การ</p> <p>5. การจัดการการเงิน</p> <p>6. การเขียนแผนภาพธุรกิจ (Business Model Canvas)</p>	<p>1. ทักษะการบริหารจัดการพื้นที่เกษตรกรรม แรงงาน ทุน การเพาะปลูก เพาะเลี้ยง และผลิตัวถุดิบทางการเกษตร</p> <p>2. ทักษะการแปรรูปให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เป็นไปตามระบบมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร</p> <p>3. ทักษะที่แสดงถึงความ เป็นเกษตรกรมืออาชีพ</p>	<p>1) มีรูปแบบธุรกิจเกษตรอินทรีย์ (Business Model) ที่ชัดเจน</p> <p>2) มีระบบการผลิตที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>3) มีตลาดที่ชัดเจนและเป็นตลาดที่ทำให้มีกำไรอย่างต่อเนื่องและมีช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยตัวเอง เช่น Farm-to-Table</p> <p>4) มีการจัดการการเงินอย่างเป็นระบบ</p>
---	--	--	---

	7. การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain)	วางแผนในเชิงธุรกิจที่มีความหลากหลายพร้อมแบ่งปันบทเรียนแก่สาธารณะ	
--	--------------------------------------	--	--



Module 1

การมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม (Social Entrepreneurial Spirit)

ผู้ประกอบการเพื่อสังคม ไม่ใช่แค่เพียงความต้องการอยากสร้างความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นกับสังคมเท่านั้น แต่การนึกถึงผลตอบแทนทางธุรกิจเพื่อให้ตัวเองอยู่รอดก็เป็นอีกปัจจัยที่จะทำให้ความเปลี่ยนแปลงที่ตั้งใจนี้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน มีความตั้งใจที่จะเป็นจุดเริ่มต้นลงมือทำอะไรสักอย่าง แต่การทำกิจการเพื่อสังคมแบบจริงจังนั้น ความตั้งใจอย่างเดียวอาจไม่พอ เพราะธุรกิจเพื่อสังคมเองก็เหมือนกับธุรกิจโดยทั่วไปที่จำเป็นต้องสร้างสินค้าหรือบริการให้มีคุณภาพ น่าเชื่อถือ โปร่งใส และจะดีขึ้นไปอีกหากธุรกิจนั้นๆ มีนวัตกรรมที่แตกต่าง จนผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อแลกมาซึ่งสินค้าหรือบริการที่ดีจริงๆ มากกว่าจ่ายเพราะความรู้สึกสงสาร ดังนั้นแล้ว การเริ่มต้นทำกิจการ

เพื่อสังคมให้ประสบความสำเร็จจึงต้องอาศัยความรู้และความเข้าใจทั้งจากปัญหาที่แท้จริงของสังคมที่
ต้องการแก้ไข และความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการที่จะต้องดำเนินธุรกิจให้อยู่รอดได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการเพื่อสังคม
2. เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรม ปรับกระบวนการทัศนคติและแนวคิด ปรับปรุงแรงจูงใจส่วนตัวให้เป็น
ผู้ประกอบการที่มีความคิดทางธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจในการเป็น
เกษตรกรไทย

กิจกรรม : **ความสุขอยู่ที่พอดีพอเพียง รายได้ ชุมชน สิ่งแวดล้อม**

การดำเนินการกิจกรรม :

เปิดคลิปวิดีโอ "ตามรอยเท้าพ่อ พอดีพอเพียง ตอน ฟาร์มนี้มีแต่...ความสุข"

อุปกรณ์: 1. คลิปวิดีโอ "ตามรอยเท้าพ่อ พอดีพอเพียง ตอน ฟาร์มนี้มีแต่...ความสุข"

2. กระดาษกระดาษฟลิปชาร์ต 80x100 ซม.

3. ปากกามาร์กเกอร์ 2 หัว

เวลาในการทำกิจกรรม : 30 นาที

การประยุกต์ใช้

1. อะไรคือแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของท่าน

.....

.....

.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. ท่านทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์นี้เพื่อใคร

.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. เขียนเป้าหมายในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของท่าน
เป้าหมายระยะสั้น 1 ปี

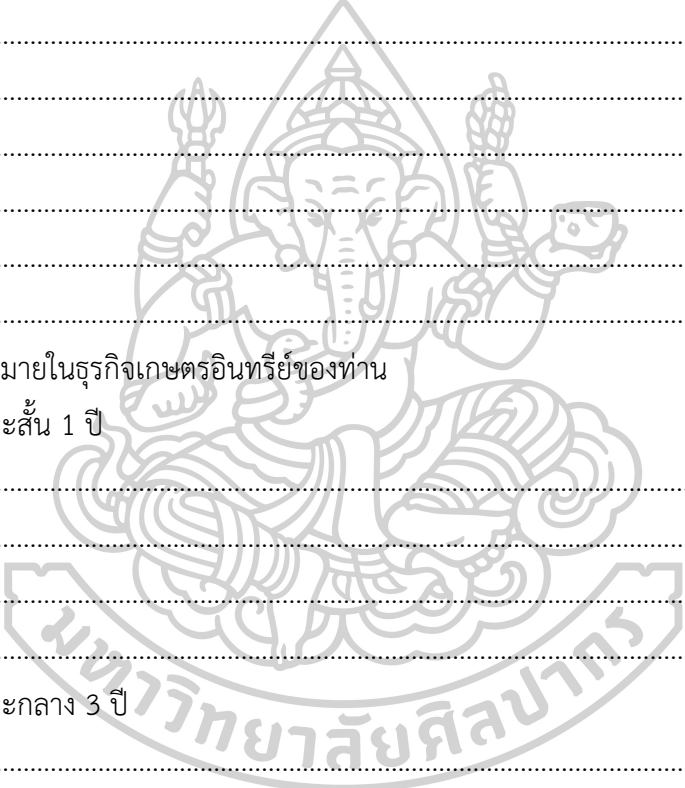
.....
.....
.....
.....

