สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131

# การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม และความเป็นผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

อมรินทร์ คนเจน

- 1 พ.ค. 2560
370544

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
คณะการจัดการและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
พฤษภาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของ อมรินทร์ คนเจน ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชาติ สุนทรสมัย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชาญ สว่างวงศ์)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชาติ สุนทรสมัย)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ ธำรงสินถาวร)

.....กรรมการ

(ดร.พลอย สุดอ่อน)

คณะการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของมหาวิทยาลัยบูรพา

.....คณบดีคณะการจัดการและการท่องเที่ยว

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชนี นนทศักดิ์)

วันที่ 23 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2559

การวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนวิทยานิพนธ์ ระดับบัณฑิตศึกษา
จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา
ประจำภาคต้น ปีการศึกษา 2557

# ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดี ก็ด้วยความอนุเคราะห์ ช่วยเหลือจากผู้มีพระคุณหลายท่านที่ได้ให้คำปรึกษา ชี้แนะแนวทาง และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี ท่านที่มีพระคุณท่านแรกที่ขอระลึกถึง คือ รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชาติ สุนทรสมัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ที่ท่านได้ให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำ และแนวทางที่ถูกต้องตั้งแต่เริ่มต้นหัวข้อการวิจัย การวิเคราะห์ผล จนกระทั่งสำเร็จเป็นวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบพระคุณกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชาญ สว่างวงศ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ ธำรงสินถาวร และ ดร.พลอย สุดอ่อน ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำแนวทางที่ถูกต้อง ขอขอบพระคุณคณาจารย์ สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและการท่องเที่ยว ที่สอนในระดับปริญญาโททุกท่าน รวมทั้งเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโทที่ช่วยประสานงาน และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้แก่ข้าพเจ้าเสมอมา ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบ รวมทั้งให้คำแนะนำแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้มีคุณภาพ ขอขอบพระคุณ คุณจันทร์เพ็ญ ฤทธิรงค์ ที่ให้ปรึกษาในการทำงานวิจัย ยังได้รับความอนุเคราะห์จากคุณดำรง จิระสุทัศน์ (อธิบดีกรมวิชาการเกษตร)ในการให้ข้อมูลผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ และคุณเลิศหล้า นาคะเกศ (พาณิชย์จังหวัดชลบุรี) ในการอนุญาตให้เก็บข้อมูลในงานประชุมผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ ณ จังหวัดจันทบุรี ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการตอบแบบสอบถามเพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ส่วนหนึ่งได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา จึงขอขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยบูรพา ณ ที่นี้ด้วย

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดี ส่วนหนึ่งจากที่ได้รับคือกำลังใจ และความช่วยเหลือจากสมาชิกทุกคนในครอบครัว คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นสิ่งบูชาพระคุณของบิดา มารดา รวมถึงคุณครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณของผู้วิจัยทุกท่าน และหวังว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป

อมรินทร์ คนเจน

55921072: สาขาวิชา: การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; กจ.ม.
(การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)
คำสำคัญ: นวัตกรรมการผลิต/ นวัตกรรมการตลาด/ ความเป็นผู้ประกอบการ/ ความสามารถในการแข่งขัน/ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม/ผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์/เกษตรอินทรีย์

อมรินทร์ คนเจน: การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม และความเป็นผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย (EFFECTS OF INNOVATIVE KNOWLEDGE SHARING AND ENTREPRENEURSHIP ON COMPETITIVENESS OF ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCERS AND DISTRIBUTORS IN THAILAND). อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์: วุฒิชาติ สุนทรสมัย, D.B.A., 222 หน้า, ปี พ.ศ. 2559.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสามารถในการแข่งขัน ศึกษาระดับการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ศึกษาการแลกเปลี่ยนนวัตกรรม ที่ส่งผลต่อความสามารถใน การแข่งขัน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน Organic Thailand จำแนกตามภูมิภาคในภาคกลาง ภาคตะวันตก และภาคตะวันออก รวม 108 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอ้างอิง คือ การทดสอบสมมติฐานด้วย t-Test และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัยพบได้ ดังนี้ 1. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก 2. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เคยมีการได้รับการเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยนนวัตกรรมการผลิต มาจากหน่วยงานรัฐบาล นอกจากนั้นยังเคยมีการถ่ายทอดการเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยนนวัตกรรมการผลิต ให้กับผู้ประกอบการรายอื่น โดยเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต ให้กับประชาชน ส่วนด้านการได้รับการเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยน นวัตกรรมทางการตลาด ส่วนใหญ่พบว่า ไม่เคยได้รับ และยังไม่เคยมีการถ่ายทอดการเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยนนวัตกรรมทางการตลาด ให้กับผู้ประกอบการรายอื่น ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า 1. ผู้ประกอบการที่มีการได้รับการเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยน นวัตกรรมทางการตลาดต่างกันมีความสามารถในการแข่งขัน ในด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท ด้านรัฐบาล และด้านโอกาสในการส่งออกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ พบว่า ไม่แตกต่างกัน 2. ความเป็นผู้ประกอบการ ในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในของประเทศไทยในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง มีการอภิปรายและแนะนำสำหรับงานวิจัยในอนาคต

55921074: MAJOR: SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE MANAGEMENT, M.M (SME MANAGEMENT)
KEYWORDS: PRODUCTION INNOVATION/ MARKETTING INNOVATION/ ENTREPRENEURSHIP/ COMPETITION CAPACITY/ SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES/ ORGANIC FARMING PRODUCER/ ORGANIC FARMING

UMMARIN KHONJEN: EFFECTS OF INNOVATIVE KNOWLEDGE SHARING AND ENTREPRENEURSHIP ON COMPETITIVENESS OF ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCERS AND DISTRIBUTORS IN THAILAND THESIS ADVISER: VUTTICHAT SOONTHONSMAI, D.B.A., 222 P., 2016.

This research aimed at identifying competition capacity levels, and the learning level through an exchange of production innovation and marketing innovation, as well as identifying the relationships between entrepreneurship and competition capacity of the entrepreneurs for the productions and distributions of organic farming products under the Organic Product Standard of Thailand. The samples used for this research were the 108 SME entrepreneurs certified under the Thai standard and classified according to the regions: central, western, and eastern. The data for the research were analyzed by using the statistical program software. Statistics used for the data analysis were number, percentage, mean, standard deviation; whereas, inferential statistics used for the hypotheses testing were t-Test and Pearson Product-Moment Correlation with statistical significance at the .05

The finding revealed that 1. Most of the questionnaire respondents had the competition capacity rated, as a whole, at the 'high' level 2. Most of them also had the learning experience through the exchange of production innovation from a government sector. Besides, there were transferences of the learning experience through the exchange of production innovation to the other entrepreneurs. However, in regard to the learning experience through the exchange of marketing innovation, most of them did not have the learning experience before. Also, there were no transferences of this type of the learning experience to the others.

Regarding the hypotheses testing results, it was found that 1. most of the respondents having different learning experience through the exchange of marketing innovation possessed the differences in the aspects of competition capacity, demand condition, competitive context, including company strategy, government, and exporting opportunity, with statistical significance at the .05 level, but having no differences for the other aspects. 2. As a whole, there were positive relationships at the medium level between entrepreneurship and competition capacity of Organic Agricultural Producers and Distributors in Thailand, with statistical significance at the .01 level. There were discussions and recommendations for further research.

# สารบัญ


หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... จ

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

สารบัญตาราง ..... ฌ

สารบัญภาพ ..... ฐ

บทที่

1 บทนำ ..... 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ..... 1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย ..... 6

สมมติฐานของการวิจัย ..... 6

ขอบเขตการวิจัย ..... 7

กรอบแนวคิดการวิจัย ..... 9

นิยามศัพท์เฉพาะ ..... 10

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ..... 11

2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ..... 13

แนวคิดความสามารถในการแข่งขัน ..... 13

แนวคิดการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ..... 26

แนวคิดความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ..... 33

แนวคิดเกษตรอินทรีย์ ..... 40

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ..... 46

3 วิธีดำเนินการวิจัย ..... 64

รูปแบบการวิจัย ..... 64

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ..... 64

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ..... 66

ขั้นตอนการสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ..... 68

การเก็บรวบรวมข้อมูล ..... 70

# สารบัญ (ต่อ)


| บทที่ | หน้า |
|---|---|
| การวิเคราะห์ข้อมูล | 73 |
| 4 ผลการวิจัย | 75 |
| สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ | 75 |
| ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม | 76 |
| ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม | 81 |
| ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ | 86 |
| ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ | 93 |
| ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน | 102 |
| ตอนที่ 6 ผลการศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการให้รัฐบาลมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม | 125 |
| 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | 127 |
| สรุปผลการวิจัย | 128 |
| อภิปรายผลการวิจัย | 129 |
| ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย | 155 |
| ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป | 157 |
| บรรณานุกรม | 159 |
| ภาคผนวก | 169 |
| ภาคผนวก ก | 170 |
| ภาคผนวก ข | 179 |
| ภาคผนวก ค | 192 |
| ภาคผนวก ง | 212 |
| ภาคผนวก จ | 215 |
| ภาคผนวก ฉ | 218 |
| ประวัติย่อของผู้วิจัย | 222 |

# สารบัญตาราง


ตารางที่ หน้า

3-1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามภูมิภาค ..... 65

3-2 สถานที่เก็บแบบสอบถาม ..... 71

4-1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ ..... 76

4-2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ..... 76

4-3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา ..... 77

4-4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาขาที่จบการศึกษา ..... 77

4-5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิลำเนาเดิม ..... 78

4-6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครือข่ายทางธุรกิจ ..... 78

4-7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 80

4-8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่ออกสู่ตลาดใน 3 ปี ที่ผ่านมา ..... 81

4-9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการได้รับการถ่ายทอด นวัตกรรมการผลิต ..... 82

4-10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิต ..... 83

4-11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด ..... 84

# สารบัญตาราง (ต่อ)


ตารางที่ หน้า

4-12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเคยถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด 85

4-13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นผู้ประกอบการ โดยรวม และรายด้าน ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 86

4-14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นผู้ประกอบการด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 87

4-15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นผู้ประกอบการด้านการบริหารทรัพยากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 88

4-16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นผู้ประกอบการด้านโครงสร้างการจัดการของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 89

4-17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นผู้ประกอบการด้านปรัชญาการให้รางวัลของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 90

4-18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นผู้ประกอบการด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้าของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 91

4-19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นผู้ประกอบการด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 92

4-20 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ โดยรวมและรายด้าน ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 93

4-21 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิตของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 94

4-22 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 96

4-23 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 98

# สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4-24 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 99

4-25 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันด้านรัฐบาล ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 100

4-26 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันด้านโอกาสในการส่งออกของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 101

4-27 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการจำแนกตามการรับนวัตกรรมการผลิต ..... 103

4-28 การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการรับนวัตกรรมทางการผลิต จำแนกตามการมีเครือข่ายทางธุรกิจ ..... 104

4-29 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการจำแนกตามการถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิต ..... 105

4-30 การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการผลิต จำแนกตามการมีเครือข่ายทางธุรกิจ ..... 106

4-31 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการจำแนกตามการรับนวัตกรรมทางการตลาด ..... 107

4-32 การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการรับนวัตกรรมทางการตลาด จำแนกตามการมีเครือข่ายทางธุรกิจ ..... 108

4-33 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการจำแนกตามการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด ..... 109

4-34 การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด จำแนกตามการมีเครือข่ายทางธุรกิจ ..... 110

# สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ หน้า

4-35 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ กับความสามารถในการแข่งขันผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ในภาพรวม ..... 111

4-36 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ กับ ความสามารถในการแข่งขัน ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ..... 113

4-37 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ กับความสามารถในการแข่งขัน ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ..... 115

4-38 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ กับความสามารถในการแข่งขัน ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ..... 117

4-39 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ กับ ความสามารถในการแข่งขัน ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ..... 119

4-40 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ กับ ความสามารถในการแข่งขัน ด้านรัฐบาล ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย. 121

4-41 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ กับความสามารถในการแข่งขัน ด้านโอกาสในการส่งออกในการส่งออก ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ..... 123

4-42 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการให้รัฐบาลมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 125

4-43 ข้อเสนอแนะด้านอื่นๆเกี่ยวกับความต้องการให้รัฐบาลมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ..... 125

# สารบัญภาพ

ภาพที่ หน้า

1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย ..... 9

2-1 Diamond Model ..... 18

2-2 องค์ประกอบของความสามารถทางการแข่งขัน ที่นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน 25

2-3 ด้านตามแนวคิดของสตีเวนสัน และ 6 ด้านที่ได้จากการทดลองของ บราวน์ และคณะ .... 37

2-4 สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย ..... 42

5-1 ผลการศึกษางานวิจัย ..... 154

# บทที่ 1
# บทนำ

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมได้รับการยกย่องว่าเป็นสวรรค์ของพันธุ์ไม้ผล มีพื้นที่ป่าไม้มากกว่าครึ่งหนึ่งของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศ มีดิน น้ำ ที่อุดมสมบูรณ์ (พันธ์จิตต์ สีเหนี่ยง, 2555) นับแต่มีการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรกในปี 2504 เป็นต้นมา ประเทศไทยเน้นทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยการพัฒนาเกษตรกรรมเน้นการใช้เครื่องจักรและสารเคมี เพื่อรองรับตลาดการค้า ซึ่งเรียกว่าเกษตรเคมี

เกษตรเคมีส่งผลให้เกิดปัญหามากมายให้กับเกษตรกร ทั้งด้านสารเคมีตกค้างทำให้ทรัพยากรเสื่อมโทรม เกิดปัญหาผลผลิตล้นตลาดทำให้ราคาตกต่ำจากการแข่งขันสูง ผลกระทบนั้นสอดคล้องกับข้อมูลจากเกษตรธรรมชาติประยุกต์ (อานัฐ ตันโช, 2550) พบว่าการทำเกษตรแบบเคมีทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมและความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และจากปัญหาดังกล่าวส่งผลให้เกษตรกรที่ทำเกษตรเคมี พยายามมองหาหนทางใหม่ ๆ ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจึงเกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ขึ้น คือ เปลี่ยนการผลิตจากเกษตรเคมีเป็นแบบเกษตรอินทรีย์ ซึ่งถือเป็นหนทางของ การสร้างความมั่นคง ยั่งยืนให้กับกิจการของเกษตรกร และยังส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมน้อยลง เป็นการรักษาสภาพแวดล้อมในระยะยาว นอกจากนั้นหลังจากการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์แล้ว ยังมีการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอีกอย่างคือ การขอมาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์ เพื่อความน่าเชื่อถือให้กับผลผลิตซึ่งถือเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอีกทางหนึ่งของเกษตรกร และยังทำให้ผลผลิตมีราคาสูงขึ้น

มาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์ของประเทศในประเทศไทย คือ มาตรฐานผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย (Organic Thailand) ข้อมูลจากกรมวิชาการเกษตรปี 2557 พบว่า จำนวนผู้ประกอบการที่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย ในประเทศไทยทั้งหมดมี จำนวน 755 ราย แบ่งเป็น 6 ภาค ได้แก่ ภาคกลางจำนวน 30 ราย ภาคตะวันตกจำนวน 78 ราย ภาคตะวันออกจำนวน 40 รายภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 450 ราย ภาคใต้จำนวน 59 ราย และภาคเหนือจำนวน 98 ซึ่งถือว่ายังมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับความต้องการผลผลิตเกษตรอินทรีย์ของตลาดโลก จากการศึกษาข้อมูลตลาดเกษตรอินทรีย์โลก พบว่า มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วมากที่สุดคือ ประมาณร้อยละ 20 ต่อปี (Soil Association, 2007) และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เกิดจากกระแสนิยมผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของโลกที่โดดเด่น และมีมูลค่าทางการค้า

ที่มหาศาลในอนาคต ส่งผลให้ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยให้ความสำคัญต่อเรื่องสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2552)

ประเทศไทยขานรับการยกระดับขีดความสามารถของเกษตรอินทรีย์ให้เป็นวาระแห่งชาติ กระทรวงเกษตรฯ เร่งขับเคลื่อนพัฒนาเกษตรอินทรีย์ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2551-2554) ต่อด้วยแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2556 - 2559) เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรและผู้บริโภค รวมทั้งสร้างความมั่นคงทางอาหาร ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรอินทรีย์ และพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญในระดับภูมิภาค

แม้มีการสนับสนุนต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยตามที่กล่าวข้างต้นแล้ว แต่เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยก็อาจไม่มีความสามารถในการแข่งขันที่มากพอ ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกร (2551) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคหลัก 2 ประเด็น คือ ประเด็นแรก คือ ปัญหาด้านการผลิต เนื่องจากการผลิตเกษตรอินทรีย์ยังเป็นการผลิตในลักษณะขนาดเล็ก เกษตรกรยังไม่สามารถผลิตในระดับใหญ่ได้ และการทำเกษตรอินทรีย์มีความเสี่ยงจากความเสียหายของผลผลิตสูงกว่าเนื่องจากการไม่ใช้สารเคมี ทำให้ปริมาณผลผลิตต่อไร่ต่ำและมีต้นทุนการผลิตสูงกว่าเกษตรเคมี ส่งผลให้ปริมาณสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ออกสู่ตลาดน้อย ส่วนปัจจัยที่สองคือ ปัญหาด้านการตลาด สำหรับตลาดในประเทศยังคงมีกลุ่มผู้บริโภคจำกัด เนื่องจากสินค้าเกษตรอินทรีย์ยังมีราคาสูง ขณะเดียวกันประชาชนเองก็ยังขาดความตระหนักต่อความสำคัญของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไม่มากเท่าที่ควร สำหรับตลาดส่งออกไทยยังคงเผชิญอุปสรรคสำคัญคือ ปัญหาการผลิตให้ได้มาตรฐานตามแนวทางการผลิตเกษตรอินทรีย์ให้เป็นที่ยอมรับตามหลักสากล จากปัญหาข้างต้นจะเห็นได้ว่าเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยไม่มีความสามารถในการแข่งขันที่เพียงพอ

ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วว่า ปัญหาและอุปสรรคหลักของเกษตรอินทรีย์ไทยประเด็นแรกคือปัญหาด้านการผลิต ซึ่งกระบวนการในการการผลิตเกษตรอินทรีย์ต้องมีการทำแปลงเกษตรอินทรีย์มีระยะเวลาในการเปลี่ยนจากเกษตรสมัยใหม่ที่ใช้สารเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์ (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2551) พื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์ต้องเป็นพื้นที่ ซึ่งไม่เคยทำเกษตรกรรมที่มีการใช้สารเคมีมาไม่น้อยกว่า 3 ปี โดยมีระยะปรับเปลี่ยนจากการทำการเกษตรทั่วไปไปสู่เกษตรอินทรีย์แตกต่างกันตามชนิดของพืชที่เพาะปลูกโดยใช้เวลาประมาณ 12-18 เดือน โดยเกษตรกรต้องอาศัย ความรู้ ประสบการณ์และทักษะ เกษตรกรส่วนมาก ลองผิดลองถูกไม่มีประสบการณ์ทำให้ใช้เวลานานในการทำเกษตรมีผลผลิตออกสู่ตลาดน้อยและรวมไปถึงปัญหาในประเด็นที่สองคือ ด้านการตลาดของเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยยังมีจำกัด จึงควรมีการยกระดับพัฒนาความสามารถของเกษตรอินทรีย์ไทย

ซึ่งควรเริ่มจากตัวเกษตรกร (ผู้ประกอบการ) เป็นหัวใจและตัวขับเคลื่อนกิจการเกษตรอินทรีย์ การสร้างความมั่นคง ยั่งยืนให้กับองค์กร คือ การสร้างความสามารถในการแข่งขันซึ่ง เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างแท้จริง โดยใช้แนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระดับประเทศ (The Competitive advantage of nations) ของ Porter (1990) ซึ่งเป็นผลงานจากการไปศึกษาและเก็บข้อมูลแต่ละอุตสาหกรรมของประเทศต่าง ๆ โดยได้เสนอแบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบของชาติ (Diamond model of national advantage) เป็นการกล่าวถึงปัจจัยทางด้านสภาวะแวดล้อมในการดำเนินงานทั้ง 4 ประการ ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ปัจจัย ดังนี้ 1. เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต 2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ 3. อุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Supporting and related industries) 4. บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Firm strategy, structure and rivalry) นอกจากตัวกำหนดทั้ง 4 ใน Diamond Model แล้วยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ คือ 1. รัฐบาล (Government) 2. โอกาส (Chance) แนวคิดหลักจะทำให้ทราบระดับความสามารถในการแข่งขันของเกษตรอินทรีย์ไทย

จากแนวคิดข้างต้น จะเห็นได้ว่าปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่สุดในการทำให้เกิดสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ ความรู้ ซึ่งความรู้ถือเป็นบ่อเกิดของการสร้างนวัตกรรม เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีลักษณะเฉพาะ คือ เป็นเกษตรกรรมที่พยายามสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการรวมกลุ่ม และการถ่ายทอดความรู้และนวัตกรรมระหว่างกัน ข้อมูลจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (ม.ป.ป.) พบว่า ในปัจจุบันนี้นวัตกรรมไม่ได้ถูกมองว่าเป็นเพียงผลลัพธ์ของการดำเนินงานของปัจเจกบุคคล หากแต่เป็นผลของกระบวนการ (Process) ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการแก้ไขปัญหา (Problem-solving process) ที่เกิดในองค์กร หรือ กระบวนการปฏิสัมพันธ์ (Interactive process) ซึ่งเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้มีบทบาทสำคัญอื่น ๆ ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผ่านเครือข่ายความร่วมมือเชิงพาณิชย์ หรือ กระบวนการเรียนรู้แบบแปรผัน (Diversified learning process) ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากปัจจัยแตกต่างกัน เช่น การเรียนรู้โดยการใช้ (Learning by using) การเรียนรู้โดยการลงมือทำ (Learning by doing) การเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยน (Learning by sharing) ซึ่งมีได้ทั้งองค์ความรู้ภายในและภายนอกองค์กร ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการดูดซับความรู้ขององค์กร เนื่องจากการจัดการความรู้ที่ดีนั้นจะกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้องค์กรนั้น ๆ เกิดการปรับปรุงและสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ ๆ ที่มีประโยชน์และคุ้มค่าต่อการพัฒนาองค์กร แล้วในที่สุดจะนำไปสู่การช่วยให้องค์กรนั้นสามารถเติบโตทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันระดับโลก

สำหรับการเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กรและระหว่างองค์กรกับกิจการเกษตรอินทรีย์ไทย เป็นสิ่งที่พบเจอได้ในปัจจุบัน เกษตรกรพยายามปรับตัวเพื่อเพิ่มความสามารถ

ในการแข่งขัน โดยการรวมกลุ่มเพื่อถ่ายทอดความรู้ระหว่างกัน ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นเสมอ เช่น การใช้ใบไม้แต่ละชนิดมาใช้ฆ่าแมลงแต่ละประเภท การปรับปรุงแปลงดินแบบอินทรีย์โดยใช้ปุ๋ยที่เกิดจากวัตถุจากธรรมชาติ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าหากเกษตรกร และหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐบาล เห็นถึงความสำคัญของการรับและการถ่ายทอดความรู้รวมไปถึง การจัดเก็บความรู้สำหรับการผลิตเกษตรอินทรีย์ไทยให้เป็นระบบ ซึ่งก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆขึ้น โดยเกษตรกรทุกคนอาจไม่ต้องลองผิดลองถูกในการผลิตเกษตรอินทรีย์แต่มาร่วมกันแบ่งปันและถ่ายทอดความรู้ ร่วมกันพัฒนาขีดความสามารถของเกษตรอินทรีย์ไทยจะสามารถยกระดับขีดความสามารถของเกษตรอินทรีย์ไทยให้มากขึ้น สามารถก้าวสู่การแข่งขันในระดับอาเซียน และระดับภูมิภาคได้อย่างแท้จริง ซึ่งนักวิชาการที่พูดถึงเรื่องนวัตกรรมส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้จากนักวิชาการหลาย ๆ ท่าน ดังนี้ Henard and Szymanski (2001) ได้ศึกษาวิจัยและจัดทำบทความชื่อ Why some new products are more successful than other (ทำไมผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ บางตัวถึงประสบความสำเร็จมากกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ) พนิดา สัตโยภาส บุญชนิต วิงวอน และบุญฑวรรณ วิงวอน (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน บุญฑวรรณ วิงวอน และณัฐวดี พัฒนโพธิ์ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องภาวการณ์มุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีบทบาทเชื่อมโยงของนวัตกรรมองค์การ และปรารถนา หลีกภัย (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยนำความสามารถทางนวัตกรรมและผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร

จากที่กล่าวมาข้างต้นว่า ผู้ประกอบการคือหัวใจสำคัญของกิจการ ดังนั้นนอกจากการแลกเปลี่ยนนวัตกรรมแล้วการเพิ่มขีดความสามารถยังสามารถเพิ่มได้โดยการกระทำของผู้ประกอบการ ซึ่งเรียกว่าความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ซึ่งในประเทศไทย ข้อมูลจากบรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (2555) พบว่า ปัญหาหลักของการพัฒนากิจการประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ การขาดซึ่งจิตวิญญาณของความเป็นผู้ประกอบการ (Lack of entrepreneurship) อาทิเช่น สาระดีดี.คอม (ม.ป.ป.) ผู้ประกอบการมักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริหารที่มีระบบใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยเรียนถูกเรียนผิดและใช้ญาติพี่น้องมาช่วยงานเป็นหลัก ทำให้การบริหารจัดการในองค์กรอาจเกิดปัญหาเกิดขึ้นได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Lee and Hsieh (2010) พบความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผู้วิจัยเลือกศึกษา 3 พื้นที่ คือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก เนื่องจากยุทธศาสตร์การวิจัย (พ.ศ. 2555-2559) ที่ศึกษาในภาคกลางจำนวน 26 จังหวัด ซึ่งรวมพื้นที่ในการศึกษา คือ ภาคตะวันออก อย่างจังหวัดสมุทรปราการ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี นครนายก สระแก้ว และภาคตะวันตก อย่างจังหวัดราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ไว้รวมกับภาคกลางด้วย โดยพบว่า ภาคกลางมีความเข้มแข็งในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญได้แก่ การเป็นแหล่งผลิต ทางการเกษตรที่สำคัญของประเทศ มีความหลากหลายของการผลิตทั้งภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ มีความหลากหลายทางชีวภาพและมีความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เอื้อต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทำให้ภาคกลาง รวมทั้งกรุงเทพมหานคร เป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญอย่างสูงทางเศรษฐกิจ โดยเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของประเทศ คิดเป็นมูลค่ากว่าร้อยละ 71 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ขณะเดียวกัน กลุ่มจังหวัดภาคกลางยังมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในอัตราที่สูงมาก เฉลี่ยร้อยละ 8 ต่อปี แต่อย่างไรก็ดี ในภาคกลางยังพบปัญหาด้านการพัฒนา ซึ่งจากการวิเคราะห์ภาพรวมของภาคกลาง พบว่า ปัญหาด้านการพัฒนาที่สำคัญคือปัญหาด้านการเกษตรและทรัพยากรธรรมชาติ เศรษฐกิจ การบริหารจัดการ แรงงาน และสังคม (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2555) จำนวนผู้ประกอบการ (เกษตรกร)ได้รับการรับรองมาตรฐาน Organic Thailand ทั้งประเทศไทยทั้ง 3 พื้นที่ รวมทั้งหมด 148 ราย (กรมวิชาการเกษตร, 2557) จากทั้งประเทศไทยนับว่ายังมีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับแนวโน้มทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่เพิ่มมากขึ้น

ดังนั้นในงานวิจัยครั้งนี้จึงผู้วิจัยจึงสนใจในเรื่องการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทั้งจากการเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยนนวัตกรรมและความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันเป็นตัวช่วยให้ธุรกิจเกิดความยั่งยืนและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน หากเกษตรกร (ผู้ประกอบการ) ทราบถึงความสามารถในการแข่งขัน การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันรวมไปถึงแนวทางในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันที่มีอยู่ให้มีมาตรฐานสูงขึ้นและดำเนินกิจการได้อย่างเหมาะสม มั่นคง ยั่งยืนต่อไป เกิดประโยชน์ทั้งกับตัวเกษตรกร (ผู้ประกอบการ) องค์กร และเศรษฐกิจของประเทศไทย รวมไปถึงทรัพยากรทางธรรมชาติ

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

3. เพื่อศึกษาการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

## สมมติฐานของการวิจัย

1. การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมต่างกันส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยแตกต่างกัน ดังนี้

1.1 การรับนวัตกรรมทางการผลิตของผู้ประกอบการต่างกันส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยแตกต่างกัน

1.2 การถ่ายทอดนวัตกรรมทางการผลิตของผู้ประกอบการต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยแตกต่างกัน

1.3 การรับนวัตกรรมทางการตลาดของผู้ประกอบการต่างกันส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยแตกต่างกัน

1.4 การถ่ายนวัตกรรมทางการตลาดของผู้ประกอบการต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยแตกต่างกัน

2. ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ดังนี้

2.1 ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

2.2 ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

2.3 ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

2.4 ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

2.5 ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันด้านรัฐบาล ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

2.6 ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันด้านโอกาสในการส่งออก ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

## ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย จำแนกตามภูมิภาคในภาคกลาง ภาคตะวันตก ภาคตะวันออก รวม 148 ราย (กรมวิชาการเกษตร, 2557) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในการวิจัย จำแนกตามภูมิภาคอ้างอิงจากคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ภาคกลาง ทั้งหมด 9 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง ลพบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท สระบุรี จำแนกตามภูมิภาคในภาคตะวันตก ทั้งหมด 8 จังหวัด ได้แก่ ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และจำแนกตามภูมิภาคในภาคตะวันออก ทั้งหมด 9 จังหวัด ได้แก่ สมุทรปราการ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี นครนายก สระแก้ว

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กำหนดจากจำนวนประชากร148 ราย (กรมวิชาการเกษตร, 2557) โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดยให้ภูมิภาคของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยเป็นชั้นภูมิ (Stratum) จากนั้นใช้วิธีเปิดตารางจำนวนประชากร และจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970 อ้างถึงใน วุฒิชาติ สุนทรสมัย, 2555, หน้า 138) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 108 ตัวอย่าง

2. ขอบเขตของเนื้อหา สนใจที่จะศึกษาแนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระดับประเทศ (The Competitive advantage of nations) ของ Porter (1990) ซึ่งเป็นผลงานจากการไปศึกษาและเก็บข้อมูลแต่ละอุตสาหกรรมของประเทศต่าง ๆ โดยได้เสนอแบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบของชาติ (Diamond model of national advantage) เป็นการกล่าวถึงปัจจัยทางด้านสภาวะแวดล้อมในการดำเนินงานทั้ง 4 ประการ ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ปัจจัย ดังนี้ 1. เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต 2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ 3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน 4. บริบทด้านการ

แข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ นอกจากตัวกำหนดทั้ง 4 ใน Diamond Model แล้วยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ คือ 1. รัฐบาล 2.โอกาส

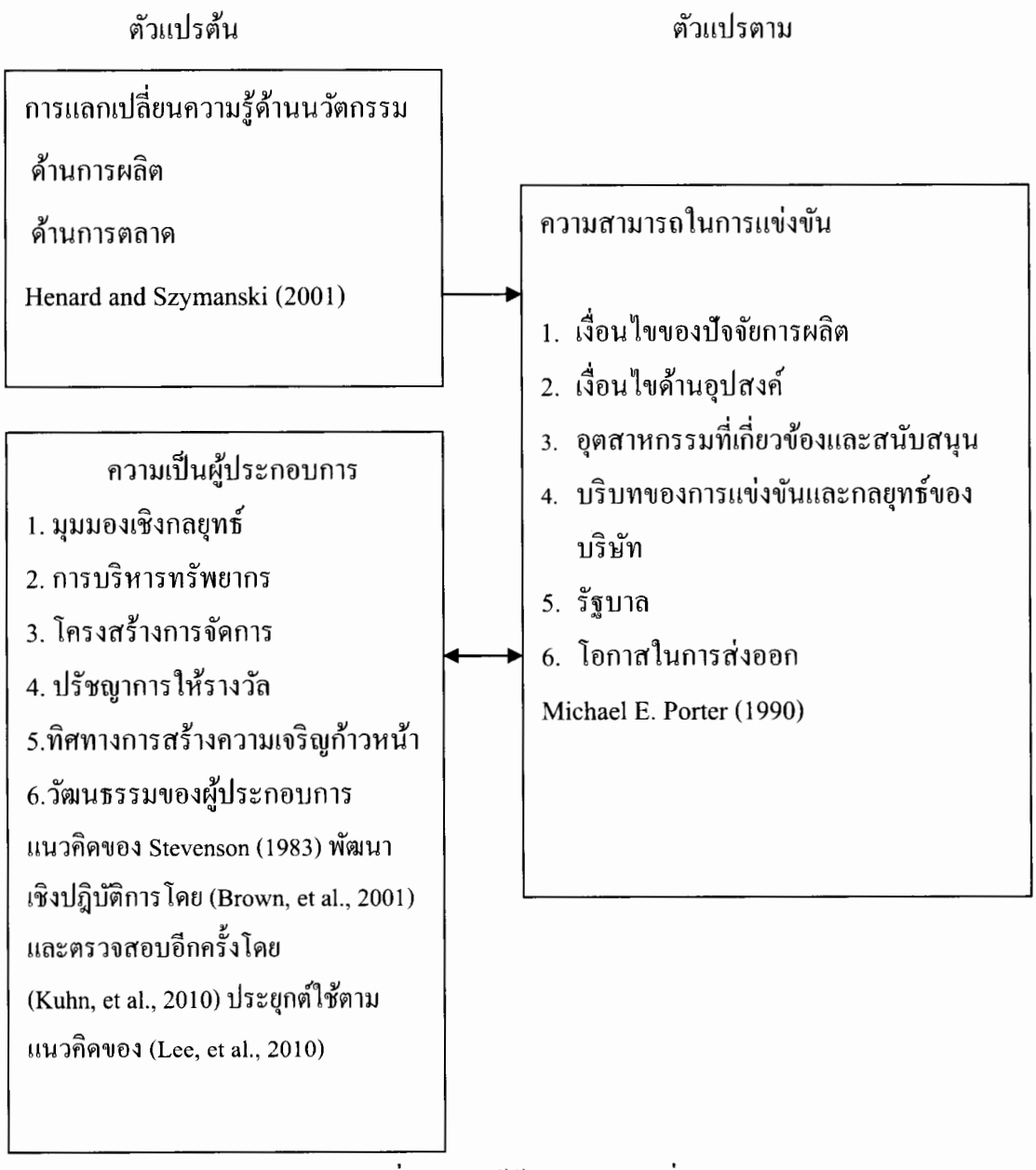
แนวคิดการเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยน (Learning by sharing) จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (ม.ป.ป.) ประยุกต์ใช้กับแนวคิดนวัตกรรมส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้จากนักวิชาการหลาย ๆ ท่าน ดังนี้ Henard and Szymanski (2001) พนิดา สัตโยภาส บุญชนิต วิงวอน และบุญฑวรรณ วิงวอน (2555) บุญฑวรรณ วิงวอน และณัฐวดี พัฒนโพธิ์ (2556) และปรารถนา หลีกภัย (2556)

แนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ใช้แนวคิดของ Stevenson (1983) ต่อมาบราวน์และคณะ (Brown, et al., 2001) ได้พัฒนาเครื่องมือจากทฤษฎีพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กร (Opportunity-based firm behavior) ให้ออกมาในเชิงปฏิบัติการ และพัฒนาต่อโดยคุนห์และคณะ (Kuhn, et al., 2010) โดยแบ่งเป็น 6 ด้าน คือ 1. มุมมองเชิงกลยุทธ์ 2. การบริหารทรัพยากร 3. โครงสร้างการจัดการ 4. ปรัชญาการให้รางวัล 5. ทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า 6. วัฒนธรรมของผู้ประกอบการ นอกจากนั้นผลการวิจัยของลี และคณะ (Lee, et al., 2010) พบความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบในการแข่งขัน

จากแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำเสนอและแสดงดังภาพที่ 1-1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

## กรอบแนวคิดการวิจัย

จากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้




——→ แสดงถึงการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

←——→ แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขัน

ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

**นิยามศัพท์เฉพาะ**

ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง ศักยภาพที่ทำให้การแข่งขันของผู้ประกอบการเกิดการเปลี่ยนแปลงจากระดับหนึ่งไปสู่อีกระดับหนึ่งที่ดีกว่าเดิมอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้เกษตรกร (ผู้ประกอบการ) สามารถสร้างความเข้มแข็งทางธุรกิจด้วยตนเองได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน การพัฒนาความสามารถด้านการแข่งขันของผู้ประกอบการเป็นกลไกสำคัญในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้กับองค์กรในระยะยาว เกิดขึ้นจากปัจจัยทางด้านสภาวะแวดล้อมในการดำเนินงานทั้ง 4 ประการ เรียกว่า แบบจำลองเพชร (Diamond model) จากแนวคิดทฤษฎีของ Porter (1990)

ความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง ภาวะที่เกษตรกร(ผู้ประกอบการ) มีพฤติกรรมในการดำเนินกิจการตามโอกาสทั้งจากภายนอกและภายในกิจการ ทำให้เกิดการกระทำต่าง ๆ ขึ้น เพื่อสร้างหรือผลักดันให้กิจการประสบความสำเร็จในโอกาสนั้น ๆ

ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย หมายถึง เกษตรกร (ผู้ประกอบการ) ที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และได้ขอการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย คือมาตรฐาน Organic Thailand รับรองโดยกรมวิชาการเกษตร

การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม หมายถึง เกษตรกร(ผู้ประกอบการ) เคยได้รับหรือถ่ายทอดความรู้โดยการแลกเปลี่ยนนวัตกรรมการผลิตและนวัตกรรมการตลาดกับรัฐบาล หรือหน่วยงานต่าง ๆ ให้กับผู้ประกอบการอื่น ๆ รวมไปถึงประชาชนที่สนใจเกษตรอินทรีย์ ฯลฯ

เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต หมายถึง เกษตรกร (ผู้ประกอบการ) มีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญดูแลด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีบุคลากรที่มีทักษะแรงงานที่มีความชำนาญ บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต มีเงินทุนหมุนเวียนภายในสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน มีประวัติทางการเงินที่ดี ในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา อินเตอร์เน็ต ฯลฯ อยู่ในสภาพแวดล้อมทางภูมิประเทศอยู่ในสภาพแวดล้อมทางภูมิอากาศ ที่เอื้ออำนวยกับการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ และมีที่ดินเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์เป็นของตนเอง

เงื่อนไขด้านอุปสงค์ หมายถึง เกษตรกร (ผู้ประกอบการ) มีการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า ให้ความสำคัญกับการพัฒนาใหม่ ๆ เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งและหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทันสมัยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค โดยการพิถีพิถันในทุกกระบวนการผลิตมีการทำวิจัยตลาดผลิตภัณฑ์

เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มเติมภาษาท้องถิ่นลงในบรรจุภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อความเข้าใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในแต่ละประเทศ

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน หมายถึง เกษตรกร (ผู้ประกอบการ) ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานของจังหวัดที่อยู่ มีการสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ (Cluster) ซึ่งเป็นแนวคิดของ “การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน” เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและให้ความร่วมมือกัน สถานศึกษา สถาบันวิจัย เพื่อความก้าวหน้าของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท หมายถึง เกษตรกร (ผู้ประกอบการ) มีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน ขององค์กรก่อนจะกำหนดกลยุทธ์ของกิจการในทุก ๆ ปี มีการกำหนดแผนการดำเนินงานของบริษัท เช่น พันธกิจ วิสัยทัศน์ โดยการคำนึงถึงนโยบายและกฎระเบียบของภาครัฐ

รัฐบาล หมายถึง เกษตรกร (ผู้ประกอบการ) ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น ได้รับสนับสนุนจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์ และนโยบายของรัฐบาลมีส่วนในการส่งเสริมและสนับสนุนกิจการ

โอกาสในการส่งออก หมายถึง สถานการณ์ หรือ การกระทำที่เอื้ออำนวยกับการประกอบธุรกิจของเกษตรกร (ผู้ประกอบการ) เช่น เกษตรกร (ผู้ประกอบการ) มีความรู้ความสามารถในด้านของภาษาของประเทศที่ต้องการที่จะส่งออกและภาษาอังกฤษ รวมไปถึงความรู้ที่เกี่ยวพื้นฐานกับประเทศที่ต้องการจะส่งออก เศรษฐกิจ ค่านิยม รสนิยม เชื่อชาติ ศาสนา และผู้ประกอบการ มีความเข้าใจในข้อกำหนดต่าง ๆ เกี่ยวกับการส่งออกในการค้ากับประเทศอาเซียน รู้ระเบียบข้อบังคับหรือกฎหมายด้านการค้าในต่างประเทศที่มีความเข้มงวด มีแหล่งข้อมูลข่าวสาร หน่วยงานที่เข้ามาดูแลแนะนำ รวมถึงให้คำปรึกษาด้านการส่งออก

เกษตรอินทรีย์ หมายถึง หมายถึง การทำเกษตรโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อม ระบบนิเวศ รักษาสมดุลธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ โดยใช้วัสดุจากธรรมชาติ ไม่ใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมีในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อผู้ผลิต ผู้บริโภค และทรัพยากรธรรมชาติ

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมและความเป็นผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย นำไปสู่ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ดังนี้

1. ทำให้ทราบถึงข้อมูลความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ซึ่งสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ทำให้ทราบถึงข้อมูลการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ซึ่งสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาความรู้ด้านนวัตกรรมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย สามารถนำข้อมูลจากการศึกษาการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขัน ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยสามารถใช้ข้อมูล หรือผลการวิจัยในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน เป็นฐานข้อมูลให้กับกรมวิชาการเกษตร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ใช้ในการอบรม ส่งเสริมการร่วมมือระหว่างกันของผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยร่วมกัน

5. ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาหรือผลการวิจัย ในการวิเคราะห์การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมเป็นฐานข้อมูลให้กับกรมวิชาการเกษตร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ฯลฯ เพื่อประยุกต์ใช้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมร่วมกัน

6. กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ สามารถนำข้อมูลการศึกษาหรือผลการวิจัย เพื่อพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว และเป็นรากฐานให้ประเทศไทยเป็นประเทศอินทรีย์อย่างแท้จริง

# บทที่ 2
# แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมและความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ผู้วิจัยศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดความสามารถในการแข่งขัน
2. แนวคิดการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม
3. แนวคิดความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน
4. แนวคิดเกษตรอินทรีย์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## แนวคิดความสามารถในการแข่งขัน

Porter (1990) พบว่าการแข่งขันในทางธุรกิจเป็นเสมือนพลังขับเคลื่อนการขยายตัวเศรษฐกิจให้สูงขึ้นก่อให้เกิดเสถียรภาพทางด้านราคาและช่วยเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งขันรายอื่น ๆ ในตลาดโลกได้

การแข่งขันเป็นแรงผลักดันให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ จากสภาพของการแข่งขันในปัจจุบัน ทำให้ผู้ผลิตต้องเผชิญทั้งการแข่งขันที่เกิดจากคู่แข่งตลาดภายในประเทศและคู่แข่งขันจากต่างประเทศ รวมทั้งการแข่งขันจากสินค้าและบริการประเภทใหม่ ๆ ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีเข้ามาทดแทนอีกด้วย

ความแตกต่างทางด้านประสิทธิภาพระหว่างหน่วยผลิตด้วยกันเป็นปัจจัยชี้ขาดที่สำคัญ ในการกำหนดความสามารถในการแข่งขันและในการทำกำไรที่แตกต่างกัน

จากการพัฒนาการเกษตรของไทยในระยะที่ผ่านมาข้อมูลจาก โครงการศึกษาการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมงานขึ้นรูปความเที่ยงตรงสูง (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, ม.ป.ป., ออนไลน์) ปรากฏว่าผลผลิตด้านการเกษตรได้ขยายตัวในอัตราที่สูง และจุดเด่นที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศไทย คือ ภูมิประเทศที่เอื้อต่อการทำการเกษตร หากธุรกิจการเกษตรของประเทศไทยมีความได้เปรียบในการแข่งขันเพิ่มขึ้น จะก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนทั้งธุรกิจการเกษตร และประเทศไทย

ในการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขัน มีแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่พูดถึงความสามารถในการแข่งขันมากมาย แต่ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้แนวคิดทฤษฎีหลัก คือ แนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The Theory of Competitive Advantage)

Michael E. Porter เป็นศาสตราจารย์ด้านการบริหารธุรกิจ และเศรษฐศาสตร์ ธุรกิจและอุตสาหกรรม ที่มีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ที่เสนอแนวคิดการ ประยุกต์หลักการทางเศรษฐศาสตร์ธุรกิจและอุตสาหกรรมในการ วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ของกิจการ ศาสตราจารย์ไมเคิล ได้รับฉายาว่า เป็น The father of the modern strategy field จากการที่เป็นนักคิดในเรื่องของกลยุทธ์การ บริหารการจัดการ และการแข่งขัน (Competitiveness) เป็นเจ้าของแนวคิด ทฤษฎีที่สำคัญดังนี้ 1. ทฤษฎี Five Forces (พลังทั้ง 5) 2. ทฤษฎี Value Chain (ห่วงโซ่คุณค่า) และ 3. ทฤษฎี Dynamic Diamond Model ผลงานที่โดดเด่น คือ Competitive Strategy Techniques for Analyzing Industries and Competitors (1980) กลยุทธ์ในการแข่งขัน โดยใช้ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมและคู่แข่ง Competitive Advantage; Creating and Sustaining and Superior Performance (1985) ความสามารถในการแข่งขัน; การสร้างอย่างยั่งยืน และประสิทธิภาพที่ดีขึ้น The Competitive Advantage of Nations (1990) ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และ Harvard Business Review: What is Strategy (1996) อะไรคือกลยุทธ์ ของ Porter (1996)

ในงานวิจัยนี้ใช้ ทฤษฎีความได้เปรียบทางแข่งขัน (The theory of competitive advantage) ตามแนวคิดของ Porter

ในปี ค.ศ. 1990 Porter ได้ตีพิมพ์หนังสือ ชื่อ Competitive advantage of nations เป็นการนำเสนอทฤษฎีใหม่หลังจากที่ได้ทำการศึกษาและวิจัย ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่โดดเด่นของทั่วโลก ประมาณ 10 ประเทศ ทำให้เกิดทฤษฎี Dynamic diamond model กล่าวถึงเรื่องของการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของ ระดับประเทศ ซึ่งเป็นผลงานจากการไปศึกษาและเก็บข้อมูลแต่ละอุตสาหกรรมของประเทศต่าง ๆ โดยได้เสนอแบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบของชาติ (Diamond model of national advantage)

ต่อมาได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม แนวคิดภาวะการแข่งขันการค้าในโลก คือ ประเทศทุกประเทศย่อมพยายามเลือกยุทธวิธีที่ดีที่สุดที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน (competitive advantage) ในอุตสาหกรรมของประเทศ

มีการประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคการแข่งขันของอุตสาหกรรมภายในประเทศ ทำให้ทราบถึงแนวทางการปรับตัวให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพใน

ตลาดโลก Porter พยายามหาคำอธิบายว่า "ทำไมอุตสาหกรรมในบางประเทศจึงมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าประเทศอื่น"

ในงานวิจัยของ Porter พบว่าข้อได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน (competitive advantage) ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่สามารถสร้างขึ้นมาได้และเปลี่ยนแปลงได้ทั้งทางบวกและลบ จึงได้สร้างแบบจำลอง Diamond Model เพื่อวิเคราะห์เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมภายในประเทศที่เอื้อต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศ

แบบจำลองเพชรแห่งความได้เปรียบ หรือ ทฤษฎีเพชรพลวัต คือ กรอบแนวคิด หรือ ตัวแบบสำหรับการวิเคราะห์ความสามารถ ในการแข่งขันของกลุ่มเกษตรกรธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย โดยเป็นการพิจารณาและประเมินสภาวการณ์ปัจจุบันของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่สำคัญ 4 ด้าน ประกอบไปด้วย 1. เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (Factor conditions) 2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand condition) 3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Supporting and related industries) และ 4. บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Firm strategy, structure and rivalry) ของกลุ่มเกษตรกรธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

ซึ่งปัจจัยทั้ง 4 ด้านนั้นจะมีผลกระทบต่อความสามารถในการเพิ่มผลิต ภาพ (Productivity) ของบริษัทหรือธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมนั้นๆ อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มเกษตรกรธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย โดยในท้ายที่สุดจะพบว่า ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ 4 ด้านนั้น มีลักษณะที่จะเป็นการ เอื้อหรือจะเป็นอุปสรรคต่อการปรับปรุงหรือพัฒนา ในกลุ่มเกษตรกรธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย หรือไม่ อย่างไรและมากน้อยเพียงใด รวมไป ถึงการวิเคราะห์บทบาทของภาครัฐที่จะมีผลต่อปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ทั้ง 4 ด้านที่กล่าวมาด้วย ทั้งนี้ ปัจจัยทางด้านสภาวะแวดล้อมในการดำเนินงานดังกล่าว มีรายละเอียด ดังนี้

1. เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (Factor conditions) เป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยการผลิตและโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการแข่งขันในกลุ่มธุรกิจหนึ่ง ๆ โดยปัจจัยการผลิตในที่นี้จะมีความหมายอย่างกว้าง ประกอบด้วย แรงงาน (Labor) ที่ดิน (Arable Land) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural resources) ทุน (Capital) และสาธารณูปโภค (Infrastructure) ในที่นี้ เทคโนโลยีในการผลิตถือว่าเป็นปัจจัยการผลิตเช่นเดียวกัน ดังนั้นสภาพปัจจัยการผลิตในความหมายของ Porter จะหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการมี และเกี่ยวข้องกับการผลิตของกิจการและมีผลกระทบต่อความได้เปรียบและเสียเปรียบในการแข่งขัน กล่าวโดยสรุปสภาพปัจจัยการผลิตในที่นี้จะครอบคลุมทรัพยากร (Resources) ต่าง ๆ ในประเทศที่มีอยู่ ซึ่งจะประกอบไปด้วยต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ (Human resources) หากกลุ่มธุรกิจนั้นมีกลุ่มบุคลากรที่มีทักษะและความรู้เฉพาะหรือขั้นก้าวหน้า (Skiled and advanced/ Sprxoalized human resource) เช่น

มีบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้านเทคนิคที่อาศัยฝีมือและความเชี่ยวชาญพิเศษ และด้านการวิจัยและพัฒนาอยู่เป็นจำนวนมาก ก็จะเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการเพิ่มผลผลิตในกลุ่มธุรกิจนั้นๆ

1.2 โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ (Physical infrastructure) เช่น ถนน ท่าเรือ ท่าอากาศยาน ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และสาธารณูปโภคต่าง ๆ รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ โดยพิจารณาจากความพอเพียง คุณภาพ และค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงและการใช้บริการ ซึ่งจะมีผลต่อต้นทุนการผลิตของกลุ่มธุรกิจ

1.3 ทรัพยากรทุน (Capital resource) พิจารณาจากความพอเพียงของแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจ เงื่อนไขหรือมีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน รวมทั้งการมีเครื่องมือหรือกลไกการจัดสรรทุนที่มีประสิทธิภาพ

1.4 ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural resource) โดยพิจารณาจากความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตของประเทศ รวมทั้งความได้เปรียบจากสภาพแวดล้อมทางภูมิประเทศ หรือภูมิอากาศ

1.5 วัฒนธรรม (Culture) เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ละเอียดอ่อนของประเทศ แต่สามารถเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศได้

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand conditions) เป็นการวิเคราะห์ถึงคุณภาพของอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศ เนื่องจากประเทศที่มีขนาดของอุปสงค์ของสินค้าและบริการมากอันเกิดมาจากการมีประชากรมาก ไม่ได้หมายความว่าประเทศนั้นมีความสามารถในการแข่งขันมากกว่าประเทศอื่น ในทางตรงข้ามประเทศที่มีขนาดของอุปสงค์ในประเทศเล็กกว่า อาจมีความสามารถในการแข่งขันสูงได้ หากมีลักษณะของอุปสงค์ภายในประเทศนั้นมีคุณภาพและช่วยผลักดันหรือกระตุ้นในบริษัทต้องปรับปรุง คิดค้นพัฒนาและสร้างนวัตกรรมของสินค้าและบริการของตนอย่างเสมอ

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Relater and Supporting industries) การวิเคราะห์การเชื่อมโยงตามแนวตั้งและแนวนอนตามแบบ Diamond จะพิจารณาใน 2 ลักษณะ คือ

3.1 ความเชื่อมโยงกิจกรรม (Activity linkages) เป็นการวิเคราะห์ถึงการมีอยู่ (Availability) และคุณภาพของผู้ผลิต/ จัดหาวัตถุดิบในท้องถิ่น (Local supplies) ซึ่งช่วยสงเสริมให้ห่วงโซ่อุปทานมีความเข้มแข็งและต่อเนื่อง

3.2 ความเชื่อมโยงความร่วมมือ (Cooperation linkages) ซึ่งวิเคราะห์จากระดับการประสานร่วมมือการของธุรกิจต่าง ๆ เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลข่าวสารการร่วมมือกันในการพัฒนาทักษะเชิงบุคลากร การทำวิจัย หรือการทำการตลาดซึ่งจะช่วยทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในกลุ่มธุรกิจนั้น สามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตและบริการที่มีคุณภาพและราคาถูก และ

สามารถสร้างนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังต้องวิเคราะห์ถึงบทบาทขององค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างความร่วมมือภายในกลุ่มธุรกิจ เช่น สมาคมการค้าหรือการรวมกลุ่มในลักษณะต่าง ๆ ของธุรกิจเอกชนสมาความวิชาชีพสถาบันเฉพาะทางเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและสถาบันวิจัยต่าง ๆ ตลอดจนคณะกรรมการที่จัดตั้งขึ้นเพื่อประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน

4. บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Context for firm. Structure and rivalry) การจัดการโครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนั้นและการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันภายในประเทศ จะทำให้เกิดการปฏิบัติตามการบริหารและการผลิตที่มีประสิทธิภาพของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมากขึ้น และเป็นแรงกดดันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้น

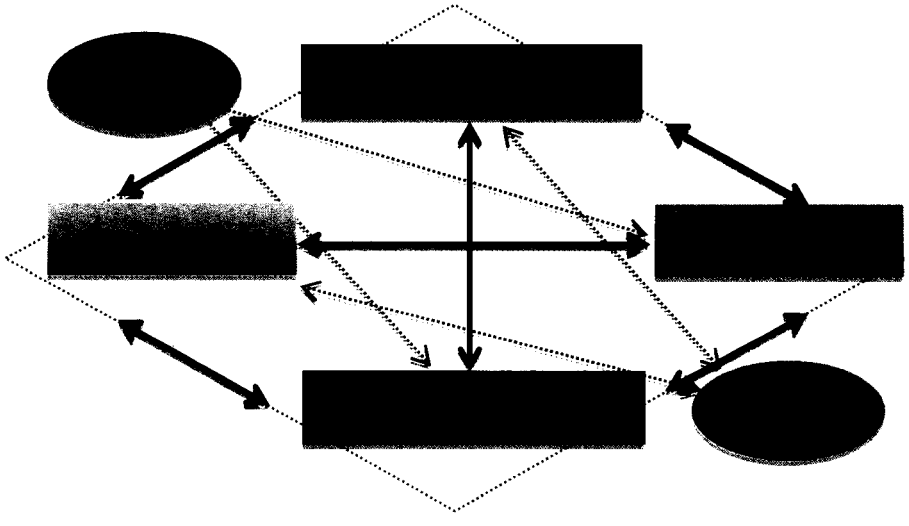
สภาพการแข่งขันในประเทศเป็นตัวกำหนดหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ การแข่งขันที่รุนแรงในประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง จะทำให้อุตสาหกรรมนั้นประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศในระดับที่สูงมาก เนื่องจากจะเกิดแรงกดดันต่อกันและกันให้มีการพัฒนามากขึ้น ซึ่งการแข่งขันในประเทศไม่ได้หมายถึงแต่เฉพาะการแข่งขันทางด้านราคาเท่านั้น การแข่งขันในด้านอื่น ๆ ได้แก่ เทคโนโลยีอันจะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืนกว่า และการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นมักจะกดดันให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มเติมเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลงเมื่อมีการผลิตครั้งละปริมาณมาก ๆ กระบวนการแข่งขันจะมีประโยชน์เพิ่มขึ้นอีกมากถ้าผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่อยู่กระจัดกระจายไปทั่วประเทศ แต่กระจุกตัวอยู่ในอาณาเขตเดียวกันมีการติดต่อและทำธุรกรรมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอตลอดเวลา และมีการเปิดตลาดโดยไม่กีดกันการนำเข้า เพื่อที่จะทดแทนการขาดแคลนสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นได้บ้างสำหรับประเทศเล็ก ๆ นอกจากนี้จำนวนผู้แข่งขันเพียงอย่างเดียวไม่ก่อให้เกิดประโยชน์หากขาดซึ่งคุณภาพ ดังนั้นจุดที่สำคัญคือ คุณภาพของการแข่งขันต้องเข้มข้นด้วย เพราะสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นจะทำให้ทรัพยากรที่สำคัญของประเทศถูกนำไปใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

5. รัฐบาล (Government) รัฐบาลส่งผลกระทบและพร้อมๆกับได้รับผลกระทบจากตัวกำหนดทั้งสี่ โดยในบางกรณีเป็นผลทางด้านบวก ในบางกรณีก็เป็นผลทางด้านลบ ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อ ผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของ

สินค้าและบริการหลาย ๆ ชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการโฆษณาและด้านอื่น ๆ ยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านการป้องกันและผูกขาด เหล่านี้เป็นต้น

6. โอกาส (Chance) การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ และความเป็นไปได้ที่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ ล้วนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น การมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้น หรือความไม่ต่อเนื่องของเทคโนโลยีหลักที่เปิดช่องให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ การเปลี่ยนแปลงอย่างมากของตลาดการเงินโลกหรืออัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนการเกิดสงคราม ตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญ เพราะทำให้เกิด "ความไม่ต่อเนื่อง" ที่เปิดช่องให้มีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งในการแข่งขัน หรือล้มล้างข้อได้เปรียบที่มีอยู่เดิมและเปิดช่องให้ธุรกิจใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นจนเกิดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นตัวแปรนี้มีบทบาทโดยการเข้าไปเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขใน Diamond โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นก็จะแตกต่างไป เนื่องจากแต่ละประเทศก็จะมีตัวบ่งชี้ใน Diamond ที่แตกต่างกัน

ดังนั้นในการประเมินความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มธุรกิจจึงจำเป็นต้องพิจารณาว่าปัจจัยแวดล้อมของกลุ่มธุรกิจนั้น ๆ มีคุณภาพสูงและเอื้อต่อการเพิ่มผลผลิตของบริษัทในกลุ่มธุรกิจนั้น ๆ หรือไม่ อย่างไร



ภาพที่ 2-1 Diamond Model (Porter, 1990)

โดยแบบจำลองเพชร (Diamond Model) ของกลุ่มธุรกิจเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย คือ

เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต หมายถึง เกษตรกร (ผู้ประกอบการ) มีบุคลากร ผู้เชี่ยวชาญดูแลด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีบุคลากรที่มีทักษะแรงงานที่มีความชำนาญ บุคลากรด้านวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต มีเงินทุนหมุนเวียนภายใน สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน มีประวัติทางการเงินที่ดี ในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา อินเตอร์เน็ต ฯลฯ อยู่ในสภาพแวดล้อมทางภูมิประเทศ อยู่ในสภาพแวดล้อมทางภูมิอากาศ ที่เอื้ออำนวยกับการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ และมีที่ดินเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์เป็นของตนเอง

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ หมายถึง เกษตรกร (ผู้ประกอบการ) มีการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า ให้ความสำคัญกับการพัฒนาใหม่ ๆ เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งและหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทันสมัยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค โดยการพิถีพิถันในทุกกระบวนการผลิตมีการทำวิจัยตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มเติมภาษาท้องถิ่นลงในบรรจุภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อความเข้าใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ในแต่ละประเทศ

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน หมายถึง เกษตรกร (ผู้ประกอบการ) ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานของจังหวัดที่อยู่ มีการสร้างความร่วมมือระหว่างกัน ซึ่งเป็นแนวคิดของ “การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน” เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและให้ความร่วมมือกัน สถานศึกษา สถาบันวิจัย เพื่อความก้าวหน้าของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท หมายถึง เกษตรกร (ผู้ประกอบการ) มีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน ขององค์กรก่อนจะกำหนดกลยุทธ์ของกิจการในทุก ๆ ปี มีการกำหนดแผนการดำเนินงานของบริษัท เช่น พันธกิจ วิสัยทัศน์ โดยการคำนึงถึงนโยบายและกฎระเบียบของภาครัฐ

5. รัฐบาล หมายถึง เกษตรกร (ผู้ประกอบการ) ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น ได้รับสนับสนุนจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์ และนโยบายของรัฐบาลมีส่วนในการส่งเสริมและสนับสนุนกิจการ

6. โอกาสในการส่งออก หมายถึง สถานการณ์ หรือการกระทำที่เอื้ออำนวยกับการประกอบธุรกิจของเกษตรกร (ผู้ประกอบการ) เช่น เกษตรกร (ผู้ประกอบการ) มีความรู้ความสามารถในด้านของภาษาของประเทศที่ต้องการที่จะส่งออกและภาษาอังกฤษ รวมไปถึงความรู้ที่เกี่ยวพื้นฐานกับประเทศที่ต้องการจะส่งออก เศรษฐกิจ ค่านิยม รสนิยม เชื่อชาติ ศาสนา

และผู้ประกอบการ มีความเข้าใจในข้อกำหนดต่าง ๆ เกี่ยวกับการส่งออกในการค้ากับประเทศอาเซียน รู้ระเบียบข้อบังคับหรือกฎหมายด้านการค้าในต่างประเทศที่มีความเข้มงวด มีแหล่งข้อมูลข่าวสาร หน่วยงานที่เข้ามาดูแลแนะนำ รวมถึงให้คำปรึกษาด้านการส่งออก

ความหมายของความสามารถในการแข่งขัน

มีนักวิชาการ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศได้ให้ความสนใจและทำการศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน จึงมีการนิยามความหมายไว้อย่างมากมาย โดยผู้วิจัยรวบรวมความหมายที่น่าสนใจ ไว้ดังนี้ Porter (ม.ป.ป. อ้างถึงใน ฉันทพิชญ์ อาริยะโรจน์กุล, 2554, หน้า 51-52) ได้กล่าวถึงความสามารถในการแข่งขันว่า ความสามารถในการแข่งขันเกิดขึ้นจากการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ซึ่งทำให้องค์การมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น พนักงานมีมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และทำให้เกิดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแบบยั่งยืน โดยความสามารถทางการแข่งขัน หมายถึง การมีความสามารถทางการแข่งขันหลักหรือที่สำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน จุดเริ่มต้นของการวิเคราะห์ความสามารถหลักในการแข่งขันคือ การตระหนักรู้ถึงการแข่งขันระหว่างธุรกิจว่าในปัจจุบันนั้นจะเป็นการแข่งขันกันในเรื่องการสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันมากพอ ๆ กับการมีตำแหน่งทางการแข่งขันที่เข้มแข็งและดำรงตำแหน่งผู้นำตลาด ผู้บริหารจึงไม่สามารถมุ่งเน้นไปที่ความสามารถต่าง ๆ ของธุรกิจได้ทุกเรื่องและทั้งหมด แต่จะต้องเน้นที่เป้าหมาย โดยการสร้างความสามารถหลักในการแข่งขันที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้อย่างแท้จริง นอกจากนั้นยังพบว่า ความสามารถทางการแข่งขันไม่ใช่สิ่งที่จะสามารถถูกกำหนดไว้อย่างตายตัวตลอดเวลา โดย Hamel and Prahalad (1990 อ้างถึงใน สมชาย แซวจันทึก, 2553, หน้า 7) กล่าวว่า ความสามารถในการแข่งขัน ไว้ว่า ความสามารถทางการแข่งขันไม่ใช่สิ่งที่จะสามารถถูกกำหนดไว้อย่างตายตัวตลอดเวลา แต่ควรที่จะปรับเปลี่ยนเพื่อสามารถตอบสนองกับสภาพแวดล้อมขององค์กรที่เปลี่ยนแปลง ความสามารถทางการแข่งขัน ต้องเป็นสิ่งที่มีความยืดหยุ่น และมีวิวัฒนาการตลอดเวลาตามลักษณะการเปลี่ยนแปลง เช่นเดียวกับการปรับปรุงตัวเองของธุรกิจซึ่งต้องทำการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงใหม่

คำจำกัดความของความสามารถในการแข่งขันยังถูกกล่าวถึง ดังนี้ Hamalaine (2003 อ้างถึงใน คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (กพข.), 2554, หน้า 3) ได้คำจำกัดความสากลวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน 3 ด้าน คือ 1. ด้านปัจจัยนำเข้า (Input) 2. ด้านประสิทธิภาพของกระบวนการการทำงานขององค์กร (Process) และ 3. ด้านผลลัพธ์จากการแข่งขัน (Output) โดยมีเป้าหมายของการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันเหมือนกันคือ การยกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชาชน ความหมายของความสามารถในการแข่งขัน ยังเกี่ยวกับกำไร

คุณค่า ดังในงานวิจัยของเสนาะ ติเยาว์ (2544, หน้า 104) กล่าวว่า ความสามารถในการแข่งขัน หมายถึงความสามารถที่องค์กรดำเนินธุรกิจของตนเองได้ดีกว่าองค์กรอื่น นั่นคือ การทำกำไรได้สูงกว่ามาตรฐานของอุตสาหกรรมนั้น หรือการที่องค์กรสามารถสร้างให้เกิดคุณค่ามากกว่าคู่แข่ง และธนชัย ยมจินดา (2545, หน้า 193) กล่าวว่า ความสามารถหลักในการแข่งขัน (Distinctive competencies) คือ หน่วยธุรกิจ กลยุทธ์ทุกหน่วยจะต้องตอบคำถามในส่วนของความสามารถทางการแข่งขัน ซึ่งจะนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและกลุ่มลูกค้าโดยการตัดสินใจว่าจะให้คุณค่า (Value) อย่างไรกับลูกค้า จะให้เพียงคุณค่าที่ตัวผลิตภัณฑ์ (Product value) อย่างเดียว หรือจะให้คุณค่าต่อผู้ใช้ (User value) ด้วยในการกำหนดคุณค่าเป็นอย่างไรนี้ต้องพิจารณากำหนดองค์ประกอบของความสามารถหลักในการแข่งขันว่าจะให้ความสำคัญที่องค์ประกอบใด จึงจะสามารถสร้างคุณค่าตามที่ต้องการ ในส่วนของการใช้ความสามารถหลักในการแข่งขันเป็นเครื่องมือนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันนี้

เป้าหมาย และประโยชน์ที่ได้รับจากการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน จากการศึกษา ค้นคว้าเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน พบว่า เป้าหมายสำคัญของของการพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน ก็คือ ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร โดยการดำเนินงานที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่าและมีความสามารถในการทำกำไรได้มากกว่าคู่แข่งอื่น ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้องค์กรสามารถรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้และเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้ารายใหม่ที่สนใจในสินค้า (ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์, 2550) เป็นผลทำให้สามารถเอาชนะคู่แข่งและอยู่รอดได้ในธุรกิจ องค์กรจะต้องสามารถสร้างสรรค์สิ่งที่มีคุณค่าให้กับลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง การที่จะทำให้ดีกว่าในสายตาลูกค้าจะประกอบด้วยหลักการ 4 ประการคือ (พัชสิรี ชมภูคำ, 2552)

1. ความได้เปรียบในเรื่องของต้นทุน ในยุคที่ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลหลากหลายได้ง่ายขึ้น ซึ่งไม่เป็นการยากสำหรับผู้บริโภคที่จะตรวจสอบข้อมูล เปรียบเทียบราคาของสินค้าและบริการก่อนตัดสินใจซื้อ ธุรกิจใดที่สามารถนำเสนอสินค้าดีในราคาที่ต่ำ จึงมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าวิธีการหนึ่งคือ การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์มากที่สุด และมีของเสียหรือความเสียหายให้น้อยที่สุด ซึ่งถึงแม้จะเป็นเรื่องเล็กน้อย หากธุรกิจไม่มองข้ามแล้วจะสามารถช่วยประหยัดต้นทุนและทำให้สามารถตั้งราคาสินค้าหรือบริการที่ดึงดูดใจลูกค้าได้

2. คุณภาพ ปัจจุบันลูกค้ามีความต้องการมากขึ้นไม่เพียงแต่ต้องการสินค้าและบริการที่มีราคาถูก แต่ยังต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ คำว่าคุณภาพถูกให้คำจำกัดความโดยสถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติว่า หมายถึง คุณลักษณะและรูปร่างทั้งหมดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจตามที่ลูกค้าต้องการ การใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการได้อย่างเหมาะสม

พอดี มีคุณค่าต่อผู้บริโภค โดยลูกค้าเป็นผู้ตัดสินนั่นคือ คุณภาพอยู่ที่ความพอใจของลูกค้า ในอดีตที่ผ่านมามองการควบคุมคุณภาพเกิดขึ้นเมื่อสินค้าผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้วและได้รับการตรวจสอบข้อมูลตัวเลข ดูจำนวนสินค้าที่ชำรุดเสียหายก่อนที่จะถึงมือลูกค้า แต่ในปัจจุบันการควบคุมคุณภาพจะเห็นตั้งแต่ในแนวทางป้องกัน เพื่อไม่ให้ความเสียหายเกิดขึ้น โดยใช้แนวคิดของการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในทุกด้านของการดำเนินงาน อย่างไรก็ตามไม่เพียงแต่ธุรกิจที่ผลิตสินค้าเท่านั้นที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพ ธุรกิจในส่วนของบริการก็เน้นในเรื่องของคุณภาพของบริการเช่นกัน มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพของบริการให้เป็นหนึ่ง เพื่อสร้างความพึงพอใจกับลูกค้าอันจะนำมาซึ่งความเป็นหนึ่งของธุรกิจ

3. ความรวดเร็วตรงต่อเวลา นอกจากราคาและคุณภาพแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ลูกค้าต้องการคือ ความรวดเร็ว ถ้ากำหนดให้ทุกอย่างเท่ากัน ใครที่เร็วกว่าย่อมเป็นผู้ชนะ ไม่ว่าจะเป็นความรวดเร็วในการคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ความเร็วในการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าความรวดเร็วจะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างดี โดยเฉพาะเมื่อธุรกิจรวดเร็วกว่าคู่แข่ง บางธุรกิจใช้ความเร็วเป็นจุดขาย

4. การให้บริการแก่ลูกค้า เป็นการสร้างความพึงพอใจ เมื่อลูกค้าได้รับการส่งมอบสินค้าที่มีราคาถูก สินค้ามีคุณภาพดีไม่ชำรุดหรือได้รับความเสียหาย ระหว่างการส่งมอบและมีความรวดเร็วถูกต้องตรงต่อเวลา เนื่องจากลูกค้ามีความต้องการที่หลากหลายแตกต่างกันไปและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การตอบสนองความต้องการจึงต้องครอบคลุม ครบถ้วนและมีความยืดหยุ่น เพื่อเป็นการรักษาฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ การทำให้ลูกค้าเดิมมีความประทับใจและมีความพึงพอใจ ในขณะเดียวกันต้องสร้างความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ เพราะจะเป็นหนทางในการทำให้เกิดการตัดสินใจเข้ามาอยู่ในฐานข้อมูลลูกค้า เนื่องจากจำนวนลูกค้าที่มีอยู่ส่งผลต่อยอดขายและผลประกอบการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นการทำงานไม่ควรมุ่งเน้นเฉพาะ การสร้างฐานลูกค้าใหม่ เพียงอย่างเดียว แต่ต้องให้ความสำคัญต่อการรักษาฐานลูกค้าเดิมไปพร้อมกัน หากสามารถทำเช่นนี้ได้ก็จะทำให้ธุรกิจมีความเข้มแข็ง และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันจากการจัดการขนส่ง และการจัดการคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพ

และยังพบว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นหัวใจของความสำเร็จของธุรกิจในตลาดการแข่งขันในงานวิจัยของของชุมพร คูร์พิพัฒน์ (2552, หน้า 5-24) กล่าวว่า ความได้เปรียบหรืออีกนัยหนึ่งคือ ความสามารถที่เหนือกว่าคู่แข่งซึ่งเกิดขึ้นได้สองทาง คือ ความได้เปรียบที่เกิดจากการพัฒนาตนเองที่เหนือกว่าอย่างแท้จริง หรืออีกทางคือการอาศัยช่องโหว่หรือจุดอ่อนของกติกาหรือผู้ตัดสิน ทำให้ตนเองได้เปรียบหรือทำให้ผู้ตัดสินเห็นว่าคู่แข่งดูด้อยกว่าที่เป็นจริง ซึ่งสามารถเปรียบเทียบให้เห็นได้จากการแข่งขันกีฬาฟุตบอล เจ้าถิ่นมักจะได้เปรียบเสมอในเรื่องของ

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20131


บรรยากาศ เสียงเชียร์ และความรู้สึกของผู้ตัดสิน หากทีมฟุตบอลที่เป็นทีมเยือนมีความแข็งแกร่งและมีความสามารถ และมีความร่วมมือร่วมใจในทีมที่ดีประกอบกับมีการวางแผนการเล่นที่ดี ก็จะสามารถเอาชนะการแข่งขันได้ นั่นคือ ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มั่นคงและยั่งยืนอันเกิดจากความสามารถทางการแข่งขันที่แท้จริงของทีมนั่นเอง ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นหัวใจของความสำเร็จของธุรกิจในตลาดการแข่งขันโดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่การแข่งขันเปิดเสรีมากขึ้น ซึ่งธุรกิจต่าง ๆ พยายามขยายตัวเติบโตในขณะที่ตลาดที่ปริมาณที่ไม่เพียงพอ ทำให้เกิดการแข่งขันมากยิ่งขึ้นและเพื่อทำให้สามารถอยู่รอดให้ได้ธุรกิจจะทำทุกวิถีทางที่จะสร้างความได้เปรียบแก่ตนเอง ซึ่งจะทำทั้ง 2 ทางคือ ใช้ความสามารถของตนเอง และใช้จุดอ่อนของคู่แข่งให้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง แต่วิธีที่จะทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนคือการสร้างความสามารถทางการแข่งขันที่แท้จริง และการได้เปรียบทางการแข่งขันที่จะทำให้เป็นจริงได้คือการที่ธุรกิจสามารถนำกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่ตนกำหนดไว้นำไปปฏิบัติเป็นรูปธรรมได้คือ การที่ธุรกิจสามารถสร้างและรักษาความได้เปรียบของต้นทุนไว้ได้ การที่ธุรกิจสามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้ และการที่ธุรกิจสามารถกำหนดส่วนตลาดที่ตนถนัดได้ เป็นต้น ดังนั้น เมื่อทราบว่าความสามารถในการแข่งขัน เป็นปัจจัยหลักที่นำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งที่แต่ละองค์กรจะต้องพยายามในการให้ความสำคัญกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเกี่ยวข้องกับกับกลยุทธ์ของแต่ละองค์กรในการการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ตามแต่สถานการณ์ขององค์กรนั้น โดยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน มีปัจจัย และกระบวนการที่เกี่ยวข้อง ดังข้อมูลในหัวข้อถัดไป

ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

การสร้างความสามารถทางการแข่งขัน เป็นการสร้างความได้เปรียบอย่างแท้จริงขององค์การดังที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น โดยจะต่างไปจากการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่จะมุ่งเน้นในการสร้างความได้เปรียบโดยสร้างให้เกิดกฎหรือกติกาที่ไม่เป็นธรรมมีผลทำให้คู่แข่งขันใช้มาตรการเช่นเดียวกัน อันจะทำให้เกิดการทำลายหรือเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางลบต่อโครงสร้างของการแข่งขัน ตัวอย่างเช่น การกีดกันทางการค้าเพื่อเป็นการเสริมหรือช่วยอุตสาหกรรมภายในประเทศในขณะที่ความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมภายในประเทศยังไม่ถึงขึ้นแข่งขันได้ในตลาดโลก หากภาคเอกชนไม่ใช้ช่วงเวลาที่ภาครัฐสร้างกติกาให้มีความได้เปรียบนั้นเพื่อปรับปรุงพัฒนาความสามารถของอุตสาหกรรมในประเทศ เมื่อการค้าเสรีเปิดกว้างขึ้นจะทำให้ไม่สามารถแข่งขันได้ในที่สุด เช่นเดียวกับภาครัฐควรหมั่นตรวจสอบกติกาหรือกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่บังคับให้เกิดความไม่เป็นธรรม ด้วยการต่อรองให้เกิดความเป็นธรรมต่อการแข่งขันในภาคธุรกิจของประเทศ มิเช่นนั่นจะทำให้ความสามารถทางการแข่งขันระดับประเทศด้อยลงไป โดยมีนักวิชาการทั้งในประเทศไทย

370544

และต่างประเทศ ได้คิดค้นปัจจัย องค์ประกอบ และสิ่งที่สำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจ ไว้มากมายซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดที่มีความน่าสนใจเอาไว้ดังต่อไปนี้

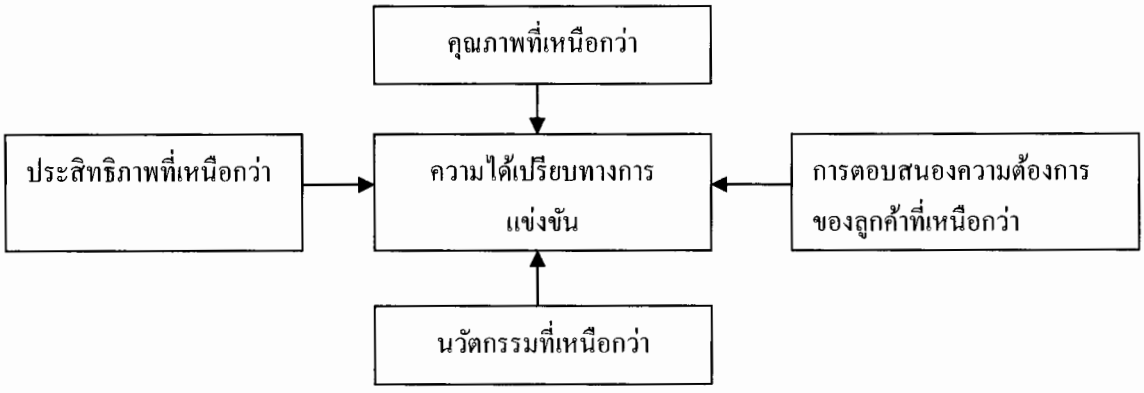
ปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ ในการศึกษาวิจัยของ ธนชัย ยมจินดา (2545, หน้า 193) กล่าวว่า ปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การแข่งขันในปัจจุบันทำให้องค์กรต้องมีการยกระดับคุณภาพในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นหนักใน 4 ประเด็น ดังนี้

1. คุณภาพของสินค้าและบริการ
2. ต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการ
3. ความรวดเร็วในการนำสินค้าและบริการออกสู่ตลาด
4. นวัตกรรมในการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่

ในอดีตองค์การไม่จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับทุกประเด็นข้างต้น แต่ในปัจจุบันภายใต้การแข่งขันที่รุนแรง ลูกค้ามีความต้องการที่ไม่จำกัด กล่าวคือ ต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ราคาถูก ต้องการทางเลือกในการใช้สินค้าที่หลากหลาย ทำให้องค์การต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้

การปรับตัวเช่นนี้สอดคล้องกับแนวคิดของธนชัย ยมจินดา (2545, หน้า 193-200) กล่าวว่า ความสามารถทางการแข่งขันเป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยตัดสินใจว่าจะให้คุณค่า (Value) อย่างไรกับลูกค้า จะให้เพียงคุณค่าที่ตัวผลิตภัณฑ์ (Product value) อย่างเดียว หรือจะให้คุณค่าต่อผู้ใช้ (User value) ด้วยในการกำหนดการคุณค่านี้จะต้องพิจารณากำหนดองค์ประกอบของความสามารถทางการแข่งขันว่าจะให้ความสำคัญที่องค์ประกอบใด จึงจะสามารถสร้างคุณค่าตามที่ต้องการ ในส่วนของการใช้ความสามารถทางการแข่งขันเป็นเครื่องมือนำสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันนี้ Hill and Jone (1998)ให้ความเห็นว่า ควรมุ่งเน้นในองค์ประกอบ 4 ด้านคือ ประสิทธิภาพที่เหนือกว่า (Superior efficiency) คุณภาพที่เหนือกว่า (Superior quality) นวัตกรรมที่เหนือกว่า (Superior innovation) และการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เหนือว่า (Superior customer responsiveness) ดังภาพที่ 2-2

มีข้อสังเกตว่าความได้เปรียบทางการแข่งขัน George (2008) เห็นว่าควรมีพื้นฐานมาจากองค์ประกอบดังนี้คือ มีทักษะที่เหนือกว่า (Superior skill) มีทรัพยากรที่เหนือว่า (Superior resources) มีตำแหน่งทางการแข่งขันที่เหนือกว่า (Superior position)




ภาพที่ 2-2 องค์ประกอบของความสามารถทางการแข่งขัน ที่นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ธนชัย ยมจินดา, 2545, หน้า 193-200)

การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันสำหรับผู้นำนั้น ฉันทพิชญ์ อาริยะโรจน์กุล (2554, หน้า 54 - 55) ได้กล่าวถึงการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ในการที่องค์การจะสามารถเป็นผู้นำได้นั้นต้องคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. ทุนมนุษย์ องค์การต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ในองค์การเพราะทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพและมีความเก่งนั้นจะสามารถนำมาซึ่งการเพิ่ม กล่าวคือ การสร้างองค์การที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศว่าเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ พื้นฐานที่สำคัญในการสร้างองค์การที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศคือ ทุนมนุษย์ การพัฒนาศักยภาพขององค์การ และความสามารถในการแข่งขันขององค์การ มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับพนักงานขององค์การทั้งในเรื่องการส่งมอบข้อมูลข่าวสาร ความรู้อำนาจในการบริหารงาน และรางวัลแก่พนักงานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์การได้

2. ศักยภาพขององค์การ องค์การต้องมีศักยภาพที่นำตนเองไปสู่การเป็นที่ยอมรับและสามารถยกระดับผลการดำเนินงานของตนเองให้สูงขึ้นศักยภาพนี้ต้องเป็นศักยภาพที่เหนือคู่แข่งขันและสามารถทำให้องค์การแข่งขันในตลาดได้ และการพัฒนาศักยภาพทำได้โดยการออกแบบระบบการจัดการภายในองค์การ องค์การควรมีศักยภาพในด้านต่าง ๆ เช่น การมุ่งเน้นในคุณภาพหรือลูกค้า มีต้นทุนการดำเนินงานต่ำ มีการเรียนรู้ ตอบสนองสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็วและผลิตสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น

3. ความสามารถหลักขององค์การ ความสามารถหลักนี้ต้องเป็นความสามารถที่เหนือกว่าคู่แข่งและเลียนแบบได้ยาก องค์การต้องพยายามรักษาและพัฒนาความสามารถให้อยู่กับองค์การได้นานที่สุด เพราะถ้าความสามารถหลักนี้หมดไปหรือถูกคู่แข่งเลียนแบบก็จะทำให้องค์การหมดความ

ได้เปรียบในการแข่งขัน จนอาจต้องออกจากการแข่งขันนั้นไปในที่สุด การค้นหาความได้เปรียบในการแข่งขัน องค์การจำเป็นต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินงานโดยพิจารณาจากวิสัยทัศน์และภารกิจขององค์การ การดำเนินงานจะเป็นไปได้ดีถ้าหากผู้บริหารเข้าใจสิ่งแวดล้อมที่องค์การจะต้องเผชิญ รวมทั้งความเกี่ยวข้องระหว่างการกำหนดกลยุทธ์กับความสามารถและศักยภาพขององค์การ

จากการรวบรวมแนวคิดข้างต้น ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาในเรื่องความสามารถด้านการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย แนวคิดทฤษฎีหลัก คือ แนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The theory of competitive advantage) ของ Porter (1990) ได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมขึ้น คือ แบบจำลองเพชร เพื่อให้สามารถหาแนวทางปรับตัวให้แข่งขัน เพิ่มระดับขีดความสามารถได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นแนวคิดนี้ยังแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของนวัตกรรม โดยเห็นว่านวัตกรรมมีส่วนในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลข่าวสารการร่วมมือกันในการพัฒนาทักษะเชิงบุคลากร การทำวิจัย หรือการทำการตลาดซึ่งจะช่วยทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจนั้นสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตและบริการที่มีคุณภาพและราคาถูก และสามารถสร้างนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาเรื่องการแลกเปลี่ยนนวัตกรรมระหว่างกัน เพื่อหาความเชื่อโยง และแนวทางในการพัฒนาสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ในธุรกิจเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย

## แนวคิดการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม

นวัตกรรม (Innovation) มีรากศัพท์มาจาก Innovate ในภาษาลาติน แปลว่า ทำสิ่งใหม่ขึ้นมาความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการ มาพัฒนาและผลิตสินค้าใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ หรือบริการใหม่ ซึ่งตอบสนองความต้องการของตลาด ความหมายของนวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์คือ การนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์ จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือก็คือ "การทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (Change) ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้กลายมาเป็นโอกาส (Opportunity) และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และ สังคม" หรือจะกล่าวง่าย ๆ การหยิบจับเทคโนโลยีต่าง ๆ มาก่อให้เกิดคุณค่า และมูลค่า การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาก่อให้เกิดประโยชน์ และมีคุณค่า นั้นคือ นิยาม ของนวัตกรรม คือ ของใหม่ และมีประโยชน์ ข้อมูลจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (ม.ป.ป.) เช่น ผลงานของ Schumpeter (1934)ใน The theory of economic development โดยจะเน้นไปที่การสร้างสรรค์

การวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อันจะนำไปสู่การได้มาซึ่ง นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological innovation) เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์เป็นหลัก นอกจากนั้น นวัตกรรมยังหมายถึงความสามารถในการเรียนรู้และนำไปปฏิบัติให้เกิดผลได้จริงอีกด้วย จุดมุ่งหมายของการวิจัยและพัฒนาในที่นี้ถูกแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ตามการเปลี่ยนแปลง (Change) ที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้นคือ

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation) คือ ผลิตภัณฑ์ที่ถูกผลิตขึ้นในเชิงพาณิชย์ที่ได้ปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือ เป็นสิ่งใหม่ ในตลาด นวัตกรรมนี้อาจจะเป็นของใหม่ ต่อโลก ต่อประเทศ องค์กร หรือแม้แต่ตัวเราเอง นวัตกรรมผลิตภัณฑ์นั้นยังสามารถถูกแบ่งออกเป็น

1.1 ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible product) หรือ สินค้าทั่วไป (Goods) เช่น รถยนต์รุ่นใหม่ สตรอเบอร์รี่ไร้เมล็ด High Definition TV (HDTV) Digital Video Disc (DVD) เป็นต้น

1.2 ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible product) หรือ การบริการ (Services) เช่น Package ทัวร์อนุรักษ์ธรรมชาติ Telephone Banking การใช้อินเทอร์เน็ต การให้บริการที่ปรึกษาเฉพาะด้าน กฎหมายทางไอที เป็นต้น

2. นวัตกรรมขบวนการ (Process innovation) คือ การเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการผลิตสินค้าหรือการให้บริการในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากเดิม นวัตกรรมขบวนการแบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือ

2.1 นวัตกรรมขบวนการทางเทคโนโลยี (Technological process innovation) เป็นสินค้าทุนที่ถูกใช้ในขบวนการผลิต ซึ่งหน่วยของทุนที่แท้จริง (Real capital) หรือ วัตถุดิบ (Material goods) ซึ่งถูกปรับปรุงขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและทำให้สามารถเพิ่มผลผลิตได้ (Productivity growth) ซึ่งก่อนหน้านั้น มันเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เช่น หุ่นยนต์อุตสาหกรรมเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation) เมื่อ มันถูกผลิตขึ้น และเป็นนวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation) เมื่อมันถูกนำไปใช้ในโรงงานผลิตรถยนต์ เป็นต้น

2.2 นวัตกรรมขบวนการทางองค์กร(Organizational process innovation) เป็นขบวนการที่เพิ่มประสิทธิภาพและขีดความสามารถของการจัดการองค์กรให้สูงขึ้น โดยใช้การลองผิดลองถูก (Trial and error) และ การเรียนรู้จากการลองทำด้วยตนเอง (Learning-by-doing) โดยไม่ได้ขึ้นอยู่กับความสามรถในการทำวิจัยและพัฒนา (R&D) เพียงอย่างเดียว เช่น ระบบการผลิตแบบทันเวลาพอดี (Just In Time: JIT) การบริหารคุณภาพที่ทุกคนมีส่วนร่วม (Total Quality Management: TQM) ระบบการผลิตแบบลีน (Lean production) ตัวอย่างของนวัตกรรมชนิดนี้เช่น โรงพยาบาล Karolinska ในกรุงสตอกโฮล์ม ประเทศสวีเดน สามารถลดเวลาในการรอตรวจรักษาของผู้ป่วยลงได้กว่าร้อยละ 75 โดย

การจัดรูปแบบขององค์กรใหม่ซึ่งเน้นหนักในด้าน คุณภาพ ความรวดเร็ว และประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ความคิดและทฤษฎีเรื่องนวัตกรรมมีวิวัฒนาการมาอย่างน้อย 50 ปีแล้ว ข้อมูลจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (ม.ป.ป.) โดยในช่วงทศวรรษที่ 1950 บรรดานักวิชาการต่างมองว่า นวัตกรรมเป็นการพัฒนาอย่างหนึ่งที่แยกออกมาจากการศึกษาวิจัยต่าง ๆ แต่ในปัจจุบันนี้ นวัตกรรมไม่ได้ถูกมองว่าเป็นเพียงผลลัพธ์ของการดำเนินงานของปัจเจกบุคคล หากแต่เป็นผลของกระบวนการ (Process) ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการแก้ไขปัญหา (Problem-solving process) ที่เกิดในองค์กร หรือกระบวนการปฏิสัมพันธ์ (Interactive process) ซึ่งเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้มีบทบาทสำคัญอื่น ๆ มีได้ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผ่านเครือข่ายความร่วมมือเชิงพาณิชย์ หรือกระบวนการเรียนรู้แบบแปรผัน (Diversified learning process) ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากปัจจัยแตกต่างกัน เช่น

1. การเรียนรู้โดยการใช้ (Learning by using)
2. การเรียนรู้โดยการลงมือทำ (Learning by doing)
3. การเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยน (Learning by sharing)

ซึ่งมีได้ทั้งองค์ความรู้ภายในและภายนอกองค์กร ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการดูดซับความรู้ขององค์กร

สรุปนวัตกรรม คือ การนำสิ่งใหม่ ๆ อาจเป็นแนวความคิด หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัย ให้ได้ผลดีมีประสิทธิผลสูงกว่าเดิม และช่วยประหยัดเวลาและแรงงาน ซึ่งสามารถเกิดจากการเรียนรู้องค์ความรู้ภายในและภายนอกองค์กรได้

ทั้งนี้ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดในการทำให้เกิดสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน คือความรู้ ซึ่งความรู้ถือเป็นบ่อเกิดของการสร้างนวัตกรรม เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีลักษณะเฉพาะ คือ เป็นอุตสาหกรรมที่พยายามสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการรวมกลุ่มและการถ่ายทอดความรู้และนวัตกรรมระหว่างกันอยู่แล้ว จึงทำให้เกิดการรับและการถ่ายทอดความรู้ขึ้นในสังคมเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย การเปลี่ยนจากเกษตรเคมีไปสู่เกษตรอินทรีย์ คือการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตไปอย่างสิ้นเชิง ไม่พึ่งสารเคมี และต้องค้นหา ลองผิดลองถูก ศึกษาความรู้ใหม่ ๆ ในการผลิตเกษตรอินทรีย์ และเนื่องจากสังคมเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีลักษณะพิเศษ คือ มีการเรียนโดยการแลกเปลี่ยนรับและถ่ายทอดนวัตกรรมของเกษตรอินทรีย์อยู่เสมอ มีการช่วยเหลือพึ่งพากันและกันมาตลอด ตัวอย่างเช่น การเป็นวิทยากรของเกษตรกร การจัดทำศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ในชุมชนต่าง ๆ การรวมกลุ่มผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ ฯลฯ

ตัวอย่างผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม

ตัวอย่างเช่น พุทธไนย ตันมณี (2557) เกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี (เกษตรกรดีเด่น ประจำปี 2557) โดยเลือกพัฒนานวัตกรรมจากเกษตรเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์ เพราะเห็นว่าเกษตรอินทรีย์เป็นผลดีต่อเกษตรกรผู้ผลิตผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม โดยการปลูกสวนผลไม้เกษตรอินทรีย์ นอกจากจะผลิตผลไม้เพื่อจำหน่ายเป็นผลไม้สดแล้ว ยังมีการใช้นวัตกรรมในการนำผลผลิตมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์เพื่อสุขภาพ นวัตกรรมในการแปรรูปนี้เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตเกษตรอินทร์ จากนั้นคุณพุทธไนย ยังมีการถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิตให้กับเกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียง โดยมีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตพืชสมุนไพรบ้านเกาะลอยขึ้นในปี 2548 ซึ่งกระบวนการผลิตได้มีการควบคุมคุณภาพ ความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ตั้งแต่การจัดการผลิตจนถึงการแปรรูป ปัจจุบันคุณพุทธไนย ได้ผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปหลายชนิด ตราพุทธรักษา ได้แก่ เครื่องดื่มน้ำมังคุด น้ำมังคุดผสมลองกอง น้ำมังคุดผสมสำรอง น้ำลูกหว้า น้ำมะขามป้อม น้ำสำรองผสมดอกคำฝอย น้ำตรีผลาและสมุนไพรแปรรูป เช่น ผักโขมผง สำรองผง ชากระวาน เป็นต้น นอกจากนั้นคุณพุทธไนยยังมีการถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิตเกษตรอินทรีย์ให้กับผู้ที่สนใจอยู่เสมอ รวมไปถึงได้เข้ารับการอบรมนวัตกรรมในการผลิตและนวัตกรรมการตลาดจากผู้ประกอบการรายอื่น ๆ และหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง

การปรับตัวนี้สอดคล้องกับไพบูลย์ สลักฤทัย (2557) เจ้าของบ้านไร่จามจุรี จังหวัดจันทบุรี จากเภสัชกรผันตัวมาเป็นเกษตรกร ทิ้งเงินเดือนเป็นแสนมาทำเกษตรอินทรีย์ และมีการถ่ายทอดและรับนวัตกรรมอยู่เสมอ ๆ โดยเป็นวิทยากรบรรยายเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ให้กับผู้ที่สนใจทุก ๆ คน ทั้งด้านนวัตกรรมการผลิต และรวมไปถึงกระบวนการต่าง ๆ เพราะคุณไพบูลย์มีความเชื่อว่า เกษตรอินทรีย์เป็นหนทางแห่งความยั่งยืน และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับประเทศไทยได้ นอกจากนั้นคุณไพบูลย์ยังเข้าอบรม ตามสถานที่ต่าง ๆ ที่เปิดอบรมเกี่ยวกับเรื่องนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ เช่น การเข้าอบรมเกี่ยวกับนวัตกรรมทางการตลาดเพื่อเกษตรอินทรีย์โดยการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จัดขึ้นจากหน่วยงานของรัฐบาล เป็นต้น และพยายามรวมกลุ่มผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่จังหวัดจันทรบุรี เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และแลกเปลี่ยนนวัตกรรม หรือความรู้ต่าง ๆ ในกลุ่มของตนเอง

ตัวอย่างผู้ประกอบการที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม อิสรีย์ ฮอลล์ (2557) เจ้าของไร่ “ภูน้ำฟ้า” จังหวัดสุพรรณบุรี เกษตรกรดีเด่นสาขาการผลิตพืชอินทรีย์ประจำปี 2557 เป็นแพทย์แผนไทย ที่มีความตั้งใจที่จะหาทางออกและทางรอดให้กับชุมชนในด้านสุขภาพ จึงมีแนวคิดปรับเปลี่ยนจากเกษตรเคมีที่เจ้าของที่ดินเก่าทำไว้ เป็นเกษตรอินทรีย์ เริ่มต้นจากการไม่มีความรู้แต่มองเห็นโอกาสของเกษตรอินทรีย์ เป็นทางออกของสุขภาพที่ดี และทำให้เกิดความยั่งยืน จึงเริ่ม

ไปศึกษาเรียนรู้เรื่องการทำเกษตรอินทรีย์ได้เข้าร่วมการอบรม ศึกษา หาความรู้เพิ่มเติม ตามสถานที่ต่าง ๆ ที่เปิดให้เข้าเรียนรู้ และนำความรู้ที่ได้ จากการอบรมและศึกษาดูงาน มาปรับใช้พัฒนากับการปลูกของตนและปรับเปลี่ยนผืนดิน สู่ความยั่งยืน นอกจากเป็นผู้รับแล้ว ยังเป็นผู้ให้ให้กับองค์กร หรือบุคคลต่าง ๆ ที่สนใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ โดยเปิดเป็นศูนย์การเรียนรู้ผู้ที่สนใจสามารถไปอยู่และเรียนรู้นวัตกรรมในการผลิตเกษตรอินทรีย์ ที่ไร่ของคุณอิสรีย์ ได้ทุกเมื่อ

นอกจากนั้นคุณอิสรีย์ ยังเป็นต้นแบบของการใช้นวัตกรรมการตลาด ที่ทันสมัย เพราะที่ไร่ภูน้ำฟ้า มีการเข้าถึงผู้บริโภคด้วยอินเทอร์เน็ต มีการอัพเดทรายการผลผลิตประจำอาทิตย์ผ่านเครือข่ายอินเตอร์ให้กับกลุ่มลูกค้าของไร่ ซึ่งถือเป็นนวัตกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมกับโลกในปัจจุบันมากที่สุด เมื่อลูกค้าสั่งแล้ว ผักจะถูกส่งถึงหน้าบ้านของลูกค้าในวันต่อไป ถือเป็นกระบวนการทางการตลาดแบบใหม่ ที่เปลี่ยนจากเดิมคือการไปขายเอง หรือขายผ่านพ่อค้าคนกลาง

ตัวอย่างของผู้ประกอบการที่มีการรับและถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิต และนวัตกรรมการตลาดเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ถือเป็นหลักฐานที่ตอกย้ำลักษณะพิเศษของสังคมเกษตรกรเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย ที่มีการช่วยเหลือ พึ่งพาซึ่งกันและกัน รวมไปถึงการรวมกลุ่มเพื่อถ่ายทอดความรู้และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันร่วมกัน

ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะศึกษาเกี่ยวกับการรับการถ่ายทอด นวัตกรรมการผลิตและนวัตกรรมการตลาดของเกษตรกร (ผู้ประกอบการ) ผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์กับความสามารถในการแข่งขัน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับกิจการเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย

4. นวัตกรรมส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ

นักวิชาการพูดถึงนวัตกรรมส่งผลต่อขีดความสามารถ ความสำเร็จ หรือ ทิศทางบวกดังนี้ Henard and Szymanski (2001) กล่าวว่า องค์กรจำเป็นต้องมีความสามารถทางนวัตกรรมตลอดเวลา เนื่องจากความสามารถทางนวัตกรรมมีความสำคัญทำให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนั้นนวัตกรรมยังเปรียบเสมือน ปัจจัยหลักและเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันดังนี้ Tsai (2001 อ้างถึงใน ปรารถนา หลีกภัย, 2556) นวัตกรรมเสมือนเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ Hult, Snow and Kandemir (2003) กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นเหมือนเครื่องมือซึ่งองค์กรใช้เพื่อที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

นวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ ยังถูกกล่าวถึงในงานวิจัยต่างประเทศของ Hult, Hurley and Knight (2004 อ้างถึงใน ปรารถนา หลีกภัย, 2556) ได้ทำการศึกษาวิจัยผลการศึกษาด้านนวัตกรรมพบว่า นวัตกรรมในระดับองค์กรทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อ

ผลการดำเนินงานขององค์กร และเป็นองค์ประกอบหนึ่งในความสำเร็จขององค์กร งานวิจัยในประเทศไทยของ พนิดา สัตโยภาส บุญชนิต วิงวอน และบุญฑวรรณ วิงวอน (2555) นวัตกรรมองค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ บุญฑวรรณ วิงวอน และณัฐวดี พัฒนโพธิ์ (2556) นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ และปรารถนา หลีกภัย (2556) ความสามารถทางนวัตกรรมมีผลทางตรงทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงานองค์กร

5. นวัตกรรมส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ ตามแนวคิดของ Henard and Szymanski (2001)

Henard and Szymanski (2001) ได้ศึกษาวิจัยและจัดทำบทความชื่อ Why some new products are more successful than other (ทำไมผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ บางตัวถึงประสบความสำเร็จมากกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เป็นองค์ประกอบสำคัญของความสำเร็จที่ยั่งยืนในการจัดการภาคธุรกิจ และมีการศึกษาจำนวนมากที่อธิบายการตัวขับเคลื่อนของความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่จะช่วยจัดการและวิเคราะห์ถึงการเติบโตของสิ่งเหล่านี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แบบอภิมาน (Meta-analysis) ในการแสดงลักษณะของผลิตภัณฑ์ โดยใช้ตัวชี้วัด 24 ตัวจากลักษณะผลิตภัณฑ์ใหม่ ทำให้ทราบถึงศักยภาพของตลาด ความต้องการของลูกค้า ความเป็นมืออาชีพ และความทุ่มเทของแรงงาน

จุดประสงค์งานวิจัยของ Henard and Szymanski (2001) เพื่อแสดงความเข้าใจที่ลึกซึ้งจากการวิเคราะห์อภิมานที่เป็นตัวกำหนดของผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งในงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีการกำหนดค่าโดยผู้จัดการ (Managers) และผู้วิจัย (Academic) นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังให้สมรรถนะของตลาด (Marketplace) ในการริเริ่มผลิตภัณฑ์ใหม่

จากการศึกษาวิจัยใน 60 ครั้ง พบว่า ตัวแปรอิสระ หนึ่งตัวหรือหลายตัว มีผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่ซึ่งในเดือนมกราคม ค.ศ. 1999 ได้มีข้อสรุปผลการวิจัยว่า ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) คือ สถิติที่ใช้หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นวิธีการวัดที่ดีที่สุด และในรายงานการศึกษางานวิจัย ผู้วิจัยได้เขียนถึงนักวิจัยที่ไม่ได้รายงานค่าสหสัมพันธ์ หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้อง และถามเกี่ยวกับ Correlation matrix ซึ่งคือ การวิเคราะห์หาค่าสหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมด เรียกว่าการทำ Correlation matrix เพื่อหาขนาดของความสัมพันธ์เฉพาะตัวแปรอิสระเท่านั้น ถ้าค่า สหสัมพันธ์ มีค่ามากกว่า 0.8 ขึ้นไปถือว่าตัวแปรอิสระคู่นั้นมีความสัมพันธ์กันมาก

ตามวิธีการเก็บข้อมูลนี้ได้รับค่าสหสัมพันธ์ สำหรับการศึกษาทั้งหมด 41 ตัวอย่าง จากทั้งหมด 60 ตัวอย่าง เกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation) ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้มี 35 ตัวอย่างที่สามารถเปิดเผยได้ และ 6 ตัวอย่าง ที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ ซึ่งได้ค่าสหสัมพันธ์ที่ 798

การใช้การทำงานเป็นกลุ่มสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลายเป็นคำถามว่าควรใช้อย่างมากที่สุดเท่าไหร่ที่จะทำให้สินค้าประสบความสำเร็จ และยังเป็นคำถามว่า สมาชิกในกลุ่มควรมีความสามารถที่เหมือนกันหรือไม่ หรือควรมีความสามารถและมีความเป็นมาที่ต่างกัน ในทางทฤษฎี ความหลากหลายทางในความชำนาญ สามารถนำไปสู่ความรู้ที่กว้างขวาง ทั้งเรื่องของการพัฒนาสินค้า การระบุสินค้า และการ Generate Ides ยกตัวอย่าง ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความชำนาญทางอาชีพ และระดับของนวัตกรรม (Rate of innovation) ระบุว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความหลากหลายของสมาชิกในกลุ่มที่มีความคิดสร้างสรรค์

ผลการวิจัยของ Henard and Szymanski (2001) พบว่า

1. ความหลากหลายทางด้านความชำนาญพิเศษ (Functional specialty) อาจจะเกี่ยวข้องกับระดับของนวัตกรรม (Rate of innovation) ซึ่งเป็นผลจากการสร้างความคิด องค์ประกอบของความหลากหลายของหน้าที่ (Functional diversity) แต่ไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ (Product performance)

2. เราพบว่า ประเด็นการมีส่วนรวมข้ามแผนก (Cross functional) และ ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product performance) ไม่ได้สัมพันธ์กัน

3. การมีส่วนร่วมจากหลากหลายแผนก (Cross-functional integration) มีผลกับการจัดการทั้งการด้านการบริการ หรือสินค้า

ผลของการมีส่วนร่วมจากหลากหลายแผนก มีผลกับข้อมูลประสิทธิภาพ ข้อสรุปเหล่านี้นำไปสู่คำถามถึงความจำเป็นสำหรับความหลากหลายของหน้าที่ แม้ว่าความหลากหลายของหน้าที่มีบทบาทในงานที่จะนำไปสู่ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ใหม่ และสามารถมีประสิทธิภาพในการพัฒนา การรวมกันของแต่ละแผนก ในการคิดผลิตภัณฑ์ใหม่

ข้อสรุปจากวิเคราะห์อภิมานของ Henard and Szymanski (2001) พบว่า การจัดการสามารถทำให้เกิดแตกต่างจากการประเมินแค่วัตถุประสงค์ และความแตกต่างเหล่านี้สามารถมีผลลัพธ์ที่สำคัญ ในการประเมินความสัมพันธ์ของตัวชี้วัดจำนวนมากของประสิทธิภาพตัวชี้วัดเหล่านี้ เช่น สินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ทรัพยากรมนุษย์ ความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีการลดเวลา และการมีส่วนร่วมจากหลากหลายแผนก ฯลฯ

จากข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่า องค์กรควรมีการจัดการ ตั้งวัตถุประสงค์ กลยุทธ์ และมีการทำงานเป็นทีม ก่อนการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ควรมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร ควรมีส่วนร่วมจากหลาย ๆ แผนก มาช่วยกันคิด และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกัน เพื่อความหลากหลายและความชำนาญพิเศษ ทำให้นวัตกรรมใหม่ ๆ เกิดขึ้น ในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดขีดความสามารถในการแข่งขันกับองค์กรอื่นได้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวนวัตกรรม และขีดความสามารถขององค์กรผ่านทางการรับการทางทอดนวัตกรรมการผลิต และนวัตกรรมการตลาดของผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ไทย ซึ่งผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักวิชาการเพื่อการศึกษาวิจัยในอนาคต และผู้ประกอบการจะได้ทราบแนวทางในการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถขององค์กร

## แนวคิดความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน

คำนิยามของความเป็นผู้ประกอบการในเชิงกลยุทธ์มิลเลอร์ (Miller, 1983 อ้างถึงใน วุฒิชาติ สุนทรสมัย, 2550, หน้า 21) คือความเป็นผู้ประกอบการเป็นการดำเนินการในการพัฒนานวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์และโอกาสใหม่ ๆ สู่ตลาด กล่าวคือเป็นการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ที่ทันสมัยก่อนผู้อื่น โดยนำมาใช้ดำเนินการผลิตเพื่อเอาชนะคู่แข่งให้ได้ในทุกสถานการณ์ โดยมิลเลอร์ระบุว่า องค์ประกอบที่สำคัญของความเป็นผู้ประกอบการมี 7 ประการ คือ

1. การริเริ่มและการขยายธุรกิจ
2. การริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ ในธุรกิจ
3. การรับรู้การควบคุมตนเอง
4. มุมมองทางธุรกิจ
5. การยอมรับความเสี่ยงและความไม่แน่นอน
6. ความเป็นอิสระ
7. สร้างสรรค์ มีมุมมองที่เอื้อต่อการจัดหาแหล่งทรัพยากรใหม่หรืออาจนำความสามารถเดิมไปรวมกันเป็นโอกาสและแนวคิดลักษณะใหม่ เพื่อเป้าหมายในการสร้างสรรค์ความมั่งคั่งและมั่นคงแก่กิจการ

สำหรับคำนิยามในเชิงการตลาดนั้น มอร์ริส และพอล (Morris & Paul, 1987 อ้างถึงใน วุฒิชาติ สุนทรสมัย, 2550, หน้า 20) ระบุว่าความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง การยอมรับความเสี่ยงในการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ อันเป็นนวัตกรรมและตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคก่อนที่ผู้บริโภคจะเรียกร้อง นอกจากนั้นยังมีการพูดถึงความเป็นผู้ประกอบการ ว่าเป็นบทบาทสำคัญในการนำความก้าวหน้าด้านนวัตกรรม โดย Jia-Sheng Lee. (2010) อ้างถึงใน บุญฑวรรณ วิงวอน และณัฐวดี พัฒนโพธิ์, 2556, หน้า 124) ได้อธิบายเอาไว้ว่า เพื่อความอยู่รอด และการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ ผู้ประกอบการมีบทบาทสำคัญในการนำความก้าวหน้าด้านนวัตกรรมและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มาสู่สังคม เจ้าของธุรกิจต้องมุ่งความจำเป็นในการปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ โดยต้องใช้ภาวการณ์มุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถทางการตลาดและนวัตกรรม เพื่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

จากความหมายต่าง ๆ ข้างต้นจึงพอสรุปได้ว่าความเป็นผู้ประกอบการ คือ ผู้ประกอบการที่ สามารถใช้โอกาสเพื่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ความเป็นผู้ประกอบการเป็นการกระทำที่ก่อให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ และความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ สู่ตลาดก่อนผู้อื่น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อความมั่นคง อย่างยั่งยืน

ความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันตามแนวคิดของสตีเวนสัน ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดความเป็นผู้ประกอบการโดยการใช้ข้อมูลและผลการวิจัยในส่วนความเป็นผู้ประกอบการ จากงานวิจัยของจันทร์เพ็ญ ฤทธิรงค์ (2558) เรื่อง การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย ซึ่งใช้แนวคิดหลักในการศึกษาวิจัย คือ ความเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดของสตีเวนสัน

Stevenson เป็นศาสตราจารย์กิตติมศักดิ์ด้านการบริหารธุรกิจ (ผู้มีความเชี่ยวชาญในศิลปะวิทยาการเฉพาะด้าน หรือผู้สอนผู้มีความชำนาญระดับสูง ศาสตราจารย์อาจได้รับการคัดเลือกแล้วแต่งตั้งตามตำแหน่งทางวิชาการ หรือมีคุณวุฒิในระดับที่ควรแก่การยกย่อง มีคนในวงการอ้างถึงและยกผลงานให้เป็นทฤษฎี หรือมีผลงานวิจัยที่ส่งผลกระทบโดยกว้าง) รองคณบดีอาวุโส ผู้อำนวยการสำนักพิมพ์ และเป็นประธานคณะกรรมการสำนักพิมพ์ของบริษัท Harvard Business Publishing Company ในปี 1983 สตีเวนสันให้คำนิยามความเป็นผู้ประกอบการว่า “ผู้ที่แสวงหาโอกาสโดยไม่คำนึงถึงข้อจำกัดของทรัพยากร” ต่อมาในปี 2006 ได้มีการปรับปรุงและตีพิมพ์บทความชื่อมุมมองความเป็นผู้ประกอบการ (A perspective on entrepreneurship) จากบทความเก่าในปี 1970 กล่าวว่า ความเป็นผู้ประกอบการ เป็นคำที่นิยมมากในธุรกิจการบริหารจัดการ คำว่าความเป็นผู้ประกอบการ ได้เข้ามาในศัพท์ของวงการธุรกิจในปี 1980 มีความหมายเท่ากับคำว่ามืออาชีพ (จันทร์เพ็ญ ฤทธิรงค์, 2558, หน้า 26)

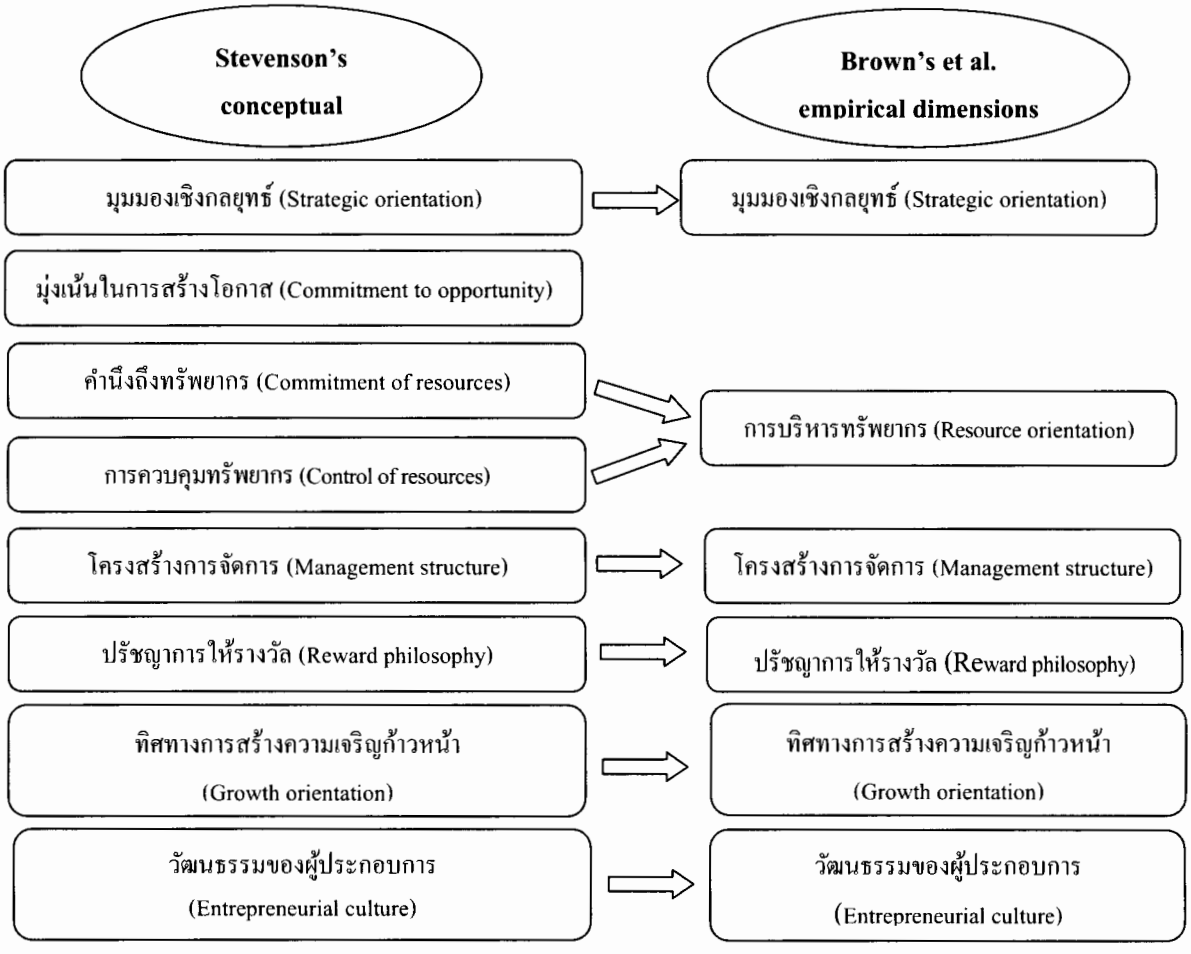
ตามแนวคิดของสตีเวนสันพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่แสวงหาโอกาสโดยไม่คำนึงถึงข้อจำกัดของทรัพยากร (The pursuit of opportunity without regard to resources currently controlled) คำอธิบายของพฤติกรรมเชิงประกอบการ (Entrepreneurial behavior) สามารถอธิบายใน 6 ด้านที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจได้ดังนี้ 1. มุมมองเชิงกลยุทธ์ (Strategic orientation) 2. มุ่งเน้นในการสร้างโอกาส (Commitment to opportunity) 3. คำนึงถึงทรัพยากร (Resource commitment process) 4. แนวคิดการควบคุมทรัพยากร (The concept of control over resources) 5. แนวคิดการบริหารจัดการ (The concept of management) 6. นโยบายค่าตอบแทน (Compensation policy)

และในปี 2001 เทอเรนซ์ อี บราวน์ เปอ ดาวิสสัน และโจฮาน วิกลุน (Brown, Davidsson, Wiklund, 2001) ร่วมกันจัดทำบทความเรื่อง An Operationalization of Stevenson's Conceptualization of Entrepreneurship as Opportunity-based Firm Behavior ขึ้น ซึ่งบทความมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเครื่องมือจากทฤษฎีพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กรให้ออกมาในเชิงปฏิบัติการโดยทบทวน แนวคิดของสตีเวนสัน ดังนี้ สตีเวนสันกล่าวว่า "ผู้ประกอบการ เป็นมากกว่าการเริ่มต้นธุรกิจใหม่" เพราะฉะนั้นการจัดการประกอบการ จึงเป็นประเภทหนึ่งของการจัดการที่แตกต่างกับการจัดการแบบดั้งเดิม สตีเวนสัน และจาริลโร (Stevenson & Jarillo, 1990, p. 25) กล่าวว่า การจัดการประกอบการสะท้อนให้เห็นถึง การที่ผู้ประกอบการจะแสวงหาโอกาสอย่างต่อเนื่อง โดยไม่คำนึงถึงข้อจำกัดของทรัพยากร โดยแนวความคิดของการแสวงหาโอกาสนี้สะท้อนถึงคำจำกัดความที่คลาสิกของ เคริซเนอร์ (Kirzner, 1973) กล่าวว่า "การเตรียมความพร้อมต่อโอกาส" ทั้งนี้แนวความคิดของสตีเวนสัน เป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับในงานวิจัยต่าง ๆ อย่างแพร่หลาย สรุปคือสตีเวนสันมองแนวความคิดของผู้ประกอบการมีกรอบการจัดการที่กว้างขึ้นและมีความเชื่อมโยงกันกับการจัดการแบบคลาสสิก และมีคำนิยามของผู้ประกอบการที่ร่วมสมัยมากขึ้น (จันทร์เพ็ญ ฤทธิรงค์, 2558, หน้า 27)

ในงานวิจัยแรกของสตีเวนสัน มีปัจจัยทั้งหมด 6 ด้าน คือ 1. มุมมองเชิงกลยุทธ์ 2. มุ่งเน้นในการสร้างโอกาส 3. คำนึงถึงทรัพยากร 4. การควบคุมทรัพยากร 5. โครงสร้างการจัดการ และ 6. ปรัชญาการให้รางวัล สตีเวนสัน; สตีเวนสัน และกัมเพิรท (Stevenson, 1983; Stevenson & Gumpert, 1985) ต่อมาสตีเวนสันได้เพิ่มเติมปัจจัยขึ้นอีกในงานวิจัยอื่น ๆ 2 ด้าน คือ 1. วัฒนธรรมของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial culture) และ 2. ทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า (Growth orientation) สตีเวนสันและกัมเพิรท; สตีเวนสัน และจาริลโร (Stevenson & Gumpert, 1985; Stevenson & Jarillo, 1986; 1990, p. 25) การสรุปความความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมประกอบการตามแนวคิดของสตีเวนสัน กับพฤติกรรมบริหารแบบดั่งเดิม พฤติกรรมประกอบการคือ ผู้ก่อตั้งองค์กรกับพฤติกรรมการบริหาร คือ ผู้ดูแลองค์กร

ต่อมาบราวน์ และคณะ (Brown, et al., 2001) เห็นว่าแนวความคิดของสตีเวนสันจะเป็นที่สนใจ แต่ก็ยังไม่มีความคืบหน้า เพราะขาดเครื่องมือในการตรวจสอบแนวคิดนี้ จึงมีการพัฒนาเครื่องมือจากแนวคิดของสตีเวนสัน โดยมีการพัฒนาแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กร (Opportunity-based firm behavior) ให้ออกมาในเชิงปฏิบัติการ และมีการทำแบบสอบถามเพื่อทดสอบเครื่องมือนี้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง ที่มีขนาดใหญ่มากกว่า 1,200 ตัวอย่าง ซึ่งทำการทดสอบในประเทศสวีเดน โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างของบริษัทที่มีขนาดแตกต่างกัน มีโครงสร้างองค์กรที่ต่างกัน และอุตสาหกรรมที่ต่างกัน

ต่อมาในปี 2010 คุนห์ และคณะ (Kuhn, et al., 2010) ได้เขียนบทความเรื่อง "การจัดการประกอบการ" เป็นกลยุทธ์ทางเลือกในพฤติกรรมของกิจการ: เชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงาน (Entrepreneurial Management as a Strategic Choice in Firm Behavior: Linking it with Performance) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการประกอบการ ซึ่งได้นำแนวคิดของสตีเวนสันที่ถูกนำมาพัฒนาเชิงปฏิบัติการโดย บราวน์และคณะ (Brown, et al., 2001) มาทดสอบอีกครั้ง ผลสรุปคือ แบบสอบถามของ บราวน์และคณะที่พัฒนาจากแนวคิดของสตีเวนสันมีความน่าเชื่อถือ มีทั้งหมด 6 ด้าน และมีความเกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (จันทร์เพ็ญ ฤทธิรงค์, 2558, หน้า 27-32)




ภาพที่ 2-3 ด้านตามแนวคิดของสตีเวนสัน (Stevenson, 1983) และ 6 ด้านที่ได้จากการทดลองของ บราวน์ และคณะ (Brown, et al., 2001; Kuhn, et al., 2010 อ้างถึงใน จันทร์เพ็ญ ฤทธิรงค์, 2558)

ความเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดสตีเวนสัน (Entrepreneurship) พัฒนาเชิงปฏิบัติการ โดย บราวน์ และคณะ (Brown, et al., 2001) และพัฒนาต่อโดยคุนห์ และคณะ (Kuhn, et al., 2010) สามารถแบ่งได้ 6 ปัจจัย ดังนี้

1. มุมมองเชิงกลยุทธ์ (Strategic orientation) หมายถึง พฤติกรรมการกำหนดกลยุทธ์ของกิจการ จากการรับรู้โอกาส ซึ่งถือได้ว่าโอกาสเป็นตัวควบคุมกลยุทธ์ของกิจการ ต่างจากกำหนดกลยทธ์ของมุมมองเชิงกลยุทธ์แบบดั่งเดิม ที่กำหนดกลยุทธ์จากทรัพยากร (เช่น คนงานหรือพนักงาน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบ ฯลฯ) ที่มีอยู่ภายในองค์กร

2. การบริหารทรัพยากร (Resource orientation) หมายถึง การมีพฤติกรรมบริหารทรัพยากรภายในกิจการตามโอกาสที่พบเจอ มีแนวคิดที่จะใช้ประโยชน์จากโอกาส โดยทรัพยากร

(เช่น คนงานหรือพนักงาน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบ ฯลฯ) ของกิจการ ไม่มีส่วนกับการตัดสินใจใด ๆ ซึ่งการบริหารตามโอกาสแบบนี้ผู้บริหารทรัพยากรจะมีความเชื่อว่า โอกาสของความสำเร็จมีความสำคัญกว่าการลงทุนกับทรัพยากร จึงทำให้มีความคิดที่ยืดหยุ่นโดยการเช่า หรือยืมทรัพยากรที่ต้องการเพื่อตอบสนองต่อโอกาสที่พบเจอ

3. โครงสร้างการจัดการ (Management structure) หมายถึง การมีพฤติกรรมบริหารโครงสร้างการจัดการแบบไม่เป็นทางการ ในกิจการจะมีการรวมกลุ่มของคนงานหรือพนักงานเป็นเครือข่ายทั้งภายใน และภายนอกกิจการ ซึ่งความสัมพันธ์จะไม่มีรูปแบบที่ตายตัว มีความยืดหยุ่นสูง เพื่อปรับตัวให้เข้ากับโอกาสที่พบเจอ หรือสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป ให้อิสระกับคนงานหรือพนักงานทุก ๆ คนในกิจการ และมักใช้บุคลิกภาพของคนงานหรือพนักงานแต่ละคน เป็นตัวกำหนด หน้าที่ในการทำงานที่เหมาะสม

4. ปรัชญาการให้รางวัล (Reward philosophy) หมายถึง การมีพฤติกรรมการประเมินรางวัลต่าง ๆ ตามคุณค่าที่คนงานหรือพนักงานแต่ละได้เพิ่มให้กับองค์กร (หน่วยงาน) หรือการที่คนงานหรือพนักงานสร้างมูลค่าในระยะยาวให้กับองค์กร คนงานหรือพนักงานทุกคนมีสิทธิ์ได้รางวัลอย่างเท่าเทียมกัน และมีความยืดหยุ่นในการทำงาน โดยเปิดโอกาสให้คนงานหรือพนักงานทุก ๆ คนเข้าถึงทรัพยากรที่พวกเขาอาจจำเป็นต้องใช้ในการพัฒนาความคิดใหม่ ๆ นอกจากนั้นยังส่งเสริมให้มีการทำงานเป็นทีมภายในองค์กร มีการกำหนดรางวัลสำหรับแผนก/ ทีม ที่ทำงานได้ดีและมีประสิทธิภาพ เพิ่มคุณค่า หรือส่งผลดีให้กับองค์กร

5. ทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า (Growth orientation) หมายถึง การมีพฤติกรรมหรือ แนวคิดที่จะทำให้กิจการเติบโตอย่างรวดเร็ว และประสบความสำเร็จอย่างเร็วที่สุด โดยการกระทำตามโอกาสที่พบเจอ และยินยอมรับความเสี่ยง มีแนวคิดว่าความเจริญก้าวหน้าของกิจการเป็นเป้าหมายสูงสุด

6. วัฒนธรรมของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial culture) หมายถึง การมีแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่มีผลกำไร ไม่เคยประสบปัญหาการขาดแนวคิดในการดำเนินกิจการ กล่าวคือ ผู้ประกอบการ มีความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ในการผลิต คิดค้นผลิตภัณฑ์ หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอ โดยมีแนวคิดใหม่ ๆ ได้ในทุก ๆ โอกาสที่พบเจอ และมีแนวคิดที่สามารถมองเห็นความสำเร็จในอนาคต โดยไม่ต้องคำนึงถึงทรัพยากรที่มีอยู่

ความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อขีดความสามารถตามแนวคิดของ ลี และคณะ (Lee, et al., 2010)

แนวความคิดในเรื่องความเป็นผู้ประกอบการ ส่งผลต่อขีดความสามารถสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ลี และคณะ (Lee, et al., 2010) ได้ทำการวิจัยเรื่อง A Research In Relating

Entrepreneurship, Marketing Capability, Innovative Capability And Sustained Competitive Advantage วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้คือ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะการประกอบการความสามารถทางการตลาด ความสามารถนวัตกรรมและการได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ผลิตชั้นนำจำนวน 1000 บริษัทในประเทศไต้หวันในปี 2009 ที่เก็บรวมรวมจากนิตยสาร Commonwealth magazine เป็นบริษัทกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักรกล เช่น คอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รถยนต์ วิศวกรรมไฟฟ้า อาหาร เสื้อผ้า เคมีเหล็กและผู้ผลิตโลหะ ฯลฯได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 116 ตัวอย่าง โดยใช้โมเดล สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) และ LISREL 8.7 editions ในการวิเคราะห์ข้อมูลและตรวจสอบสมมติฐาน

กรอบแนวความคิดมีทั้งหมด 4 ด้าน คือ

ด้านที่ 1 ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อ คือ

1. นวัตกรรม (Innovation)
2. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Initiative)
3. ความเสี่ยง (Risk taking)

ด้านที่ 2 ความสามารถในการตลาด (Marketing capability) แบ่งเป็น 4 หัวข้อ คือ

1. การบริการลูกค้า (Customer service)
2. การขาย (Sales)
3. การวิเคราะห์การตลาด (Market analysis)
4. ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product differentiation)

ด้านที่ 3 ความสามารถในการสร้างนวัตกรรม (Innovative capability)

1. นวัตกรรมสินค้า (Product innovation)
2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation)
3. นวัตกรรมการจัดการ (Management innovation)
4. นวัตกรรมการตลาด (Marketing innovation)

ด้านที่ 4 ความได้เปรียบได้การแข่งขันอย่างยั่งยืน (Sustained competitive advantage) แบ่งเป็น 2 หัวข้อคือ

1. ความสามารถในการทำกำไรของบริษัท (Firm's profitability)
2. ยากต่อการเลียนแบบ (Competencies hard to imitate)

จากนั้นมีการตั้งสมมติฐานทั้งหมด 9 สมมติฐาน ผลการวิจัย พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงความสามารถทางการการตลาด ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

รองลงมา คือ ความเป็นผู้ประกอบการประกอบการมีผลทางอ้อมต่อความได้เปรียบอย่างยั่งยืนผ่านความสามารถด้านการตลาด และความสามารถในนวัตกรรม ความสามารถทางการตลาดจะไม่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนโดยตรงแต่มีอิทธิพลโดยอ้อมผ่านความสามารถในนวัตกรรม และลำดับสุดท้าย คือ ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยตรง

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยจะทำให้ เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย ซึ่งถือว่าเป็นหัวใจสำคัญของกิจการเกษตรอินทรีย์ไทย เพื่อพัฒนาให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อกิจการเศรษฐกิจ และสังคมไทย

## แนวคิดเกษตรอินทรีย์

ผู้วิจัยได้รวบรวมความหมายเกษตรอินทรีย์ ของนักวิชาการ และหน่วยงานต่าง ๆ ไว้ดังนี้

กรมวิชาการเกษตร (2557) ได้ให้ความหมายของเกษตรอินทรีย์ไว้ว่า หมายถึง ระบบการผลิตที่คำนึงถึงสภาพแวดล้อม รักษาสมดุลของธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ โดยมีระบบการจัดการนิเวศวิทยาที่คล้ายคลึงกับธรรมชาติ และหลีกเลี่ยงการใช้สารสังเคราะห์ที่อาจก่อให้เกิดมลพิษในสภาพแวดล้อม

การรักษาสมดุลทางธรรมชาติยังถูกกล่าวถึงในงานวิจัยของ อัจฉรา สุขสมบูรณ์ (2549, หน้า 8) ได้ให้ความหมายของเกษตรอินทรีย์ไว้ว่า หมายถึง การทำการเกษตรที่ไม่มีสารพิษตกค้าง ไม่ว่าสารพิษดังกล่าวจะมาจากทางดิน ทางน้ำ ทางอากาศ หรือแม้แต่จากการตัดต่อพันธุกรรม เพื่อให้ทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมปลอดภัยจากสารพิษ
เป็นการช่วยรักษาความสมดุลทางธรรมชาติและลดต้นทุนการผลิต แล้วหันมาใช้สารอินทรีย์ เช่น ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืช หรือใช้สารสกัดชีวภาพบำรุงพืชแทน โดยเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมดินจนถึงการเก็บเกี่ยว

และความหมายของเกษตรอินทรีย์ยังมีคำจำกัดความจาก สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) (2544, หน้า 10) ว่าระบบการผลิตที่ไม่มีการใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมีในการป้องกันกำจัดศัตรูพืช เป็นระบบการผลิตที่ปฏิบัติตามเงื่อนไขในมาตรฐาน มกท.

สำนักงาน มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้ให้คำจำกัดความของเกษตรอินทรีย์ไว้ว่า เกษตรอินทรีย์ (Organic agriculture) หมายถึง ระบบการจัดการการผลิตด้านการเกษตรแบบ องค์รวม ที่เกื้อหนุนต่อระบบนิเวศรวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพวงจรชีวภาพโดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติหลีกเลี่ยงการใช้วัตถุดิบจากการสังเคราะห์ และไม่ใช้พืชสัตว์ หรือจุลินทรีย์ที่ได้มาจากเทคนิคการดัดแปรพันธุกรรม (Genetic modification) หรือพันธุวิศวกรรม (Genetic engineering) มีการจัดการกับผลิตภัณฑ์โดยเน้นการแปรรูป ด้วยความระมัดระวังเพื่อรักษาสภาพการเป็นเกษตรอินทรีย์และคุณภาพที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน (วิสาหกิจชุมชน คนของแผ่นดิน เกษตรอินทรีย์-วิถีพอเพียง, 2554)

สรุปได้ว่าเกษตรอินทรีย์ หมายถึง การทำเกษตรโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อม ระบบนิเวศ รักษาสมดุลธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพ โดยใช้วัสดุจากธรรมชาติ ไม่ใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมีในการป้องกันและกำจัดศัตรูพืช เพื่อให้เกิดความปลอดภัยต่อผู้ผลิต ผู้บริโภค และทรัพยากรธรรมชาติ

การรองรับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบัน โดยองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบรับรองในประเทศไทย ซึ่ง (วิฑูรย์ ปัญญากุล, 2549 อ้างถึงใน พันธ์จิตต์ สีเหนี่ยง, 2555) ได้สรุปไว้ดังนี้

1. สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.)

สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ก่อตั้งขึ้นโดยองค์กรพัฒนาเอกชน สถาบันวิชาการ หน่วยงานรัฐ องค์กรผู้บริโภค และเครือข่ายร้านค้าสีเขียว เพื่อทำหน้าที่เป็นองค์กรอิสระ ได้ดำเนินงานเป็นองค์กรรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แห่งแรกในประเทศไทย การตรวจสอบรับรองของ มกท. ได้รับการรับรองระบบงานเกษตรอินทรีย์ IFOAM จาก IOAS ตั้งแต่ปลายปี 2544 ทำให้การตรวจสอบรับรองของ มกท. ได้รับการยอมรับจากหน่วยงานจำนวนมากทั่วโลก ตั้งแต่หน่วยงานกว่า 30 แห่งทั่วโลกที่เป็นสมาชิกของ ACBs และหน่วยงานรับรองเกษตรอินทรีย์อื่น ๆ เช่น BioSwiss ในประเทศสวิสเซอร์แลนด์ Ecocert ในรัฐคิวเบค ประเทศแคนาดา Die Bio-Bauern ในประเทศออสเตรีย เป็นต้น นอกจากนี้ มกท. ยังได้รับการยอมรับจากสหภาพยุโรปในฐานะหน่วยตรวจสอบรับรองเกษตรอินทรีย์ตามระเบียบของสหภาพยุโรป 2092/91 และทำ ให้ผู้ผลิต-ผู้ประกอบการที่ได้รับการตรวจรับรองโดย มกท. สามารถส่งสินค้าเกษตรอินทรีย์ไปจำหน่ายในยุโรปได้ตั้งแต่ปี 2546 เป็นต้นมา

2. สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.)