เป้าหมายระยะกลาง 3 ปี

.....
.....
.....

เป้าหมายระยะยาว 5 ปี

.....
.....
.....



Module 2

การแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking)

ผู้ประกอบการจะต้องมีการแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ ลักษณะของโอกาสนั้นจะมีมาในรูปแบบที่ต่างกักัน ซึ่งผู้ประกอบการนั้นจะต้องมีวิสัยทัศน์ที่จะมองเห็นโอกาสที่เกิดขึ้น โดยการแสวงหาโอกาสนั้นผู้ประกอบการจะต้องแสวงหาโอกาสประกอบไปกับการวิเคราะห์ข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลปฐมภูมิหรือข้อมูลทุติยภูมิ และคาดการณ์แนวโน้มของธุรกิจในอนาคตได้เป็นอย่างดี และจับเอาโอกาสนั้นเอาไว้ให้ได้โดยการสร้างกระบวนการดำเนินธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความคิดสร้างสรรค์ในการแสวงหาโอกาสและข้อมูลทางธุรกิจ
2. เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความคิดทางธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และมากที่สุด

กิจกรรม : การหาความสัมพันธ์ของภาพ (Picture Association)

การดำเนินการกิจกรรม :

ใช้เวลาทุกกลุ่ม 10 นาทีในการระดมสมองและเขียนออกมาให้มากที่สุดว่า “คนกลุ่มนี้ต้องการสินค้า/บริการอะไร”

อุปกรณ์:

1. ภาพสีให้กลุ่มละ 1 รูป โดยแต่ละรูปมีข้อกำหนดด้านประชากรที่ต่างกักัน
2. กระดาษกระดาษฟลิปชาร์ต 80x100 ซม.
3. ปากกามาร์กเกอร์ 2 หัว

เวลาในการทำกิจกรรม : 30 นาที

.....
.....
.....
.....

Module 3

การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness)

ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมีความเป็นผู้นำที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม ผู้ประกอบการจะต้องไม่พอใจในสิ่งที่เป็นอยู่ปัจจุบัน ไม่ชอบทำตามแบบดั้งเดิม และจะนำเอาประสบการณ์ที่ผ่านมามาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ๆ ที่ดีกว่าเดิมในการดำเนินงานบ่อยครั้งมักจะมีความคิดความฝันในการแก้ไขปรับปรุงผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตและการดำเนินงาน กล้าที่จะผลิตสินค้าที่แตกต่างจากตลาดที่มีอยู่เดิม กล้าใช้วิธีการขายที่ไม่เหมือนใคร กล้าเสนอสินค้าใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด และนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการผลิต แสวงหาวัตถุดิบมาทดแทน ทำการขยายหาตลาดใหม่ นำเอาความรู้ด้านการจัดการสมัยใหม่มาปรับปรุงการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ และลดต้นทุนการผลิต ซึ่งความคิดสร้างสรรค์นี้ อาจคิดขึ้นเอง หรืออาจจะได้มาจากแนวความคิดของนักประดิษฐ์คิดค้น นักวิจัย หรือผู้เชี่ยวชาญที่ศึกษาแล้ว และนำมาประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์ก็ได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมมีความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ
2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมมีความคิดทางธุรกิจที่หลากหลาย
3. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมเกิดแรงจูงใจในการค้นหาหนทางในการ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่จะลดต้นทุนหรือใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยีที่มีอยู่ผลิตสินค้าใหม่

กิจกรรม: SCAMPER MODEL

SCAMPER Model เป็นแนวคิดของ Bob Eberle ที่นำเสนอการคิดนอกกรอบผ่านหนังสือ SCAMPER: Games for Imagination Development ในปี 1971 เทคนิค SCAMPER จะช่วยให้ผู้เข้าอบรมที่คิดนอกกรอบไม่ออก หรือยึดติดกับแนวคิดเก่าๆ มีวิธีการคิดที่หลากหลาย กล้าที่จะปรับปรุงการคิดเพื่อให้ได้สิ่งที่แปลกใหม่ โดยการตั้งคำถามกระตุ้นให้เกิดความคิด ซึ่งเป็นหลักการที่ใช้ได้ง่ายและก่อให้เกิดประสิทธิภาพได้อย่างน่าประหลาดใจ (สายหยุด อุไรสกุล, 2557) โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการตอบคำถามตัวอักษรทั้ง 7 ตัวดังนี้

SCAMPER Model เทคนิคในการสร้างนวัตกรรม (TECHNIQUES FOR INNOVATION)

- SUBSTITUTE การทดแทน, Simplify การทำให้ง่ายขึ้น
- Combine การผสมหรือการผนวกรวมเข้าด้วยกัน
- Adapt การปรับเปลี่ยนให้ก้าวหน้า/ดีขึ้น
- Modify การดัดแปลงแก้ไข/การเปลี่ยนแปลงรูปแบบคุณสมบัติ
 - Magnify การทำให้เพิ่มขึ้น/ใหญ่ขึ้น/ขยาย
 - Minify การทำให้เล็กลง/เบาลง/ช้าลง/ลดลง/ลดลง/ย่อส่วน)
- Put to Other Uses การนำไปใช้เพื่อประโยชน์หรือวัตถุประสงค์อื่น
- Eliminate การตัดทิ้ง/การขจัดออก
- Reverse การเปลี่ยนทิศทางใหม่, Rearrange การจัดระบบใหม่

การดำเนินกิจกรรม :

ใช้เวลาแต่ละกลุ่ม 15 นาที ในการคิดพิจารณาผลิตภัณฑ์ “ข้าวโพด” ตามแนวคิด SCAMPER Model



เกณฑ์การให้คะแนน

	ความคิด สร้างสรรค์ CREATIVITY 40 คะแนน	ความเป็นไปได้ของ โครงการ FEASIBILITY 30 คะแนน	ความเป็นไปได้ทาง การตลาด MARKETABILITY 30 คะแนน	รวมคะแนน TOTAL 100 คะแนน
กลุ่มที่ 1				
กลุ่มที่ 2				
กลุ่มที่ 3				
กลุ่มที่ 4				

เวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรม : 30 นาที

- อุปกรณ์:
- กระดาษฟลิปชาร์ต 80x100 ซม.
 - ปากกามาร์กเกอร์ 2 หัว

การประยุกต์ใช้

- ความคิดสร้างสรรค์ทุกอย่างได้ผลหรือไม่ เพราะอะไร และอะไรคืออุปสรรคในความคิดสร้างสรรค์ของท่าน

ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)

ผู้ประกอบการจะต้องมีการยอมรับความเสี่ยงในระดับปานกลางตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การทำธุรกิจกับความเสี่ยงเป็นของคู่กัน ผู้ประกอบการจะชอบทำงานที่ท้าทายต่อความรู้ความสามารถ และจะไม่มี ความภาคภูมิใจกับงานที่ง่ายมีความเป็นไปได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ในการลงทุนหรือพูดได้ว่าไม่มีความเสี่ยงเลย และผู้ประกอบการที่ดีก็จะหาทางหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไปเช่นกัน และจะชอบงานที่มีความเสี่ยงระดับปานกลางที่มีโอกาสประสบความสำเร็จ หรืออาจจะล้มเหลวได้ ความเสี่ยงระดับนี้ผู้ประกอบการที่ได้นั้นได้ประเมินแล้วว่าไม่เกินความสามารถของตนเองที่จะทำให้บรรลุผลสำเร็จ สิ่ง que แสดงให้เห็นถึงความพยายามในการลดการเสี่ยงก็คือ การพิจารณาหาทางเลือกหลายๆ ทางในการทำธุรกิจโดยใช้เวลาในการศึกษาวางแผนการตลาด เลือกการผลิตที่เหมาะสมกับวัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ แหล่งเงินทุนและการบริหารงานตลอดจนผลตอบแทนทางการเงินภายใต้ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และนโยบายของรัฐบาล ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่แน่นอน ผู้ประกอบการที่ดีจะประเมินดูปัจจัยต่างๆ อย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้วค่อยตัดสินใจลงทุน ซึ่งความเสี่ยงแบบผู้ประกอบการนี้สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีการลงทุนแบบพอประมาณ ตัดสินใจอย่างมีเหตุผล มีภูมิคุ้มกันในการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลง โดยอาศัยความรู้คู่คุณธรรม

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้รับประสบการณ์การมีคุณลักษณะผู้ประกอบการ
2. เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความคิดทางธุรกิจ/ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และมากที่สุด

กิจกรรม : โยนห่วง

การดำเนินการกิจกรรม :