เป็นหน่วยงานระดับกรมก่อตั้งขึ้นเมื่อ ปี 2545 โดยมีภารกิจหลักในการผลักดันมาตรฐานสินค้าเกษตรอินทรีย์ สินค้าเกษตรแปรรูป และอาหาร นอกจากนี้หน้าที่ของ มกอช. ยังครอบคลุมไปถึงการกำหนดมาตรฐานและการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร ตั้งแต่ระดับไร่นาจนถึงผู้บริโภค รวมทั้ง รับผิดชอบในการเจรจาเพื่อแก้ไขปัญหาทางการค้าเชิงเทคนิค และยกระดับคุณภาพสินค้าเกษตรและอาหารของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันในเวทีระดับโลก โดยผู้ที่ได้รับมาตรฐานมกอช. ซึ่งปัจจุบันเปลี่ยนเป็น มาตรฐาน มกษ. 9000-2552 สำหรับพืชจะได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ได้มาตรฐานของไทย (Organic Thailand's Brand)

ภาพที่ 2-4 สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย (Organic Thailand's Brand) (กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, ม.ป.ป. อ้างถึงใน วิสาหกิจชุมชน คนของแผ่นดินเกษตรอินทรีย์-วิถีพอเพียง, 2554)

การออกสัญลักษณ์ที่ได้มาตรฐานของไทย (Organic Thailand's Brand) มีรายละเอียดในรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้ (วิสาหกิจชุมชน คนของแผ่นดิน เกษตรอินทรีย์-วิถีพอเพียง, 2554)

1. การออกใบรับรองการผลิตพืชอินทรีย์ กรมวิชาการเกษตร ได้ออกใบรับรองมาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์ให้แก่เกษตรกร และผู้ผลิต ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ตามมาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์ของประเทศไทย (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่18 เมษายน 2544) จากนั้น ผู้ตรวจประเมิน (Inspector) ที่ได้รับมอบหมายจะออกไปตรวจสอบพื้นที่การผลิต แล้วรายงานให้คณะอนุกรรมการตรวจสอบออกใบรับรองมาตรฐานปัจจัยการผลิต และผลิตพืชอินทรีย์ กรมวิชาการเกษตรเพื่อพิจารณาอนุมัติออกใบรับรองเป็นประกาศนียบัตร ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (ถ้าร้องขอ) พร้อมกับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ Organic Thailand พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อแสดงว่าเป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ใบรับรองมีอายุเพียง 1 ปี ดังนั้น จึงต้องยื่นใบสมัครขอต่ออายุทุกปี ในขณะนี้การขอรับรองการผลิตพืชอินทรีย์ จากกรมวิชาการเกษตรไม่มีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายหรือค่าธรรมเนียมใด ๆ ทั้งสิ้น

2. การตรวจสอบออกใบรับรองมาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์โดย กรมวิชาการเกษตร เพื่อให้เกิดการผลิตพืชอินทรีย์ภายในประเทศเป็นไปตามมาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับของนานา

ประเทศและเพื่อให้เกิดความมั่นคงและมั่นใจในระบบการผลิต การตลาด และการบริโภค จึงจำเป็นต้องสร้างกฎเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติให้มาตรฐานการผลิตมีระบบการตรวจสอบและออกใบรับรอง เนื่องจากการผลิตอาหาร อินทรีย์ในประเทศยังอยู่ในระยะเริ่มต้น การดำเนินงานในทุกด้านที่เกี่ยวข้องเพื่อเข้าสู่ระบบสากลจึงต้องเร่งรีบดำเนินการให้ทันต่อสถานการณ์ความต้องการของตลาดโลก โดยเฉพาะผู้บริโภคในประเทศที่พัฒนาล้ำหน้า อย่างเช่น สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป รวมทั้งประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีการคาดการณ์ว่า ในอีก 5 ปีข้างหน้า ตลาดการค้าอาหารอินทรีย์จะสูงขึ้นมากกว่าร้อยละสิบ คิดเป็นมูลค่ามากกว่าสองพันล้านดอลล่าสหรัฐ หรือประมาณ 1 แสนล้านบาท ประเทศไทยในฐานะผู้ผลิตอาหาร จัดอยู่ในอันดับหกของโลก มีศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารดังกล่าวโดยปรับเปลี่ยนเข้าสู่ระบบ การผลิตอาหารอินทรีย์ได้โดยไม่ยากและเพื่อให้การผลิตอาหารอินทรีย์เข้าสู่ระบบที่เป็นมาตรฐานสากลกรมวิชาการเกษตร ซึ่งมีหน้าที่ในการวิจัยและพัฒนาพืชจึงต้องเร่งรัดวางแผนดำเนินงานการผลิตพืช (อาหาร) อินทรีย์ให้ทันต่อสถานการณ์ดังกล่าว เทคโนโลยีการผลิตพืชอินทรีย์ คืองานหลักที่ต้องวิจัยและพัฒนาโดยเร่งด่วน และในเวลาเดียวกันระบบการผลิตที่ได้มาตรฐานก็จักต้องมีการตรวจสอบและออกใบรับรองควบคู่ไปพร้อมกัน ระบบการตรวจสอบออกใบรับรองที่ กรมวิชาการเกษตรกำลังดำเนินการอยู่ขณะนี้ เกิดจากการลอกเลียนแบบจากประเทศผู้ผลิตและผู้บริโภคที่เป็นมาตรฐานและดำเนินกิจการมายาวนานเป็นที่เชื่อถือโดยทั่วโลก และได้มีการปรับปรุงแก้ไขกรรมวิธีบางประการเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตการเกษตรและวัฒนธรรมการผลิตของเกษตรกรในประเทศไทย ซึ่งสามารถดำเนินการให้ได้ระดับมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของประเทศทั่วโลกได้ โดยได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

ในสภาพความเป็นจริง คุณสมบัติสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ คือ ใบรับรองของตัวมันเอง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ได้สัมผัส พิสูจน์และลิ้มลองอาหารอินทรีย์แต่ละยี่ห้อเป็นหลักประกันของความเชื่อถือซึ่งบางครั้งไม่จำเป็นต้องมีใบรับรองด้วยซ้ำไปแต่เนื่องจากมีความหลากหลายให้ผู้บริโภคจำต้องเลือกหาความมีมาตรฐานในคุณภาพจึงเป็นเรื่องที่ต้องมีกฎ กติกา และจรรยาบรรณซึ่งจำต้องมีผู้รักษากฎเกณฑ์ให้เป็นไปตามกติกาที่กำหนดไว้และกฎกติกาของแต่ละประเทศก็ย่อมแตกต่างกันออกไป ดังนั้น ในวงการค้าตลาดโลกจึงต้องมีกฎกติกากลางที่ประเทศสมาชิกถึงยอมรับเพื่อให้เกิดการซื้อ -ขายระหว่างกัน โดยกำหนดมาตรฐานสากลที่มีองค์กรระหว่างประเทศ เช่น องค์การอนามัยโลก (WHO) และองค์การอาหารและเกษตร (FAO) ร่างเป็นมาตรฐานกลาง เช่น CODEX เพื่อถือใช้เป็นแนวทางปฏิบัติเป็นต้น อย่างไรก็ตามในแต่ละประเทศก็มีกฎหมายกำหนดมาตรฐานของเขาซึ่งแตกต่างกันไปในรายละเอียด อันเป็นส่วนสำคัญของแต่ละประเทศพึงระมัดระวังผลประโยชน์ของเขาเอง ดังนั้น ต่อคำถามที่ว่าใครหรือสถาบันใด คือ ผู้ตรวจสอบออกใบรับรองคำตอบ คือ เป็นบุคคล หรือสถาบันใดก็ได้ที่ได้รับอนุญาต เป็นผู้ตรวจสอบ (Auditor)

ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจากองค์กรแห่งรัฐ และ/ หรือองค์กรสากลที่ยอมรับในประเทศสมาชิก (Accreditation body) จึงสามารถเป็นหน่วยงานรับรอง (Certified body) ที่สามารถออกใบรับรองมาตรฐานแห่งรัฐ และ/ หรือ องค์กรสากลนั้น ๆ ได้ การตรวจสอบและการออกใบรับรองพืชอินทรีย์ภายในประเทศกำลังอยู่ในระหว่างดำเนินงานอย่างรีบเร่ง และให้เป็นระบบตามหลักการกล่าวคือ

2.1 การสร้างผู้ตรวจสอบ ออกประกาศให้ผู้มีคุณสมบัติตามที่รัฐหรือองค์กรสากลทั่วไปกำหนด เข้ารับการอบรม และสอบผ่านมาตรฐาน เพื่อเป็นผู้มีอำนาจหน้าที่ที่ได้รับการรับรอง ขณะนี้รัฐโดยกรมวิชาการเกษตรกำลังอยู่ในระหว่างดำเนินการในขณะเดียวกันสำหรับผู้สนใจเป็นผู้ตรวจสอบสามารถติดต่อองค์กรสากลอื่นได้โดยทั่วไป

2.2 หน่วยงานออกใบรับรองขณะนี้รัฐบาลยังอยู่ในระยะเริ่มต้น ได้มอบหมายให้กรมวิชาการเกษตรดำเนินงานควบคุม กำกับดูแล และออกใบรับรองมาตรฐานอินทรีย์แห่งประเทศไทย เป็นการนำร่องและเมื่อเข้าสู่ระบบดีแล้วจึงเปิดสู่สาธารณะเพื่อช่วยกันดำเนินงานส่วนหน่วยงานใบรับรองที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน (Accreditation) จากองค์กรสากลใด ๆ จะช่วยผลักดันให้มีการส่งออกสินค้าพืชอินทรีย์ย่อมเป็นคุณประโยชน์ต่อประเทศชาติเป็นอย่างยิ่ง รัฐควรให้การสนับสนุนและร่วมมือการทำงาน

2.3 แนวทางปฏิบัติ/ คู่มือการตรวจสอบ ในปัจจุบันกรมวิชาการเกษตรได้ศึกษารูปแบบการปฏิบัติงาน การตรวจสอบพืช/ ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ ทั้งในภาคสนาม และโรงงานจากหน่วยงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจากประเทศสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรปและประเทศญี่ปุ่น และนำมาปรับปรุงเป็นแผนปฏิบัติที่สอดคล้องต่อการปฏิบัติของเกษตรกรไทย แนวทางการปฏิบัติงานของผู้ตรวจสอบ

2.4 ผู้ตรวจสอบจักต้องมีความเข้าใจโดยละเอียดในปรัชญาและความหมายของเกษตรอินทรีย์ (กล่าวโดยรวมแห่งการเป็นอาหารอินทรีย์ซึ่งไม่เฉพาะพืช)

2.5 มาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์ของประเทศผู้นำเข้าจากประเทศไทยและโดยเฉพาะมาตรฐานของประเทศไทยเอง

2.6 รายละเอียดเอกสารทุกชนิดที่เกี่ยวข้อง และเน้นรายละเอียดแบบฟอร์ม ใบสมัคร บันทึกการผลิต และรายงานการตรวจฟาร์ม/ โรงงาน

2.7 การตรวจเยี่ยมฟาร์ม/ โรงงาน ในปีแรกต้องกระทำไม่ต่ำกว่าปีละ 2-3 ครั้ง ปีถัดไป 1-2 ครั้ง

2.8 ผู้ตรวจสอบเป็นผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญต่อคณะกรรมการออกใบรับรอง

2.9 ค่าใช้จ่าย/ ค่าตอบแทนในการปฏิบัติงานตลอดจนความรับผิดชอบในหน้าที่และข้อผิดพลาดอันส่งผลกระทบต่อการรับรองจะมีการกำหนดเป็นระเบียบโดยกฎหมายแห่งรัฐ

กระบวนการออกใบรับรองพืชอินทรีย์ โดยกรมวิชาการเกษตร

2.10 กรมวิชาการเกษตรประกาศให้ผู้ผลิตขอใบสมัครพร้อมให้คำแนะนำ

2.11 ผู้สมัครยื่นแบบฟอร์มการสมัครพร้อมรายละเอียด

2.12 กรมวิชาการเกษตรโดยคณะอนุกรรมการตรวจสอบออกใบรับรองมาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์ประเมินค่าใช้จ่าย

2.13 เมื่อผู้ผลิตตกลงในเรื่องค่าใช้จ่าย คณะอนุกรรมการฯ จะมอบเอกสารดำเนินงานพร้อมชี้แจงรายละเอียด

2.14 เอกสารที่ผ่านการกรอกข้อมูลโดยสมบูรณ์จะได้รับการตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่คณะอนุกรรมการฯ หากมีข้อแก้ไขปรับปรุงจะต้องดำเนินการจนถูกต้องสมบูรณ์

2.15 ทำสัญญาตามข้อตกลงและนัดหมายวันเวลาผู้ตรวจสอบเข้าตรวจแปลง/ โรงงาน กำหนดค่าใช้จ่ายการตรวจครั้งที่ 1

2.16 ก่อนทำการตรวจสอบแปลง/ โรงงาน ผู้ตรวจจะเปิดการฝึกอบรมแก่ผู้ปฏิบัติงานในแปลง/ โรงงาน ในรายละเอียดการผลิต/ วิทยาการหลังการเก็บเกี่ยวและการบรรจุตามมาตรฐานของประเทศไทย การตรวจสอบจะกระทำในสถานที่โดยละเอียดตลอดรวมทั้งการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานตามจุดต่าง ๆ ในระบบ

2.17 ผู้ตรวจสอบจัดทำรายงาน

2.18 รายงานจะถูกส่งเข้าสู่การพิจารณาโดยคณะอนุกรรมการฯ สำเนารายงาน 1 ชุด ส่งให้ผู้ผลิต อีก 1 ชุด ส่งกระทรวงเกษตรและสหกรณ์

2.19 เมื่อรายงานผ่านการตรวจสอบและได้รับอนุมัติโดยคณะอนุกรรมการฯ ผู้ผลิตได้รับใบรับรองพร้อมสัญลักษณ์ (LOGO) แห่งประเทศไทยโดยผู้ตรวจสอบจะเข้าตรวจเยี่ยมแปลง/ โรงงาน เป็นครั้งที่ 2 เพื่อสรุปผลแจ้งผลการอนุมัติพร้อมมอบใบรับรองและสัญลักษณ์แจ้งค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมด (ครั้งที่ 2)

2.20 ผู้ผลิตต้องยื่นรายงาน จำนวนการผลิตการติดสลากพร้อมสัญลักษณ์พร้อมใบยืนยันจากลูกค้าทุกรายต่อกรมวิชาการเกษตรทุก 3 เดือน

2.21 การรับรองมีอายุ 1 ปี และทำการตรวจสอบยืนยันซ้ำตามระบบเดิม ซึ่งจะมีการบันทึกการอนุมัติในแต่ละปี ในทำนองเดียวกันหน่วยงานออกใบรับรองอื่น (นอกจากกรมวิชาการเกษตรซึ่งจะเกิดขึ้นในอนาคต) ก็จะได้รับการตรวจสอบและรับรองจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เป็นระบบเช่นเดียวกันนี้

จะเห็นได้ว่ามีรายละเอียดการออกสัญลักษณ์ที่ได้มาตรฐานของไทย (Organic Thailand's Brand) ต้องการให้เกิดการผลิตพืชอินทรีย์ภายในประเทศเป็นไปตามมาตรฐานสากล

เป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ และเพื่อให้เกิดความมั่นคง และมั่นใจในระบบการผลิต การตลาด และการบริโภค ซึ่งการสร้างกฎเกณฑ์ และระเบียบปฏิบัติให้มาตรฐานการผลิตมีระบบการตรวจสอบและออกใบรับรองนี้จะช่วยให้การดำเนินงานในทุกด้านที่เกี่ยวข้องเข้าสู่ระบบสากล และทันต่อสถานการณ์ความต้องการของตลาดโลก ในการพัฒนาศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยปรับเปลี่ยนเข้าสู่ระบบการผลิตอาหารอินทรีย์สู่ระบบที่เป็นมาตรฐานสากล ที่สามารถส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. หน่วยงานอื่น ๆ

หน่วยงานตรวจรับรองภาคเอกชนจากต่างประเทศ ที่เข้ามาตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยด้วย สำหรับการส่งออก เช่น 1. BioAgriCert จากประเทศอิตาลี 2. Soil Association จากประเทศอังกฤษ 3. BCS จากประเทศเยอมนี 4. IMO จากประเทศสวิสเซอร์แลนด์/เยอรมนี เป็นต้น

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้มีการศึกษาและรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ ดังนี้

งานวิจัยภายในประเทศ

วิสาหกิจชุมชน คนของแผ่นดินเกษตรอินทรีย์ วิถีพอเพียง (2554) อธิบายว่า การออกสัญลักษณ์ที่ได้มาตรฐานของไทย (Organic Thailand's Brand) โดยประกาศใช้มาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์ของประเทศไทย เพื่อให้เกิดการผลิตพืชอินทรีย์ภายในประเทศเป็นไปตามมาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ และเพื่อให้เกิดความมั่นคงและมั่นใจในระบบการผลิต การตลาด และการบริโภค จึงจำเป็นต้องสร้างกฎเกณฑ์ และระเบียบปฏิบัติให้มาตรฐานการผลิตมีระบบการตรวจสอบ และออกใบรับรอง จึงต้องประกาศเป็นกฎหมาย ซึ่งการสร้างกฎเกณฑ์ และระเบียบปฏิบัติให้ผู้ผลิตที่ต้องการได้เครื่องหมายมาตรฐาน จะต้องปฏิบัติตามนโยบายที่กำหนดตามมาตรฐานการผลิต โดยมีระบบการตรวจสอบและออกใบรับรองนี้จะช่วยให้การดำเนินงานในทุกด้านที่เกี่ยวข้องเข้าสู่ระบบสากล และทันต่อสถานการณ์ความต้องการของตลาดโลก ในการพัฒนาศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยปรับเปลี่ยนเข้าสู่ระบบการผลิตอาหารอินทรีย์สู่ระบบที่เป็นมาตรฐานสากล ที่สามารถส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในเรื่องของขีดความสามารถในการแข่งขัน ตามแนวคิดหลักของงายวิจัย มีนักวิจัยหลายท่านได้ศึกษาวิจัย เช่น จิรภัทร นามประเทือง (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศไทย กรณีศึกษา น้ำยางข้นและผลิตภัณฑ์ ซึ่งจากการที่ในปัจจุบันประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตยางพาราอันดับหนึ่งของโลก อุตสาหกรรมการผลิต

น้ำยางข้นและผลิตภัณฑ์ได้เพิ่มความสำคัญ เพื่อใช้ในการป้องกันโรคและความปลอดภัยมากขึ้น การศึกษาในครั้งนี้เพื่อวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ การวิเคราะห์ตามทฤษฎีแบบจำลองเพชร และการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาโครงสร้าง การผลิตการตลาด และการส่งออก การวิเคราะห์ด้วยค่าดัชนีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบใช้ข้อมูลทุติยภูมิในช่วงปี 2547 - 2551 พบว่า น้ำยางข้นของไทยมีค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ซึ่งแสดงถึงค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าอินโดนีเซียและเวียดนาม ในตลาดมาเลเซีย โดยค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ของไทยมีแนวโน้มลดลงในช่วงปี 2550 - 2551 เมื่อเปรียบเทียบกับในปี 2549 ในส่วนของทฤษฎีแบบจำลองเพชร และการวิเคราะห์ SWOT โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth interview) ผู้อำนวยการส่วนอุตสาหกรรมยาง สถาบันยางและผู้บริหารโรงงานน้ำยางข้น จำนวน 6 โรงงานในช่วง ธันวาคม 2552 ถึงมกราคม 2553 โดยจุดแข็งของอุตสาหกรรมน้ำยางข้น ได้แก่ ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตน้ำยางมากที่สุดในโลก แรงงานมีประสบการณ์ จุดอ่อน คือ ด้านคุณภาพของวัตถุดิบ และการทำตลาดเชิงรุก โอกาส คือรัฐบาลสนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์น้ำยางข้นและด้านอุปสรรค คือราคาพลังงานและตลาดส่งออกมีมาตรการเข้มงวดเพิ่มขึ้น ในด้านการวิเคราะห์ทฤษฎีแบบจำลองเพชร กลยุทธ์โครงสร้างขององค์กรและสภาวะการแข่งขัน การสนับสนุนการทำตลาดและช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยการผลิต แม้ประเทศไทยมีแหล่งวัตถุดิบมากและแรงงานมีประสบการณ์แต่คุณภาพของวัตถุดิบไม่สม่ำเสมอขาดนักวิจัยและเงินทุนปัจจัยสนับสนุน มีธุรกิจเชื่อมโยงและสถาบันสนับสนุน ปัจจัยด้านอุปสงค์ ลูกค้าเฉพาะกลุ่มและมีความรู้ด้านสินค้าดีต้องการสินค้าราคาถูกคุณภาพดี

ดังนั้นการดำเนินการนโยบายต่าง ๆ เพื่อการสนับสนุนอุตสาหกรรมยางพาราของรัฐบาลทั้งระบบมีความสำคัญทั้งในปัจจุบันและอนาคต เช่น การให้ความสำคัญงานด้านวิจัยและพัฒนาการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการส่งออกจะสามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศและเป็นการเพิ่มมูลค่ามวลรวมให้กับผลิตภัณฑ์ยางในอนาคตของไทยให้มีความยั่งยืนต่อไปได้

นอกจากการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันโดยใช้ตัวแบบไดมอนด์แล้ว ยังมีการพัฒนาขีดความสามารถเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน โดยการสร้างความร่วมมือระหว่างกันดังนี้ ช่อทิพย์ ลือไชยวุฒิ (2550) ได้ศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าไทยในการประสานความร่วมมือกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่ง ผลการสำรวจพบว่าศักยภาพความพร้อมในการประสานความร่วมมือของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าไทยอยู่ในระดับหนึ่งที่ยังไม่เด่นชัด มีปัจจัยที่สามารถจัดเรียงลำดับได้ คือ ความเชื่อถือไว้ใจ เทคโนโลยี วัฒนธรรมองค์กร และการให้การสนับสนุนจากผู้บริหาร ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัยในเชิงลึก พบว่า ปัจจัยด้านความเชื่อถือไว้ใจนั้นมีความพร้อมในการเก็บรักษาความลับข้อมูลการค้าของคู่ค้าสูงสุด ปัจจัยด้าน

เทคโนโลยีมีความพร้อมในการพัฒนาเทคโนโลยีให้สอดคล้องกับคู่ค้าสูงสุด ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กรมีความพร้อมเกี่ยวกับการสื่อสารข้อมูลภายในองค์กรสูงสุด และปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารมีความพร้อมในการลงทุนเพื่อสนับสนุนการสร้างความร่วมมือกันกับคู่ค้าสูงสุด รวมทั้งสามารถสรุปได้ว่าการประสานความร่วมมือกันในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้านั้น จะสำเร็จได้ต้องอาศัยความเชื่อถือไว้ใจกันเป็นสำคัญ และต้องมีการริเริ่มทำงานร่วมกันเพื่อศึกษาหาวิธีการที่จะประสานกันและเพื่อพัฒนาระดับความสัมพันธ์ ก่อนที่จะพัฒนากันเป็นเครือข่ายความร่วมมือที่กว้างขวางได้ รวมถึงการศึกษาขั้นตอนในการคัดเลือกผู้ที่จะเข้ามาประสานความร่วมมือกันในกลุ่มได้อย่างเหมาะสมกับธุรกิจ เพื่อให้เกิดความแข็งแกร่งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ใน

รวมไปถึงการจัดอบรมของหน่วยงานจะมีผลต่อการพัฒนาด้านการบริหารจัดการสอดคล้องกับ วันทนีย์ นำชัยศรีค้า (2550) ศึกษาและวิจัยเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการของสินค้า OTOP กลุ่มชุมชน พื้นที่อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี การวิจัยได้พบว่า การเพิ่มศักยภาพโดยการจัดอบรมของหน่วยงานจะมีผลต่อการพัฒนาด้านการบริหารจัดการอย่างมีนัยสำคัญ ข้อเสนอแนะ ภาครัฐที่จะเข้าช่วยเหลือหรือให้การสนับสนุน ควรจะให้ความช่วยเหลือชุมชนโดยเฉพาะด้านการจัดหาเงินทุน การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต และสำหรับเรื่องการจัดอบรมหรือฝึกวิชาชีพ ควรเข้าไปศึกษาความต้องการของชุมชนก่อน เพื่อประโยชน์สูงสุดในการจัดฝึกอบรม และชุมชนสามารถนำไปต่อยอดการผลิตสินค้า การสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้ชุมชนยืนหยัดและเข้มแข็งต่อไป

การเพิ่มขีดความสามารถยังเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม เช่นงานวิจัยของ อรรนพ เรืองกัลป์ปวงศ์ และคณะ (2555) วิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและผลไม้ในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง พบว่า ข้อมูลทั่วไปของ ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและผลไม้ในกลุ่มภาคกลางตอนล่างที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี เงินทุนน้อยกว่า 1,000,000 บาท ระยะเวลาการดำเนินงานอยู่ระหว่าง 8 - 14 ปี และจำนวนแรงงานอยู่ระหว่าง 5 - 10 คน ผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและผลไม้ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในภาพรวมอยู่ ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกประเด็น อันดับแรก คือ ด้านปัจจัยการผลิต รองลงมา คือ ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน และด้านอุปสงค์ ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและ ผลไม้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกประเด็น อันดับแรก คือ ด้านกลยุทธ์ ทางการตลาด รองลงมา คือ ด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร และด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี ผู้ประกอบการ ในธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและผลไม้ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีข้อมูลทั่วไป

ด้านระยะเวลาการดำเนินงานต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและผลไม้ไม่แตกต่างกัน ส่วนเงินทุนและจำนวนแรงงาน ต่างกันมีความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและผลไม้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและ ผลไม้ในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง ได้แก่ ด้านอุปสงค์ เงินทุน และด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

นอกจากนั้นยังมีการศึกษาวิจัยที่พบว่า ผู้ประกอบการเป็นกุญแจสำคัญต่อความสำเร็จของกิจการ ดังนี้ รุ่งนภา ต่ออุดม (2550) ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้า ในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ช่วงอายุที่ประสบความสำเร็จ จะอยู่ที่ 41-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการทำงาน 21-30 ปี เงินที่ลงทุน เมื่อเริ่มกิจการอยู่ที่ 1-9.9 ล้านบาทเพศ ช่วงอายุที่เริ่มเป็นผู้จัดจำหน่าย ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงานด้านการส่งออก, เงินที่ลงทุนเมื่อเริ่มกิจการ เงินที่ลงทุนในปัจจุบัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถสรุปสาระสำคัญในแต่ละด้านเฉพาะผลการวิเคราะห์ส่วนใหญ่ ดังนี้ 1. ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีวิสัยทัศน์ที่มุ่งหวัง ให้กิจการมีการเจริญเติบโต เนื่องจากมีทักษะความสามารถในการทำงาน และ มีคุณลักษณะเป็นผู้ประกอบการ 2. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจเกษตรเนื่องจากเป็นผลมาจากความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์อันยาวนานทางการค้า 3. ปัจจัยด้านบุคลากร การจัดหาบุคลากร ของผู้ประกอบการจะใช้แรงงานในพื้นที่แรงงานต่างพื้นที่ และแรงงานต่างด้าว โดยจ้างเป็นลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราว และลูกจ้างรายวัน 4. ปัจจัยด้านนโยบายรัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางจะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล โดยสถานประกอบการที่จะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล จะดำเนินการผลิต และค้าเครื่องจักรกลการเกษตรจะได้รับการสนับสนุนเงินทุน และผลการวิจัยปัญหาและอุปสรรค พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา มีปัญหา ด้านการจัดการเงินทุนหมุนเวียน และลูกค้าให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าและบริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรามีให้แก่ลูกค้า

จากคำกล่าวที่ว่าผู้ประกอบการเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จ ยังพบงานวิจัยที่สอดคล้องดังนี้ งานวิจัยของ ฉันทพิชญ์ อาริยะโรจน์กุล (2554) พบว่า ผลการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยเชิงกลยุทธ์ ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงกลยุทธ์กับความสามารถทางการแข่งขันด้านการศึกษาของมหาวิทยาลัยเอกชนกลุ่มเครือข่ายเบญจมิตรผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนกลุ่มเครือข่ายเบญจมิตรวิชาการ โดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้านตามลำดับ คือ ด้านกลยุทธ์ ด้านทักษะ ด้านรูปแบบการบริหารงาน ด้านโครงสร้างองค์การ ด้านค่านิยมร่วม ด้านระบบ และด้านบุคลากร 2. ความสามารถทางการแข่งขันด้านการศึกษาของมหาวิทยาลัยเอกชนกลุ่มเครือข่ายเบญจมิตรวิชาการ โดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกด้าน ตามลำดับ คือ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (นักศึกษา) มากที่สุด รองลงมาคือด้านคุณภาพ ด้านประสิทธิภาพ และด้านนวัตกรรม 3. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อความสามารถทางการแข่งขันด้านการศึกษาแตกต่างกัน 4. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับปัจจัยเชิงกลยุทธ์ในการจัดการศึกษา พบว่า อายุ ตำแหน่งหน้าที่ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยเชิงกลยุทธ์ 5. ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ในการจัดการศึกษามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสามารถทางการแข่งขันด้านประสิทธิภาพ ด้านคุณภาพ ด้านนวัตกรรม และด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

การเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ของกิจการ ยังสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับกิจการได้ ในการศึกษาวิจัยพบว่า พิสุทธิ์ ศรีอนันต์ (2554) ศึกษาเรื่อง ความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจสู่ผู้บริโภคที่ได้รับเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ ผลการศึกษา พบว่า 1. ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสามารถทางการแข่งขันทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านโครงสร้าง รองลงมาคือด้านแบบการบริหาร ด้านกลยุทธ์ ด้านทักษะ ด้านค่านิยมร่วม ด้านระบบและด้านบุคลากร 2. ผู้ประกอบการที่มีจำนวนทุนดำเนินการมากกว่า 300,000 บาท มีความสามารถทางการแข่งขันด้านกลยุทธ์และด้านโครงสร้างสูงกว่าผู้ประกอบการที่มีทุนดำเนินการอยู่ระหว่าง 100,000 ถึง 200,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีการพัฒนาเว็บไซต์โดยมีทีมพัฒนาเอง มีความสามารถทางการแข่งขันด้านโครงสร้าง ด้านระบบ ด้านบุคลากร และด้านทักษะ สูงกว่าผู้ประกอบการที่พัฒนาเว็บไซต์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทีมีจำนวนพนักงานต่างกันมีความสามารถทางการแข่งขันไม่ต่างกัน

นอกจากนั้นในเรื่องของนวัตกรรม มีนักวิจัยหลายท่านศึกษาวิจัยไว้ ดังนี้ รจนา เทพคู่ (2550) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สามารถด้านนวัตกรรมกับศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ในจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า 1. ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 30-40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า และประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี และธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นประเภทธุรกิจเครื่องนุ่งห่ม สิ่งทอ และเครื่องจักสานทุนเริ่มต้น น้อยกว่า 10,000 บาท ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 5-7 ปี จำนวนพนักงาน น้อยกว่า 20 คน และรายได้สุทธิต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท 2. ผู้ประกอบการธุรกิจมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เช่น กลุ่มให้ความสำคัญกับความคิดของลูกค้าในการออกแบบสินค้าหรือตัวผลิตภัณฑ์ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริการ เช่น กลุ่มให้ความสำคัญของการนำวิธีการใหม่มาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้า และด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมกระบวนการ เช่น กลุ่มมีนโยบายในการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นคุณภาพองค์กร 3. ผู้ประกอบการธุรกิจ มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ เช่น กลุ่มสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพและตรงกับความต้องการของลูกค้า ด้านภาพลักษณ์ขององค์การและความรับผิดชอบ เช่น กลุ่มเชื่อมั่นและยึดถือการมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยส่วนรวมภาพลักษณ์องค์กรของกลุ่มได้รับการยอมรับจากสังคมว่ามีภาพลักษณ์ที่ดีอย่างยิ่ง และด้านศักยภาพในการสนับสนุนให้เกิดความเจริญในวิทยาการ เช่น กลุ่มส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการถ่ายทอดข้อมูลในการดำเนินงานให้พนักงานได้รู้ เพื่อพนักงานมีความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจการ 4. ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมโดยรวม ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริการ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมกระบวนการ และด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริหารจัดการแตกต่างกัน ผู้ประกอบการธุรกิจที่มีประเภทธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพการแข่งขันโดยรวม ด้านภาพลักษณ์ขององค์การและความรับผิดชอบ ด้านศักยภาพในการ สนับสนุนให้เกิดความเจริญในวิทยาการและด้านศักยภาพทางการเงินแตกต่างกัน 5. จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบของความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมพบว่า ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพทางการแข่งขันโดยรวม ด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ และด้านศักยภาพในการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยี และความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมด้านบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพทางการแข่งขันโดยรวม

ด้านภาพลักษณ์ขององค์การและความรับผิดชอบ ด้านศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยี และด้านศักยภาพทางการเงิน

จากการศึกษาความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับศักยภาพทางการแข่งขัน ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ควรให้ความสำคัญและการส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรม เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้เป็นมาตรฐานที่ถูกต้อง ซึ่งจะส่งผลต่อศักยภาพการแข่งขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดเช่นเดียวกับ รุ่งนภา เกษา (2553) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมทางการตลาดกับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสินค้าเกษตรส่งออกในประเทศ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าเกษตรส่งออกในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการ มีนวัตกรรมทางการตลาดโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ด้านการผสมผสานเป็นหนึ่งเดียวขององค์ประกอบการปฏิบัติงานที่ร่วมกัน ด้านความต้องการของลูกค้า และด้านการจัดการที่เป็นเลิศ ในส่วนด้านการวิจัยค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าเกษตรส่งออกในประเทศไทย มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบในการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการมีเทคนิคการผลิต และด้านการมีกระบวนการพาณิชยกรรม และอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และ ด้านการหาผู้ถ่ายทอดและความร่วมมือทางเทคโนโลยี

ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าเกษตรส่งออกในประเทศไทย ที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีนวัตกรรมทางการตลาด ด้านการผสมผสานเป็นหนึ่งเดียวขององค์ประกอบการปฏิบัติงานที่ร่วมกัน ด้านการจินตนาการ ด้านการวิจัยค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์และด้านการจัดการที่เป็นเลิศแตกต่างกัน ทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจ และจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยด้านความสามารถหลักทางด้านเทคโนโลยี ด้านการผสมผสานเป็นหนึ่งเดียวขององค์ประกอบการปฏิบัติงานที่ร่วมกัน ด้านการจินตนาการ ด้านการวิจัยค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ และด้านการจัดการที่เป็นเลิศแตกต่างกัน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยด้านความสามารถหลักทางด้านเทคโนโลยี ด้านความต้องการของลูกค้า ด้านการจินตนาการ ด้านการวิจัยค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ และด้านการจัดการที่เป็นเลิศแตกต่างกัน และมูลค่ารวมของสินทรัพย์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยด้านความสามารถหลักทางด้านเทคโนโลยี ด้านการผสมผสานเป็นหนึ่งเดียวขององค์ประกอบการปฏิบัติงานที่ร่วมกัน ด้านความต้องการของลูกค้า ด้านการจินตนาการ ด้านการวิจัยค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ และด้านการจัดการที่เป็นเลิศแตกต่างกัน ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าเกษตรส่งออกในประเทศไทยที่มีรูปแบบธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ใหม่ และด้านการหาผู้ถ่ายทอดและความร่วมมือทางเทคโนโลยีแตกต่างกัน ทุนจดทะเบียนในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้านการมีเทคนิคการผลิต ด้านการหาผู้ถ่ายทอดและความร่วมมือทางเทคโนโลยี และด้านการมีกระบวนการพาณิชยกรรมแตกต่างกัน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่แตกต่างกัน จำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้านการมีเทคนิคการผลิต และด้านการมีกระบวนการพาณิชยกรรมแตกต่างกัน และมูลค่ารวมของสินทรัพย์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และด้านการมีกระบวนการพาณิชยกรรมแตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1. นวัตกรรมทางการตลาดด้านความสามารถหลักทางด้านเทคโนโลยี ด้านความต้องการของลูกค้า ด้านการวิจัยค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ และด้านการจัดการที่เป็นเลิศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการหาผู้ถ่ายทอดและความร่วมมือทางเทคโนโลยี และด้านการมีกระบวนการพาณิชยกรรม 2. นวัตกรรมทางการตลาด ด้านการผสมผสานเป็นหนึ่งเดียวขององค์ประกอบการปฏิบัติงานที่ร่วมกัน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้านการมีเทคนิคการผลิต ด้านการหาผู้ถ่ายทอดและความร่วมมือทางเทคโนโลยี และด้านการมีกระบวนการพาณิชยกรรม

จากการศึกษางานวิจัยเรื่องนวัตกรรมทางการตลาด มีผลกระทบต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสินค้าเกษตรส่งออกในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการให้ความสำคัญกับการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้เอื้อต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของตลาดโลกผลจากการวิจัย สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ นโยบายและเป็นเครื่องมือที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจสินค้าเกษตรส่งออกมีศักยภาพในการแข่งขันได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

นอกจากนั้นยังพบ การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันของผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับกิจการ รวมไปถึงสร้างภูมิคุ้มกันให้กิจการอย่างยั่งยืน พบว่า สุธาพร บำรุงยา (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การประยุกต์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการจัดการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการประยุกต์ให้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการจัดการธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายได้ พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือด้านการมีคุณธรรม รองลงมาคือ ด้านความพอประมาณ อันดับที่สามคือ ด้านความมีเหตุผล อันดับที่สี่

ด้านการมีภูมิคุ้มกันที่ดี ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการมีความรู้ ซึ่งทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และปัจจัยที่ส่งผลต่อการประยุกต์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการจัดการธุรกิจจากผลการทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยทางประชากรนั้น พบว่า การประยุกต์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการจัดการธุรกิจมีความแตกต่างกันตามอายุ และสาขาที่จบการศึกษา และในส่วนของปัจจัยการประกอบธุรกิจ นั้น พบว่า การประยุกต์ปรัชญาเศรษฐกิจกับการจัดการธุรกิจ มีความแตกต่างกันตามลักษณะการดำเนินกิจการ เงินลงทุนเมื่อเริ่มกิจการ และปรัญชาเศรษฐกิจพอเพียงนั้นมีการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันของผู้ประกอบการเอง นั้นถือเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับกิจการ เมื่อมีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมร่วมกันส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความรู้ทำให้มีภูมิคุ้มกันก่อให้เกิดความเข้มแข็งต่อตัวกิจการ ชมชุน สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวอย่างยั่งยืน

โดยสรุปในเรื่องของนวัตกรรม คือ นวัตกรรมมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพของผู้ประกอบการส่งผลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน ดังนี้ พุฒิพงศ์ เลิศพรมาตุลี (2555) ศึกษาอิทธิพลของศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมที่มีต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดลำพูน ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดลำพูน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส วุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ประเภทการดำเนินธุรกิจเป็นแบบซื้อมาขายไป มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจอยู่ในระหว่าง 1-5 ปี และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในระดับ 30,001-40,000 บาท สถานที่ตั้งธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในอำเภอเมืองลำพูน ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ด้านศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการ ด้านนวัตกรรมและด้านความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย จากการวิเคราะห์สมการโครงสร้างพบว่าศักยภาพของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมมากที่สุด รองลงมาคือนวัตกรรมมีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน และศักยภาพของผู้ประกอบการส่งผลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน

และในส่วนของความเป็นผู้ประกอบการ มีนักวิจัยหลายท่านศึกษาวิจัยไว้ ดังนี้ ก้องเกียรติ บูรณศรี และคณะ (2552) ได้ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความเป็นผู้ประกอบการขององค์การสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และผลการดำเนินงานของสถานประกอบการอุตสาหกรรมการผลิต พบว่าผลการดำเนินงานของสถานประกอบการอุตสาหกรรมการผลิต การวิจัยมีจุดมุ่งหมาย 2 ประการดังนี้ 1. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างรูปแบบเชิงสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ 2. เพื่อเปรียบเทียบและพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และผลการ

ดำเนินงานของสถานประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตขนาดกลางและขนาดใหญ่ในประเทศไทย ประชากรกลุ่มเป้าหมาย คือ สถานประกอบการอุตสาหกรรมการผลิตขนาดกลางและขนาดใหญ่ในพื้นที่การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า 1. โมเดลการวิเคราะห์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์แสดงว่าโมเดลความเป็นผู้ประกอบการขององค์การของกลุ่มตัวอย่างมีความเหมาะพอดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี 2. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในส่งอิทธิพลในทางบวกต่อความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์การมีอิทธิพลต่อความเป็นผู้ประกอบการขององค์การมากกว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ และความเป็นผู้ประกอบการขององค์การมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินและผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงินโดยความเป็นผู้ประกอบการขององค์การมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการพัฒนามากที่สุดรองลงมาคือ ด้านลูกค้า ด้านการเงิน และด้านการจัดการภายในตามลำดับ 3. โมเดลที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากกว่าโมเดลทางเลือกอื่น ๆ ที่นำมาทดสอบ

เช่นเดียวกับ วีรดา เรืองรุ่ง (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งถูกนำมาใช้ในการทดสอบเรื่องความสัมพันธ์ต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีการรวบรวมวรรณกรรมพบว่า กิวมอร์ (Gilmore, 1972) ลักษณะส่วนบุคคล (Personal characteristics) มีผลต่อการประกอบธุรกิจ และความสำเร็จของธุรกิจ ลักษณะหนึ่งในลักษณะเหล่านี้ ก็คือ คุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ (Changanti & Parasuraman, 1996) อายุ (Brockhaus & Horwitz, 1986; Begley & Boyd, 1985) ภูมิหลัง (Cooper & Dunkelberg, 1987) ในส่วนนี้จะเป็นหัวข้อในเรื่องเกี่ยวกับตนเอง และภูมิหลังต่าง ๆ มีส่วนในการกำหนดพฤติกรรมส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ซึ่งจะมีผลทำให้องค์กรประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางประชากรที่ต่างกันส่งผลต่อการดำเนินงานที่แตกต่างกันออกไป ส่งผลต่อขีดความสามารถขององค์กร และความสำเร็จขององค์กร

และยังพบงานวิจัยที่พบความสัมพันธ์ของนวัตกรรมและความเป็นผู้ประกอบการดังนี้ พนิดา สัตโยภาส และคณะ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งสามจังหวัดในพื้นที่ภาคเหนือเป็นเพศชายและหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน อายุเฉลี่ยประมาณ 30-45 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.72 ดังแนวคิดของ Zimmerer and Scarborough (2002, pp.15-19) ได้เสนอว่าผู้ประกอบการที่อยู่ในช่วงของวัยหนุ่มสาวจะมีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป สถานภาพส่วนใหญ่สมรส การศึกษาส่วนใหญ่

ในระดับปริญญาตรีมากที่สุดร้อยละ 38.10 รองลงมาอนุปริญญาร้อยละ 34.20 และในระดับปวส. หรือปวช ร้อยละ 16.50 ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Megginson and Byrd, 2006, pp. 28-29) เพราะเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมทั้งในการบรรลุนิติภาวะ ด้านฐานะทางเศรษฐกิจ ด้านความเป็นอยู่และมีความต้องการสร้างฐานะและต้องการบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง ลักษณะของการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประเภทธุรกิจบริการมากที่สุดร้อยละ 45.50 รองลงมาเป็นธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งใกล้เคียงกันร้อยละ 27.45 และร้อยละ 25.25 ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ 10 - 15 ปีมากที่สุด ร้อยละ 53.45 รองลงมา 1 - 5 ปีร้อยละ 32.55

งานวิจัยต่างประเทศ

ในเรื่องของขีดความสามารถในการแข่งขันตามแนวคิดหลัก พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ Byoungho (2006 อ้างถึงใน จิรภัทร นามประเทือง, 2552, หน้า 48-49) ได้ศึกษาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งมีบทบาทหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศเกาหลี การแข่งขันมีแนวโน้มลดลงเนื่อง จากปัจจัยค่าจ้างแรงงานเป็นหลัก อีกทั้งกวรพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศแหล่งใหม่ ๆ เพื่อการแข่งขันต้องการกลยุทธ์ในการพัฒนา ซึ่งจุดประสงค์ในการทำการศึกษานี้ก็เพื่อสำรวจว่าอะไรก่อให้เกิดการแข่งขันของประเทศเกาหลีในตลาดเครื่องนุ่งห่มของโลก หลังจากสูญเสียการแข่งขันทางด้านแรงงาน และความสำเร็จของประเทศจะเป็นอย่างไรต่อไป ในการศึกษานี้ใช้การทบทวนวรรณกรรม ตัวอย่างบริษัทที่ประสบความสำเร็จและทำได้ สัมภาษณ์คน 4 คน ซึ่งอยู่ในแวดวงอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มของเกาหลี ในการวิจัยใช้ 2 โมเดลในการศึกษาคือ Diamond Model และ Double Model ของ Porter โดยใช้ปัจจัย 4 ปัจจัยมาพิจารณาอันได้แก่ ปัจจัยด้านการผลิตหรือปัจจัยด้านอุปทาน ปัจจัยสนับสนุน ปัจจัยด้านอุปสงค์ หรือความต้องการของผู้บริโภคและกลยุทธ์โครงสร้างองค์กร และสภาวะการแข่งขันนอกจากนี้แล้วยังมีปัจจัยของแหล่งวัตถุดิบใหม่เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อไป ในส่วนของ Double Model จะพิจารณาปัจจัยทั้งภายใน และภายนอกประเทศ ซึ่ง Double Model จะใช้เพื่อวางทิศทางในอนาคต และการแก้ไขปัญหาในอุตสาหกรรมที่มีความเฉพาะเจาะจงเรื่องปัจจัยการแข่งขันใหม่

นอกจากนั้นยังพบว่า การรวมกลุ่มสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันร่วมกันได้ ดังนี้ Luiz Cesar Ribeiro Carpinetti and Rafael Henrique Palma Lima (2009) ศึกษา การจัดการผลการปฏิบัติงานในการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ (Clusters) SME: กรณีศึกษา งานวิจัยเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมบราซิล ในปัจจุบันและอนาคต จากการศึกษาข้อมูลของประเทศบราซิล พบว่า จะมีหน่วยงานกำกับดูแลการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ (Clusters) SME ที่จะอำนวยความสะดวกในการทำงานร่วมกันเพื่อความร่วมมือระหว่างบริษัท

เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันร่วมกัน ทั้งปรับปรุงการผลิต สร้างอำนาจต่อรองในเรื่องต่าง ๆ โดยในกลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้อง มารวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Geographic proximity) มีความร่วมมือเกื้อหนุน เชื่อมโยงและเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร (Commonality and complementary) ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน โดยความเชื่อมโยงในแนวตั้ง (Vertical linkage) เป็นความเชื่อมโยงของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม ตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และความเชื่อมโยงในแนวนอน (Horizontal linkage) เป็นความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนด้านต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า สถาบัน การศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยพัฒนา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ด้วยการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และสร้างนวัตกรรมร่วมกัน สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ SME ถือเป็นกลไกอันสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันและการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของประเทศ และมีข้อเสนอแนะ เกี่ยวกับการจัดการการดำเนินการปรับปรุงที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ SME และมีระบบสารสนเทศในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพสำหรับกลุ่มของผู้ประกอบการ SME ซึ่งในขณะนี้ยังอยู่ในขั้นตอนของการเริ่มต้นพัฒนา เพื่อส่งเสริมและจัดการการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัท ระบบสารสนเทศจะช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานร่วมกันให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน มีงานวิจัยต่าง ๆ ที่สอดคล้อง ดังนี้ Saboniene (2009 อ้างถึงใน จิรภัทร นามประเทือง, 2552, หน้า 48-49) ศึกษาเศรษฐกิจของประเทศลิทัวเนีย ในเรื่องการแข่งขันเพื่อการส่งออกในปี 2000 - 2007 ด้วยการใช้ค่าดัชนีการวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยการเปรียบเทียบการแข่งขันเพื่อการส่งออกของประเทศลิทัวเนียกับรัฐเล็ก ๆ ในคาบสมุทรบอลติกอื่น ๆ เช่น ลัตเวีย และเอสโตเนีย ผลจากการศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขันในสินค้าต่าง ๆ ในการวิจัยนี้จะเป็นแบบแผนในการเปลี่ยนความพิเศษ และเพิ่มศักยภาพในหมวดของผลิตภัณฑ์ด้านการส่งออกให้กับรัฐในแถบคาบสมุทรบอลติก ซึ่งในปัจจุบันมีการเจริญเติบโตของการค้าเสรี แรงกดดันจากการแข่งขัน การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างความต้องการของโลกซึ่งปัจจัยทั้งหมดต้องมีการทบทวนใหม่ เนื่องจากอิทธิพลการแข่งขันเพื่อ การส่งออก ซึ่งเนื้อหาสาระของการวิจัยนี้ จะกล่าวถึงการเติบโต และความยั่งยืนในการส่งออกซึ่งการพัฒนาทางด้านการส่งออกมีปัจจัยในการสนับสนุนมากมายประกอบด้วย กระแสเงินทุนการจ้างงาน การขยายตัวทางอุตสาหกรรม และฐานการผลิต การส่งออกทำให้อุตสาหกรรมภายใน ประเทศประสบความสำเร็จและมีทางออกเนื่องจากขนาดตลาดภายในที่จำกัดผลของการค้าขายข้ามชาติ เป็นตัวชี้วัดที่ดีที่สุดในการประเมินความสามารถของบริษัทภายในประเทศเพื่อแข่งขันในตลาดเศรษฐกิจโลกอุตสาหกรรม

ในลิทัวเนียมีการปรับโครงสร้างใหม่ โดยการแข่งขันในตลาดโลกและการรวมกันของสหภาพยุโรป ซึ่งก่อนหน้าการปรับโครงสร้างมีความผิดพลาดของโครงสร้างตลาดอยู่มากโดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการพื้นที่วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนข้อมูลและเทคโนโลยีในการสื่อสาร ลิทัวเนียไม่มีระดับเทคโนโลยีเช่นเดียวกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ความหลากหลายในการเพิ่มมูลค่าทางอุตสาหกรรมต่ำ ซึ่งการพัฒนาในส่วนของการทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมและการผลิตมีความสำคัญในการปรับปรุงและการพัฒนา การส่งออกในอนาคตจากผลของการปรับโครงสร้างใหม่ ทำให้เกิดการประเมินระดับความพิเศษเพื่อการส่งออกของประเทศ และหลักในการปรับเปลี่ยนคือปริมาณการส่งออก เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สำคัญเพื่อใช้ในการวัดการส่งออกทางอุตสาหกรรม คือ ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ซึ่งเสนอโดย Balassa (1965) แสดงให้เห็นว่าการค้าขายต่างประเทศมีความสัมพันธ์ทางด้านราคาและปัจจัยที่เหนือกว่าคู่แข่งมีส่วนสำคัญในการทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์บิดเบือนไปความต่างกันของขนาดประเทศเป็นสาเหตุของปัญหาเมื่อมีการใช้ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ข้ามประเทศ

จากการศึกษางานวิจัยด้านเกษตรอินทรีย์ ในงานต่างประเทศพบว่า Remedios (2012) ศึกษาผลิตภัณฑ์สีเขียว: กรณีศึกษาประเด็น การก้าวไปสู่ การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน จากการศึกษา พบว่าผลิตภัณฑ์สีเขียวที่เกี่ยวข้องกับ การบริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว ขึ้นอยู่กับความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีการปฏิเสธถึงการบริโภคที่สิ้นเปลือง ผลิตภัณฑ์สีเขียวสร้างความสมดุลระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภค และความรับผิดชอบต่อธุรกิจ ปัจจุบันการซื้อของผู้บริโภคไม่ใช่แค่ซื้อสินค้า แต่ยังดูทุกอย่างที่เข้าไปในการผลิต และผลที่จะตามมาในอนาคต ซึ่งผู้บริโภคต้องการรู้ว่าผลิตภัณฑ์มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมก่อนจะซื้อ ผู้บริโภคต้องการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และยังพบว่าการตลาดสีเขียวที่ประสบความสำเร็จ ไม่ได้อยู่เพียงแค่การปรับขนาดของบรรจุภัณฑ์ แต่รวมไปถึงการใช้วัสดุที่นำกลับมาใช้ได้ใหม่ (Recycled materials) การเปลี่ยนแปลงนี้ยังถือว่าไม่สำคัญเท่ากับภาพลักษณ์ของบริษัท หากบริษัทผลิตผลิตภัณฑ์สีเขียว และทำโฆษณาออกมาให้เห็นว่ารับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมจริง ผู้นำของบริษัทต้องทำให้เห็นว่ามีการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจริง ควรใช้แนวคิดเรื่อง “การทำธุรกิจเพื่อสังคม” และ “การเป็นผู้ประกอบการเพื่อสังคม” ผู้ประกอบการเพื่อสังคมจะคำนึงถึงผลประกอบการระยะสั้น ควบคู่ไปกับคุณภาพชีวิตของคนในสังคม กล่าวคือ นอกเหนือจากยอดตัวเลขที่เป็นเม็ดเงินแล้ว ผู้ประกอบการเพื่อสังคมยังมีกำไรเป็นคุณภาพชีวิตของคนในสังคมอีกด้วย ซึ่งจะเรียกว่า “Double bottom line” ก็ได้ ผู้ประกอบการเพื่อสังคมคือ “เป็นองค์กรธุรกิจที่มุ่งแสวงหากำไร แต่กำไรนั้นอยู่ บนพื้นฐานและมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาสังคมในแง่มุมต่าง ๆ อย่างยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ การศึกษา สิ่งแวดล้อม สาธารณสุข การมีส่วนร่วมของชุมชน” หากจะมองลึกลงไปในรายละเอียด ธุรกิจเพื่อสังคมนั้นมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