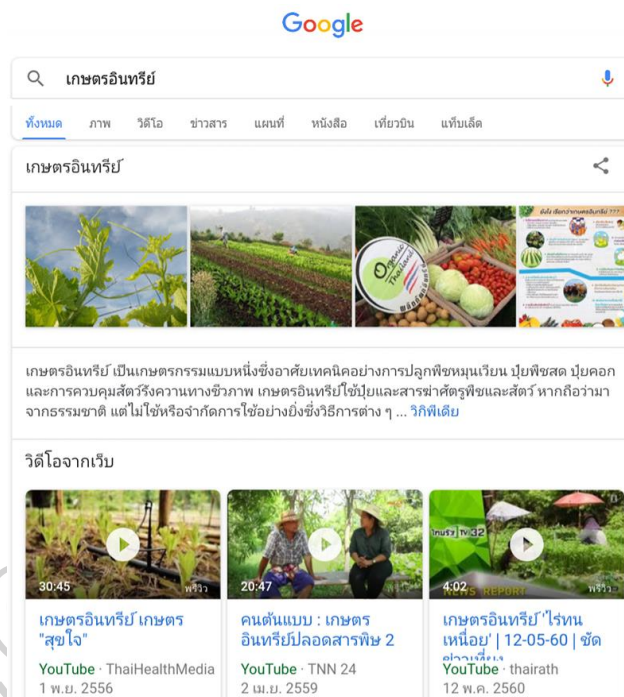
1. จำลองสถานการณ์ให้ผู้เข้าร่วมอบรมเป็นกิจการโยนห่วง

2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมสามารถค้นหาความรู้และข้อมูลจากเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจ

กิจกรรม: Find My Farm

วิธีการดำเนินกิจกรรม :

มอบหมายงานให้ผู้เข้าอบรมค้นหาข้อมูลโดยใช้โทรศัพท์มือถือตามโจทย์ที่กำหนดให้



เวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรม : 30 นาที

- อุปกรณ์ :
1. โทรศัพท์มือถือ
 2. สัญญาณ Wifi

แบบบันทึก

เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน

.....

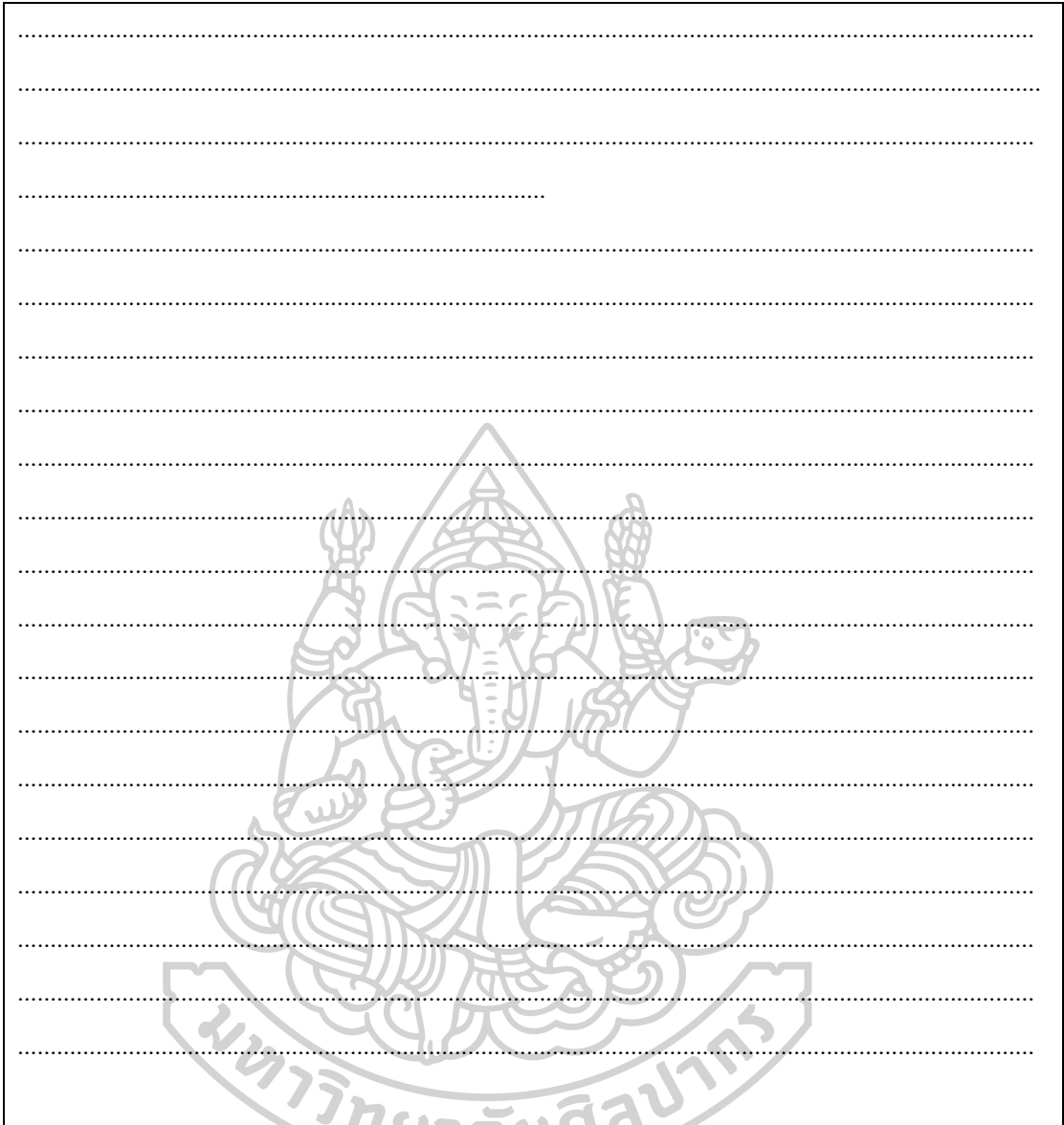
.....

.....

.....

.....

.....



Module 6

การจัดการธุรกิจเกษตรที่หลากหลาย (Farm-Diversified Business Management)

การจัดการที่หลากหลาย (farm-diversified business) ในฟาร์มอินทรีย์จะสามารถสร้างแหล่งรายได้ที่สอง นอกภาคการเกษตรที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร มีรายได้จากการทำการเกษตรควบคู่ไปกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างธุรกิจที่หลากหลาย
2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมสามารถสร้างรูปแบบธุรกิจเกษตรอินทรีย์ใหม่ได้

กิจกรรม: Business Model Canvas For Thai Smart Farmer

วิธีการดำเนินกิจกรรม :

ให้ผู้ประกอบการเขียนรูปแบบธุรกิจของตนเองตามแนวทาง Business Model Canvas

การเขียน Business Model Canvas สำหรับผู้ประกอบการเกษตรกรปราดเปรื่อง (Smart Farmer)

ทำอะไร (What?)

1. Value Propositions (VP) สินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการที่นำเสนอ มีคุณค่าเพียงพอสำหรับลูกค้าหรือไม่? คุณค่าของสินค้าและบริการดังกล่าว อาจเป็นนวัตกรรม เป็นการนำเสนอสิ่งใหม่ หรือมีการเพิ่มคุณสมบัติพิเศษที่ทำให้คุณค่าเพิ่มขึ้น จนทำให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกสินค้าและบริการของเรา แทนที่จะเลือกของคู่แข่ง

ทำเพื่อใคร (Who?)

2. Customer Segments (CS) เราสร้างคุณค่าเพื่อใคร? ใครคือกลุ่มลูกค้า มีความหลากหลายหรือไม่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนจะทำให้ธุรกิจสามารถนำเสนอสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการ

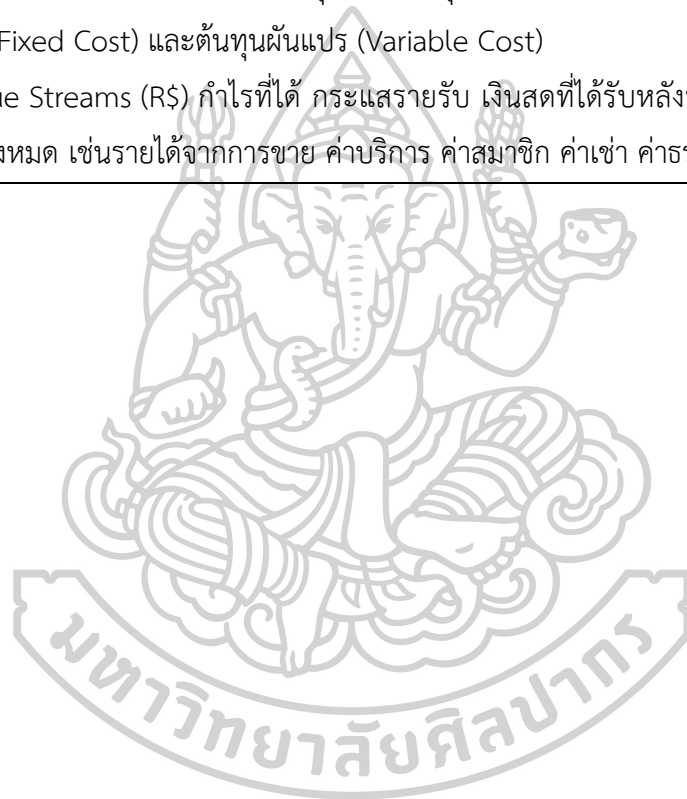
3. Channels (CH) เราจะนำเสนอคุณค่าออกไปอย่างไร? ใช้ช่องทางอะไรบ้างในการเข้าถึงลูกค้า ควรเป็นส่วนผสมที่ลงตัวทั้งช่องทางในการจัดจำหน่าย ช่องทางการสื่อสาร และช่องทางการตลาด

4. Customer Relationships (CR) เราจะใช้วิธีการใดในการสร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ที่มาใช้บริการด้วยตนเอง ใช้บริการด้วยเครื่องอัตโนมัติ และใช้บริการทางออนไลน์ มีการสร้างชุมชน (Community) เพื่อให้เกิดการพูดคุยและรู้จักกัน หรือใช้ช่องทาง social media ในการสื่อสารข้อมูลกันแบบสองทาง

ทำอย่างไร (How?)