มาก อาทิเช่น สร้างงานเพื่อชุมชน ฝึกฝนทักษะของชุมชน จัดหาบริการต่าง ๆ ให้แก่ชุมชน ยกระดับการศึกษาของผู้ด้อยโอกาส ฝึกฝนอาชีพเพื่อคนพิการ คุ้มครองสิ่งแวดล้อมและสิทธิสัตว์ ลดสภาวะโลกร้อน ฯลฯ อีกทั้งยังไม่มีการผูกขาดทางการค้า ซึ่งจะทำให้ผลประโยชน์กระจายกันไปอย่างทั่วถึงทั้งในกลุ่มผู้บริโภค บริษัท และชุมชน (หมายความคือ "กำไร" จะถูกแบ่งสรรกลับคืนเพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมโดยรวมนั่นเอง)

และในส่วนของนวัตกรรม พบการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้ Roper and Love (2002, p. 1087 อ้างถึงใน รุ่งนภา เกษา, 2553, หน้า 53) ได้ศึกษานวัตกรรมและผลประกอบการส่งออกข้อมูลจากโรงงานผลิตของอังกฤษและเยอรมัน พบว่า การสำรวจเปรียบเทียบระดับโรงงานมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างปัจจัยของผลประกอบการส่งออกของกลุ่มโรงงานผลิตของประเทศอังกฤษและเยอรมัน มีการประเมินว่า นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์นั้น มีผลกระทบต่อความน่าจะเป็นและแนวโน้มของการส่งออกทั้งสองประเทศมากขึ้น นวัตกรรมนี้มีส่วนเกี่ยวข้องกันในเชิงบวกกับความน่าจะเป็นในสองประเทศนี้ ในประเทศอังกฤษมาตรฐานการทำงานของนวัตกรรมของโรงงานยัง พบว่า มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับแนวโน้มการส่งออกด้วย ส่วนในประเทศเยอรมันนั้น แม้ระดับความเข้มข้นของนวัตกรรมจะมีสูงกว่า แต่อัตราส่วนการขายสินค้าใหม่ยังอยู่ในระดับต่ำ และยังพบข้อมูลความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างมาตรฐานการทำงานของนวัตกรรมกับผลประกอบการส่งออก นอกจากนั้นยังพบความแตกต่างที่สำคัญระหว่างโรงงานที่ใช้นวัตกรรมและไม่ใช้นวัตกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการดูดซับผลกระทบต่าง ๆ เข้าไป โรงงานนวัตกรรมของอังกฤษส่งผลต่อศักยภาพมากในการช่วยให้มีการแผ่กระจายจากการทำงานด้านนวัตกรรมของบริษัทในภาคการผลิตประเภทเดียวกัน หากเปรียบเทียบในเยอรมันแล้วกลับ พบว่าโรงงานที่ไม่ใช้นวัตกรรมรับเอาผลกระทบที่แพร่หลายไปสู่ระบบห่วงโซ่อุปทาน การขายตามแถบภูมิภาคนั้นการหาที่ตั้งร่วมกันกับบริษัทที่มีนวัตกรรมอื่น ๆ นั้นจะพบเห็นได้ทั่วไปว่าเป็นปัญหาอุปสรรคของการส่งออก

การสร้างขีดความสามารถโดยการทำให้องค์กรประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ต้องอาศัยการตรวจสอบพฤติกรรมผู้บริโภค เช่นงานวิจัยของ Day (1994) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสามารถของตลาด-การขับเคลื่อนองค์กร (The Capabilities of the market - Driven organization) วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ คือ เข้าใจวิธีการและวางแนวทางขององค์กรให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน โดยการใช้วิธีตัวแปรชุด (Array) ที่จะช่วยเพิ่มแนวทางทางการตลาด ผลการวิจัย พบว่าการตลาดในองค์กรขับเคลื่อนด้วยการสำรวจตลาดและความสามารถในการเชื่อมโยงลูกค้า สิ่งที่ครอบคลุมและเสริมสร้างความสามารถทางการตลาดรวมไปถึง 1. การตรวจสอบความสามารถทางการตลาดขององค์กรในปัจจุบัน 2. ความต้องการความสามารถในอนาคต 3. การออกแบบจาก

ด้านล่าง-บนของกระบวนการพื้นฐาน 4. ทิศทางจากบนลงล่างและความมุ่งมั่น 5. การใช้ความคิดสร้างสรรค์ของเทคโนโลยีสารสนเทศ และ 6. การตรวจสอบความคืบหน้าอย่างต่อเนื่อง ในงานวิจัยครั้งนี้ยังมีการรวบรวมแนวคิดทฤษฎีในการอธิบายถึงสิ่งที่เป็นทิศทางการตลาด เช่น Day (1994) พูดถึงเรื่องทักษะของทิศทางการตลาด คือ การทำความเข้าใจและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้ (Deshpande, Frederick & Webster, 1993) ความเชื่อมั่นที่สร้างความสนใจให้กับลูกค้าตั้งแต่เริ่มต้น (Kohli & Jaworski, 1990) ความสามารถขององค์กรในการสร้างเผยแพร่ และใช้ข้อมูลที่เหนือกว่าเกี่ยวกับลูกค้าและคู่แข่ง (Narver & Slater, 1990) การประยุกต์ใช้ทรัพยากรไปสู่การสร้างมูลค่าที่เหนือกว่า เป็นต้น

นอกจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคแล้วยังต้องคำนึกถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนี้ Wong and Stanley Kam-Sing (2012) ศึกษาอิทธิพลของผลิตภัณฑ์สีเขียว สามารถในการแข่งขันกับความสำเร็จของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สีเขียว ข้อมูลจาก อุตสาหกรรมไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ของจีน จากการศึกษาพบว่า การดำเนินการศึกษาสื่อกลางครั้งแรก มีผลกระทบกับผลิตภัณฑ์สีเขียว เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศจีน ซึ่งเป็นทั้งแหล่งกำเนิด และแหล่งล้มเหลวของหลาย ๆ บริษัทที่ผลิตผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ของโลก โดยมีมูลค่า และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากขึ้น แสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์จะล้าสมัยเร็วขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นจึงต้องผลิตผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีการประเมินวัฏจักรชีวิต (Life Cycle Assessment: LCA) คือ กระบวนการวิเคราะห์และประเมินค่าผลกระทบของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมตลอดช่วงชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การสกัดหรือการได้มาซึ่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่ง และการแจกจ่าย การใช้งานผลิตภัณฑ์ การใช้ใหม่/ แปรรูป และการจัดการเศษซากของผลิตภัณฑ์หลังการใช้งาน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าพิจารณาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ เกิดจนตาย (Cradle to grave) โดยมีการระบุถึงปริมาณพลังงาน และวัตถุดิบที่ใช้ รวมถึงของเสียที่ปล่อยออกสู่สิ่งแวดล้อม และการประเมินโอกาสที่จะส่งผลกระทบ ต่อระบบนิเวศต่าง ๆ รวมไปถึงชุมชน เพื่อที่จะหาวิธีการในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด จะทำให้ได้เปรียบในการแข่งขัน

แหล่งที่มาของนวัตกรรมถูกกล่าวถึงในงานวิจัยของ Drucker (1985) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องกฎระเบียบของนวัตกรรม (The discipline of innovation) พบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีทุกอย่างที่เหมือนกัน โดยไม่ใช่บุคลิกภาพ แต่คือความมุ่งมั่นที่จะจัดการนวัตกรรมให้เป็นระบบ แหล่งที่มาของนวัตกรรมโดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้ที่ประสบความสำเร็จส่งผลมาจากการใส่ใจค้นหา เพื่อหาโอกาสในการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่พบได้ในไม่กี่สถานการณ์ 4 แหล่งของโอกาสที่มีอยู่ในบริษัทหรืออุตสาหกรรม คือ 1. สิ่งที่ไม่คาดคิด 2. สิ่งที่เข้ากันไม่ได้ 3. ความต้องการ

กระบวนการ 4. การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมและตลาด และ 5. แหล่งของโอกาสที่อยู่ภายนอกบริษัทของสังคมและสิ่งแวดล้อม คือ 1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรศาสตร์ 2. การเปลี่ยนแปลงในการรับรู้ 3. ความรู้ใหม่ แหล่งข้อมูล ที่กล่าวมาข้างต้นแตกต่างกัน แต่ในขณะที่บริษัทอยู่ในความเสี่ยงอาจเกิดการทับซ้อน และศักยภาพในการสร้างสรรค์นวัตกรรมอาจกันอยู่มากกว่าหนึ่งพื้นที่ในเวลาเดียวกัน ทำให้เกิดโอกาสทางนวัตกรรม

นอกจากนั้นยังมีงานวิจัยที่ถูกกล่าวถึงนวัตกรรม ดังนี้ Prajogo and Ahmed (2006, pp. 499-515 อ้างถึงใน รุ่งนภา เกษา, 2553, หน้า 52)ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปรียบเทียบประสิทธิภาพธุรกิจและประสิทธิภาพนวัตกรรมระหว่างโรงงานผลิตและการบริการในประเทศออสเตรเลีย พบว่า จากการสำรวจวิจัยถึงความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพนวัตกรรมและตัวกระตุ้นขีดความสามารถของนวัตกรรม ไม่มีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพนวัตกรรม งานวิจัยเสนอแนะถึงประโยชน์โดยรวม คือ ประสิทธิภาพนวัตกรรมจะบรรลุได้ต้องมาจากการพัฒนาพฤติกรรม และวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังรวมไปถึงสภาพแวดล้อมขององค์กร การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพนวัตกรรมได้ 1. นวัตกรรมกระบวนการและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ทั้งคู่ไม่มีความแตกต่างกัน 2. ประสิทธิภาพธุรกิจและประสิทธิภาพนวัตกรรมทั้งคู่เป็นดัชนีชี้วัดที่สำคัญมากกว่าในโรงงานผลิต และ 3. นวัตกรรมกระบวนการมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพธุรกิจมากกว่านวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในโรงงานผลิต

และ Weerawardena (2003) ได้วิจัยเรื่อง บทบาทความสามารถการตลาดในด้านนวัตกรรม ตามกลยุทธ์การแข่งขัน (The role of marketing capability in innovation-based competitive strategy) ในการวิจัยที่ผ่านมามีการอภิปรายเกี่ยวกับบทบาทของการตลาด ที่ใช้ในกลยุทธ์การแข่งขัน โดยผลสรุปที่ออกมาจะพูดถึงเรื่องความสามารถทางการตลาด วัตถุประสงค์ในการวิจัย ต้องการศึกษาบทบาทของความสามารถทางการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม และพฤติกรรมของผู้ประกอบการ ปัญหาในงานวิจัยครั้งนี้ คือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบทบาทความสามารถทางการตลาด ในกลยุทธ์ทางการแข่งขันมีจำนวนน้อยและมีแนวคิดของนวัตกรรมและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนไม่เพียงพอ ในบทความนี้จึงนำเสนอผลการศึกษาที่ตรวจสอบเกี่ยวกับบทบาทของความสามารถการตลาดในด้านนวัตกรรม ตามกลยุทธ์การแข่งขัน ผลการศึกษาพบว่า ความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม และการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างความยั่งยืน และ Weerawardena and Cass (2004) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสำรวจลักษณะของบริษัทที่ขับเคลื่อนด้วยการตลาดในการได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Exploring the characteristics of the market-driven firms and antecedents to sustained competitive advantage) โดยพบว่าภาวะการประกอบการมีบทบาทที่สำคัญนำไปสู่ความสามารถทางการตลาดโดย

ผู้ประกอบการเป็นกลไกในการขับเคลื่อนหรือส่งเสริมให้องค์กรแสวงหาตลาดใหม่หรือความสามารถทางการตลาด และแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่บนพื้นฐานของภาวะการประกอบการในฐานะเจ้าของธุรกิจผู้บริหารระดับสูงจะมีบทบาทใน การคิดริเริ่มสร้างสรรค์และกล้าเสียงในการดำเนินธุรกิจใหม่ ๆ

จากการศึกษาข้างต้นจะพบว่า การสร้างความมั่นคง ยั่งยืนให้กับองค์กร คือ การสร้างความสามารถในการแข่งขันซึ่ง เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างแท้จริง โดยงานวิจัยในครั้งนี้เลือกที่จะศึกษา ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย เพราะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการปรับตัว โดยใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่เสมอ เช่นการเปลี่ยนจากเกษตรเคมีเป็นเกษตรอินทรีย์ และ การเปลี่ยนจากเกษตรอินทรีย์แบบธรรมดาเป็นเกษตรอินทรีย์แบบมีมาตรฐานการรับรอง แนวคิดทฤษฎีหลักของการวิจัยครั้งนี้ใช้แนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (The theory of competitive advantage) ของ Porter (1990) คือ Diamond model (แบบจำลองเพชร)โดยเป็นการพิจารณาและประเมินสภาวการณ์ปัจจุบันของปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่ สำคัญ 4 ด้าน ประกอบไปด้วย 1. เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต 2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ 3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Supporting and related industries) 4.บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Firm strategy, structure and rivalry) นอกจากตัวกำหนดทั้ง 4 ใน แบบจำลองเพชรแล้วยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ คือ
1. รัฐบาล (Government) 2. โอกาส (Chance) แนวคิดหลักจะทำให้ทราบระดับความสามารถในการแข่งขันของเกษตรอินทรีย์ไทย เพื่อให้สามารถหาแนวทางปรับตัวให้แข่งขัน เพิ่มระดับขีดความสามารถได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดในการทำให้เกิดสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ ความรู้ ซึ่งความรู้ถือเป็นบ่อเกิดของการสร้างนวัตกรรม เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีลักษณะเฉพาะ คือ เป็นอุตสาหกรรมที่พยายามสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการรวมกลุ่ม และการถ่ายทอดความรู้และนวัตกรรมระหว่างกัน ซึ่งเกษตรกร (ผู้ประกอบการ) ในสังคมไทยมีลักษณะพิเศษ คือ มีการช่วยเหลือ พึ่งพาซึ่งกันและกัน รวมไปถึงการรวมกลุ่มเพื่อถ่ายทอดความรู้และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันร่วมกัน ที่มีการรับและถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิต และนวัตกรรมการตลาดเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ซึ่งนักวิชาการที่พูดถึงเรื่องนวัตกรรมส่งผลต่ออีกความสามารถ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้จากงานวิจัยของ Henard and Szymanski (2001) ที่พูดถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมม่งผลต่อประสิทธิภาพในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง องค์กรควรมีการจัดการ ตั้งวัตถุประสงค์ กลยุทธ์และมีการทำงานเป็นทีม ก่อนการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ ควรมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง

องค์กร ควรมีส่วนร่วมจากหลาย ๆ แผนก มาช่วยกันคิด และสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกัน เพื่อความหลากหลายทางด้านความชำนาญพิเศษ ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร สอดคล้องกับนักวิชาการหลายๆท่านที่พบว่า นวัตกรรมส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ดังนี้ Tsai (2001) Hult, Snow and Kandemir (2003) Hult, Hurley and Knight (2004) พนิดา สัตโยภาส บุญชนิต วิงวอน และ บุญฑวรรณ วิงวอน (2555) บุญฑวรรณ วิงวอน และณัฐวดี พัฒนโพธิ์ (2556) ปรารถนา หลีกภัย (2556)

ทั้งนี้ผู้ประกอบการคือหัวใจสำคัญของกิจการ นอกจากนวัตกรรมแล้วการเพิ่มระดับขีดความสามารถ ยังสามารถเพิ่มได้โดยการกระทำของผู้ประกอบการ ซึ่งเรียกว่า ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) โดยในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ผลงานวิจัย และข้อมูลงานวิจัยจากงานวิจัยของ จันทร์เพ็ญ ฤทธิรงค์ (2558) เรื่อง การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย ที่พูดถึง ความเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดสตีเวนสัน (Entrepreneurship) ที่พัฒนาเชิงปฏิบัติการโดย บราวน์และคณะ (Brown, et al., 2001) และตรวจสอบต่อโดย คุนห์และคณะ (Kuhn, et al., 2010) คำนิยาม คือ ผู้ประกอบการที่แสวงหาโอกาส โดยไม่คำนึงถึงข้อจำกัดของทรัพยากร ซึ่งนักวิจัยเห็นว่าเป็นทางเลือกกลยุทธ์ที่ดีเสมอที่ดีสำหรับองค์กรเสมอ สามารถแบ่งได้ 6 ปัจจัย ดังนี้ 1. มุมมองเชิงกลยุทธ์ (Strategic orientation) 2. การบริหารทรัพยากร (Resource orientation) 3. โครงสร้างการจัดการ (Management structure) 4. ปรัชญาการให้รางวัล (Reward philosophy) 5. ทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า (Growth orientation) 6. วัฒนธรรมของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial culture) เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ลี และคณะ (Lee, et al., 2010) พบความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาเกี่ยวกับการรับการถ่ายทอด นวัตกรรมการผลิต และนวัตกรรมการตลาดของเกษตรกร (ผู้ประกอบการ) ผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์กับความสามารถในการแข่งขัน เป็นแนวทางในการพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับกิจการเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย เปรียบเทียบการรับการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการผลิตและนวัตกรรมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

# บทที่ 3
# วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา โดยศึกษาการรับการถ่ายทอดนวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. ขั้นตอนการสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

## รูปแบบการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าและทำวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ช่วงเวลาที่ผู้วิจัยทำการศึกษากำหนดทำการศึกษากับกลุ่มประชากรเป็นระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ถึงวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2557

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย จำแนกตามภูมิภาค ในภาคกลาง ภาคตะวันตก ภาคตะวันออก รวม 148 ราย (กรมวิชาการเกษตร, 2557) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยจำแนกตามภูมิภาคอ้างอิงจากคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ภาคกลาง ทั้งหมด 9 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี พระนครศรีอยุธยา อ่างทอง ลพบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท สระบุรี จำแนกตามภูมิภาคในภาคตะวันตก ทั้งหมด 8 จังหวัด ได้แก่ ราชบุรี กาญจนบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และจำแนกตามภูมิภาคในภาคตะวันออก ทั้งหมด 9 จังหวัด ได้แก่ สมุทรปราการ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี นครนายก สระแก้ว

กลุ่มตัวอย่างและขนาดตัวอย่าง คือ กำหนดจากจำนวนประชากร 148 ราย (กรมวิชาการเกษตร, 2557) ใช้การเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดยให้ภูมิภาคของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทยเป็นชั้นภูมิ (Stratum) จากนั้นใช้วิธีเปิดตารางจำนวนประชากร และจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970 อ้างถึงใน วุฒิชาติ สุนทรสมัย, 2555, หน้า 138) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 108 ตัวอย่าง

วิธีการเลือกตัวอย่าง

การคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามภูมิภาค

N = จำนวนประชากรของชั้นนั้น

n = จำนวนขนาดตัวอย่าง

$\sum N$ = ผลรวมจำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

$\sum n$ = ผลรวมของกลุ่มตัวอย่าง

ดังนี้ $$n = \frac{N \times \sum n}{\sum N}$$

ตารางที่ 3-1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามภูมิภาค

| ภูมิภาค | N | n | ร้อยละ | เก็บได้จริง | ร้อยละ |
|---|---|---|---|---|---|
| ภาคกลาง | 30 | 22 | 20.37 | 22 | 20.37 |
| ภาคตะวันตก | 78 | 57 | 52.78 | 52 | 48.15 |
| ภาคตะวันออก | 40 | 29 | 26.85 | 34 | 31.48 |
| รวม | 148 | 108 | 100 | 108 | 100 |

วิธีการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) มีชื่อเรียกอีกอย่างว่า Judgement sampling เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทยจากกรมวิชาการเกษตร

## เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลการรับการถ่ายทอดนวัตกรรม ความเป็นผู้ประกอบการและความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย แบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการ เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วยข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สาขาที่จบการศึกษา ภูมิลำเนาเดิม เครือข่ายทางธุรกิจเป็นลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended response question) ให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (ม.ป.ป.) ประยุกต์ใช้กับแนวคิดนวัตกรรมส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้จากนักวิชาการหลาย ๆ ท่าน ดังนี้ Henard and Szymanski (2001) พนิดา สัตโยภาส บุญชนิต วิงวอน และ บุญฑวรรณ วิงวอน (2555) และณัฐวดี พัฒนโพธิ์ (2556) ปรารถนา หลีกภัย (2556) เป็นแบบสอบถามลักษณะปลายปิด ประกอบด้วยคำถาม มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หรือบริการของท่านใหม่ที่ออกสู่ตลาดใน 3 ปีที่ผ่านมา การได้รับการถ่ายนวัตกรรมทางการผลิต การถ่ายนวัตกรรมทางการผลิต การได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด การถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งใช้ทฤษฎีพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กร ตามแนวคิดของสตีเวนสัน (Stevenson, 1983) คือ ความเป็นผู้ประกอบการพัฒนาเชิงปฏิบัติการโดย บราวน์ และคณะ (Brown, et al., 2001) และพัฒนาต่อโดยคุนห์ และคณะ (Kuhn, et al., 2010) ผู้วิจัยได้แปลเครื่องมือท้ายบทความจากภาษาอังกฤษให้เป็นภาษาไทย และได้รับการแนะนำโดยอาจารย์ที่ปรึกษา นำมาปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องและสัมพันธ์กับเนื้อหาที่ผู้วิจัยศึกษาลักษณะแบบสอบถามเป็นลักษณะปลายปิด คำตอบให้เลือกตอบ จำนวน 28 ข้อ ได้แก่

| | |
|---|---|
| 1. มุมมองเชิงกลยุทธ์ (Strategic orientation) | มีจำนวน 3 ข้อ |
| 2. การบริหารทรัพยากร (Resource orientation) | มีจำนวน 9 ข้อ |
| 3. โครงสร้างการจัดการ (Management structure) | มีจำนวน 5 ข้อ |
| 4. ปรัชญาการให้รางวัล (Reward philosophy) | มีจำนวน 6 ข้อ |
| 5. ทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า (Growth orientation) | มีจำนวน 2 ข้อ |
| 6. วัฒนธรรมของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial culture) | มีจำนวน 3 ข้อ |

โดยเป็นแบบสอบถามตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) (วุฒิชาติ สุนทรสมัย, 2555, หน้า 197)

ระดับมาตราส่วนประมาณค่า แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

| | |
|---|---|
| มากที่สุด | ให้ระดับคะแนน 5 |
| มาก | ให้ระดับคะแนน 4 |
| ปานกลาง | ให้ระดับคะแนน 3 |
| น้อย | ให้ระดับคะแนน 2 |
| น้อยที่สุด | ให้ระดับคะแนน 1 |

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ แนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระดับประเทศ (The competitive advantage of nations) ของ Porter (1990) และนำแบบสอบถามของ จิรายุ รัตนบวร (2548) มาประยุกต์ใช้เพื่อให้สอดคล้องและสัมพันธ์กับเนื้อหาที่ผู้วิจัยทำการศึกษา โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นลักษณะปลายปิด มีคำตอบให้เลือกตอบ จำนวน 37 ข้อ ได้แก่

| | |
|---|---|
| 1. เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต | มีจำนวน 10 ข้อ |
| 2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ | มีจำนวน 10 ข้อ |
| 3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน | มีจำนวน 4 ข้อ |
| 4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท | มีจำนวน 4 ข้อ |
| 5. รัฐบาล | มีจำนวน 3 ข้อ |
| 6. โอกาสในการส่งออก | มีจำนวน 5 ข้อ |

เป็นแบบสอบถามตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (วุฒิชาติ สุนทรสมัย, 2555, หน้า 197)

ระดับมาตราส่วนประมาณค่า แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

| | |
|---|---|
| มากที่สุด | ให้ระดับคะแนน 5 |
| มาก | ให้ระดับคะแนน 4 |
| ปานกลาง | ให้ระดับคะแนน 3 |
| น้อย | ให้ระดับคะแนน 2 |
| น้อยที่สุด | ให้ระดับคะแนน 1 |

**ขั้นตอนการสร้างและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ**

1. ศึกษาเอกสารตำรางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ความเป็นผู้ประกอบการ และความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

2. กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย สมมติฐาน กรอบแนวความคิดที่จะศึกษา พร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3. ศึกษาแบบสอบถามเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมกับความสามารถในการแข่งขัน โดยการรับการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการผลิตและนวัตกรรมทางการตลาด และความสามารถในการแข่งขันจากแนวคิดทฤษฎีของ Porter (1990) ในการวิจัยในครั้งนี้มีการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ และได้เลือกงานวิจัยเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน ของ จิรายุ รัตนบวร (2548) เป็นหลักในการประยุกต์ใช้ โดยในแบบสอบถามได้มีการประยุกต์แนวคิดของนักวิจัยต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามของตนเองให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับเนื้อหา

4. ศึกษาแบบสอบถามเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขันตามแนวความคิดของสตีเวนสัน (Stevenson, 1983) คือ แนวความคิดความเป็นผู้ประกอบการและพัฒนาเชิงปฏิบัติการ โดย บราวน์ และคณะ (Brown, et al., 2001) ต่อมาถูกตรวจสอบโดยคุนห์ และคณะ (Kuhn, et al., 2010) และความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากผลการวิจัยของ ลี และคณะ (Lee, et al., 2010)

5. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดที่ต้องการศึกษา โดยใช้คำจำกัดความหรือนิยามตามตัวแปรที่กำหนดไว้เป็นหลักในการสร้างคำถามต่าง ๆ ให้ครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด และนำเสนอต่อประธานกรรมการ และกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อขอคำแนะนำและปรับปรุงแก้ไข

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ด้านการบริหาร จำนวน 5 คน ข้อมูลไว้ในภาคผนวก ก ได้ตรวจสอบความเหมาะสมทั้งด้านเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรม (Index of item Objective Congruence: IOC) ก่อนการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง จากการหาค่าดัชนี พบว่า ค่า IOC ที่หาได้ผ่านตามเกณฑ์ คือไม่น้อยกว่า .80 ทุกข้อ (วุฒิชาติ สุนทรสมัย, 2555, หน้า 206) โดยกำหนดให้คำตอบแบบเลือกตอบ 3 คำตอบ ได้แก่ สอดคล้อง ไม่แน่ใจ ไม่สอดคล้อง และอีก 1 ช่องสำหรับการแก้ไขปรับปรุงข้อคำถาม โดยให้มีการแทนค่าคำตอบ ดังนี้

สอดคล้อง หมายถึง จะได้คะแนนเท่ากับ +1

ไม่แน่ใจ หมายถึง จะได้คะแนนเท่ากับ 0

ไม่สอดคล้อง หมายถึง จะได้คะแนนเท่ากับ -1

วิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยใช้สูตร IOC โดยผู้เชี่ยวชาญไม่น้อยกว่า 3 คน โดยใช้สูตรคำนวณ ดังนี้

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

เมื่อ IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

วิธีการแปลผล คือ

ถ้าค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.80 คัดเลือกไว้ใช้ได้

ถ้าค่า IOC น้อยกว่า 0.80 พิจารณาปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

จากการหาค่าความถูกต้องเชิงเนื้อหา (IOC) พบว่า ทุกรายการ ผ่านเกณฑ์ คือมีค่า I.O.C เท่ากับ .80 ขึ้น ยกเว้นส่วนที่ 4 ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ในข้อท่านมีที่ดินเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์เป็นของตนเองได้ 0.4 ไม่ผ่านเกณฑ์ โดนรายละเอียดผลการทดสอบดังกล่าวแสดงไว้ในภาคผนวก ก

7. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ กลุ่มที่ได้รับมาตรฐานอื่น ๆ ของเกษตรอินทรีย์ ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 ชุด เพื่อตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach, 1951 อ้างถึงใน วุฒิชาติ สุนทรสมัย, 2555, หน้า 207) และได้ค่า Alpha ได้ดังนี้

ความเป็นผู้ประกอบการ ได้ค่า Alpha รวมเท่ากับ 0.861 แยกค่า Alpha รายด้านได้ดังนี้

1. ด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ (Strategic orientation) เท่ากับ 0.834
2. ด้านการบริหารทรัพยากร (Resource orientation) เท่ากับ 0.784
3. ด้านโครงสร้างการจัดการ (Management structure) เท่ากับ 0.846
4. ด้านปรัชญาการให้รางวัล (Reward philosophy) เท่ากับ 0.956
5. ด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า (Growth orientation) เท่ากับ 0.901
6. ด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial culture) เท่ากับ 0.800

ความสามารถในการแข่งขันได้ค่า Alpha รวมเท่ากับ 0.948 แยกค่า Alpha รายด้านได้ดังนี้

1. เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต เท่ากับ 0.820
2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์ เท่ากับ 0.901
3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน เท่ากับ 0.820
4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท เท่ากับ 0.869
5. รัฐบาล เท่ากับ 0.962
6. โอกาส เท่ากับ 0.956

ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือที่ได้มาตรฐาน สามารถนำแบบสอบถามไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยได้ ผลการทดสอบดังกล่าวได้แสดงไว้ในภาคผนวก ค

8. นำแบบสอบถามที่วิเคราะห์ผล และปรับแก้เรียบร้อยแล้ว นำเสนอต่ออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อดำเนินการแก้ไขให้สมบูรณ์ ก่อนดำเนินการจัดพิมพ์เพื่อใช้เป็นแบบสอบถามการวิจัยฉบับสมบูรณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาจากเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม และความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ดังนี้

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่มีผู้เก็บหรือรวบรวมไว้ก่อนแล้ว ทำให้ไม่ต้องเสียเวลากับการเก็บรวบรวมข้อมูลใหม่ และสามารถศึกษาย้อนหลังได้ เพื่อทราบถึงรายละเอียดที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่

1.1 หนังสือเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงวิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.2 บทความเกี่ยวกับแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมใช้ทฤษฎีของ Porter (1990) และในเรื่องของความสามารถในการแข่งขันได้ศึกษาบทความของ Porter (1990)

1.3 บทความเกี่ยวกับทฤษฎีพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กร แนวความคิดความเป็นผู้ประกอบการของสตีเวนสัน (Stevenson, 1983) และพัฒนาเชิงปฏิบัติการโดย บราวน์ และคณะ (Brown, et al., 2001) ต่อมาถูกตรวจสอบโดยโดยคุนห์ และคณะ (Kuhn, et al., 2010)

1.4 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ เว็บไซต์ ที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขันของผู้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศ

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง และผู้ช่วยเก็บข้อมูล จำนวน 2 คน ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 15 - 20 นาที ต่อหนึ่งตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้อธิบายความหมายของนวัตกรรมด้านการผลิต เช่น การใช้วัตถุจากธรรมชาติมาทำเป็นปุ๋ยหมักจากชีวภาพ การใช้ใบไม้ทำเป็นยาฆ่าแมลงแบบปลอดสารพิษ การใช้แมลงกินสัตว์ที่ไม่กัดกินพืช เพื่อค่าแมลงด้วยกันเอง เป็นต้น และนวัตกรรมด้านการตลาด เช่น การบรรจุผลผลิตเป็นชิ้นเพื่อขายปลีก แทนการขายส่ง การทำฉลากเป็นต้น ในเนื้อหาอื่น ๆ ในแบบสอบถามอย่างละเอียดแต่ละข้อให้ผู้ตอบแบบสอบถามฟังก่อนตอบแบบสอบถาม

2. หากไม่สามารถติดต่อผู้ประกอบการได้จะใช้วิธีการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์และสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์

ตารางที่ 3-2 สถานที่เก็บแบบสอบถาม

| | ภาคตะวันออก |
|---|---|
| 1 | สวนพุทธรักษา จังหวัดระยอง |
| 2 | สวนร่วมสมัย จังหวัดระยอง |
| 3 | งานประชุมของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดชลบุรี (ศูนย์ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์ภาคกลางและภาคตะวันออก) |
| 4 | บ้านไร่จามจุรี จังหวัดจันทบุรี |
| 5 | สวนขจรวงศ์ จังหวัดจันทบุรี |
| 6 | สวนพ่อรวย จังหวัดจันทบุรี |
| 7 | สวนเปรมกลม จังหวัดจันทบุรี |
| 8 | สวนสายสมร จังหวัดจันทบุรี |
| 9 | งานแสดงสินค้า Organic Expo ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ |
| 10 | งานแสดงสินค้าออร์แกนิค ที่ K-Village |

ตารางที่ 3-2 (ต่อ)

| | |
|---|---|
| | ภาคตะวันออก |
| 11 | ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ |
| 12 | โทรสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ |
| | ภาคตะวันออกรวมทั้งหมด 34 ราย |
| | ภาคตะวันตก |
| 1 | งานประชุมของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดชลบุรี (ศูนย์ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์ภาคกลางและภาคตะวันออก) |
| 2 | วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์เพื่อชีวิต จังหวัดสุพรรณบุรี |
| 3 | หมู่บ้านกะเหรี่ยงห้วยหินดำ จังหวัดสุพรรณบุรี |
| 4 | หมู่ 3 ตำบล แสงอรุณ อำเภอ ทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์) |
| 5 | หมู่ 4 ตำบล แสงอรุณ อำเภอ ทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ |
| 6 | หมู่ 5 ตำบล แสงอรุณ อำเภอ ทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (สวนตาแม้น) |
| 7 | ส่งแบบสอบถามทางอีเมล์ สวนจังหวัดเพชรบุรี |
| 8 | ส่งแบบสอบถามทางอีเมล์ บริษัทซองเดอร์ |
| 9 | งานแสดงสินค้า Organic Expo ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ |
| 10 | ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ |
| 11 | งานแสดงสินค้าออร์แกนิค ที่ K-Village |
| 12 | โทรสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ |
| | ภาคตะวันตกรวมทั้งหมด 52 ราย |
| | ภาคกลาง |
| 1 | งานประชุมของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดชลบุรี (ศูนย์ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์ภาคกลางและภาคตะวันออก) |
| 2 | งานแสดงสินค้า Organic Expo ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ |
| 3 | งานแสดงสินค้าออร์แกนิค ที่ K-Village |
| 4 | ส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ |
| 5 | โทรสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ |
| | ภาคกลางรวมทั้งหมด 22 ราย |

**การวิเคราะห์ข้อมูล**

แบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความเรียบร้อย ความสมบูรณ์ในการตอบ และคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์ เพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เป็นการอธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ (Frequency) หาค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมการ วิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ ด้านการบริหารทรัพยากร ด้านโครงสร้างการจัดการ ด้านปรัชญาการให้รางวัล ด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า และด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ โดยนำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

การแปลความหมายผลการวิเคราะห์ มีดังนี้ (วุฒิชาติ สุนทรสมัย, 2555, หน้า 276)

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีระดับความเป็นผู้ประกอบการน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีระดับความเป็นผู้ประกอบการน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีระดับความเป็นผู้ประกอบการปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีระดับความเป็นผู้ประกอบการมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีระดับความเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

การแปลความหมายผลการวิเคราะห์ มีดังนี้ (วุฒิชาติ สุนทรสมัย, 2555, หน้า 276)

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีระดับความสามารถในการแข่งขันน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีระดับความสามารถในการแข่งขันน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีระดับความสามารถในการแข่งขันปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีระดับความสามารถในการแข่งขันมาก

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีระดับความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด

2. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติอ้างอิง

2.1 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย แตกต่างกัน

โดยการทดสอบสมมติฐานด้วย t-Test (วุฒิชาติ สุนทรสมัย, 2555, หน้า 61) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

2.2 ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย โดยสถิติที่ใช้คือ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

การพิจารณาค่าความสัมพันธ์จะพิจารณาว่ามีนัยสำคัญหรือไม่ จากนั้นโดยมีเกณฑ์ในการหาค่าความสัมพันธ์ ดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545)

± 0.81 ถึง ± 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก

± 0.61 ถึง ± 0.80 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับสูง

± 0.41 ถึง ± 0.60 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

± 0.21 ถึง ± 0.40 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

± 0.00 ถึง ± 0.20 หมายถึง มีความสัมพันธ์ระดับต่ำมาก

# บทที่ 4
# ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม และความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์ตามสมมติฐานของการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล และได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 5 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 6 ผลการศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการให้รัฐบาลมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

## สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

กำหนดความหมายของสัญลักษณ์ดังนี้

n แทน ค่าจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์

$\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง

SD แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

F แทน ค่าสถิติ F ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

t แทน ค่าสถิติ t ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

## ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ชาย | 70 | 64.81 |
| หญิง | 38 | 35.19 |
| รวม | 108 | 100.00 |

จากตารางที่ 4-1 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64.81 และเพศหญิง ร้อยละ 35.19

ตารางที่ 4-2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี | 7 | 6.48 |
| 31-35 ปี | 28 | 25.93 |
| 36-45 ปี | 32 | 29.63 |
| 46 ปีขึ้นไป | 41 | 37.96 |
| รวม | 108 | 100.00 |

จากตารางที่ 4-2 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป ร้อยละ 37.96 รองลงมาคือ อายุ 36-45 ปี ร้อยละ 29.63 อายุ 31-35 ปี ร้อยละ 25.93 และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี ร้อยละ 6.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า | 23 | 21.30 |
| มัธยมศึกษา/ ปวช. | 26 | 24.07 |
| อาชีวศึกษา | 3 | 2.78 |
| ปริญญาตรี | 45 | 41.67 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 11 | 10.18 |
| รวม | 108 | 100.00 |

จากตารางที่ 4-3 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 41.67 รองลงมาคือ มัธยมศึกษา ร้อยละ 24.07 ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ร้อยละ 21.30 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 10.18 และอาชีวศึกษา ร้อยละ 2.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาขาที่จบการศึกษา

| สาขาที่จบการศึกษา (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ไม่ระบุสาขา | 39 | 36.10 |
| สาขาบริหารธุรกิจ | 25 | 23.15 |
| สาขาการเกษตร | 20 | 18.52 |
| สาขาการจัดการเกษตรอินทรีย์ | 6 | 5.56 |
| สาขาการศึกษา | 3 | 2.78 |
| สาขาวิทยาศาสตร์และการแพทย์ | 1 | 0.93 |
| สาขามนุษย์ และสังคม | 10 | 9.26 |
| สาขาวิศวกรรม | 4 | 3.70 |
| รวม | 108 | 100.00 |

จากตารางที่ 4-4 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามในส่วนนี้มีทั้งสิ้น 108 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ ร้อยละ 23.15 รองลงมาคือ สาขาการเกษตร ร้อยละ 18.52

สาขามนุษย์ และสังคม ร้อยละ 9.26 สาขาการจัดการเกษตรอินทรีย์ ร้อยละ 5.56 สาขาวิศวกรรม ร้อยละ 3.70 สาขาการศึกษา ร้อยละ 2.78 และสาขาวิทยาศาสตร์และการแพทย์ ร้อยละ 0.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิลำเนาเดิม

| ภูมิลำเนาเดิม | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ภาคเหนือ | 1 | 0.92 |
| ภาคกลาง | 32 | 29.63 |
| ภาคตะวันตก | 47 | 43.52 |
| ภาคตะวันออก | 23 | 21.30 |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 2 | 1.85 |
| ภาคใต้ | 3 | 2.78 |
| รวม | 108 | 100.00 |

ตารางที่ 4-5 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเดิมคือ ภาคตะวันตก ร้อยละ 43.52 รองลงมาคือ ภาคกลาง ร้อยละ 29.63 ภาคตะวันออก ร้อยละ 21.30 ภาคใต้ ร้อยละ 2.78 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 1.85 และภาคเหนือ ร้อยละ 0.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเครือข่ายทางธุรกิจ

| เครือข่ายทางธุรกิจ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ไม่มี | 55 | 50.93 |
| มี | 53 | 49.07 |
| รวม | 108 | 100.00 |

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

| เครือข่ายทางธุรกิจ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| รายชื่อเครือข่ายทางธุรกิจ (เฉพาะผู้ที่ตอบว่ามีเครือข่ายทางธุรกิจ จำนวน 53 ราย) | | |
| ไม่ได้ระบุ | 10 | 18.86 |
| กลุ่มเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จันทบุรี | 2 | 3.77 |
| วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรบ้านบึงตะเข้ | 1 | 1.89 |
| เครือข่ายทำเห็ดอินทรีย์ปลอดสารพิษ | 1 | 1.89 |
| ผู้ส่งออกภาคตะวันออก | 1 | 1.89 |
| กลุ่มผู้ปลูกมะพร้าวน้ำหอม | 1 | 1.89 |
| กลุ่มสมาชิกเกษตรอินทรีย์บ้านห้วยหินดำ | 9 | 16.98 |
| ชมรมเกษตรอินทรีย์ | 5 | 9.43 |
| วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์โพธิ์งาม | 1 | 1.89 |
| เครือข่ายจังหวัดสระบุรี | 1 | 1.89 |
| เลม่อนฟาร์ม | 3 | 5.66 |
| วิสาหกิจชุมชน | 4 | 7.54 |
| มูลนิธิเกษตรอินทรีย์ไทย | 1 | 1.89 |
| เกษตรอินทรีย์แห่งประเทศไทย | 2 | 3.77 |
| จังหวัดต่าง ๆ | 7 | 13.21 |
| สมาชิกสหกรณ์การเกษตร | 1 | 1.89 |
| เครือข่ายตลาดสีเขียว | 3 | 5.66 |
| รวม | 53 | 100.00 |

จากตารางที่ 4-6 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจ ร้อยละ 50.93 และมีเครือข่ายทางธุรกิจ ร้อยละ 49.07

โดยจากข้อมูลการเข้าร่วมเครือข่ายทางธุรกิจของผู้ประกอบการ จากผู้ที่ตอบว่าตนเองมีเครือข่ายทางธุรกิจ จำนวน 53 คน พบว่า ส่วนใหญ่ไม่ได้ระบุเครือข่ายทางธุรกิจ ร้อยละ 18.86 รองลงมาคือ กลุ่มสมาชิกเกษตรอินทรีย์บ้านห้วยหินดำ ร้อยละ 16.98 เครือข่ายจังหวัดต่าง ๆ ร้อยละ 13.21 ชมรมเกษตรอินทรีย์ ร้อยละ 9.43 วิสาหกิจชุมชน ร้อยละ 7.54 เลม่อนฟาร์มกับเครือข่ายตลาดสีเขียว มีสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 5.66 กลุ่มเครือข่ายเกษตรอินทรีย์จันทบุรี กับเกษตรอินทรีย์

แห่งประเทศไทย มีสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 3.77 และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรบ้านบึงตะเข้กับเครือข่ายทำเห็ดอินทรีย์ปลอดสารพิษกับ ผู้ส่งออกภาคตะวันออกกับ กลุ่มผู้ปลูกมะพร้าวน้ำหอมกับวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์โพธิ์งามกับ เครือข่ายจังหวัดสระบุรีกับ มูลนิธิเกษตรอินทรีย์ไทยกับสมาชิกสหกรณ์การเกษตรมีสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 1.89

ตารางที่ 4-7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

| การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เกษตรอินทรีย์ IFOAM (สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มกท.) | 16 | 14.81 |
| เกษตรอินทรีย์ Organic Thailand's Brand (กรมวิชาการเกษตรและสกรณ์) | 108 | 100.00 |
| เกษตรดีที่เหมาะสม (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์) | 18 | 16.67 |
| ปลอดภัยจากสารพิษ หรืออนามัย (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์) | 14 | 12.96 |
| การรับรองระบบตรวจสอบสารพิษตกค้างในผักสด/ ผลไม้สด (กรมวิทยาการแพทย์) | 9 | 8.33 |
| เกษตรอินทรีย์องค์กรมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (มอน) | 2 | 1.85 |
| เกษตรธรรมชาติ (กรมการศึกษานอกโรงเรียน กระทรวงศึกษาธิการ) | 3 | 2.78 |
| มาตรฐาน Q (มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร) | 1 | 0.93 |
| มาตรฐาน GAP (มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี) | 1 | 0.93 |
| มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน | 1 | 0.93 |
| มาตรฐาน USDA Organic (มาตรฐานอาหารและผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของสหรัฐอเมริกา) | 3 | 2.78 |
| มาตรฐานฉลากเขียว | 1 | 0.93 |

จากตารางที่ 4-7 พบว่า ปัจจัยการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ด้านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ประเภทเกษตรอินทรีย์ Organic Thailand's Brand (กรมวิชาการเกษตรและสหกรณ์) ร้อยละ100.00 รองลงมาคือ เกษตรดีที่เหมาะสม (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์) ร้อยละ 16.67 เกษตรอินทรีย์ IFOAM (สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มกท.) ร้อยละ 14.81ปลอดภัยจากสารพิษ หรืออนามัย (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์) ร้อยละ 12.96 การรับรองระบบตรวจสอบสารพิษตกค้างในผักสด/ ผลไม้สด (กรมวิทยาการแพทย์) ร้อยละ 8.33 เกษตรธรรมชาติ (กรมการศึกษานอกโรงเรียน กระทรวงศึกษาธิการ) กับมาตรฐาน USDA Organic (มาตรฐานอาหารและ

ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของสหรัฐอเมริกา) มีสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 2.78 เกษตรอินทรีย์องค์กรมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (มอน) ร้อยละ 1.85 และ มาตรฐาน Q (มาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร) กับมาตรฐาน GAP (มาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี) กับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน กับมาตรฐานฉลากเขียว มีสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 0.93ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม

ตารางที่ 4-8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่ออกสู่ตลาดใน 3 ปี ที่ผ่านมา

| ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่ออกสู่ตลาดใน 3 ปีที่ผ่านมา | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| น้ำผลไม้ | 5 | 4.63 |
| ผลไม้แปรรูป | 33 | 30.56 |
| ผักแปรรูป | 40 | 37.04 |
| ข้าว | 13 | 12.04 |
| น้ำตาลจากมะพร้าว | 2 | 1.85 |
| ชา | 2 | 1.85 |
| เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ | 1 | 0.93 |