5. Key Resources (KR) ทรัพยากรหลักขององค์กรที่ต้องลงทุน สินทรัพย์ทุกประเภท ทั้ง อสังหาริมทรัพย์ เครื่องจักร อุปกรณ์ ทรัพยากรการเงิน ทรัพย์สินทางปัญญา รวมทั้งทรัพยากรมนุษย์

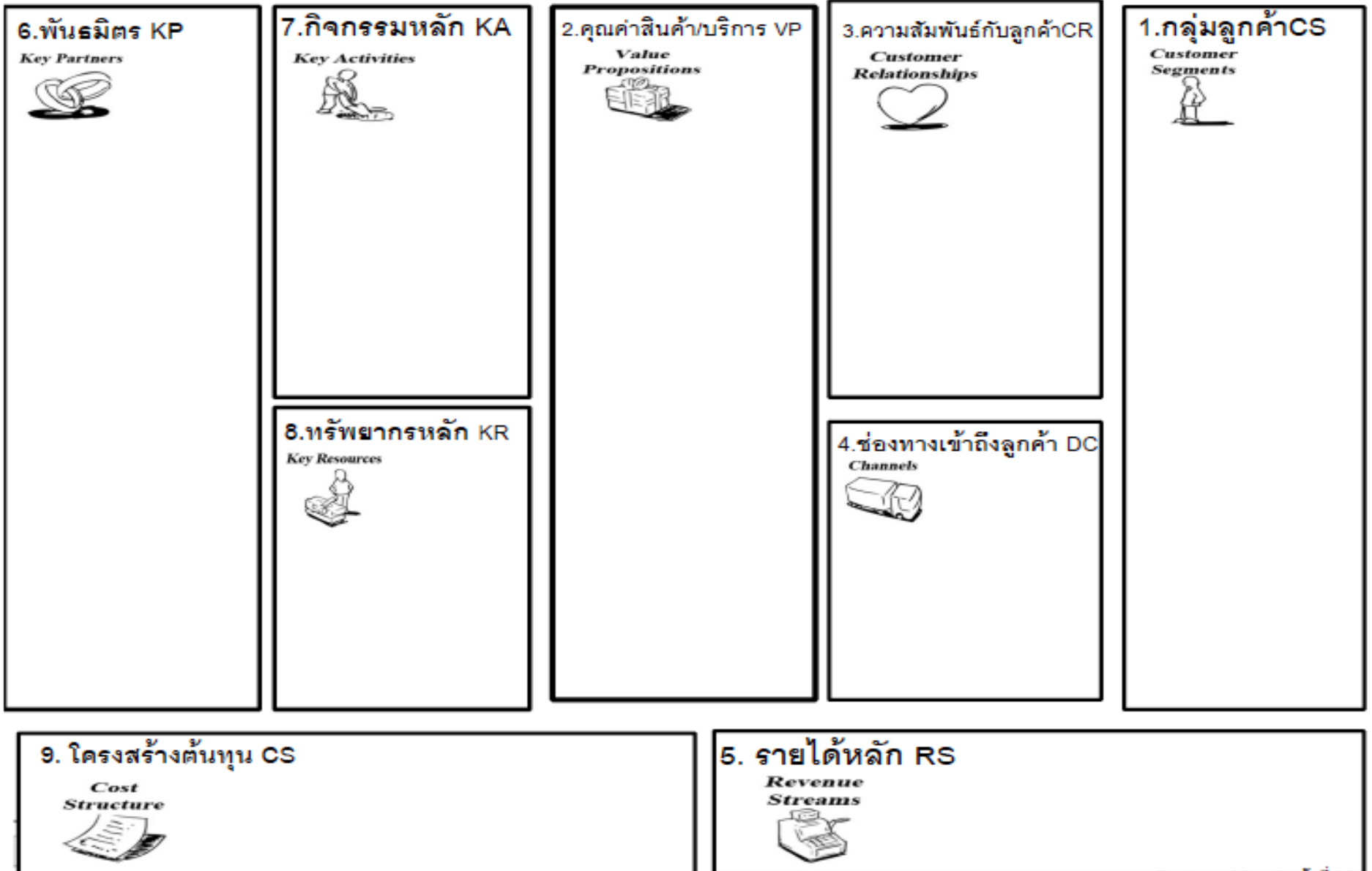
6. Key Activities (KA) กิจกรรมหลักขององค์กร ทั้งการผลิต การบริการ เทคโนโลยีที่ใช้ในการดำเนินงาน การแก้ปัญหาให้ลูกค้า การสร้างเครือข่าย การตลาด และการประชาสัมพันธ์
7. Key Partnerships (KP) พันธมิตรหลัก ได้แก่ ผู้ส่งมอบ (Suppliers) คู่ความร่วมมือที่เป็นทางการ (Partners) คู่ความร่วมมือที่ไม่เป็นทางการ (Collaborators) หุ้นส่วนทางธุรกิจทั้งที่เป็นคู่แข่ง และไม่ใช่คู่แข่ง ทำแล้วคุ้มค่าเพียงใด (Money)
8. Service Provider (SP) ผู้ให้บริการจากภาครัฐและเอกชน
9. Educational Support (ES) สถาบันการศึกษาช่วยสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา
10. Cost Structure (C\$) โครงสร้างต้นทุน เป็นต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ ทั้งต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) และต้นทุนผันแปร (Variable Cost)
11. Revenue Streams (R\$) กำไรที่ได้ กระจายรายรับ เงินสดที่ได้รับหลังหักค่าใช้จ่ายแล้ว ที่มาของรายได้ทั้งหมด เช่นรายได้จากการขาย ค่าบริการ ค่าสมาชิก ค่าเช่า ค่าธรรมเนียม ฯลฯ



จงอธิบายธุรกิจเกษตรของท่าน



สินค้า/บริการ	
สถานการณ์ของธุรกิจในปัจจุบัน	
ภาพรวมการแข่งขัน	กลยุทธ์ของคู่แข่ง
สินค้า/บริการ	ความคาดหวังของลูกค้า
	ปัญหาของลูกค้าที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง



Module 7

การสร้างร่วมมือและเครือข่าย (Collaboration and Networking)

ในการประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน แม้ต่างมีจุดมุ่งหมายเพื่อมุ่งหากำไร แต่ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องแข่งขันกันเพื่อให้ล้มไปข้างหนึ่ง วิธีการมุ่งไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจชนิดเดียวกันอาจแตกต่างกันออกไป เช่น ควรมุ่งไปในเรื่องของการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ คุณภาพบริการ การลดต้นทุนการผลิต เป็นต้น แนวคิดของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะพยายามดำเนินธุรกิจในรูปแบบการสร้างพันธมิตร คือ ไม่ทำให้เกิดเพียงผู้ชนะเพียงอย่างเดียว โดยร่วมมือในทางสร้างสรรค์ เพื่ออาศัยกันเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดด้วยกันทั้งกลุ่ม การร่วมมือกันอาจจะทำได้ในรูปแบบการตั้งสมาคม ชมรมเพื่อต่อรอรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาวัตถุดิบ ปรับโครงสร้างภาษีที่ไม่เป็นธรรม หรือป้องกันการทุ่มเทจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม การร่วมมือกันเพื่อขึ้นราคาสินค้าอย่างไม่สมเหตุสมผล การผูกขาด การกักตุนสินค้าขึ้นไม่ควรจะกระทำเพราะจะไม่ใช่ผลดีในระยะยาว

องค์ประกอบของเครือข่าย

- 1) การรับรู้มุมมองเหมือนกัน
- 2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน
- 3) ความสนใจหรือผลประโยชน์ร่วมกัน
- 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย
- 5) การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน
- 6) การเกื้อหนุนกัน และ
- 7) การมีปฏิสัมพันธ์ในเชิงแลกเปลี่ยน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมสร้างเครือข่าย
2. เพื่อให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์เมื่อพาไปสู่สถานการณ์จริง

กิจกรรม: Net Working

วิธีการดำเนินกิจกรรม :

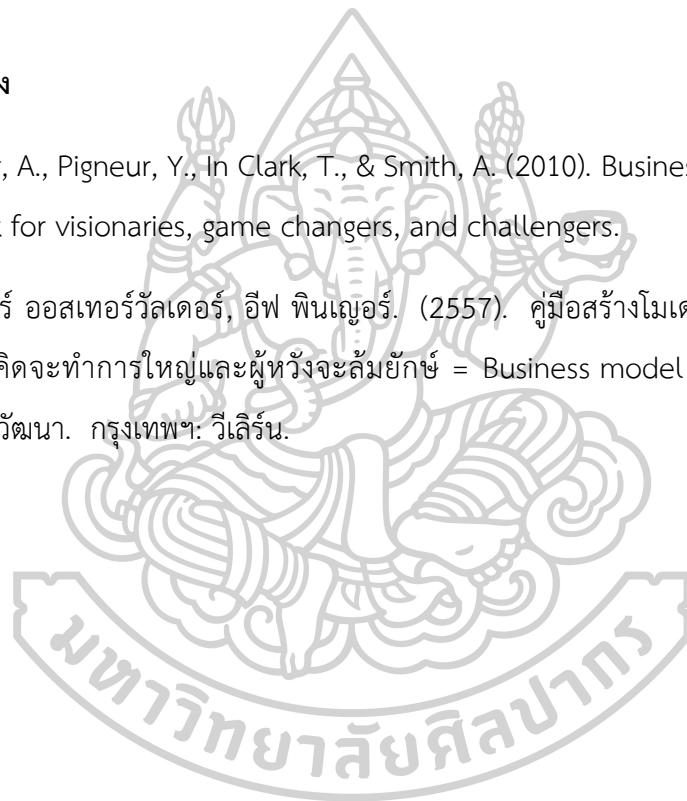
ทัศนศึกษาดูงานโซ่อุปทานเกษตรอินทรีย์ ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ

1. ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ สวนลุงเครา จังหวัดนนทบุรี
2. ร้านอาหารอินทรีย์ Croft Organic Cafe & Garden จังหวัดนนทบุรี
3. YSF Farm Shop อตก.
4. K Village หรือ ตลาดนัดเกษตรอินทรีย์

รายการอ้างอิง

Osterwalder, A., Pigneur, Y., In Clark, T., & Smith, A. (2010). Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers.