จากตารางที่ 4-8 พบว่า ปัจจัยการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่ออกสู่ตลาดใน 3ปีที่ผ่านมา ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทผักแปรรูป ออกสู่ตลาดใน 3 ปี ที่ผ่านมา ร้อยละ 37.04 รองลงมาคือ ผลไม้แปรรูป ร้อยละ 30.56 ข้าว ร้อยละ 12.04 น้ำผลไม้ ร้อยละ 4.63 น้ำตาลจากมะพร้าวกับชา มีสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 1.85 และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ร้อยละ 0.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการได้รับการถ่ายทอด นวัตกรรมการผลิต

| การได้รับการถ่ายทอด นวัตกรรมการผลิต | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เคย | 71 | 65.74 |
| ไม่เคย | 37 | 34.26 |
| รวม | 108 | 100.00 |
| แหล่งที่ได้รับการได้รับการถ่ายทอด นวัตกรรมการผลิต | | |
| หน่วยงานรัฐบาล | 49 | 69.01 |
| สถานการศึกษาต่าง ๆ | 9 | 12.67 |
| หน่วยงานเอกชน | 3 | 4.23 |
| หน่วยงานจังหวัด | 7 | 9.86 |
| ไม่ได้ระบุ | 3 | 4.23 |
| รวม | 71 | 100.00 |

จากตารางที่ 4-9 พบว่า ปัจจัยการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม การได้รับการถ่ายทอด นวัตกรรมการผลิต ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยมีการได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิต ร้อยละ 65.74 และไม่เคย ร้อยละ 34.26

จากผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ว่าเคยการได้รับการถ่ายทอด นวัตกรรมการผลิต จำนวน 71 คน พบว่า แหล่งที่ได้รับการได้รับการถ่ายทอด นวัตกรรมการผลิตนั้นส่วนใหญ่ได้รับการถ่ายทอด นวัตกรรมการผลิต มาจากหน่วยงานรัฐบาลร้อยละ 69.01 รองลงมาคือ สถานการศึกษาต่าง ๆ ร้อยละ 12.67 หน่วยงานจังหวัด ร้อยละ 9.86 และหน่วยงานเอกชนกับไม่ได้ระบุ มีสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 4.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิต

| การถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิต | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เคย | 56 | 51.85 |
| ไม่เคย | 52 | 48.15 |
| รวม | 108 | 100.00 |
| แหล่งที่ได้ถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิต | | |
| ประชาชนทั่วไป | 17 | 30.36 |
| วิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ | 10 | 17.86 |
| หน่วยงานของรัฐ | 10 | 17.86 |
| สถานศึกษาต่าง ๆ | 13 | 23.21 |
| ไม่ได้ระบุ | 6 | 10.71 |
| รวม | 56 | 100.00 |

จากตารางที่ 4-10 พบว่า ปัจจัยการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม การถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิตของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยมีการถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิต ร้อยละ 51.85 และไม่เคย ร้อยละ 48.15

จากผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ว่าเคยมีการถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิต จำนวน 56 คน พบว่า แหล่งที่ได้ถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิต ส่วนใหญ่ได้ถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิตให้กับประชาชนทั่วไป ร้อยละ 30.36 รองลงมาคือ สถานศึกษาต่าง ๆ ร้อยละ 23.21 วิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ กับหน่วยงานของรัฐ มีสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 17.86 และไม่ได้ระบุ ร้อยละ 10.71 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด

| การได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เคย | 44 | 40.74 |
| ไม่เคย | 64 | 59.26 |
| รวม | 108 | 100.00 |
| แหล่งที่ได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด | | |
| หน่วยงานของรัฐ | 37 | 84.08 |
| สถาบันการศึกษาต่าง ๆ | 2 | 4.55 |
| หน่วยงานเอกชน | 2 | 4.55 |
| กลุ่มธนาคาร | 1 | 2.27 |
| ไม่ได้ระบุ | 2 | 4.55 |
| รวม | 44 | 100.00 |

จากตารางที่ 4-11 พบว่า ปัจจัยการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม การได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาดของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ไม่เคยมีการได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด ร้อยละ 59.26 และเคย ร้อยละ 40.74

จากผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ว่าเคยมีการได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด จำนวน 44 คน พบว่า แหล่งที่ได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด ส่วนใหญ่ได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด มาจากหน่วยงานของรัฐ ร้อยละ 84.08 รองลงมาคือ สถาบันการศึกษาต่าง ๆ กับหน่วยงานเอกชน กับไม่ได้ระบุ มีสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 4.55 และกลุ่มธนาคาร ร้อยละ 2.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเคยถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด

| การเคยถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| เคย | 32 | 29.63 |
| ไม่เคย | 76 | 70.37 |
| รวม | 108 | 100.00 |
| แหล่งที่เคยถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด และการจัดจำหน่าย | | |
| หน่วยงานของรัฐ | 2 | 6.25 |
| สถาบันการศึกษาต่าง ๆ | 8 | 25.00 |
| หน่วยงานเอกชน | 4 | 12.50 |
| วิสาหกิจชุมชน | 7 | 21.88 |
| บุคคลทั่วไป | 8 | 25.00 |
| ไม่ได้ระบุ | 3 | 9.37 |
| รวม | 32 | 100.00 |

จากตารางที่ 4-12 พบว่า ปัจจัยการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม การเคยถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ไม่เคยมีการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด ร้อยละ 70.37 และเคย ร้อยละ 29.63

จากผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ว่าเคยมีการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด จำนวน 32 คน พบว่า แหล่งที่เคยถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด ส่วนใหญ่เคยถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด และการจัดจำหน่ายให้กับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ กับบุคคลทั่วไป มีสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 25.00 รองลงมาคือ วิสาหกิจชุมชน ร้อยละ 21.88 หน่วยงานเอกชน ร้อยละ 12.50 ไม่ได้ระบุ ร้อยละ 9.37 และหน่วยงานของรัฐ ร้อยละ 6.25 ตามลำดับ

## ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ

ตารางที่ 4-13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นผู้ประกอบการโดยรวม และรายด้าน ของผู้ประกอบการที่ตอบ

| ความเป็นผู้ประกอบการ | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|
| 1. ด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ | 4.00 | 0.67 | มาก | 1 |
| 2. ด้านการบริหารทรัพยากร | 3.77 | 0.49 | มาก | 2 |
| 3. ด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า | 3.77 | 0.95 | มาก | 2 |
| 4. ด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ | 3.76 | 0.60 | มาก | 4 |
| 5. ด้านโครงสร้างการจัดการ | 3.69 | 0.60 | มาก | 5 |
| 6. ด้านปรัชญาการให้รางวัล | 3.47 | 0.90 | ปานกลาง | 6 |
| เฉลี่ย | 3.72 | 0.45 | มาก | - |

ตารางที่ 4-13 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเป็นผู้ประกอบการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.72)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ ผู้ประกอบการมีความเป็นผู้ประกอบ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 4.00) และรองลงมาคือ ด้านการบริหารทรัพยากรกับด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.77)

ตารางที่ 4-14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นผู้ประกอบการ ด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

| ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|
| 1. โอกาสเป็นตัวควบคุมกลยุทธ์องค์กรของท่าน | 4.05 | 0.86 | มาก | 1 |
| 2. กลยุทธ์ในการประกอบการของท่าน ได้รับจากการรับรู้ถึงโอกาส ท่านไม่ได้ถูกจำกัดอยู่กับทรัพยากรที่มีอยู่ หรือไม่มีอยู่ในขณะนั้น (ทรัพยากร เช่น คน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบ ฯลฯ | 4.01 | 0.78 | มาก | 2 |
| 3. ท่านหาโอกาสที่คิดว่ามีคุณค่า และพยายามหาทรัพยากรมาเพื่อใช้ในโอกาสเหล่านั้น เพราะฉะนั้นโอกาสต่าง ๆ จึงเป็นตัวควบคุมกลยุทธ์องค์กรของท่าน | 3.94 | 0.74 | มาก | 3 |
| เฉลี่ย | 4.00 | 0.67 | มาก | - |

ตารางที่ 4-14 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเป็นผู้ประกอบการ ด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 4.00)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า โอกาสเป็นตัวควบคุมกลยุทธ์องค์กรของท่าน ผู้ประกอบการมีระดับความเป็นผู้ประกอบการ ในด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 4.05) และรองลงมาคือ กลยุทธ์ในการประกอบการของท่าน ได้รับจากการรับรู้ถึงโอกาส ท่านไม่ได้ถูกจำกัดอยู่กับทรัพยากรที่มีอยู่ หรือไม่มีอยู่ในขณะนั้น (ทรัพยากร เช่น คน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบ ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 4.01)

ตารางที่ 4-15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นผู้ประกอบการด้านการบริหารทรัพยากรของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

| ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการบริหารทรัพยากร | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|
| 1. ท่านเชื่อว่าการมีแนว ความคิดที่มองเห็นโอกาสต่าง ๆ และทำให้เกิดประโยชน์ได้นั้น สำคัญมากกว่าการมีเงิน | 4.12 | 0.86 | มาก | 1 |
| 2. ท่านเชื่อว่าโอกาสของความสำเร็จ มีความสำคัญมากกว่าการลงทุนกับทรัพยากร (ทรัพยากร เช่น คน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบ ฯลฯ) | 4.06 | 0.96 | มาก | 2 |
| 3. ก่อนที่จะเริ่มโครงการ (Project) ต่าง ๆ ท่านตัดสินใจเกี่ยวกับทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับทั้งโครงการ อย่างชัดเจนและเต็มที่ | 3.96 | 0.81 | มาก | 3 |
| 4. สิ่งที่ท่านต้องการจากทรัพยากรคือ ความสามารถของทรัพยากร | 3.94 | 0.81 | มาก | 4 |
| 5. ท่านเป็นเจ้าของ และมีการควบคุมทรัพยากร ต้องการทำให้องค์กรเป็นอิสระจากการเปลี่ยนแปลงของตลาด | 3.94 | 0.91 | มาก | 4 |
| 6. ท่านต้องการความยืดหยุ่น ในการยืมหรือเช่าทรัพยากรที่ต้องการสำหรับโครงการขององค์กร | 3.66 | 0.94 | มาก | 6 |
| 7. ท่านไม่มีความจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรในการเริ่มต้นแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ความจำเป็นในเรื่องทรัพยากรอาจจะเกิดขึ้นในช่วงของโอกาสเหล่านั้นก็ได้ | 3.66 | 0.80 | มาก | 6 |
| 8. ท่านทุ่มเทความพยายามกับแต่ละโครงการเพียงช่วงระยะเวลาสั้น ๆ และท่านจะถูกท้าทายด้วยโครงการที่ถูกคิดขึ้นใหม่ ๆ | 3.48 | 0.90 | ปานกลาง | 8 |
| 9. ท่านมักชอบใช้ทรัพยากรที่ ท่านเช่า หรือขอยืมมา | 3.15 | 1.34 | ปานกลาง | 9 |
| เฉลี่ย | 3.77 | 0.45 | มาก | - |

ตารางที่ 4-15 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการบริหารทรัพยากรโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.77)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านเชื่อว่าการมีแนว ความคิดที่มองเห็นโอกาสต่าง ๆ และทำให้เกิดประโยชน์ได้นั้น สำคัญมากกว่าการมีเงิน ผู้ประกอบการมีระดับความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการบริหารทรัพยากรมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 4.12) และรองลงมา คือ ท่านเชื่อว่าโอกาสของความสำเร็จ มีความสำคัญมากกว่า การลงทุนกับทรัพยากร (ทรัพยากร เช่น คน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบ ฯลฯ) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 4.06)

ตารางที่ 4-16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นผู้ประกอบการด้านโครงสร้างการจัดการของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

| ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านโครงสร้างการจัดการ | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|
| 1. ท่านให้ความสำคัญอย่างมากที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ ถึงแม้จะต้องละเลยกระบวนการที่เป็นทางการก็ตาม | 3.79 | 0.87 | มาก | 1 |
| 2. ท่านชอบใช้การควบคุมแบบไม่เข้มงวด และไม่เป็นทางการในสถานการณ์ต่าง ๆ มักใช้ความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการ | 3.78 | 0.80 | มาก | 2 |
| 3. ท่านให้อิสระ ในเรื่องรูปแบบการปฏิบัติการของผู้จัดการพนักงานสามารถทำได้อย่างอิสระ ตั้งแต่ลักษณะที่เป็นทางการมากจนถึงอย่างที่ไม่เป็นทางการมาก | 3.71 | 0.85 | มาก | 3 |
| 4. ท่านให้ความสำคัญอย่างมากที่จะดัดแปลงโดยอิสระ เพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป โดยไม่คำนึงถึงสิ่งที่ได้ทำมาแล้ว | 3.62 | 0.92 | มาก | 4 |
| 5. ท่านมีแนวโน้มอย่างสูงที่จะให้บุคลิกภาพของพนักงานแต่ละคน เป็นตัวกำหนด พฤติกรรมในการทำงานที่เหมาะสม | 3.55 | 1.08 | มาก | 5 |
| เฉลี่ย | 3.69 | 0.60 | มาก | - |

ตารางที่ 4-16 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเป็นผู้ประกอบการ ด้านโครงสร้างการจัดการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.69)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านให้ความสำคัญอย่างมากที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ ถึงแม้จะต้องละเลยกระบวนการที่เป็นทางการก็ตาม ผู้ประกอบการมีระดับความเป็นผู้ประกอบการในด้านโครงสร้างการจัดการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.79) และ

รองลงมาคือ ท่านชอบใช้การควบคุมแบบไม่เข้มงวด และไม่เป็นทางการ ในสถานการณ์ต่าง ๆ มักใช้ความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.78)

ตารางที่ 4-17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นผู้ประกอบการด้านปรัชญาการให้รางวัลของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

| ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านปรัชญาการให้รางวัล | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|
| 1. ท่านจะตอบแทนพนักงานของท่านโดยให้พนักงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานมากขึ้น และการเข้าถึงทรัพยากรที่พวกเขาอาจจำเป็นต้องใช้ในการพัฒนาความคิดใหม่ | 3.63 | 1.15 | มาก | 1 |
| 2. พนักงานของท่านจะได้รับการประเมินและการชดเชยต่าง ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณค่าที่พนักงานได้สร้างเพิ่มให้กับองค์กร (หน่วยงาน) | 3.50 | 1.01 | มาก | 2 |
| 3. ท่านกำหนดให้รางวัลสำหรับแผนก/ ทีม ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของทีมงานที่ดีเป็นหลักปฏิบัติทั่วไปในองค์กรของท่าน | 3.48 | 1.09 | ปานกลาง | 3 |
| 4. ท่านพยายามชดเชยค่าตอบแทน ให้แก่พนักงานโดยหาหนทางเพื่อให้พนักงานได้รับผลประโยชน์ จากคุณค่าที่เพิ่มขึ้นขององค์กร (หน่วยงาน) | 3.47 | 1.02 | ปานกลาง | 4 |
| 5. ท่านประเมินประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานโดยการสร้างมูลค่าในระยะยาวให้กับองค์กร | 3.41 | 1.03 | ปานกลาง | 5 |
| 6. สถานะภาพของพนักงานขึ้นอยู่กับคุณค่าที่พนักงานได้เพิ่มให้กับองค์กร (หน่วยงาน) | 3.32 | 0.96 | ปานกลาง | 6 |
| เฉลี่ย | 3.47 | 0.90 | ปานกลาง | - |

ตารางที่ 4-17 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเป็นผู้ประกอบการด้านปรัชญาการให้รางวัลโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ =3.47)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านจะตอบแทนพนักงานของท่านโดยให้พนักงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานมากขึ้น และการเข้าถึงทรัพยากรที่พวกเขาอาจจำเป็นต้องใช้ในการ

พัฒนาความคิดใหม่ผู้ประกอบการมีระดับความเป็นผู้ประกอบการ ในด้านปรัชญาการให้รางวัลมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.63) และรองลงมาคือ พนักงานของท่านจะได้รับการประเมินและการชดเชยต่าง ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณค่าที่พนักงานได้สร้างเพิ่มให้กับองค์กร (หน่วยงาน) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ =3.50)

ตารางที่ 4-18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นผู้ประกอบการด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้าของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

| ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|
| 1. ท่านคิดว่าความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงานเป็นเป้าหมายสูงสุดขององค์กร (หน่วยงาน) | 3.86 | 0.93 | มาก | 1 |
| 2. ท่านคิดว่าความตั้งใจของทุกคนทั้งองค์กร (หน่วยงาน) ก็เพื่อให้องค์กรมีความยิ่งใหญ่เป็นไปอย่างรวดเร็วเท่าที่จะเป็นไปได้ | 3.68 | 1.12 | มาก | 2 |
| เฉลี่ย | 3.77 | 0.95 | มาก | - |

ตารางที่ 4-18 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเป็นผู้ประกอบการด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้าโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.77)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านคิดว่าความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงานเป็นเป้าหมายสูงสุดขององค์กร (หน่วยงาน) ผู้ประกอบการมีระดับความเป็นผู้ประกอบการ ในด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้ามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.86) และท่านคิดว่าความตั้งใจของทุกคนทั้งองค์กร (หน่วยงาน) ก็เพื่อให้องค์กรมีความยิ่งใหญ่เป็นไปอย่างรวดเร็วเท่าที่จะเป็นไปได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.69)

ตารางที่ 4-19 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเป็นผู้ประกอบการด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

| ความเป็นผู้ประกอบการ ด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|
| 1. ท่านมีแนวคิดที่มองเห็นความสำเร็จในอนาคตมากกว่ามีเวลาและทรัพยากรที่ท่านแสวงหา | 3.92 | 0.90 | มาก | 1 |
| 2. การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคมโดยภาพรวมมักให้แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการให้บริการใหม่ ๆ กับท่าน | 3.83 | 0.81 | มาก | 2 |
| 3. ท่านไม่เคยประสบกับการขาดแนวคิดต่าง ๆ ที่สามารถใช้เพื่อสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการที่มีผลกำไร | 3.52 | 0.93 | มาก | 3 |
| เฉลี่ย | 3.76 | 0.60 | มาก | - |

ตารางที่ 4-19 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเป็นผู้ประกอบการด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.76)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านมีแนวคิดที่มองเห็นความสำเร็จในอนาคตมากกว่ามีเวลาและทรัพยากรที่ท่านแสวงหา ผู้ประกอบการมีระดับความเป็นผู้ประกอบการมากที่สุดในด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.92) และรองลงมาคือการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในสังคมโดยภาพรวมมักให้แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการให้บริการใหม่ ๆ กับท่าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.83)

## ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 4-20 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ โดยรวมและรายด้าน ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

| การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|
| 1. ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน | 3.98 | 0.67 | มาก | 1 |
| 2. ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต | 3.72 | 0.59 | มาก | 2 |
| 3. ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ | 3.51 | 0.70 | มาก | 3 |
| 4. ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท | 3.48 | 0.85 | มาก | 4 |
| 5. ด้านรัฐบาล | 2.87 | 1.30 | ปานกลาง | 5 |
| 6. ด้านโอกาสในการส่งออกในการส่งออก | 2.68 | 1.20 | ปานกลาง | 6 |
| เฉลี่ย | 3.45 | 0.62 | มาก | - |

จากตารางที่ 4-20 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.45)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ผู้ประกอบการมีความสามารถในการแข่งขันมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.98) รองลงมาคือ ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.72) ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.51) ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.48) ด้านรัฐบาลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 2.87) และด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 2.68) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-21 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิตของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

| ความสามารถในการแข่งขันด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต | ระดับความสามารถในการแข่งขัน | | | | | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | | | | |
| 1.ท่านอยู่ในสภาพแวดล้อมทางภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยต่อการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เช่น มีที่ดินที่เหมาะสมกับการปลูกเกษตรอินทรีย์ | - | 4 | 11 | 38 | 55 | | | | |
| | - | (3.70%) | (10.19%) | (35.19%) | (50.93%) | 4.33 | 0.81 | มากที่สุด | 1 |
| 2. ท่านมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญดูแลด้านวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | - | 2 | 15 | 55 | 36 | | | | |
| | - | (1.85%) | (13.89%) | (50.93%) | (33.33%) | 4.16 | 0.73 | มาก | 2 |
| 3. ท่านมีประวัติทางการเงินที่ดี | 3 | 1 | 39 | 33 | 32 | 3.83 | 0.96 | มาก | 3 |
| | (2.78%) | (0.93%) | (36.11%) | (30.56%) | (29.63%) | | | | |
| 4. ท่านมีบุคลากรที่มีทักษะแรงงานมีความชำนาญในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | 1 | 5 | 28 | 63 | 11 | | | | |
| | (0.93%) | (4.63%) | (25.93%) | (58.33%) | (10.19%) | 3.72 | 0.76 | มาก | 4 |
| 5. ท่านมีระบบสาธารณูปโภคเช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา อินเตอร์เน็ท ฯลฯ ที่เอื้ออำนวยกับการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | 2 | 21 | 16 | 41 | 28 | | | | |
| | (1.85%) | (19.44%) | (14.81%) | (37.96%) | (25.93%) | 3.67 | 1.12 | มาก | 5 |
| 6. ท่านมีการพัฒนานวัตกรรมที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | 2 | 19 | 22 | 41 | 24 | | | | |
| | (1.85%) | (17.59%) | (20.37%) | (37.96%) | (22.22%) | 3.61 | 1.08 | มาก | 6 |
| 7. ท่านมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญดูแลด้านวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | 3 | 12 | 28 | 51 | 14 | | | | |
| | (2.78%) | (11.11%) | (25.98%) | (47.22%) | (12.96%) | 3.56 | 0.95 | มาก | 7 |
| 8.ท่านมีเงินทุนหมุนเวียนภายในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | - | 2 | 57 | 41 | 8 | | | | |
| | - | (1.85%) | (52.78%) | (37.96%) | (7.41%) | 3.51 | 0.66 | มาก | 8 |

ตารางที่ 4-21 (ต่อ)

| ความสามารถในการแข่งขันด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต | ระดับความสามารถในการแข่งขัน | | | | | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | | | | |
| 9. ท่านมีบุคลากรด้านวิจัยและพัฒนาผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | 5 (4.63%) | 11 (10.19%) | 39 (36.11%) | 36 (33.33%) | 17 (15.74%) | 3.45 | 1.03 | มาก | 9 |
| 10.ท่านสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เช่น มีศักยภาพในการกู้ยืม | 2 (1.85%) | 13 (12.04%) | 50 (46.30%) | 29 (26.85%) | 14 (12.96%) | 3.37 | 0.92 | ปานกลาง | 10 |
| เฉลี่ย | - | - | - | - | - | 3.72 | 0.59 | มาก | - |

จากตารางที่ 4-21 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิตในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.72)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านอยู่ในสภาพแวดล้อมทางภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยต่อการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เช่น มีที่ดินที่เหมาะสมกับการปลูกเกษตรอินทรีย์ มีระดับความสามารถในการแข่งขัน ในด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิตมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\overline{X}$ = 4.33) รองลงมาคือ ท่านมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญดูแลด้านวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 4.16) ท่านมีประวัติทางการเงิน ที่ดีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.83) ท่านมีบุคลากรที่มีทักษะแรงงาน มีความชำนาญในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.72) ท่านมีระบบสาธารณูปโภคเช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ที่เอื้ออำนวยกับการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.67) ท่านมีการพัฒนานวัตกรรมที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.61) ท่านมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญดูแลด้านวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.56) ท่านมีเงินทุนหมุนเวียนภายในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.51) ท่านมีบุคลากรด้านวิจัยและพัฒนาผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.45) และท่านสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เช่น มีศักยภาพในการกู้ยืม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.37) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-22 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

| ความสามารถในการแข่งขันด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ | ระดับความสามารถในการแข่งขัน | | | | | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | | | | |
| 1. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของท่านมีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่ง | - | 6 (5.56%) | 19 (17.59%) | 41 (37.96%) | 42 (38.89%) | 4.10 | 0.89 | มาก | 1 |
| 2. ท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ใหม่ ๆ | - | 4 (3.70%) | 24 (22.22%) | 52 (48.15%) | 28 (25.93%) | 3.96 | 0.80 | มาก | 2 |
| 3. ท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์หลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค | - | 1 (0.93%) | 30 (27.78%) | 52 (48.15%) | 25 (23.15%) | 3.94 | 0.74 | มาก | 3 |
| 4. ท่านมีการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand image) ให้ผู้บริโภครับรู้ว่าผลิตภัณฑ์ของท่านคือผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | 1 (0.93%) | 23 (21.30%) | 13 (12.04%) | 45 (41.67%) | 26 (24.07%) | 3.67 | 1.09 | มาก | 4 |
| 5. ท่านทราบถึงความต้องการผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในแต่ละประเทศอาเซียนที่แตกต่างกัน | 2 (1.85%) | 5 (4.63%) | 42 (38.89%) | 45 (41.67%) | 14 (12.96%) | 3.59 | 0.84 | มาก | 5 |
| 6. ท่านสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าซึ่งมีความแตกต่างกันด้านวัฒนธรรมสังคมว่าได้เน้นความสำคัญพิถีพิถันในทุกกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | 4 (3.70%) | 14 (12.96%) | 36 (33.33%) | 37 (34.26%) | 17 (15.74%) | 3.45 | 1.03 | มาก | 6 |
| 7. ท่านมีการทำการวิจัยตลาดผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังผู้บริโภคต่าง ๆ ในอาเซียน | 7 (6.48%) | 26 (24.07%) | 22 (20.37%) | 33 (30.56%) | 20 (18.52%) | 3.31 | 1.21 | ปานกลาง | 7 |

ตารางที่ 4-22 (ต่อ)

| ความสามารถในการแข่งขันด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ | ระดับความสามารถในการแข่งขัน | | | | | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | | | | |
| 8. ท่านมีการติดฉลากภาษาท้องถิ่นและภาษาอังกฤษ เพื่อความเข้าใจของผู้บริโภคประเทศอื่น ๆ | 10 (9.26%) | 21 (19.44%) | 30 (27.78%) | 28 (25.93%) | 19 (17.59%) | 3.23 | 1.22 | ปานกลาง | 8 |
| 9. ท่านขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ทันสมัย เช่นการขายผ่านระบบ e-commerce ที่มีภาษาอังกฤษเป็นภาษาตัวเลือก | 7 (6.48%) | 28 (25.93%) | 29 (26.85%) | 33 (30.56%) | 11 (10.19%) | 3.12 | 1.11 | ปานกลาง | 9 |
| 10. ท่านขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ทันสมัย เช่นการขายผ่านระบบ e-commerce ที่มีภาษาอาเซียนเป็นภาษาตัวเลือก | 13 (12.04%) | 40 (37.04%) | 21 (19.44%) | 26 (24.07%) | 8 (7.41%) | 2.77 | 1.16 | ปานกลาง | 10 |
| เฉลี่ย | - | - | - | - | - | 3.51 | 0.70 | มาก | - |

จากตารางที่ 4-22 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสามารถในการแข่งขัน ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.51)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของท่านมีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่ง มีระดับความสามารถในการแข่งขัน ในด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์มากที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 4.10) รองลงมาคือ ท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ =3.96) ท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์หลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.94) ท่านมีการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand image) ให้ผู้บริโภครับรู้ว่าผลิตภัณฑ์ของท่านคือผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ =3.67) ท่านทราบถึงความต้องการผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในแต่ละประเทศอาเซียนที่แตกต่างกันมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.59) ท่านสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าซึ่งมีความแตกต่างกันด้านวัฒนธรรมสังคมว่าได้เน้นความสำคัญพิถีพิถันในทุกกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.45) ท่านมีการทำการวิจัยตลาดผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังผู้บริโภคต่าง ๆ ในอาเซียน มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน

ระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 3.31) ท่านมีการติดฉลากภาษาท้องถิ่นและภาษาอังกฤษ เพื่อความเข้าใจของผู้บริโภคประเทศอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 3.23) ท่านขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ทันสมัยเช่นการขายผ่านระบบ e-commerce ที่มีภาษาอังกฤษเป็นภาษาตัวเลือกมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 3.12) และท่านขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ทันสมัยเช่นการขายผ่านระบบ e-commerce ที่มีภาษาอาเซียนเป็นภาษาตัวเลือก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 2.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-23 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

| ความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน | ระดับความสามารถในการแข่งขัน | | | | | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | | | | |
| 1. ท่านคิดว่าการสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ (Cluster) ซึ่งเป็นแนวคิดของ “การพึ่งพาอาศัยซึ่งกนและกัน” เป็นเรื่องสำคัญ | - | 3 | 16 | 42 | 47 | | | มากที่สุด | 1 |
| | - | (2.78%) | (14.81%) | (38.89%) | (43.52%) | 4.23 | 0.80 | | |
| 2. ท่านให้ความร่วมมือกับการศึกษาและสถาบันวิจัยต่างๆ เพื่อความก้าวหน้าของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | - | 2 | 21 | 54 | 31 | | | | |
| | - | (1.85%) | (19.44%) | (50.00%) | (28.70%) | 4.06 | 0.75 | มาก | 2 |
| 3. ท่านสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ (Cluster) ซึ่งเป็นแนวคิดของ “การพึ่งพาอาศัยซึ่งกนและกัน” เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน | - | 3 | 30 | 38 | 37 | | | | |
| | - | (2.78%) | (27.78%) | (35.19%) | (34.26%) | 4.01 | 0.86 | มาก | 3 |
| 4. ท่านได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานของจังหวัดที่ท่านอยู่ | 6 | 10 | 22 | 50 | 20 | | | | |
| | (5.6%) | (9.3%) | (20.4%) | (46.3%) | (18.5%) | 3.63 | 1.06 | มาก | 4 |
| เฉลี่ย | - | - | - | - | - | 3.98 | 0.67 | มาก | - |

จากตารางที่ 4-23 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสามารถในการแข่งขัน ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.98)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านคิดว่าการสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ (Cluster) ซึ่งเป็นแนวคิดของ "การพึ่งพาอาศัยซึ่งกนและกัน" เป็นเรื่องสำคัญ มีระดับความสามารถในการแข่งขัน ในด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ( $\overline{X}$ = 4.23) รองลงมาคือ ท่านให้ความร่วมมือกับการศึกษา และสถาบันวิจัยต่าง ๆ เพื่อความก้าวหน้าของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 4.06) ท่านสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ซึ่งเป็นแนวคิดของ "การพึ่งพาอาศัยซึ่งกนและกัน" เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 4.01) และท่านได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ จากหน่วยงานของจังหวัดที่ท่านอยู่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.63) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-24 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

| ความสามารถในการแข่งขันด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท | ระดับความสามารถในการแข่งขัน | | | | | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | | | | |
| 1. ท่านคำนึงถึงนโยบายและกฎระเบียบของภาครัฐเสมอ จะศึกษาก่อนกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ในแต่ละปี เช่น นโยบายการแข่งขันทางการค้า นโยบายการค้าและการลงทุน ฯลฯ | 3 (2.78%) | 9 (8.33%) | 33 (30.56%) | 42 (38.89%) | 21 (19.44%) | 3.64 | 0.98 | มาก | 1 |
| 2. ท่านมีการกำหนดแผนการดำเนินงานของบริษัท เช่น พันธกิจ วิสัยทัศน์ ในแต่ละปี | 4 (3.70%) | 9 (8.33%) | 40 (37.04%) | 39 (36.11%) | 16 (14.81%) | 3.50 | 0.97 | มาก | 2 |
| 3. ท่านมีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อนขององค์กรก่อนจะกำหนดกลยุทธ์ของบริษัท | 1 (0.93%) | 10 (9.26%) | 49 (45.37%) | 35 (32.41%) | 13 (12.04%) | 3.45 | 0.86 | มาก | 3 |
| 4. ท่านมีการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ในแต่ละปี | 6 (5.56%) | 23 (21.30%) | 23 21.30(%) | 40 (37.04%) | 16 (14.81%) | 3.34 | 1.14 | ปานกลาง | 4 |
| เฉลี่ย | - | - | - | - | - | 3.48 | 0.85 | มาก | - |

จากตารางที่ 4-24 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสามารถในการแข่งขัน ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัทโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ =3.48)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านคำนึงถึงนโยบายและกฎระเบียบของภาครัฐเสมอ จะศึกษาก่อนกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ในแต่ละปีเช่น นโยบายการแข่งขันทางการค้า นโยบายการค้าและการลงทุน ฯลฯ มีระดับความสามารถในการแข่งขัน ในด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัทมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.64) รองลงมาคือ ท่านมีการกำหนดแผนการดำเนินงานของบริษัท เช่น พันธกิจ วิสัยทัศน์ ในแต่ละปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.50) ท่านมีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน ขององค์กรก่อนจะกำหนดกลยุทธ์ของบริษัท มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.45) และท่านมีการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ในแต่ละปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 3.34) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-25 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันด้านรัฐบาล ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

| ความสามารถในการแข่งขันด้านรัฐบาล | ระดับความสามารถในการแข่งขัน | | | | | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | | | | |
| 1. ท่านได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานของรัฐบาล | 23 (21.30%) | 20 (18.52%) | 16 (14.81%) | 28 (25.93%) | 21 (19.44%) | 3.04 | 1.45 | ปานกลาง | 1 |
| 2. ท่านคิดว่าท่านได้รับการสนับสนุนจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์ | 24 (22.22%) | 19 (17.59%) | 24 (22.22%) | 32 (29.63%) | 9 (8.33%) | 2.84 | 1.30 | ปานกลาง | 2 |
| 3. ท่านคิดว่านโยบายของรัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุนองค์กรของท่าน | 26 (24.07%) | 19 (17.59%) | 29 (26.85%) | 25 (23.15%) | 9 (8.33%) | 2.74 | 1.29 | ปานกลาง | 3 |
| เฉลี่ย | - | - | - | - | - | 2.87 | 1.30 | ปานกลาง | - |

จากตารางที่ 4-25 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสามารถในการแข่งขัน ด้านรัฐบาล โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 2.87)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานของรัฐบาล มีระดับความสามารถในการแข่งขัน ในด้านรัฐบาลมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 3.03) รองลงมาคือ ท่านคิดว่าท่านได้รับการสนับสนุนจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 2.84) และท่านคิดว่านโยบายของรัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุนองค์กรของท่าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$= 2.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 4-26 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันด้านโอกาสในการส่งออกของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

| ความสามารถในการแข่งขันด้านโอกาสในการส่งออก | ระดับความสามารถในการแข่งขัน | | | | | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | | | | |
| 1. ท่านมีความรู้ที่เกี่ยวพื้นฐานกับประเทศที่ต้องการจะส่งออกเศรษฐกิจค่านิยมรสนิยมเชื่อชาติศาสนา | 31 (28.70%) | 11 (10.19%) | 29 (26.85%) | 27 (25.00%) | 10 (9.26%) | 2.76 | 1.35 | ปานกลาง | 1 |
| 2. ท่านมีความรู้ความสามารถในด้านของภาษาของประเทศที่ต้องการที่จะส่งออกและภาษาอังกฤษ | 30 (27.78%) | 16 (14.81%) | 28 (25.93%) | 21 (19.44%) | 13 (12.04%) | 2.73 | 1.37 | ปานกลาง | 2 |
| 3. ท่านมีแหล่งข้อมูลข่าวสารหน่วยงานที่เข้ามาดูแลแนะนำรวมถึงให้คำปรึกษาด้านการส่งออก | 27 (25.00%) | 20 (18.52%) | 30 (27.78%) | 23 (21.30%) | 8 (7.41%) | 2.68 | 1.27 | ปานกลาง | 3 |
| 4. ท่านมีความเข้าใจในข้อกำหนดต่าง ๆ เกี่ยวกับการส่งออกในการค้ากับประเทศอาเซียน | 30 (27.78%) | 17 (15.74%) | 34 (31.48%) | 16 (14.81%) | 11 (10.19%) | 2.64 | 1.31 | ปานกลาง | 4 |

ตารางที่ 4-26 (ต่อ)

| ความสามารถในการแข่งขันด้านโอกาสในการส่งออก | ระดับความสามารถในการแข่งขัน | | | | | $\overline{X}$ | SD | ระดับ | ลำดับที่ |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | น้อยที่สุด | น้อย | ปานกลาง | มาก | มากที่สุด | | | | |
| 5. ท่านรับรู้ระเบียบข้อบังคับหรือกฎหมายด้านการค้าในต่างประเทศที่มีความเข้มงวด | 29 (26.85%) | 21 (19.44%) | 27 (25.00%) | 26 (24.07%) | 5 (4.63%) | 2.60 | 1.25 | น้อย | 5 |
| เฉลี่ย | - | - | - | - | - | 2.68 | 1.20 | ปานกลาง | - |

จากตารางที่ 4-26 พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสามารถในการแข่งขัน ด้านโอกาสในการส่งออกโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 2.68)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีความรู้ที่เกี่ยวพื้นฐานกับประเทศที่ต้องการจะส่งออกเศรษฐกิจค่านิยมรสนิยมเชื่อชาติศาสนามีระดับความสามารถในการแข่งขัน ในด้านโอกาสในการส่งออกมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 2.76) รองลงมาคือ ท่านมีความรู้ความสามารถในด้านของภาษาของประเทศที่ต้องการที่จะส่งออกและภาษาอังกฤษมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 2.73) ท่านมีแหล่งข้อมูลข่าวสารหน่วยงานที่เข้ามาดูแลแนะนำรวมถึงให้คำปรึกษาด้านการส่งออกมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 2.68) ท่านมีความเข้าใจในข้อกำหนดต่าง ๆ เกี่ยวกับการส่งออกในการค้ากับประเทศอาเซียนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 2.64) และท่านรับรู้ระเบียบข้อบังคับหรือกฎหมายด้านการค้าในต่างประเทศที่มีความเข้มงวดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ( $\overline{X}$ = 2.60) ตามลำดับ

## ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบตามสมมติฐาน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ตามสมมติฐานโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 การรับนวัตกรรมทางการผลิตของผู้ประกอบการต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-27 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการจำแนกตามการรับนวัตกรรมการผลิต

| ความสามารถในการแข่งขัน | เคย (n=71) | | ไม่เคย (n= 37) | | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\overline{X}$ | SD | $\overline{X}$ | SD | | |
| 1. ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต | 3.67 | .52 | 3.82 | 0.69 | -1.271 | .0207* |
| 2. ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ | 3.42 | .67 | 3.71 | 0.71 | -2.077 | .040* |
| 3. ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน | 3.95 | 0.69 | 4.03 | 0.63 | -.583 | .561 |
| 4. ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท | 3.46 | 0.80 | 3.53 | 0.95 | -.440 | .661 |
| 5. ด้านรัฐบาล | 2.78 | 1.32 | 3.05 | 1.25 | -.993 | .323 |
| 6. ด้านโอกาสในการส่งออก | 2.61 | 1.25 | 2.82 | 1.11 | -.839 | .404 |
| เฉลี่ย | 3.39 | 0.62 | 3.58 | 0.62 | -1.517 | .132 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตารางที่ 4-27 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการรับ นวัตกรรมการผลิตต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขัน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานงานวิจัย

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการรับ นวัตกรรมการผลิตต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขัน ในด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิตและด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-28 การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการรับนวัตกรรมทางการผลิต จำแนกตามการมีเครือข่ายทางธุรกิจ

| การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการรับนวัตกรรมทางการผลิต | | เครือข่ายทางธุรกิจ | | รวม |
|---|---|---|---|---|
| | | ไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจ (n=55) | มีเครือข่ายทางธุรกิจ (n=53) | |
| เคย | จำนวน | 47 | 24 | 71 |
| | ร้อยละ | 85.45 | 45.28 | 65.74 |
| ไม่เคย | จำนวน | 8 | 29 | 37 |
| | ร้อยละ | 14.55 | 54.72 | 34.26 |
| รวม | จำนวน | 55 | 53 | 108 |
| | ร้อยละ | 100.00 | 100.00 | 100.00 |

จากตารางที่ 4-28 พบว่า ผู้ประกอบการมีการรับนวัตกรรมทางการผลิต ไม่มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 85.45 มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 45.28 และไม่เคยแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการรับนวัตกรรมทางการผลิต ไม่มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 14.55 มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 52.72

สมมติฐานที่ 1.2 การถ่ายทอดนวัตกรรมทางการผลิต ของผู้ประกอบการต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-29 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการจำแนกตามการถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิต

| ความสามารถในการแข่งขัน | เคย (n=56) | | ไม่เคย (n= 52) | | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\overline{X}$ | SD | $\overline{X}$ | SD | | |
| 1. ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต | 3.69 | 0.57 | 3.76 | 0.61 | -.602 | .549 |
| 2. ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ | 3.50 | 0.75 | 3.53 | 0.65 | -.173 | .863 |
| 3. ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน | 3.94 | 0.76 | 4.03 | 0.57 | -.705 | .482 |
| 4. ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท | 3.47 | 0.90 | 3.50 | 0.79 | -.134 | .894 |
| 5. ด้านรัฐบาล | 2.94 | 1.29 | 2.80 | 1.31 | .556 | .579 |
| 6. ด้านโอกาสในการส่งออก | 2.70 | 1.23 | 2.66 | 1.19 | .197 | .844 |
| เฉลี่ย | 3.44 | 0.66 | 3.46 | 0.59 | -.167 | .868 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตารางที่ 4-29 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิต ต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขัน ในภาพรวม และรายด้านทุกด้านไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานงานวิจัย

ตารางที่ 4-30 การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการผลิต จำแนกตามการมีเครือข่ายทางธุรกิจ

| การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการผลิต | | เครือข่ายทางธุรกิจ | | รวม |
|---|---|---|---|---|
| | | ไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจ (n=55) | มีเครือข่ายทางธุรกิจ (n=53) | |
| เคย | จำนวน | 41 | 15 | 56 |
| | ร้อยละ | 74.55 | 28.30 | 51.85 |
| ไม่เคย | จำนวน | 14 | 38 | 52 |
| | ร้อยละ | 25.45 | 71.70 | 48.15 |
| รวม | จำนวน | 55 | 53 | 108 |
| | ร้อยละ | 100.00 | 100.00 | 100.00 |

จากตารางที่ 4-32 พบว่า ผู้ประกอบการมีการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการผลิต ไม่มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 74.55 มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 28.30 และไม่เคยการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการผลิต ไม่มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 25.45 มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 71.70

สมมติฐานที่ 1.3 การรับนวัตกรรมทางการตลาด ของผู้ประกอบการต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-31 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการจำแนกตามการรับนวัตกรรมทางการตลาด

| ความสามารถในการแข่งขัน | เคย (n=44) | | ไม่เคย (n= 64) | | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\overline{X}$ | SD | $\overline{X}$ | SD | | |
| 1. ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต | 3.74 | 0.59 | 3.71 | 0.59 | .272 | .786 |
| 2. ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ | 3.70 | 0.60 | 3.38 | 0.74 | 2.480 | .015* |
| 3. ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน | 3.92 | 0.68 | 4.02 | 0.67 | -.782 | .436 |
| 4. ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท | 3.68 | 0.80 | 3.35 | 0.86 | 2.041 | .044* |
| 5. ด้านรัฐบาล | 3.30 | 1.20 | 2.58 | 1.28 | 2.958 | .004* |
| 6. ด้านโอกาสในการส่งออก | 3.14 | 1.10 | 2.37 | 1.18 | 3.415 | .001* |
| เฉลี่ย | 3.62 | 0.59 | 3.33 | 0.62 | 2.440 | .016* |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากตารางที่ 4-31 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการรับนวัตกรรมทางการตลาด ต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขัน ในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งยอมรับสมมติฐานงานวิจัย

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ประกอบการที่มีการการรับ นวัตกรรมการตลาดต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขัน ในด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท ด้านรัฐบาล และด้านโอกาสในการส่งออกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-32 การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการรับนวัตกรรมทางการตลาด จำแนกตามการมีเครือข่ายทางธุรกิจ

| การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการรับนวัตกรรมทางการตลาด | | เครือข่ายทางธุรกิจ | | รวม |
|---|---|---|---|---|
| | | ไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจ (n=55) | มีเครือข่ายทางธุรกิจ (n=53) | |
| เคย | จำนวน | 29 | 15 | 44 |
| | ร้อยละ | 52.73 | 28.30 | 40.74 |
| ไม่เคย | จำนวน | 26 | 38 | 64 |
| | ร้อยละ | 47.27 | 71.70 | 59.26 |
| รวม | จำนวน | 55 | 53 | 108 |
| | ร้อยละ | 100.00 | 100.00 | 100.00 |

จากตารางที่ 4-30 พบว่า ผู้ประกอบการมรการรับนวัตกรรมทางการตลาด ไม่มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 52.73 มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 28.30 และไม่เคยแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการรับนวัตกรรมทางการตลาด ไม่มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 47.27 มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 71.70

สมมติฐานที่ 1.4 การถ่ายนวัตกรรมทางการตลาด ของผู้ประกอบการต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-33 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการจำแนกตามการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด

| ความสามารถในการแข่งขัน | เคย (n=32) | | ไม่เคย (n= 76) | | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\overline{X}$ | SD | $\overline{X}$ | SD | | |
| 1. ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต | 3.68 | 0.64 | 3.74 | 0.57 | -.432 | .667 |
| 2. ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ | 3.70 | 0.68 | 3.44 | 0.70 | 1.774 | .079 |
| 3. ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน | 3.90 | 0.69 | 4.02 | 0.67 | -.833 | .407 |
| 4. ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท | 3.59 | 0.81 | 3.44 | 0.86 | .873 | .385 |
| 5. ด้านรัฐบาล | 3.19 | 1.29 | 2.74 | 1.28 | 1.647 | .103 |
| 6. ด้านโอกาสในการส่งออก | 3.13 | 1.16 | 2.49 | 1.18 | 2.586 | .011* |
| เฉลี่ย | 3.58 | 0.64 | 3.40 | 0.61 | 1.436 | .154 |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-33 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด ต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขัน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานงานวิจัย

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้ประกอบการที่มีการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาดต่างกันมีความสามารถในการแข่งขัน ในด้านโอกาสในการส่งออกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-34 การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด จำแนกตามการมีเครือข่ายทางธุรกิจ

| การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด | | เครือข่ายทางธุรกิจ | | รวม |
|---|---|---|---|---|
| | | ไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจ (n=55) | มีเครือข่ายทางธุรกิจ (n=53) | |
| เคย | จำนวน | 27 | 5 | 32 |
| | ร้อยละ | 49.09% | 9.43% | 29.63% |
| ไม่เคย | จำนวน | 28 | 48 | 76 |
| | ร้อยละ | 50.91% | 90.57% | 70.37% |
| รวม | จำนวน | 55 | 53 | 108 |
| | ร้อยละ | 100.00% | 100.00% | 100.00% |

จากตารางที่ 4-34 พบว่า ผู้ประกอบการมีการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด ไม่มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 49.09 มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 9.43 และไม่เคยการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านการถ่ายทอดนวัตกรรมทางการตลาด ไม่มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 50.91 มีเครือข่ายธุรกิจ ร้อยละ 90.57