อเล็กซานเดอร์ ออสเทอร์วัลเดอร์, อีฟ พินญอร์. (2557). คู่มือสร้างโมเดลธุรกิจ : สำหรับผู้มองการณ์ไกล ผู้คิดจะทำการใหญ่และผู้หวังจะล้มยักษ์ = Business model generation. แปลโดย วิญญู กิ่งหิรัญวัฒนา. กรุงเทพฯ: วีเลิร์น.





ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	มรกต กำแพงเพชร
วัน เดือน ปี เกิด	11 ธันวาคม 2519
สถานที่เกิด	เชียงราย
วุฒิการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บธ.ม (การเป็นผู้ประกอบการ) มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ศึกษาศาสตรบัณฑิต ศศ.บ (ภาษาฝรั่งเศส) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ที่อยู่ปัจจุบัน	515/49 ดีไอริสคอนโดมิเนียม ถ.ศรีนครินทร์ แขวงสวนหลวง เขตสวนหลวง กทม. 10250
ผลงานตีพิมพ์	<ul style="list-style-type: none">• มรกต กำแพงเพชรและประสพชัย พสุนนท์ 2558 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปีสุดท้ายของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.วารสารวิชาการธุรกิจปริทัศน์ ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2558.• มรกต กำแพงเพชร 2558 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทย วารสารวิชาการธุรกิจปริทัศน์ ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2559• มรกต กำแพงเพชร 2559 เรื่องเล่าจากผู้ประกอบการสีเขียว จุดเปลี่ยนจากผับสู่มังคุด จากมังคุดสู่ส้มก้อร์แกนิคฟาร์ม วารสารวิชาการธุรกิจปริทัศน์ ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน 2560 (ตอบรับแล้ว)• สมพร เฉลิมหมื่อ แววมยุรา คำสุข มรกต กำแพงเพชร ปรียา เตียงธวัช และสุชาติ วัฒนานนท์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคัดเลือกผู้ผลิตวัตถุดิบและชิ้นส่วนอุตสาหกรรมยานยนต์ชาวจีน กรณีศึกษา บริษัท ไพร่สตาร์ ออโต้พาร์ท จำกัด. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 5 "งานวิชาการรับใช้สังคม".• พริ้มเพรา กันธิยะ มรกต กำแพงเพชร และสุชาร์ตน์ กุเกียรติสกุลม่น. (2560) ปัจจัยความสำเร็จในการใช้งานระบบ Application SMART ของ Merchandiser : กรณีศึกษา บริษัท ดีเคเอสเอช สมอลแลน ฟิลด์ มาร์เก็ต

ตั้ง (ประเทศไทย) จำกัด. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 5 "งานวิชาการรับใช้สังคม".

- สมธิ พิทรพงศ์ มรกต กำแพงเพชร และศักดิ์ชัย รัตนปกรณ์. (2560) การตัดสินใจเลือกซื้ออย่างล้อต้น กรณีศึกษาบริษัท วี.เอส.อุตสาหกรรมยาง จำกัด ของลูกค้าใน จังหวัดสมุทรปราการ. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 5 "งานวิชาการรับใช้สังคม".

- รุจิพร อัครสถิตทิพย์ มรกต กำแพงเพชร และสุชาติ วัฒนกานนท์. (2560) ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการธุรกิจออนไลน์ กรณีศึกษา 425 DEGREE. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 5 "งานวิชาการรับใช้สังคม".

- ณริศรา เจริญสุข และมรกต กำแพงเพชร .(2560) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมของพนักงานในแผนกจัดซื้อต่างประเทศกับแผนกที่มีความเกี่ยวข้องกัน : กรณีศึกษาบริษัท เอเอ (ประเทศไทย) จำกัด. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 5 "งานวิชาการรับใช้สังคม".

- ผกามาศ แสงสว่าง, สุชาติ วัฒนกานนท์ และ มรกต กำแพงเพชร (2561) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเงินในการใช้บริการ ALIPAY ที่ร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

- ธมนวรรณ ฉิมมณี , มรกต กำแพงเพชร และนันทวุฒิ ครุธา. (2561) ปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล องค์กร A. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

- สิริวารรณ ต่านวิริยะกุล, มรกต กำแพงเพชร, ศักดิ์ชัย รัตนปกรณ์ และกัณฑ์ติกมาฐ รัตนปริญญาณกุล. (2561) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกใช้บัตรเดบิตธนาคารเอ จำกัด (มหาชน) ของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

- แผนธุรกิจเข้มทิศสู่ความสำเร็จ วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 มิ.ย.-พ.ย. 2551
- ผู้ประกอบการไทยในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 ธ.ค.-พ.ค. 2553
- ผู้ประกอบการ SMEs กับการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สินค้านวัตกรรม. วารสารธุรกิจปริทัศน์ ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 ม.ค.-มิ.ย. 2557
- การจัดการความเสี่ยงด้านทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรธุรกิจอุตสาหกรรม. วารสารธุรกิจปริทัศน์ ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 ม.ค.-มิ.ย. 2557
- หลักการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนตามแนวทางของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. วารสารธุรกิจปริทัศน์ ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 ก.ค.-ธ.ค. 2560