สมมติฐานที่ 2 ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

ตารางที่ 4-35 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ กับความสามารถในการแข่งขันผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ในภาพรวม

| ความเป็นผู้ประกอบการ | ความสามารถในการแข่งขัน | | |
|---|---|---|---|
| | r | P-value | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1. ด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ | .27 | .006** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 2. ด้านการบริหารทรัพยากร | .32 | .001** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 3. ด้านโครงสร้างการจัดการ | .28 | .003** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 4. ด้านปรัชญาการให้รางวัล | .55 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง |
| 5. ด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า | .47 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง |
| 6. ด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ | .40 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| ภาพรวม | .59 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง |

**p <.01

ตารางที่ 4-35 พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการ ในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.= 0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .59 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ความเป็นผู้ประกอบการด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.006 โดยมีความสัมพันธ์ r = .27 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

2. ความเป็นผู้ประกอบการด้านการบริหารทรัพยากร มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.001 โดยมีความสัมพันธ์ r = .32 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

3. ความเป็นผู้ประกอบการด้านโครงสร้างการจัดการ มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.003 โดยมีความสัมพันธ์ r = .28 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

4. ความเป็นผู้ประกอบการด้านปรัชญาการให้รางวัล มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .55 มีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

5. ความเป็นผู้ประกอบการด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .47 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

6. ความเป็นผู้ประกอบการด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .40 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 2.1 ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4-36 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ กับความสามารถในการแข่งขัน ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

| ความเป็นผู้ประกอบการ | ความสามารถในการแข่งขัน ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต | | |
|---|---|---|---|
| | r | P-value | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1. ด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ | .33 | .001** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 2. ด้านการบริหารทรัพยากร | .37 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 3. ด้านโครงสร้างการจัดการ | .27 | .005** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 4. ด้านปรัชญาการให้รางวัล | .38 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 5. ด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า | .32 | .001** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 6. ด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ | .32 | .001** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| ภาพรวม | .50 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง |

*p <.05 ** p <.01

ตารางที่ 4-36 พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ ในประเทศไทย ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.= .000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .50 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ความเป็นผู้ประกอบการด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.001 โดยมีความสัมพันธ์ r = .33 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

2. ความเป็นผู้ประกอบการด้านการบริหารทรัพยากร มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านเงื่อนไขของปัจจัย

การผลิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .37 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

3. ความเป็นผู้ประกอบการด้านโครงสร้างการจัดการ มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.005 โดยมีความสัมพันธ์ r = .27 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

4. ความเป็นผู้ประกอบการด้านปรัชญาการให้รางวัล มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .38 มีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

5. ความเป็นผู้ประกอบการด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.001 โดยมีความสัมพันธ์ r = .32 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

6. ความเป็นผู้ประกอบการด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.001 โดยมีความสัมพันธ์ r = .32 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 2.2 ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4-37 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ กับความสามารถในการแข่งขัน ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

| ความเป็นผู้ประกอบการ | ความสามารถในการแข่งขัน ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ | | |
|---|---|---|---|
| | r | P-value | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1. ด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ | .22 | .021* | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 2. ด้านการบริหารทรัพยากร | .25 | .009** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 3. ด้านโครงสร้างการจัดการ | .25 | .010** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 4. ด้านปรัชญาการให้รางวัล | .53 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง |
| 5. ด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า | .46 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง |
| 6. ด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ | .41 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| ภาพรวม | .54 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง |

*p <.05 ** p <.01

ตารางที่ 4-37 พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.= .000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .54 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ความเป็นผู้ประกอบการด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.021 โดยมีความสัมพันธ์ r = .22 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

2. ความเป็นผู้ประกอบการด้านการบริหารทรัพยากร มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.009 โดยมีความสัมพันธ์ r = .25 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

3. ความเป็นผู้ประกอบการด้านโครงสร้างการจัดการ มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.010 โดยมีความสัมพันธ์ r = .25 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

4. ความเป็นผู้ประกอบการด้านปรัชญาการให้รางวัล มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .53 มีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

5. ความเป็นผู้ประกอบการด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .46 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

6. ความเป็นผู้ประกอบการด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .41 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 2.3 ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4-38 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขัน ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

| ความเป็นผู้ประกอบการ | ความสามารถในการแข่งขัน ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน | | |
|---|---|---|---|
| | r | P-value | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1. ด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ | .40 | .000* | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 2. ด้านการบริหารทรัพยากร | .16 | .102 | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำมาก |
| 3. ด้านโครงสร้างการจัดการ | .14 | .144 | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำมาก |
| 4. ด้านปรัชญาการให้รางวัล | .08 | .388 | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำมาก |
| 5. ด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า | .11 | .266 | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำมาก |
| 6. ด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ | .17 | .087 | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำมาก |
| ภาพรวม | .23 | .017* | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |

*p <.05

ตารางที่ 4-38 พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob.= .017 โดยมีความสัมพันธ์ r = .23 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ความเป็นผู้ประกอบการด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์ กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .40 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

2. ความเป็นผู้ประกอบการด้านการบริหารทรัพยากร มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

และสนับสนุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.102 โดยมีความสัมพันธ์ r = .16 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

3. ความเป็นผู้ประกอบการด้านโครงสร้างการจัดการ มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.144 โดยมีความสัมพันธ์ r = .14 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

4. ความเป็นผู้ประกอบการด้านปรัชญาการให้รางวัล มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.388 โดยมีความสัมพันธ์ r = .08 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

5. ความเป็นผู้ประกอบการด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.266 โดยมีความสัมพันธ์ r = .11 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

6. ความเป็นผู้ประกอบการด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.087 โดยมีความสัมพันธ์ r = .17 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

สมมติฐานที่ 2.4 ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4-39 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขัน ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

| ความเป็นผู้ประกอบการ | ความสามารถในการแข่งขัน ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท | | |
|---|---|---|---|
| | r | P-value | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1. ด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ | .14 | .156 | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำมาก |
| 2. ด้านการบริหารทรัพยากร | .22 | .025* | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 3. ด้านโครงสร้างการจัดการ | .24 | .013* | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 4. ด้านปรัชญาการให้รางวัล | .54 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง |
| 5. ด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า | .51 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง |
| 6. ด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ | .35 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| ภาพรวม | .51 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง |

*p <.05 ** p <.01

ตารางที่ 4-39 พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.= .000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .51 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ความเป็นผู้ประกอบการด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.156 โดยมีความสัมพันธ์ r = .14 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

2. ความเป็นผู้ประกอบการด้านการบริหารทรัพยากร มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านบริบทของการแข่งขัน

และกลยุทธ์ของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob.= 0.025 โดยมีความสัมพันธ์ r = .22 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

3. ความเป็นผู้ประกอบการด้านโครงสร้างการจัดการ มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.013 โดยมีความสัมพันธ์ r = .24 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

4. ความเป็นผู้ประกอบการด้านปรัชญาการให้รางวัล มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .54 มีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

5. ความเป็นผู้ประกอบการด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .51 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

6. ความเป็นผู้ประกอบการด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .35 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 2.5 ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ด้านรัฐบาล ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4-40 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขัน ด้านรัฐบาล ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

| ความเป็นผู้ประกอบการ | ความสามารถในการแข่งขัน ด้านรัฐบาล | | |
|---|---|---|---|
| | r | P-value | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1. ด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ | .05 | .590 | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำมาก |
| 2. ด้านการบริหารทรัพยากร | .13 | .177 | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำมาก |
| 3. ด้านโครงสร้างการจัดการ | .16 | .101 | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำมาก |
| 4. ด้านปรัชญาการให้รางวัล | .47 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง |
| 5. ด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า | .39 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 6. ด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ | .25 | .010** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| ภาพรวม | .39 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |

*p <.05 ** p <.01

ตารางที่ 4-40 พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านรัฐบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.= .000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .39 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ความเป็นผู้ประกอบการด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านรัฐบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.590 โดยมีความสัมพันธ์ r = .05 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

2. ความเป็นผู้ประกอบการด้านการบริหารทรัพยากร มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านรัฐบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.177 โดยมีความสัมพันธ์ r = .13 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

3. ความเป็นผู้ประกอบการด้านโครงสร้างการจัดการ มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านรัฐบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.101 โดยมีความสัมพันธ์ r = .16 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

4. ความเป็นผู้ประกอบการด้านปรัชญาการให้รางวัล มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านรัฐบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .47 มีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

5. ความเป็นผู้ประกอบการด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านรัฐบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .39 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

6. ความเป็นผู้ประกอบการด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านรัฐบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.010 โดยมีความสัมพันธ์ r = .25 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

สมมติฐานที่ 2.6 ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ด้านโอกาสในการส่งออก ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์

ตารางที่ 4-41 ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขัน ด้านโอกาสในการส่งออกในการส่งออก ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

| ความเป็นผู้ประกอบการ | ความสามารถในการแข่งขัน ด้านโอกาสในการส่งออกในการส่งออก | | |
|---|---|---|---|
| | r | P-value | ระดับความสัมพันธ์ |
| 1. ด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ | .12 | .226 | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำมาก |
| 2. ด้านการบริหารทรัพยากร | .26 | .007** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 3. ด้านโครงสร้างการจัดการ | .20 | .036* | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำมาก |
| 4. ด้านปรัชญาการให้รางวัล | .43 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง |
| 5. ด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า | .30 | .002 | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| 6. ด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ | .27 | .005** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับต่ำ |
| ภาพรวม | .43 | .000** | มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลาง |

*p <.05 ** p <.01

ตารางที่ 4-41 พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านโอกาสในการส่งออก ในการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.= .000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .43 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ความเป็นผู้ประกอบการด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านโอกาสในการส่งออก ในการส่งออก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.226 โดยมีความสัมพันธ์ r = .12 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

2. ความเป็นผู้ประกอบการด้านการบริหารทรัพยากร มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านโอกาสในการส่งออกใน

การส่งออก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.007 โดยมีความสัมพันธ์ r = .26 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

3. ความเป็นผู้ประกอบการด้านโครงสร้างการจัดการ มีความสัมพันธ์กับ ความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านโอกาสในการส่งออกในการส่งออก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.036 โดยมีความสัมพันธ์ r = .20 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำมาก

4. ความเป็นผู้ประกอบการด้านปรัชญาการให้รางวัล มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านโอกาสในการส่งออกในการส่งออก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .43 มีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

5. ความเป็นผู้ประกอบการด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านโอกาสในการส่งออกในการส่งออก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.002 โดยมีความสัมพันธ์ r = .30 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

6. ความเป็นผู้ประกอบการด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ด้านโอกาสในการส่งออกในการส่งออก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.=0.005 โดยมีความสัมพันธ์ r = .27 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

## ตอนที่ 6 ผลการศึกษาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการให้รัฐบาลมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-42 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการให้รัฐบาลมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

| การสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ของรัฐบาล | จำนวน (n=88) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| ด้านการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ | 49 | 55.68 |
| ด้านการขอมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล | 53 | 60.23 |
| ด้านการส่งออก | 58 | 65.91 |
| ด้านการเงิน/ ด้านภาษี | 39 | 44.32 |
| ด้านการจัดงานแสดงสินค้า | 46 | 52.27 |
| ด้านงานวิจัยเกษตรอินทรีย์ | 46 | 52.27 |
| ด้านอื่น ๆ | 13 | 14.77 |

จากตารางที่ 4-42 พบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการให้รัฐบาลมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ด้านการส่งออก มากที่สุด ร้อยละ 65.91 รองลงมาคือ ด้านการขอมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล ร้อยละ 60.23 ด้านการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ ร้อยละ 55.68 ด้านการจัดงานแสดงสินค้า กับด้านงานวิจัยเกษตรอินทรีย์ มีสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 52.27 ด้านการเงิน/ ด้านภาษี ร้อยละ 44.32 และด้านอื่น ๆ ร้อยละ 14.77

ตารางที่ 4-43 ข้อเสนอแนะด้านอื่น ๆ เกี่ยวกับความต้องการให้รัฐบาลมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม

| ข้อเสนอแนะ | จำนวน (n=39) | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 1. รัฐบาลควรมีการช่วยในการประชาสัมพันธ์ในการหากลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ ๆ ไปยังกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งการจัดหาตลาดมารองรับสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน | 19 | 51.35 |

ตารางที่ 4-43 (ต่อ)

| ข้อเสนอแนะ | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---|---|
| 2. การรวบรวมข้อมูล สถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรอินทรีย์ให้เพียงพอ มีการอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรอย่างต่อเนื่องและให้ความช่วยเหลืออย่างจริงจัง | 7 | 18.92 |
| 3. การสนับสนุนกิจกรรมขนส่ง Supply chain | 3 | 8.11 |
| 4. การจัดการราคาสินค้าให้มีความเหมาะสมไม่ให้ถูกเอาเปรียบโดยพ่อพ่อค้าคนกลาง | 3 | 8.11 |
| 5. ความชัดเจนเกี่ยวกับนโยบายทางด้านภาษี และสิ่งแวดล้อม | 3 | 8.11 |
| 6. การจัดการแหล่งน้ำให้เพียงพอแก่ความต้องการ | 2 | 5.40 |
| รวม | 37 | 100.00 |

จากตารางที่ 4-43 พบว่า ผู้ประกอบการมีข้อเสนอแนะด้านอื่น ๆ เกี่ยวกับความต้องการให้รัฐบาลมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ ในประเด็นเรื่องรัฐบาลควรมีการช่วยในการประชาสัมพันธ์ในการหากลุ่มตลาดเป้าหมายใหม่ ๆ ไปยังกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งการจัดหาตลาดมารองรับสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน มากที่สุด ร้อยละ 51.35 รองลงมาคือ การรวบรวมข้อมูล สถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรอินทรีย์ให้เพียงพอ มีการอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรอย่างต่อเนื่องและให้ความช่วยเหลืออย่างจริงจัง ร้อยละ 18.92 การสนับสนุนกิจกรรมขนส่ง Supply chain กับการจัดการราคาสินค้าให้มีความเหมาะสมไม่ให้ถูกเอาเปรียบโดยพ่อพ่อค้าคนกลาง กับความชัดเจนเกี่ยวกับนโยบายทางด้านภาษี และสิ่งแวดล้อม มีสัดส่วนเท่ากัน ร้อยละ 8.11 และการจัดการแหล่งน้ำให้เพียงพอแก่ความต้องการ ร้อยละ 5.40 ตามลำดับ

# บทที่ 5
# สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมการ และความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ

1. เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

3. เพื่อศึกษาการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในของประเทศไทย จำแนกตามภูมิภาคในภาคกลาง ภาคตะวันตก ภาคตะวันออกในเขตภาคกลางและภาคตะวันออก จำนวน 108 ราย โดยกำหนดทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างเป็นระยะเวลา 4 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ถึง วันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2557

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ที่ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการ ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอ้างอิง คือ การทดสอบสมมติฐานด้วย t-Test และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product-moment correlation coefficient)

## สรุปผลงานวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ 46 ปีขึ้นไปการศึกษาระดับปริญญาตรีจบการศึกษาสาขาบริหารธุรกิจ มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในภาคตะวันตก และไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจ ซึ่งผลการวิจัยโดยนำเสนอโดยสรุปเพื่อตอบวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

ผลการวิจัย พบว่า ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.98) รองลงมา คือ ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิตโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.72) ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.51) ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัทมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\overline{X}$ = 3.48) ด้านรัฐบาลมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 2.87) และด้านโอกาส มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ( $\overline{X}$ = 2.68) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการแลกเปลี่ยนความรู้นวัตกรรมของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยมีการได้รับการเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยนนวัตกรรมการผลิต ร้อยละ 65.74 มาจากหน่วยงานรัฐบาล ถึงร้อยละ 69.01 นอกจากนั้นยังเคยมีการถ่ายทอดการเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยนนวัตกรรมการผลิตให้กับผู้ประกอบการรายอื่น ร้อยละ 51.85 โดยเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตให้กับประชาชน ร้อยละ 30.36

ส่วนด้านการได้รับการเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยน นวัตกรรมทางการตลาด ส่วนใหญ่พบว่า ไม่เคยได้รับ ร้อยละ 59.26 และการถ่ายทอดการเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยนนวัตกรรมทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการรายอื่น ส่วนใหญ่ พบว่า ไม่เคย ถึงร้อยละ 70.37

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 เพื่อศึกษาการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1.3 พบว่า ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ที่มีการได้รับการแลกเปลี่ยนความรู้นวัตกรรมทางการตลาดต่างกันมีความสามารถในการแข่งขัน ในด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท ด้านรัฐบาล และด้านโอกาสแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่น ๆ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2.1-2.6 พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งได้ค่า Prob.= 0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .59 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

## อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมการ และความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย สามารถอภิปรายผล และอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ผู้ประกอบการที่มีระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งในแต่ละด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก เพราะผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการปรับตัวเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่เสมอ ซึ่งตรงกับทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขันระดับประเทศ (The competitive advantage of nations) ของ Porter (1990)

เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมได้รับการยกย่องว่าเป็นสวรรค์ของพันธุ์ไม้ผล มีพื้นที่ป่าไม้มากกว่าครึ่งหนึ่งของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศ มีดิน น้ำ ที่อุดมสมบูรณ์ (พันธ์จิตต์ สีเหนี่ยง, 2555) อีกทั้ง จากการศึกษาข้อมูลตลาดเกษตรอินทรีย์โลก พบว่า มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วมากที่สุดคือ ประมาณร้อยละ 20 ต่อปี (Soil Association, 2007) และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เกิดจากกระแสนิยมผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของโลกที่โดดเด่น และมีมูลค่าทางการค้าที่มหาศาลในอนาคต ส่งผลให้ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยให้ความสำคัญต่อเรื่องสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2552) อาจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการ (เกษตรกร) ปรับตัวเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจึงปรับเปลี่ยนจากการทำเกษตรแบบสารเคมีเป็นเกษตรอินทรีย์ โดยการทำแปลงเกษตรอินทรีย์ต้องมีระยะเวลาในการเปลี่ยนจากเกษตรสมัยใหม่ที่ใช้สารเคมีมา

เป็นเกษตรอินทรีย์ (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2551) พื้นที่ทำเกษตรอินทรีย์ต้องเป็นพื้นที่ซึ่งไม่เคยทำเกษตรกรรมที่มีการใช้สารเคมีมาไม่น้อยกว่า 3 ปี โดยมีระยะปรับเปลี่ยนจากการทำการเกษตรทั่วไปไปสู่เกษตรอินทรีย์แตกต่างกันตามชนิดของพืชที่เพาะปลูกโดยใช้เวลาประมาณ 12-18 เดือน ถึงแม้จะต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตผลผลิตทางการเกษตรตั้งแต่ต้นน้ำ ถึงปลายน้ำ แต่ผู้ประกอบการ (เกษตรกร) ก็เลือกที่จะเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับกิจการของตนเอง

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการ (เกษตรกร) ที่ทำเกษตรแบบเคมีพยายามปรับตัวเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอยู่เสมอ สอดคล้องกับ (อานัฐ ตันโช, 2550) พบว่าการทำเกษตรแบบเคมีทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมและความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และเนื่องจากปัญหาดังกล่าว ทำให้เกษตรกรที่ทำเกษตรเคมี มองหาหนทางใหม่ ๆ ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจึงเกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ขึ้น คือเปลี่ยนการผลิตเป็นแบบ “เกษตรอินทรีย์” ซึ่งถือเป็นหนทางของการสร้างความมั่นคง ยั่งยืนให้กับกิจการของเกษตรกร นอกจากนั้นหลังจากการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์แล้ว ยังมีการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอีก อย่างคือ การขอมาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์ เพื่อความน่าเชื่อถือให้กับผลผลิต สร้างมูลค่าเพิ่ม และให้ผู้บริโภคสามารถเลือกผลผลิตเกษตรอินทรีย์ที่แท้จริงได้จากมาตรฐานการรับรอง ซึ่งถือเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอีกทางหนึ่งของเกษตรกร

และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ในธุรกิจอื่น ๆ อย่างผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและผลไม้ ก็พบว่ามีความสามารถในการแข่งขันอยู่ในระดับมาก เช่น อรรนพ เรืองกัลป์ปวงศ์ และคณะ (2555) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและผลไม้ในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง พบว่า ด้านอุปสงค์ ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและผลไม้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกประเด็น อันดับแรก คือ ด้านกลยุทธ์ทางการตลาด รองลงมาคือ ด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร และด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี เช่นเดียวกับผลการศึกษาในธุรกิจอื่น ๆ ในประเทศไทย เช่น อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ระดับความสามารถในการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก จากผลการศึกษาของ พิสุทธิ์ ศรีอนันต์ (2554) ศึกษาเรื่อง ความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจสู่ผู้บริโภคที่ได้รับเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ ผลการ ศึกษา พบว่า 1. ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสามารถทางการแข่งขันทุกด้านอยู่ในระดับมาก

นอกจากระดับความสามารถในการแข่งขันแล้ว ยังสามารถประเมินขีดความสามารถได้จากการพัฒนา และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งจะส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้บริโภค จากงานวิจัยของวันทนีย์ นำชัยศรีค้า (2550) ได้ศึกษาและวิจัยการเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการของสินค้า OTOP กลุ่มชุมชน พื้นที่อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานีพบว่า จุดแข็งที่ ตัวผลิตภัณฑ์สามารถนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ รูปแบบมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีมาตรฐานในระดับดี ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ที่ดีจะทำให้ผู้ประกอบการ และผู้บริโภคมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีหรือมาก ทั้งนี้ระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยควรต้องพิจารณาในแต่ละด้าน โดยผู้วิจัยสามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความสามารถในการแข่งขันโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณารายด้านระดับมากที่สุด ได้แก่ อันดับแรก คิดว่าการสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ (Cluster) ซึ่งเป็นแนวคิดของ “การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน” เป็นเรื่องสำคัญ มีระดับความสามารถในการแข่งขัน ในด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน อยู่ในระดับมาก อันดับรองลงมาคือ การให้ความร่วมมือกับการศึกษา และสถาบันวิจัยต่าง ๆ เพื่อความก้าวหน้าของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ และอันดับถัดไปคือ การสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ ซึ่งเป็นแนวคิดของ “การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน” เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน อย่างที่ได้กล่าวไปข้างต้นแล้วว่าในการแข่งขันกับตลาดการเกษตรอินทรีย์ของโลกที่มีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นรวมทั้งในประเทศไทยเองก็พบว่า ตลาดเกษตรอินทรีย์ นั้นมีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วมากที่สุดคือ ประมาณร้อยละ 20 ต่อปี และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เกิดจากกระแสนิยมผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของโลกที่โดดเด่น และมีมูลค่าทางการค้าที่มหาศาลในอนาคต ส่งผลให้ตลาดเกษตรอินทรีย์ในประเทศขยายตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย (Soil Association, 2007)

และอาจมีผลทำให้เกิดการแข่งขันในหลาย ๆ ด้าน อาจเป็นไปแบบทั้งที่มีความยุติธรรมและไม่ยุติธรรม เช่น การปรับลดราคาเพื่อให้ถูกกว่าคู่แข่งทำให้เกิดราคาสินค้าตกต่ำ การแย่งชิงทรัพยากรบุคคลที่มีความสามารถ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ย่อมจะส่งผลแก่ผู้ประกอบการทั้งสิ้น แต่อย่างไรก็ดีการพลิกสถานการณ์เหล่านี้ให้กลับมาเป็นด้านบวกเป็นสิ่งที่ควรกระทำ นั่นก็คือ การรวมกลุ่มของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกันเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน แบ่งปันข้อมูลต่าง ๆ ร่วมกันวางกลยุทธ์ด้านการตลาด สอดคล้องกับผลวิจัยที่พบ คือ กลุ่มผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ให้ข้อมูลเห็นว่าการสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ ซึ่งเป็นแนวคิดของ “การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน” เป็นเรื่องสำคัญในระดับมาก

ผู้ประกอบการ (เกษตรกร) เกษตรอินทรีย์ มีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันร่วมกัน เช่น 1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตพืชสมุนไพรบ้านเกาะลอย ก่อตั้งขึ้นในปี 2548 ในปี 2553 มีจำนวนสมาชิก 72 คน เคยเข้าร่วมฝึกอบรมและถ่ายทอดนวัตกรรมด้านการพัฒนาที่ดินให้แก่เกษตรกร จัดขึ้นโดย สถานีพัฒนาที่ดินจันทบุรี สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต 2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตพืชสมุนไพรบ้านเกาะลอย เป็นการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอาชีพและรายได้เสริมให้คนในชุมชน ส่งเสริมให้ปลูกสมุนไพรที่เป็นประโยชน์ ทางอาหาร ทางยา และใช้ป้องกันกำจัดแมลง แทนสารเคมี โดยปลูกแซมในสวนยางพารา สวนผลไม้ เพื่อการพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน และทำการแปรรูปสมุนไพร ผักพื้นบ้านและผลไม้พื้นเมือง เป็นเครื่องดื่มชนิดน้ำ และชนิดผงออกจำหน่าย

2. กลุ่มเกษตรอินทรีย์สนามชัยเขต ก่อตั้งขึ้นในปี 2544 มีสมาชิกจำนวน 120 ครอบครัว โดยมีเป้าหมายในการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกษตรกรปรับเปลี่ยนระบบการผลิตเป็นเกษตรอินทรีย์ที่มีความยั่งยืน โดยมีโครงการพัฒนาชนบทแควระบม-สียัด มูลนิธิส่งเสริมทรัพยากรมนุษย์เพื่อพัฒนาชุมชน ซึ่งเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนไทยที่ได้ทำงานพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่นี้ตั้งแต่ปี 2525 ส่วนมูลนิธิสายใยแผ่นดินและสหกรณ์กรีนเนทได้เข้ามาเริ่มทำงานสนับสนุนด้านเกษตรอินทรีย์กับกลุ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2544 โดยเริ่มจากการส่งเสริมการผลิตข้าวเหลืองประทิวเกษตรอินทรีย์ ปัจจุบัน กลุ่มมีผลผลิตข้าว ผักและผลไม้ โดยมีผลผลิตข้าวเหลืองประทิวและข้าวมะลิแดงที่จำหน่ายผ่านสหกรณ์กรีนเนท ส่วนผลผลิตข้าวพันธุ์อื่น ๆ ผักและผลไม้ ทางกลุ่มรับซื้อผลผลิตและนำไปจำหน่ายในตลาดต่าง ๆ ทั้งตลาดเขียวในท้องถิ่น ตลาดนัดในกรุงเทพ การขายส่งให้ร้านค้าหรือผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์อื่น และการขายตรงให้กับผู้บริโภค (ระบบกล่องผัก)

กลุ่มเกษตรอินทรีย์สนามชัยเขตยังส่งเสริมและสนับสนุนให้สมาชิกกลุ่มทุกครอบครัวทำเกษตรแบบอินทรีย์ โดยจะเน้นการผลิตที่มีความหลากหลาย (ปลูกพืชผักหลายชนิดในแปลงเดียวกัน) เน้นการผลิตเพื่อรักษาพันธุกรรมพืชพื้นบ้าน การจัดกระบวนการเรียนรู้ด้านเทคนิคการผลิตให้กับสมาชิกเป็นระยะ ๆ ตามความจำเป็นด้วยรูปแบบของ "โรงเรียนเกษตรอินทรีย์" การให้สมาชิกได้มีโอกาสเดินทางออกนอกชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์กับเกษตรกรและกลุ่มคนต่างพื้นที่ เพื่อนำความรู้มาหนุนเสริมและประยุกต์ใช้ในแปลงเกษตรของตนเอง อีกทั้งเพื่อให้สมาชิกทุกครอบครัวสามารถทำการผลิตได้อย่างยั่งยืน และ มีการบริหารจัดการทั้งระบบ

3. สมาคมการค้าเกษตรอินทรีย์ไทย ก่อตั้งขึ้นในปี 2548 ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 11 บริษัท สมาคมการค้าเกษตรอินทรีย์ไทยเกิดจากการรวมตัวของผู้ประกอบการภาคเอกชนที่ ทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์ โดยมีแนวคิดร่วมกันว่าการรวมตัวของผู้ประกอบการจะช่วยการขับเคลื่อนของขบวนการเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับ

ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ให้กับ ผู้บริโภค และการขยายตลาด ซึ่งจะช่วยให้เกิดการขยายตัวของเกษตรกรในภาคการผลิต สมาคมฯ ได้ก่อตั้งขึ้นในเดือนตุลาคม 2548 โดยมีสมาชิกที่เป็นผู้ประกอบการผลิตและจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งมีตลาดทั้งในประเทศและส่งออกต่างประเทศ สินค้าที่ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ระดับสากลของสมาชิกสมาคมฯ ได้แก่ ผักและผลไม้ชนิดต่าง ๆ ข้าวโพดฝักอ่อน ข้าวหอมมะลิ ชาใบหม่อน ลำไย กาแฟ น้ำผึ้ง กุ้งขาวและกุ้งกุลาดำ น้ำตาลทราย แป้งมันสำปะหลัง กะทิ

4. ศูนย์พัฒนาเกษตรอินทรีย์สุขใจ คือ "โครงการพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตของเครือข่ายเกษตรกรและผู้บริโภคด้วยการผลิตพืชระบบอินทรีย์" เป็นความร่วมมือระหว่างบริษัท สวนสามพราน จำกัด และตั้งศูนย์พัฒนาเกษตรกร เกษตรอินทรีย์สุขใจ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ระบบการผลิตพืชอินทรีย์แบบบูรณาการ ศูนย์พัฒนาเกษตรกร เกษตรอินทรีย์สุขใจ ปัจจุบันสามารถขยายองค์ความรู้และทำให้เกษตรกรที่สนใจเปลี่ยนจากการใช้สารเคมีเป็นระบบเกษตรอินทรีย์ ได้อบรมเกษตรอินทรีย์ไปแล้ว 9 รุ่น หรือประมาณ 500 ราย มีพื้นที่ในการอบรมในอำเภอสามพรานเป็นต้นแบบของการทำงานด้านเกษตรอินทรีย์ ได้รับความร่วมมือทั้งจากนักวิชาการ เกษตรกร หน่วยงานเอกชน และสนับสนุนการเชื่อมโยงเครือข่ายโดยสำนัก งานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

ในการอบรมมุ่งเน้นกระบวนการกระตุ้นชวนคิดให้เกษตรกรเกิดความต้องการทำเกษตรระบบอินทรีย์ มีการติดตามเยี่ยมแปลงเกษตรกร ให้คำแนะนำ ในการปรับเปลี่ยนสู่การทำเกษตรระบบอินทรีย์อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ สนับสนุนให้เกษตรกรเกิดการรวมกลุ่ม มีขบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกในกลุ่ม มีการให้กำลังใจ มีการบริหารการผลิตร่วมกัน ช่วยเหลือแก้ปัญหาต่าง ๆ โดยส่งเสริมให้มีการประชุมกลุ่มอย่างน้อย เดือนละ 1 ครั้ง เตรียมพร้อมเกษตรกรเพื่อให้ได้การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM จัดอบรมพัฒนาองค์ความรู้ตามที่เกษตรกรต้องการ เป็นศูนย์กลางจัดอบรมเติมความรู้เฉพาะทางให้กับเกษตรกรหรือกลุ่มเกษตรกร ตามที่เกษตรกรต้องการ วางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ร่วมจัดกระบวนการวางแผนการผลิตของเกษตรกร/ กลุ่มเกษตรกร เพื่อให้มีผลผลิตออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ พัฒนาช่องทางการตลาด ได้จัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และมีกิจกรรมส่งเสริมความรู้ให้ผู้บริโภคได้เข้าใจประโยชน์ของพืชผัก ผลไม้อินทรีย์อย่างถูกต้อง เพื่อส่งเสริมให้สินค้าเกษตรอินทรีย์เติบโตได้อย่างยั่งยืน เป้าหมายเพื่อ พัฒนากลุ่มเกษตรกรที่พร้อมปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตจากการใช้สารเคมีมาเป็นระบบเกษตรอินทรีย์ ให้มีความรู้ในเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูงและพัฒนาแปลงผลิตให้เป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัย (GAP/ Organic Thailand / มาตรฐานเกษตรอินทรีย์นานาชาติ) ขยายพื้นที่การผลิตพืชผักอินทรีย์ และพัฒนาศักยภาพเกษตรกรให้มีความสามารถดำรงอยู่ได้ภายใต้

อาชีพเกษตรกร พัฒนาช่องทางการตลาด ให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่ายมีแหล่งจำหน่ายต้นแบบ สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรและชุมชนจากการจำหน่ายผลผลิตอินทรีย์ รณรงค์ให้เกษตรกรปรับพฤติกรรมลดการใช้สารเคมี และให้ผู้บริโภคมั่นใจในกระบวนการผลิตพืชผักอินทรีย์ นำไปสู่สุขภาวะที่ดีของเกษตรกรและผู้บริโภค รณรงค์การบริโภคพืชผักผลไม้ปลอดภัย/ ปลอดสารเคมีให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานแก่กลุ่มเกษตรกร นักเรียนชั้นประถมวัยและกลุ่มผู้บริโภคโดยทั่วไป

เมื่อพิจารณาเห็นว่าสอดคล้องกับงานวิจัยหลายเล่มที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่ม ได้แก่ งานวิจัยของ ช่อทิพย์ ลือไชยวุฒิ (2550) เรื่อง การศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าไทยในการประสานความร่วมมือกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขัน พบว่าการประสานความร่วมมือกันในกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้าจะสำเร็จได้ต้องอาศัยความเชื่อถือไว้ใจกันเป็นสำคัญ และต้องมีการริเริ่มทำงานร่วมกันเพื่อศึกษาหาวิธีการที่จะประสานกัน และเพื่อพัฒนาระดับความสัมพันธ์ก่อนที่จะพัฒนากันเป็นเครือข่ายความร่วมมือที่กว้างขวางได้ รวมถึงการศึกษาขั้นตอนในการคัดเลือกผู้ที่จะเข้ามาประสานความร่วมมือกันในกลุ่มได้อย่างเหมาะสมกับธุรกิจ เพื่อให้เกิดความแข็งแกร่งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้

และยังพบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรวมกลุ่มในงานวิจัยต่างประเทศ ดังนี้ งานวิจัยของ Luiz Cesar Ribeiro Carpinetti and Rafael Henrique Palma Lima (2009) เรื่อง ศึกษาการจัดการผลการปฏิบัติงานในการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ SME: กรณีศึกษา งานวิจัยเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมบราซิล พบว่า กลุ่มของธุรกิจและสถาบันที่เกี่ยวข้องรวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน ร่วมมือเกื้อหนุน เชื่อมโยง และเสริมกิจการซึ่งกัน การดำเนินงานร่วมกันจะนำไปสู่เป้าหมายการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ด้วยการเพิ่มผลิตภาพ และสร้างนวัตกรรมร่วมกัน ทั้งนี้จากผลการวิเคราะห์ยังพบว่า ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ผู้ประกอบการร่วมมือกันพัฒนาส่งเสริม และจัดการการทำงานร่วมกันเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานร่วมกันให้มีประสิทธิภาพ และการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานของจังหวัด ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่า การนำผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องมาปรับใช้ คือการส่งเสริมการรวมตัวเป็นสมาคมผู้ประกอบการร่วมกันของผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทยโดยร่วมกันกำหนดเป้าหมายของกลุ่มรวมตัวกันเฉพาะในจังหวัด เพื่อให้เกิดความสะดวกในการติดต่อประสานงาน การร่วมมือกันเพื่อช่วยพัฒนาส่งเสริมการทำงานร่วมกันในจังหวัด โดยพัฒนาความสะดวกในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพตามเป้าหมายได้

2. ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิตพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความสามารถในการแข่งขันในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก

ที่สุด ในอันดับแรก คือ มีพื้นที่อยู่ในสภาพแวดล้อมทางภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยต่อการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เช่น มีที่ดินที่เหมาะสมกับการปลูกเกษตรอินทรีย์ ในด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต รวมถึงอันดับรองลงมา และอันดับถัดไป อยู่ในระดับมากทั้งหมดคือ มีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญดูแล ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ อันดับที่สาม คือ มีประวัติ ทางการเงินที่ดี และอันดับที่สี่ คือ มีบุคลากรที่มีทักษะแรงงาน มีความชำนาญในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เป็นต้น แน่นอนว่าผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตโดยตรง และมีมาตรฐานเกษตรอินทรีย์การันตรี ดังนั้น ความสามารถทางด้านการผลิตสินค้าย่อมมีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจเกษตรอินทรีย์อย่างมาก ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องผลิตสินค้าตามกฎระเบียบของมาตรฐานที่ได้รับ ก่อให้เกิดความแตกต่าง มีคุณภาพมีเอกลักษณ์เหนือสินค้าเกษตรเคมีทั่ว ๆ ไป ทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันในระดับสูง เป็นอันดับที่ สอง จาก หก อันดับ

โดยมีนักวิชาการได้อธิบายถึงกระบวนการผลิตว่ามีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันไว้มากมาย เช่น Hamalaine (2003 อ้างถึงใน คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (กพข.), 2554, หน้า 3) ได้กล่าวถึงด้านประสิทธิภาพของกระบวนการการทำงานขององค์กร (Process) ว่าเป็น 1 ใน 3 ของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนั้น Porter (ม.ป.ป. อ้างถึงใน ฉันทพิชญ์ อาริยะโรจน์กุล, 2554, หน้า 52-52) ได้กล่าวถึงความสามารถในการแข่งขันว่าความสามารถในการแข่งขันเกิดขึ้นจากการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ซึ่งทำให้องค์การมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น นอกจากนี้ พัชสิรี ชมภูคำ (2552) ยังได้กล่าวถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการผลิตว่า ปัจจุบันลูกค้ามีความต้องการสินค้า/ บริการที่มีคุณภาพมากขึ้นไม่เพียงแต่ต้องการสินค้าและบริการที่มีราคาถูก แต่ยังต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพนอกจากราคาและคุณภาพแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ลูกค้าต้องการคือความรวดเร็ว ถ้ากำหนดให้ทุกอย่างเท่ากัน ใครที่เร็วกว่าย่อมเป็นผู้ชนะ ไม่ว่าจะเป็นความรวดเร็วในการคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ความเร็วในการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าความรวดเร็วจะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างดี โดยเฉพาะเมื่อธุรกิจรวดเร็วกว่าคู่แข่ง บางธุรกิจใช้ความเร็วเป็นจุดขายซึ่งผลการศึกษาที่พบดังกล่าวนั้นเป็นสัญญาณบ่งบอกที่ต่อความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นของผู้ประกอบการในประเทศไทย

เมื่อพิจารณาด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต พบว่า มีงานวิจัยสอดคล้องกับผลการวิจัยดังนี้ เวธกา มณีเนตร (2556) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การแข่งขันและความสามารถทางการแข่งขันที่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่พบว่า

ธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีระดับความสามารถทางการแข่งขันทางด้านเงื่อนไขปัจจัยการผลิต มากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

นอกจากนั้นด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิตยังเกี่ยวข้องกับการมีเทคโนโลยีในการผลิตและพื้นที่ที่ใช้ในการผลิต ดังนี้ วันทนีย์ นำชัยศรีค้า (2550) การศึกษาและวิจัยเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการของสินค้าโอทอป กลุ่มชุมชน พื้นที่อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี พบว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีมาตรฐานในระดับดีเมื่อศึกษาผลการวิเคราะห์ต่อไป พบว่า เทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตเป็นอีกปัจจุบันหนึ่งที่จะทำให้ผู้ประกอบการเลือกมาประกอบการผลิตสินค้าทางเกษตร

ทั้งนี้จากงานวิจัยนี้จะเห็นว่าผู้ประกอบการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมกับการผลิตจึงทำให้ผลผลิตได้ผลตามที่ผู้ประกอบการต้องการ เมื่อศึกษาผลการวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้ยังพบว่า ค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้ายคือ สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เช่น มีศักยภาพในการกู้ยืม ดังนั้นภาครัฐควรมีส่วนช่วยเหลือสนับสนุนเงินลงทุนให้กับผู้ประกอบการ ดังนั้นภาครัฐควรศึกษาพื้นที่ที่เหมาะสมต่อการเพาะปลูก หรือผลิตเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย (Organic Thailand's Brand) โดยกำหนดแหล่งพื้นที่เพาะปลูกให้กับผู้ประกอบการการผลิต รวมถึงการให้การส่งเสริมด้านการลงทุนพัฒนาการผลิตให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาด หรืออาจกำหนดพื้นที่ให้กับผู้ผลิตมารวมตัวกันผลิต ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ได้จากงานวิจัยของ Luiz Cesar Ribeiro Carpinetti and Rafael Henrique Palma Lima (2009) การศึกษาการจัดการผลการปฏิบัติงานในการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ(Clusters) SME: กรณีศึกษา งานวิจัยเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมบราซิล พบว่า การปรับปรุงการผลิต โดยสามารถสร้างอำนาจต่อรองในเรื่องต่าง ๆ ได้ด้วยวิธีการรวมตัวดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Geographic proximity) มีความร่วมมือเกื้อหนุน เชื่อมโยงและเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร (Commonality and complementary) ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน โดยความเชื่อมโยงในแนวตั้ง (Vertical linkage) เป็นความเชื่อมโยงของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม ตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และความเชื่อมโยงในแนวนอน (Horizontal linkage) เป็นความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนด้านต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า สถาบัน การศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยพัฒนา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ด้วยการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และสร้างนวัตกรรมร่วมกันสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ SME ซึ่งการดำเนินการรวมกลุ่มผู้ประกอบการให้อยู่ในพื้นที่เดียวกันจะเพิ่มจุดแข็งและโอกาสในการผลิตได้มากขึ้น และช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความสามารถในการแข่งขันในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายข้อ ได้แก่ อันดับแรก คิดว่าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของมีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่ง มีระดับความสามารถในการแข่งขัน ในเงื่อนไขด้านอุปสงค์ รองลงมาคือ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ใหม่ ๆ อันดับที่สาม คือ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์หลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค อันดับที่ สี่ คือมีการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand image) ให้ผู้บริโภครับรู้ว่าผลิตภัณฑ์ของท่านคือเกษตรอินทรีย์ ทุกอันดับข้างต้น มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมาก

ในปัจจุบันนั้นปฏิเสธไม่ได้เลยว่าธุรกิจต้องเริ่มจากความต้องการจากลูกค้าทั้งสิ้น สินค้าเหล่านั้นถึงจะสามารถขายได้โดย ธนชัย ยมจินดา (2545, หน้า 193) ได้กล่าวเอาไว้อย่างน่าสนใจว่าความสามารถหลักในการแข่งขัน (Distinctive competencies) คือการที่ผู้ประกอบการจะต้องตอบคำถามในส่วนของความสามารถทางการแข่งขันซึ่งจะนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและกลุ่มลูกค้าโดยการตัดสินใจว่าจะให้คุณค่า (Value) อย่างไรกับลูกค้าจะให้เพียงคุณค่าที่ตัวผลิตภัณฑ์ (Product value) อย่างเดียวหรือจะให้คุณค่าต่อผู้ใช้ (User value) ด้วยในการกำหนดคุณค่าเป็นอย่างไรนี้ต้องพิจารณากำหนดองค์ประกอบของความสามารถหลักในการแข่งขันว่าจะให้ความสำคัญที่องค์ประกอบใดจึงจะสามารถสร้างคุณค่าตามที่ต้องการในส่วนของการใช้ความสามารถหลักในการแข่งขันเป็นเครื่องมือนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันนี้หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่าผู้ประกอบการรายใดสามารถตอบสนองลูกค้าได้เหนือกว่า มากกว่าผู้ประกอบรายอื่น ก็มีโอกาสที่จะสามารถขายสินค้าของตนได้ และเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จได้ในอนาคต หรือในแนวคิด Five Forces Modelของ Porter (1980) ปัจจัย 1 ใน 5 ของอุปสรรคสำคัญนั่นก็คือ ผู้ซื้อ จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงพอจะเห็นภาพแล้วว่าทำไมผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์กลุ่มตัวอย่างจึงมีความสามารถทางด้านนี้ในระดับมาก เพราะผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์สร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า ด้านความปลอดภัยได้ เพราะผู้ประกอบการ (เกษตรกร) ส่วนมากเริ่มจากการทำเกษตรเคมี โดยเกษตรเคมีส่งผลให้เกิดปัญหามากมายให้กับเกษตรกร ทั้งด้านสารเคมีตกค้างทำให้ทรัพยากรเสื่อมโทรม เกิดปัญหาผลผลิตล้นตลาดทำให้ราคาตกต่ำทำให้การแข่งขันสูง สอดคล้องกับข้อมูลจากเกษตรธรรมชาติประยุกต์ (อานัฐ ตันโช, 2550) พบว่า การทำเกษตรแบบเคมีทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมและความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ และเนื่องจากปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการ (เกษตรกร) ที่ทำเกษตรเคมี มองหาหนทางใหม่ ๆ ในการสร้างความได้เปรียบใน การแข่งขันจึงเกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ขึ้น คือเปลี่ยนการผลิตเป็นแบบ“เกษตรอินทรีย์” ซึ่งถือเป็นหนทางของการสร้าง

ความมั่นคง ยั่งยืนให้กับกิจการของเกษตรกร นอกจากนั้นหลังจากการผลิตแบบเกษตรอินทรีย์แล้ว ยังมีการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอีก อย่างคือ การขอมาตรฐานการรับรองเกษตรอินทรีย์ เพื่อความน่าเชื่อถือให้กับผลผลิต ซึ่งถือเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอีกทางหนึ่งของเกษตรกร

เมื่อพิจารณางานวิจัยต่าง ๆ มีการกล่าวถึงอุปสงค์ของผู้บริโภค ดังนี้ผลการศึกษาของ Remedios (2012) การศึกษาผลิตภัณฑ์สีเขียว: กรณีศึกษาประเด็น การก้าวไปสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน พบว่า ผลิตภัณฑ์สีเขียวที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียวซึ่งผู้บริโภคต้องการสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากวิธีการใน การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าสอดคล้อง กับงานวิจัยของวิสาหกิจชุมชน คนของแผ่นดินเกษตรอินทรีย์ - วิถีพอเพียง (2554) อธิบายว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสัญลักษณ์ที่ได้มาตรฐานของไทย เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีระบบนิเวศรวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพวงจรชีวภาพโดยเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติหลีกเลี่ยงการใช้วัตถุดิบจากการสังเคราะห์ โดยไม่ใช้พืชสัตว์ หรือจุลินทรีย์ที่ได้มาจากเทคนิคการดัดแปลงพันธุกรรม ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับสัญลักษณ์ที่ได้มาตรฐานของไทย คือเป็นผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพที่ชัดเจน และสามารถตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากความเชื่อถือของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ จึงทำให้ผลผลิตที่ได้สอดคล้องกับอุปสงค์ในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ด้านบริบทของการแข่งขัน และกลยุทธ์ของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความสามารถในการแข่งขันในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน อันดับแรก คือ การคำนึงถึงนโยบายและกฎระเบียบของภาครัฐเสมอ จะศึกษาก่อนกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ในแต่ละปีเช่น นโยบายการแข่งขันทางการค้า นโยบายการค้า และการลงทุน ฯลฯ มีระดับความสามารถในการแข่งขัน ในด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท รองลงมาคือ มีการกำหนดแผนการดำเนินงานของบริษัท เช่น พันธกิจ วิสัยทัศน์ ในแต่ละปี การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ขององค์กรก่อนจะกำหนดกลยุทธ์ของบริษัท

เมื่อพิจารณาด้านบริบทของการแข่งขัน พบว่า สอดคล้องกับแนวคิดของ Porter (1990) ที่อธิบายว่า บทบาทของภาครัฐที่มีผลต่อการรักษาการแข่งขันระดับนานาชาติ คือ นโยบายด้านต่าง ๆ ที่ช่วยเกื้อหนุนต่อบริษัทในรูปแบบที่ต่างกันออกไป เช่น ปัจจัยที่สนับสนุนด้านนโยบาย กฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับ ปัจจัยที่มากจากการให้เงินอุดหนุน ปัจจัยด้านการศึกษา ซึ่งสิ่งที่ภาครัฐให้การสนับสนุนนั้นก็ส่งผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบแต่ทั้งหมดนั้นก็เป็นสิ่งที่สำคัญต่อภาคธุรกิจที่จะขาดไม่ได้ในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันจะเห็นได้ว่าการแข่งขัน

จำเป็นต้องคำนึงถึงนโยบายและกฎระเบียบข้อกำหนดของภาครัฐ และนโยบายต่าง ๆ เช่น หากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ต้องการได้รับตราเครื่องหมายมาตรฐาน จำเป็นต้องปฏิบัติตามนโยบายภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้ ซึ่งตรงกับแนวคิดของ วิสาหกิจชุมชน คนของแผ่นดิน เกษตรอินทรีย์ - วิถีพอเพียง (2554) อธิบายว่า การออกสัญลักษณ์ที่ได้มาตรฐานของไทย (Organic Thailand's Brand) โดยประกาศใช้มาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์ของประเทศไทย เพื่อให้เกิดการผลิตพืชอินทรีย์ภายในประเทศเป็นไปตามมาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ และเพื่อให้เกิดความมั่นคงและมั่นใจในระบบการผลิต การตลาด และการบริโภค จึงจำเป็นต้องสร้างกฎเกณฑ์ และระเบียบปฏิบัติให้มาตรฐานการผลิตมีระบบการตรวจสอบ และออกใบรับรอง จึงต้องประกาศเป็นกฎหมาย ซึ่งการสร้างกฎเกณฑ์ และระเบียบปฏิบัติให้ผู้ผลิตที่ต้องการได้เครื่องหมายมาตรฐาน จะต้องปฏิบัติตามนโยบายที่กำหนดตามมาตรฐานการผลิต โดยมีระบบการตรวจสอบและออกใบรับรองนี้จะช่วยให้การดำเนินงานในทุกด้านที่เกี่ยวข้องเข้าสู่ระบบสากล และทันต่อสถานการณ์ความต้องการของตลาดโลก ในการพัฒนาศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยปรับเปลี่ยนเข้าสู่ระบบการผลิตอาหารอินทรีย์สู่ระบบที่เป็นมาตรฐานสากล ที่สามารถส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อพิจารณาต่อไปยังพบว่า ค่าเฉลี่ยอันดับสุดท้าย อยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานในแต่ละปี ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานประจำปี โดยศึกษาจากจุดแข็ง โอกาสที่ส่งผลดีต่อผู้ประกอบการ โดยพัฒนาระบบให้สอดคล้องกับนโยบายหรือกฎระเบียบเพื่อพัฒนาการดำเนินการผลิตสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ต่อไป

เมื่อพิจารณาด้านบริบทของการแข่งขัน และกลยุทธ์ของบริษัทในธุรกิจอื่น ๆ พบว่าอยู่ในระดับมาก เช่น งานวิจัยของ พิสุทธิ์ ศรีอนันต์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจสู่ผู้บริโภคที่ได้รับเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความสามารถทางการแข่งขันด้านกลยุทธ์อยู่ในระดับมาก

5. ด้านรัฐบาล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความสามารถในการแข่งขันในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ได้แก่ อันดับแรก ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานของรัฐบาล มีระดับความสามารถในการแข่งขัน ในด้านรัฐบาล เมื่อพิจารณาพบว่า สอดคล้องกับข้อเสนอแนะจากงานวิจัยของ วันทนีย์ นำชัยศรีค้า (2550) การศึกษาและวิจัยเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการของสินค้าโอทอป กลุ่มชุมชน พื้นที่อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานีพบว่า ข้อเสนอแนะ ภาครัฐที่จะเข้าช่วยเหลือหรือให้การสนับสนุน เช่น การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต และสำหรับเรื่องการจัด

อบรมหรือฝึกวิชาชีพ ทั้งนี้จากการศึกษาวิเคราะห์เพิ่มเติม ยังพบว่าด้านรัฐบาล มีรายละเอียดอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับข้อเสนอแนะที่พบว่า รัฐบาลทั้งระบบมีความสำคัญทั้งในปัจจุบันและอนาคตในงานวิจัยของ จิรภัทร นามประเทือง (2552)ได้ศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศไทย กรณีศึกษา น้ำยางข้นและผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการดำเนินการนโยบายต่าง ๆ เพื่อการสนับสนุนอุตสาหกรรมยางพาราของรัฐบาลทั้งระบบมีความสำคัญทั้งในปัจจุบันและอนาคต เช่น การให้ความสำคัญงานด้านวิจัยและพัฒนาการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการส่งออกจะสามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศและเป็นการเพิ่มมูลค่ามวลรวมให้กับผลิตภัณฑ์ยางในอนาคตของไทยให้มีความยั่งยืนต่อไปได้ ในอันดับรองลงมา และถัดไป คือ การได้รับการสนับสนุนจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์ และนโยบายของรัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุนองค์กรเมื่อพิจารณาพบว่า รัฐบาลควรส่งเสริมการอบรมให้ความรู้กับผู้ผลิตเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์ และนโยบายของรัฐบาล

นอกจากนั้นยังพบความสอดคล้องเรื่อง รัฐบาลในงานวิจัยต่างประเทศ ดังนี้ งานวิจัยของ Luiz Cesar Ribeiro Carpinetti and Rafael Henrique Palma Lima (2009) การศึกษาการจัดการผลการปฏิบัติงานในการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ SME: กรณีศึกษา งานวิจัยเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมบราซิล พบว่า อุตสาหกรรมต่าง ๆ ควรได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ด้วยการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และสร้างนวัตกรรมร่วมกันสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ SME เพื่อสร้างขีดความสามารถการแข่งขัน และการพัฒนาอุตสาหกรรมช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานร่วมกันให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งประเด็นของการสนับสนุนจากรัฐบาล และเช่นเดียวกับแนวคิดของ Porter (1990) อธิบายว่าบทบาทของรัฐบาล ที่เห็นได้ชัดที่สุด คือ นโยบายด้านต่าง ๆ เช่น ปัจจัยที่สนับสนุนด้านนโยบาย กฎหมาย กฎระเบียบข้อบังคับ ซึ่งสิ่งที่ภาครัฐให้การสนับสนุนนั้นก็ส่งผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบแต่ทั้งหมดนั้นก็เป็นสิ่งที่สำคัญต่อภาคธุรกิจที่จะขาดไม่ได้ในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งนี้การส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเต็มที่จะช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพของผู้ประกอบการได้มากยิ่งขึ้น

6. ด้านโอกาสในการส่งออก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความสามารถในการแข่งขันในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายข้อ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ อันดับแรก มีความรู้ที่เกี่ยวพื้นฐานกับประเทศที่ต้องการจะส่งออกเศรษฐกิจค่านิยมรสนิยมเชื่อชาติศาสนา ด้านโอกาส รองลงมาคือ มีความรู้ความสามารถในด้านของภาษาของประเทศที่ต้องการที่จะส่งออกและภาษาอังกฤษ และอันดับที่สาม คือ มีแหล่งข้อมูลข่าวสารหน่วยงานที่เข้ามาดูแลแนะนำรวมถึงให้คำปรึกษาด้านการส่งออก มีความเข้าใจในข้อกำหนดต่าง ๆ เกี่ยวกับการส่งออกใน

การค้ากับประเทศอาเซียน เมื่อพิจารณาพบว่าสอดคล้องกับแนวคิดของ Porter (1990) ซึ่งอธิบายว่า บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท ควรวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในการดำเนินการธุรกิจซึ่งการวิเคราะห์ในส่วนนี้มักจะพิจารณาถึงนโยบายและกฎระเบียบของภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการแข่งขันและการดำเนินการธุรกิจ เช่น นโยบายการแข่งขันทางการค้า นโยบายการค้าและการลงทุน รวมถึงประสิทธิภาพของกลไกระบบราชการและการดำเนินงานของภาครัฐซึ่งมีผลต่อการเป็นอุปสรรคและภาระต้นทุนของภาคธุรกิจ ทั้งนี้จะส่งผลต่อปัจจัยต่าง ๆ เอื้อหรือเป็นอุปสรรคต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพของบริษัทที่อยู่ในเครือข่ายของวิสาหกิจนั้น ๆ

จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่า ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์กลุ่มตัวอย่างยังมีความรู้ และความเข้าใจในเรื่องของการส่งออกน้อย อาจเป็นเพราะ การขอมาตรฐานการรับรอง มาตรฐานผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย (Organic Thailand) เป็นมาตรฐานพื้นฐานแรก ๆ สำหรับ เกษตรอินทรีย์ที่ผู้ประกอบการสามารถขอการรับรองได้ สามารถขายได้เฉพาะในประเทศไทย การรับรองมาตรฐานนี้ยังไม่เป็นที่ยอมรับของสากล หากจะส่งออกต้องมีการขอมาตรฐานเพิ่มเติม ตามที่ประเทศที่ผู้ประกอบการจะส่งออกยอมรับ สอดคล้องกับข้อมูลจาก สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ หรือ มกท. (2552) มีการให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในหลายขอบข่ายและมาตรฐาน ขึ้นอยู่กับลักษณะการผลิต-จัดการ-แปรรูป-ตลาดของผู้ประกอบการ การเลือกว่าจะขอรับรองมาตรฐานอะไรนั้นจะต้องพิจารณาว่า จะขายผลผลิตเกษตรอินทรีย์ไปยังตลาดอะไรบ้าง หรือผู้ซื้อน่าจะต้องการมาตรฐานใด ถ้าเป็นตลาดทั่วไป เช่นในประเทศไทย หรือในภูมิภาคเอเชีย (ยกเว้นญี่ปุ่น จีน เกาหลี และไต้หวัน) ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ การขอรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในระบบ IFOAM ก็น่าจะเพียงพอ แต่ถ้าจะส่งออกผลผลิตไปในยุโรปก็จำเป็นต้องขอรับรองในระบบของสหภาพยุโรป เป็นต้น ผู้ประกอบการอาจเลือกขอรับรองมาตรฐานมากกว่า 1 ระบบได้ โดยมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย โดยที่ระบบการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ IFOAM สหภาพยุโรป และสวิสเซอร์แลนด์จะมีความใกล้เคียงกันมาก มีความแตกต่างในเรื่องมาตรฐานเพียงเล็กน้อย ในขณะที่ ระบบการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของแคนาดาและสหรัฐอเมริกาจะใกล้เคียงกัน (มีข้อแตกต่างเรื่องมาตรฐานเพียงเล็กน้อย) ซึ่งในการให้บริการของสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.) จะให้บริการตรวจรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของแคนาดาและสหรัฐอเมริกาไปควบคู่กัน โดยไม่คิดค่าบริการเพิ่ม เนื่องจากผู้ประกอบการ (เกษตรกร) ยังไม่มีความรู้เรื่องการส่งออก จึงทำให้ค่าเฉลี่ยในด้านโอกาส อยู่ในอันดับสุดท้าย แม้ประเทศไทยจะขานรับการยกระดับขีดความสามารถของเกษตรอินทรีย์ให้เป็นวาระแห่งชาติ กระทรวงเกษตรฯ เร่งขับเคลื่อนพัฒนาเกษตรอินทรีย์ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2551-2554) ต่อด้วยแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตร

อินทรีย์แห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2556 - 2559) เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรและผู้บริโภค รวมทั้งสร้างความมั่นคงทางอาหาร ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสินค้าเกษตรอินทรีย์ และพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญในระดับภูมิภาค

แม้มีการสนับสนุนต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยตามที่กล่าวข้างต้นแล้ว แต่เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยก็ยังไม่มีความสามารถในการแข่งขันที่มากพอ ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกร (2551) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคหลัก 2 ประเด็น คือ ปัญหาด้านการผลิต เนื่องจากการผลิตเกษตรอินทรีย์ยังเป็นการผลิตในลักษณะขนาดเล็ก เกษตรกรยังไม่สามารถผลิตในระดับใหญ่ได้ และการทำเกษตรอินทรีย์มีความเสี่ยงจากความเสียหายของผลผลิตสูงกว่าเนื่องจากการไม่ใช้สารเคมี ทำให้ปริมาณผลผลิตต่อไร่ต่ำและมีต้นทุนการผลิตสูง ส่งผลให้ปริมาณสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ออกสู่ตลาดน้อยส่วนปัจจัยที่สองคือ ปัญหาด้านการตลาด สำหรับตลาดในประเทศยังคงมีกลุ่มผู้บริโภคจำกัด เนื่องจากสินค้าเกษตรอินทรีย์ยังมีราคาสูง ขณะเดียวกันประชาชนเองก็ยังขาดความตระหนักต่อความสำคัญของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไม่มากเท่าที่ควร สำหรับตลาดส่งออกไทยยังคงเผชิญอุปสรรคสำคัญ คือ ปัญหาการผลิตให้ได้มาตรฐานตามแนวทางการผลิตเกษตรอินทรีย์ให้เป็นที่ยอมรับตามหลักสากล จากปัญหาข้างต้นจะเห็นได้ว่าเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยไม่มีความสามารถในการแข่งขันที่เพียงพอ ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาเพื่อสนับสนุน วาระแห่งชาติในเรื่องการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของเกษตรอินทรีย์ และพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญในระดับภูมิภาค

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยมีการได้รับการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมการผลิต โดยเป็นการได้รับการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมการผลิต มาจากหน่วยงานรัฐบาล และเคยมีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมการผลิตโดยการถ่ายทอดให้กับผู้ประกอบการรายอื่น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประชาชนทั่ว ๆ ไป นอกจากนั้นยัง พบว่าผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ไม่เคยมีการแลกเปลี่ยนความรู้โดยการได้รับนวัตกรรมการตลาด รวมถึงไม่เคยถ่ายทอดการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมการตลาด ให้กับผู้ประกอบการรายอื่นมาก่อน

ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดในการทำให้เกิดสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ ความรู้ ซึ่งความรู้ถือเป็นบ่อเกิดของการสร้างนวัตกรรม เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีลักษณะเฉพาะ คือ เป็นอุตสาหกรรมที่พยายามสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการรวมกลุ่มและการถ่ายทอดความรู้และนวัตกรรมระหว่างกัน ข้อมูลจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (ม.ป.ป.)

พบว่า ในปัจจุบันนี้นวัตกรรมไม่ได้ถูกมองว่าเป็นเพียงผลลัพธ์ของการดำเนินงานของปัจเจกบุคคล หากแต่เป็นผลของกระบวนการ (Process) ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการแก้ไขปัญหา (Problem-solving process) ที่เกิดในองค์กร หรือ กระบวนการปฏิสัมพันธ์ (Interactive process) ซึ่งเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับผู้มีบทบาทสำคัญอื่น ๆ ทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผ่านเครือข่ายความร่วมมือเชิงพาณิชย์ หรือ กระบวนการเรียนรู้แบบแปรผัน (Diversified learning process) ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากปัจจัยแตกต่างกัน เช่น การเรียนรู้โดยการใช้ (Learning by using) การเรียนรู้โดยการลงมือทำ (Learning by doing) การเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยน (Learning by sharing) ซึ่งมีได้ทั้งองค์ความรู้ภายในและภายนอกองค์กร ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการดูดซับความรู้ขององค์กร เนื่องจากการจัดการความรู้ที่ดีนั้นจะกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้องค์กรนั้น ๆ เกิดการปรับปรุงและสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ ๆ ที่มีประโยชน์และคุ้มค่าต่อการพัฒนาองค์กร แล้วในที่สุดจะนำไปสู่การช่วยให้องค์กรนั้นสามารถเติบโตทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันระดับโลก

การเรียนรู้โดยการแลกเปลี่ยน (Learning by sharing) ความรู้ภายในองค์กรและระหว่างองค์กร กับกิจการเกษตรอินทรีย์ไทย เป็นสิ่งที่พบเจอได้ในปัจจุบัน เกษตรกรพยายามปรับตัวเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยการรวมกลุ่มเพื่อถ่ายทอดความรู้ระหว่างกัน ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นเสมอ เช่น การใช้ใบไม้แต่ละชนิดฆ่าแมลงแต่ละประเภท การปรับปรุงแปลงดินแบบอินทรีย์ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าหากเกษตรกร และหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐบาล เห็นถึงความสำคัญของการรับและการถ่ายทอดความรู้รวมไปถึง การจัดเก็บความรู้สำหรับการผลิตเกษตรอินทรีย์ไทยให้เป็นระบบ ซึ่งจะก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้น โดยเกษตรกรทุกคนไม่ต้องลองผิดลองถูกในการผลิตเกษตรอินทรีย์แต่มาร่วมกันแบ่งปันและถ่ายทอดความรู้ รวมกันพัฒนาขีดความสามารถของเกษตรอินทรีย์ไทยร่วมกัน จะสามารถยกระดับขีดความสามารถของเกษตรอินทรีย์ไทยให้มากขึ้น สามารถก้าวสู่การแข่งขันในระดับอาเซียน และระดับภูมิภาคได้อย่างแท้จริง

การเปลี่ยนจากเกษตรเคมีไปสู่เกษตรอินทรีย์ คือ การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตไปอย่างสิ้นเชิง ไม่พึ่งสารเคมี และต้องค้นหา ลองผิดลองถูก ศึกษาความรู้ใหม่ ๆ ในการผลิตเกษตรอินทร์ และเนื่องจากสังคมเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีลักษณะพิเศษ คือ มีการรับและถ่ายทอดนวัตกรรมของเกษตรอินทรีย์อยู่เสมอ มีการช่วยเหลือ พึ่งพากันและกันมาตลอด ตัวอย่างเช่น การเป็นวิทยากรของเกษตรกร การจัดทำศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ในชุมชนต่าง ๆ การรวมกลุ่มผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ ฯลฯ

ตัวอย่างเช่น พุทธไนย ตันมณี (2557) เกษตรกรผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ในจังหวัดจันทบุรี (เกษตรกรดีเด่น ประจำปี 2557) โดยเลือกพัฒนานวัตกรรมจากเกษตรเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์

เพราะเห็นว่าเกษตรอินทรีย์เป็นผลดีต่อเกษตรกรผู้ผลิตผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม โดยการปลูกสวนผลไม้เกษตรอินทรีย์ นอกจากจะผลิตผลไม้เพื่อจำหน่ายเป็นผลไม้สดแล้ว ยังมีการใช้นวัตกรรมในการนำผลผลิตมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์เพื่อสุขภาพ นวัตกรรมในการแปรรูปนี้เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตเกษตรอินทร์

จากนั้นคุณพุทธไนย ยังมีการถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิต ให้กับเกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียง โดยมีการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตพืชสมุนไพรบ้านเกาะลอย ขึ้นในปี 2548 ซึ่งกระบวนการผลิตได้มีการควบคุมคุณภาพ ความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ตั้งแต่การ จัดการผลิตจนถึงการแปรรูป ปัจจุบันคุณพุทธไนย ได้ผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปหลายชนิด ตราพุทธรักษา ได้แก่ เครื่องดื่มน้ำมังคุด น้ำมังคุดผสมลองกอง น้ำมังคุดผสมสำรอง น้ำลูกหว้า น้ำมะขามป้อม น้ำสำรองผสมดอกคำฝอย น้ำตรีผลาและสมุนไพรแปรรูป เช่น ผักโขมผง สำรองผง ชากระวาน เป็นต้น นอกจากนั้นคุณพุทธไนยยังมีการถ่ายทอดนวัตกรรมการผลิตเกษตรอินทรีย์ให้กับผู้ที่สนใจอยู่เสมอ รวมไปถึงได้เข้ารับการอบรมนวัตกรรมในการผลิต และนวัตกรรมการตลาดจากผู้ประกอบการรายอื่น ๆ และหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง

ยังมีการถ่ายทอดนวัตกรรมระหว่างกัน สอดคล้องกับ ไพบูลย์ สลักฤทัย (2557) เจ้าของบ้านไร่จามจุรี จังหวัดจันทบุรี จากเภสัชกรผันตัวมาเป็นเกษตรกร ทิ้งเงินเดือนเป็นแสนมาทำเกษตรอินทรีย์ และมีการถ่ายทอดและรับนวัตกรรมอยู่เสมอ ๆ โดยเป็นวิทยากรบรรยายเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ให้กับผู้ที่สนใจทุก ๆ คน ทั้งด้านนวัตกรรมการผลิต และรวมไปถึงกระบวนการต่าง ๆ เพราะคุณไพบูลย์มีความเชื่อว่า เกษตรอินทรีย์เป็นหนทางแห่งความยั่งยืน และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับประเทศไทยได้ นอกจากนั้นคุณไพบูลย์ยังเข้าอบรม ตามสถานที่ต่าง ๆ ที่เปิดอบรมเกี่ยวกับเรื่องนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ เช่น การเข้าอบรมเกี่ยวกับนวัตกรรมทางการตลาดเพื่อเกษตรอินทรีย์ โดยการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ จัดขึ้นจากหน่วยงานของรัฐบาล เป็นต้น และพยายามรวมกลุ่มผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และแลกเปลี่ยนนวัตกรรม หรือความรู้ต่าง ๆ ในกลุ่มของตนเอง

และยังมีงานวิจัยที่กล่าวถึง การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกันของผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับกิจการ รวมไปถึงสร้างภูมิคุ้มกันให้กิจการอย่างยั่งยืน พบว่า สุธาพร บำรุงยา (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การประยุกต์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการจัดการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการประยุกต์ให้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการจัดการธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันของผู้ประกอบการเอง นั้นถือเป็น

การสร้างภูมิคุ้มกันให้กับกิจการ เมื่อมีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมร่วมกันส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความรู้ทำให้มีภูมิคุ้มกัน ก่อให้เกิดความเข้มแข็งต่อตัวกิจการ ชมชุน สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว อย่างยั่งยืน

ตัวอย่างของผู้ประกอบการที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ถือเป็นหลักฐานที่ตอกย้ำลักษณะพิเศษของสังคมเกษตรกรเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยที่มีการช่วยเหลือ พึ่งพาซึ่งกันและกัน รวมไปถึงการรวมกลุ่มเพื่อถ่ายทอดความรู้และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันร่วมกัน

นอกจากนั้นการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ ถือเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับผู้ประกอบการ (เกษตรกร)

การมีภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นนวัตกรรม ทำให้มีภูมิคุ้มกัน คือการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านลดความเสี่ยง ในการผลิตผลผลิตทางการเกษตร ลดการสูญเสียจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ โดยการทำเกษตรอินทรีย์ คือ การทำเกษตรตามธรรมชาติ ผลิตผลผลิตทางการเกษตรตามฤดูกาลผลิต โดยวิธีทางธรรมชาติทุกขั้นตอน เช่น การใช้ใบไม้ไล่แมลง การใช้ปุ๋ยอินทรีย์ในการบำรุงดิน ถือเป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน ทำให้เกิดผลผลิตที่อุดมสมบูรณ์ มีจำนวนพอเหมาะ ไม่ล้นตลาด และไม่ทำให้เกิดผลผลิตราคาตกต่ำ เกษตรเคมี คือ การฝืนธรรมชาติ เช่น การใช้สารเคมี หรือฮอร์โมน เพื่อให้ผลผลิตมีจำนวนมาก ออกลูกทั้งปี นอกเหนือจากฤดูกาลธรรมชาติ ฯลฯ

ซึ่งภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นนวัตกรรม โดยผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์จะมีการรวมกลุ่มและเผยแพร่แลกเปลี่ยนนวัตกรรมระหว่างกัน ก่อให้เกิดภูมิคุ้มกัน โดยถูกกล่าวไว้ในหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การประยุกต์หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการบริหารธุรกิจ โดยการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการบริหารธุรกิจ ไว้ว่า การมีภูมิคุ้มกัน คือ ความสามารถหลีกเลี่ยงความเสี่ยงโดยไม่สร้างเหตุให้เกิดความเสี่ยงในการบริหาร และดำเนินธุรกิจ สามารถบรรเทาปัญหาหรือผลร้ายที่อาจเกิดแก่ธุรกิจ (จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา, 2549, หน้า 27-28) โดยสามารถเตรียมพร้อมต่อโอกาสและความเสี่ยงต่าง ๆ สามารถปรับตัวอยู่รอดได้เมื่อมี ผลภัยเกิดต่อธุรกิจ แม้จะได้พยายามหลีกเลี่ยงหรือป้องกันบรรเทาไว้แล้วก็ตาม มีการจัดทำแผนและแนวทางการพัฒนาพนักงานและครอบครัว โดยมีจุดมุ่งเน้นในด้านการสร้างสุขภาวะที่ดี ความปลอดภัยในการดำเนินชีวิตและการสร้างรายได้เพิ่มขึ้นแก่พนักงานและครอบครัว มีการจัดทำโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจนและต่อเนื่อง และมีความรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งแสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจน มีการวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง มีการวางแผนการปรับตัวเพื่อรองรับกระแสการเปลี่ยนแปลงกระแสโลกาภิวัตน์ และความผันผวนทางเศรษฐกิจของประเทศ

ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในการดำเนินกิจการต่าง ๆ ทั้งในระดับภายในและภายนอกองค์กร ความทั้งการให้ความร่วมมือในการทำงานเพื่อสังคมกับ หน่วยงานภาครัฐและภาคสังคมอื่น ๆ ดังนั้น ผู้ทำเกษตรอินทรีย์สามารถเพิ่มประสิทธิภาพ และผลิตภาพของการผลิตได้ แต่จะต้องไม่กระทำในสิ่งที่เสี่ยงต่อการ ทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ และชีวิตความเป็นอยู่ ด้วยเหตุนี้เทคโนโลยีใหม่ ๆ จะต้องได้รับการประเมินอย่างรอบคอบ แม้แต่วิธีการที่ใช้อยู่แล้วก็ควรได้รับการทบทวนด้วยเช่นกัน ด้วยเหตุที่เราไม่อาจหยั่งรู้เข้าใจระบบนิเวศ และระบบเกษตรได้อย่างบริบูรณ์ การกระทำใด ๆ จึงต้องใช้ความใส่ใจและระมัดระวังอย่างยิ่ง

ผลการวิจัยยังยอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้าน มีความรู้ คือ ความสามารถคาดการณ์ สามารถตรวจสอบและประเมินสถานการณ์เพื่อเตรียมพร้อมรับประโยชน์จากโอกาส และโทษจากความเสี่ยงต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจ เน้นการพัฒนาศักยภาพภายในองค์กรโดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมความรู้และทักษะของพนักงาน นำความรู้และวิชาการที่เป็นประโยชน์มาใช้ในการวางแผนและบริหารจัดการขององค์กร ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความสมดุล ความยั่งยืนและการพร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงขององค์กร มีการทบทวนความรู้และถ่ายทอดความรู้ทั้งในระดับหน่วยงานและภายนอกอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดระบบการกระจายและไหลเวียนของความรู้ในองค์กร ส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้เพื่อเตรียมการป้องกันจากนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาใช้ และควรปฏิเสธเทคโนโลยีที่มีความแปรปรวนมาก เช่น เทคโนโลยีพันธุวิศวกรรม การตัดสินใจเลือกเทคโนโลยีต่าง ๆ จะต้องพิจารณาถึงความจำเป็นและระบบคุณค่าของผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะผู้ที่อาจได้รับผลกระทบ และจะต้องมีการปรึกษาหารืออย่างโปร่งใสและมีส่วนร่วมใน กระบวนการเผยแพร่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้กับพนักงาน ชุมชน องค์กรธุรกิจและสังคม เปิดโอกาสให้หน่วยงานภายนอกได้เข้ามาศึกษาและแลกเปลี่ยนประสบการณ์การดำเนินงาน มีโครงการส่งเสริมความรู้แก่พนักงานในหน่วยงาน

เมื่อพิจารณาผลการวิจัย พบว่า นวัตกรรมเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ รวมไปถึงธุรกิจอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ รุ่งนภา เกษา (2553) วิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมทางการตลาดกับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสินค้าเกษตรส่งออกในประเทศผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าเกษตรส่งออกในประเทศไทยมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีนวัตกรรมทางการตลาดโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการผสมผสานเป็นหนึ่งเดียวขององค์ประกอบการปฏิบัติงานที่ร่วมกันด้านความต้องการของลูกค้าและด้านการจัดการที่เป็นเลิศในส่วนด้านการวิจัยค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์อยู่ในระดับปานกลางและผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าเกษตรส่งออกในประเทศไทยมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความได้เปรียบในการแข่งขันโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการมีเทคนิคการผลิต

และด้านการมีกระบวนการพาณิชยกรรมและอยู่ในระดับ ปานกลาง ได้แก่ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และด้านการหาผู้ถ่ายทอดและความร่วมมือทางเทคโนโลยี เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ รจนา เทพคู่ (2550) เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สามารถด้านนวัตกรรมกับศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ โอทอป ในจังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เช่นกลุ่มให้ความสำคัญกับความคิดของลูกค้าในการออกแบบสินค้าหรือตัวผลิตภัณฑ์ด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมบริการ เช่น กลุ่มให้ความสำคัญของการนำวิธีการใหม่มาใช้ในการให้บริการแก่ลูกค้าและด้านความรู้ความสามารถในนวัตกรรมกระบวนการเช่นกลุ่มมีนโยบายในการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นคุณภาพองค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 เพื่อศึกษาการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมการตลาด ต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขัน ในด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท ด้านรัฐบาล และด้านโอกาสในการส่งออกแตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมการตลาดต่างกัน มีความสามารถในการแข่งขันในภาพรวมแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท ด้านรัฐบาล และด้านโอกาสในการส่งออก แตกต่างกัน ส่งผลต่อความสามารถด้านการแข่งขันของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยแตกต่างกัน ปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดในการทำให้เกิดสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ ความรู้ ซึ่งความรู้ถือเป็นบ่อเกิดของการสร้างนวัตกรรม เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีลักษณะเฉพาะ คือ เป็นอุตสาหกรรมที่พยายามสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการรวมกลุ่ม และการถ่ายทอดความรู้และนวัตกรรมระหว่างกัน

การแลกเปลี่ยนความรู้ภายในองค์กรและระหว่างองค์กร กับกิจการเกษตรอินทรีย์ไทยเป็นสิ่งที่พบเจอได้ในปัจจุบัน เกษตรกรพยายามปรับตัวเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยการรวมกลุ่มเพื่อถ่ายทอดความรู้ระหว่างกัน ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นเสมอ เช่น การใช้ใบไม้แต่ละชนิดฆ่าแมลงแต่ละประเภท การปรับปรุงแปลงดินแบบอินทรีย์ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าหากเกษตรกร และหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐบาล เห็นถึงความสำคัญของการรับและการถ่ายทอดความรู้รวมไปถึง การจัดเก็บความรู้สำหรับการผลิตเกษตรอินทรีย์ไทยให้เป็นระบบ ซึ่งจะก่อให้เกิด

นวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้น โดยเกษตรกรทุกคนไม่ต้องลองผิดลองถูกในการผลิตเกษตรอินทรีย์แต่มาร่วมกันแบ่งปันและถ่ายทอดความรู้ รวมกันพัฒนาขีดความสามารถของเกษตรอินทรีย์ไทยร่วมกัน จะสามารถยกระดับขีดความสามารถของเกษตรอินทรีย์ไทยให้มากขึ้น สามารถก้าวสู่การแข่งขันในระดับอาเซียน และระดับภูมิภาคได้อย่างแท้จริง ตัวอย่างผู้ประกอบการที่มีการใช้นวัตกรรมการตลาดในการดำเนินธุรกิจคือ อิสรีย์ ฮอลล์ (2557) เจ้าของไร่ "ภูน้ำฟ้า" จังหวัดสุพรรณบุรี เกษตรกรดีเด่นสาขาการผลิตพืชอินทรีย์ประจำปี 2557 เป็นแพทย์แผนไทย ที่มีความตั้งใจที่จะหาทางออกและทางรอดให้กับชุมชนในด้านสุขภาพ จึงมีแนวคิดปรับเปลี่ยนจากเกษตรเคมีที่เจ้าของที่ดินเก่าทำไว้ เป็นเกษตรอินทรีย์ เริ่มต้นจากการไม่มีความรู้ แต่มองเห็นโอกาสของเกษตรอินทรีย์เป็นทางออกของสุขภาพที่ดี และทำให้เกิดความยั่งยืน จึงเริ่มไปศึกษาเรียนรู้เรื่องการทำเกษตรอินทรีย์ได้เข้าร่วมการอบรม ศึกษา หาความรู้เพิ่มเติม ตามสถานที่ต่าง ๆ ที่เปิดให้เข้าเรียนรู้ และนำความรู้ที่ได้ จากการอบรมและศึกษาดูงาน มาปรับใช้พัฒนากับการปลูกของตนและปรับเปลี่ยนผืนดินสู่ความยั่งยืน นอกจากเป็นผู้รับแล้ว ยังเป็นผู้ให้ให้กับองค์กร หรือบุคคลต่าง ๆ ที่สนใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ โดยเปิดเป็นศูนย์การเรียนรู้ผู้ที่สนใจสามารถไปอยู่และเรียนรู้นวัตกรรมในการผลิตเกษตรอินทรีย์ที่ไร่ของคุณอิสรีย์ ได้ทุกเมื่อ

นอกจากนั้นคุณอิสรีย์ ยังเป็นต้นแบบของการใช้นวัตกรรมการตลาด ที่ทันสมัย เพราะที่ไร่ภูน้ำฟ้า มีการเข้าถึงผู้บริโภคด้วยอินเทอร์เน็ต มีการอัพเดทรายการผลผลิตประจำอาทิตย์ผ่านเครือข่ายอินเตอร์ให้กับกลุ่มลูกค้าของไร่ ซึ่งถือเป็นนวัตกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมกับโลกในปัจจุบันมากที่สุด เมื่อลูกค้าสั่งแล้ว ผักจะถูกส่งถึงหน้าบ้านของลูกค้าในวันต่อไป ถือเป็นกระบวนการทางการตลาดแบบใหม่ ที่เปลี่ยนจากเดิมคือการไปขายเอง หรือขายผ่านพ่อค้าคนกลาง

เมื่อพิจารณาผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของรจนา เทพคู่ (2550) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สามารถด้านนวัตกรรมกับศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจโอทอปในจังหวัดมหาสารคามผลการวิจัยพบว่า ความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมด้านกระบวนการมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพทางการแข่งขันโดยรวมด้านคุณภาพของสินค้าและบริการและด้านศักยภาพในการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยีและความรู้ความสามารถด้านนวัตกรรมด้านบริหารจัดการมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับศักยภาพทางการแข่งขันโดยรวมด้านภาพลักษณ์ขององค์การและความรับผิดชอบด้านศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารด้านเทคโนโลยีและด้านศักยภาพทางการเงิน เช่นเดียวกับผลการศึกษาของรุ่งนภา เกษา (2553) ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมทางการตลาดกับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสินค้าเกษตรส่งออกในประเทศผลการวิจัยพบว่าจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ พบว่า 1. นวัตกรรมทางการตลาดด้านความสามารถหลัก

ทางด้านเทคโนโลยีด้านความต้องการของลูกค้าด้านการวิจัยค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์และด้านการจัดการที่เป็นเลิศมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการหาผู้ถ่ายทอดและความร่วมมือทางเทคโนโลยีและด้านการมีกระบวนการพาณิชยกรรม 2. นวัตกรรมทางการตลาดด้านการผสมผสานเป็นหนึ่งเดียวขององค์ประกอบการปฏิบัติงานที่ร่วมกันมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ด้านการมีเทคนิคการผลิตด้านการหาผู้ถ่ายทอดและความร่วมมือทางเทคโนโลยีและด้านการมีกระบวนการพาณิชยกรรม

นอกจากนั้นยังมีงานวิจัยที่กล่าวถึงนวัตกรรมส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ดังนี้ งานวิจัยของ พุฒิพงศ์ เลิศพรมาตุลี (2555) เรื่อง อิทธิพลของศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมที่มีต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดลำพูน ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมมีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน และศักยภาพของผู้ประกอบการส่งผลทางตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน งานวิจัยของต่างประเทศยังกล่าวถึงนวัตกรรมส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน เช่นงานวิจัยของ Weerawardena (2003) ได้ทำการวิจัยเรื่องบทบาทความสามารถการตลาดในด้านนวัตกรรม ตามกลยุทธ์การแข่งขัน (The Role of marketing capability in innovation - based competitive strategy) ผลการศึกษา พบว่า ความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม และการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างความยั่งยืน และแนวคิดของ Hill and Jones (1998) ที่ให้ความเห็นว่า ควรมุ่งเน้นในองค์ประกอบ 4 ด้านคือ ประสิทธิภาพที่เหนือกว่า (Superior efficiency) คุณภาพที่เหนือกว่า (Superior quality) นวัตกรรมที่เหนือกว่า (Superior innovation) และการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เหนือว่า (Superior customer responsiveness) ดังนั้น เพื่อให้สามารถหาแนวทางปรับตัวให้แข่งขัน เพิ่มระดับขีดความสามารถได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้นแนวคิดนี้ยังแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของ “นวัตกรรม” โดยเห็นว่านวัตกรรมมีส่วนในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยที่แนวความคิดของ Edward E Lawler III (2011) อ้างถึงใน ธนชัย ยมจินดา, 2545, หน้า 193) กล่าวว่าปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การแข่งขันในปัจจุบันทำให้องค์กรต้องมีการยกระดับคุณภาพในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจัยประการหนึ่งได้แก่ นวัตกรรมในการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่

และจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า ผู้ประกอบการที่ไม่เคยได้รับนวัตกรรมการผลิต แต่กลับมีความสามารถในการแข่งขันนั้น เพราะผู้ประกอบการเหล่านั้นมีเครือข่ายทางธุรกิจในตารางที่ 4-28 ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตพืชสมุนไพรบ้านเกาะลอย กลุ่มเกษตรอินทรีย์สนามชัยเขต สมาคมการค้าเกษตรอินทรีย์ไทย ศูนย์พัฒนาเกษตรอินทรีย์สุขใจ เป็นต้น

ตัวอย่างเช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตพืชสมุนไพรบ้านเกาะลอย ก่อตั้งขึ้นในปี 2548 ในปี 2553 มีจำนวนสมาชิก 72 คน เคยเข้าร่วมฝึกอบรมและถ่ายทอดนวัตกรรมด้านการพัฒนาที่ดินให้แก่เกษตรกร จัดขึ้นโดย สถานีพัฒนาที่ดินจันทบุรี สำนักงานพัฒนาที่ดินเขต 2 เป็นการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอาชีพและรายได้เสริมให้คนในชุมชน ส่งเสริมให้ปลูกสมุนไพรที่เป็นประโยชน์ ทางอาหาร ทางยา และใช้ป้องกันกำจัดแมลง แทนสารเคมี โดยปลูกแซมในสวนยางพารา สวนผลไม้ เพื่อการพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน และทำการแปรรูปสมุนไพร ผักพื้นบ้านและผลไม้พื้นเมือง เป็นเครื่องดื่ม ชนิดน้ำ และชนิดผง ออกจำหน่าย

โดยการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ไทย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันร่วมกัน สมาชิกในเครือข่ายอาจมีความรู้ ความสามารถในเรื่องนวัตกรรมการผลิต ส่งผลให้มีการถ่ายทอดความรู้ร่วมกันภายในกลุ่ม ส่งผลให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน ผลจากการศึกษา พบว่าสอดคล้องกับแนวคิดหลักคือ ทฤษฎีความได้เปรียบทางแข่งขัน (The Theory of competitive advantage) ตามแนวคิดของ Porter (1998) ในด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Relater and Supporting industries) เรื่องความเชื่อมโยงความร่วมมือ (Cooperation linkages) ซึ่งวิเคราะห์จากระดับการประสานร่วมมือการของธุรกิจต่าง ๆ ในเครือวิสาหกิจ เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลข่าวสารการร่วมมือกันในการพัฒนาทักษะเชิงบุคลากร การทำวิจัย หรือการทำการตลาดซึ่งจะช่วยทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจนั้นสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตและบริการที่มีคุณภาพและราคาถูก และสามารถสร้างนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการ ยังมีการกล่างถึงในงานวิจัยต่าง ๆ ดังนี้ งานวิจัยของเหมวรรณ กิจวิมลตระกูล (2548) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาเครือข่าย และการรวมกลุ่ม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา เครื่องดื่มสมุนไพร จังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มของวิสากิจ พบว่า สภาพการปฏิบัติการของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นลักษณะของการรวมตัวของคนในชุมชนมากกว่าการเป็นเจ้าของกิจการคนเดียวถึงร้อยละ 67 และร้อยละ 83 มีโอกาสได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชน และจากการศึกษาพบว่าการพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแล้วพบว่าผู้ประกอบการมีการพัฒนาด้านการตลาดมากที่สุด รองลงมาคือด้านการผลิตและการปฏิบัติงานตามลำดับ จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนาเครือข่ายและการรวมกลุ่มส่งผลให้เกิดการพัฒนาทั้งด้านการตลาด และด้านการผลิต ส่งผลให้เกิดรากฐานของความยั่งยืน มีความเข้มแข็ง และเกิดขีดความสามารถในการแข่งขัน และในธุรกิจอื่น ๆ มีการรวมกลุ่มเครือข่าย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ดังนี้ รัชตชัย รุกขจินดา (2550); ชลธร ชื่นอุปการนันท์ (2552); นวรัตน์ พรหมอุปถัมภ์ (2553); ศุภวัฒน์ เทพยุหะ (2558) เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 4 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการ ในภาพรวม ด้านปรัชญาการให้รางวัล (Reward philosophy) ด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า (Growth orientation) นั้นมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายในประเทศไทย ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับด้านการบริหารทรัพยากร (Resource orientation) ความเป็นผู้ประกอบการด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ (Strategic orientation) กับด้านโครงสร้างการจัดการ (Management structure) และด้านวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial culture) นั้นมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ ในส่วนนี้ผู้วิจัยมองว่าที่ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน นั้นเป็นเพราะว่าหากผู้ประกอบการการนั้นมีความเป็นผู้ประกอบการจะสามารถมองเห็นโอกาสและพัฒนา ทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ขึ้นได้ตลอดเวลา

ผลของการทดสอบสมมติฐานสอดคล้องกับแนวคิดของ สตีเวนสัน (Stevenson, 1983) ที่มีการพัฒนาแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการให้ออกมาในเชิงปฏิบัติการ โดย บราวน์ และคณะ (Brown, et al., 2001) และได้รับการตรวจสอบอีกครั้งโดย คุนห์ และคณะ (Kuhn, et al., 2010) โดยคำนิยาม คือ ผู้ที่แสวงหาโอกาสโดยไม่คำนึงถึงข้อจำกัดของทรัพยากร เรียกว่า ความเป็นผู้ประกอบการ โดยความเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดของสตีเวนสันคือ ผู้ที่มีพฤติกรรมประกอบการ ในการดำเนินธุรกิจ หรือเรียกว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมองเห็นโอกาสของผู้ประกอบการ (เกษตรกร) ทำให้มีการพัฒนา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งอาจทำให้เกิดทำให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆตลอดเวลา เช่น การทำเกษตรเคมี เมื่อผลผลิตล้นตลาดราคาตกต่ำ ผู้ประกอบการจึงมองหาหนทางใหม่ ๆ ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันคือ ความปลอดภัย จากนั้นจึงพัฒนาเป็นเกษตรอินทรีย์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความแตกต่างโดยการขอมาตรฐานการรันตรี ว่าผลิตภัณฑ์คือเกษตรอินทรีย์อย่างแท้จริง จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่าง พยายามเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขึ้นตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น คุณพุทธไนย ตันมณี สมาชิกในกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตพืชสมุนไพรบ้านเกาะลอย ซึ่งได้ถูกจัดตั้งมาตั้งแต่ปี 2548 ได้ผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปหลายชนิด ตราพุทธรักษา ได้แก่ เครื่องดื่มน้ำมังคุด น้ำมังคุดผสมลองกอง น้ำมังคุดผสมสำรอง น้ำลูกหว้า น้ำมะขามป้อม น้ำสำรองผสมดอกคำฝอย น้ำตรีผลาและสมุนไพรแปรรูป เช่น ผักโขมผง สำรองผง ชากระวาน เป็นต้น

สอดคล้องกับ ไพบูลย์ สลักฤทัย เจ้าของบ้านไร่จามจุรี จังหวัดจันทบุรี จากเภสัชกรผันตัวมาเป็นเกษตรกร ที่มีการทำน้ำพริกเผาเห็ดอินทรีย์ เพื่อสร้างความแตกต่างจากการขายเห็ดแบบเกษตรอินทรีย์ธรรมดา เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม และยืดอายุให้ผลผลิตในฟาร์มของบ้านไร่จามจุรี เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

งานวิจัยที่กล่าวถึงความเป็นผู้ประกอบการ ที่สอดคล้องกับผลการวิจัย ดังนี้ ก้องเกียรติ บูรณศรี และคณะ (2555) พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกและปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในส่งอิทธิพลในทางบวกต่อความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์การมีอิทธิพลต่อความเป็นผู้ประกอบการขององค์การมากกว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ และความเป็นผู้ประกอบการขององค์การมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินและผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงิน โดยความเป็นผู้ประกอบการขององค์การมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการพัฒนามากที่สุดรองลงมาคือ ด้านลูกค้า ด้านการเงิน และด้านการจัดการภายในตามลำดับ โดยความเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดของสตีเวนสัน (Stevenson, 1983) ที่มีการพัฒนาแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการให้ออกมาในเชิงปฏิบัติการ โดย บราวน์ และคณะ (Brown, et al., 2001) และได้รับการตรวจสอบอีกครั้งโดย คุนห์ และคณะ (Kuhn, et al., 2010) ความหมายของผู้ประกอบการที่มีความเป็นผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่แสวงหาโอกาสโดยไม่คำนึงถึงข้อจำกัดของทรัพยากร ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ดังนี้คือ มุมมองเชิงกลยุทธ์ การบริหารทรัพยากร โครงสร้างการจัดการ ปรัชญาการให้รางวัล ทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า วัฒนธรรมของผู้ประกอบการ ซึ่งทั้ง 6 ปัจจัยนี้ คือปัจจัยภายในขององค์กรเพราะความเป็นผู้ประกอบการ ทั้ง 6 ด้าน คือ การกระทำของผู้ประกอบการ

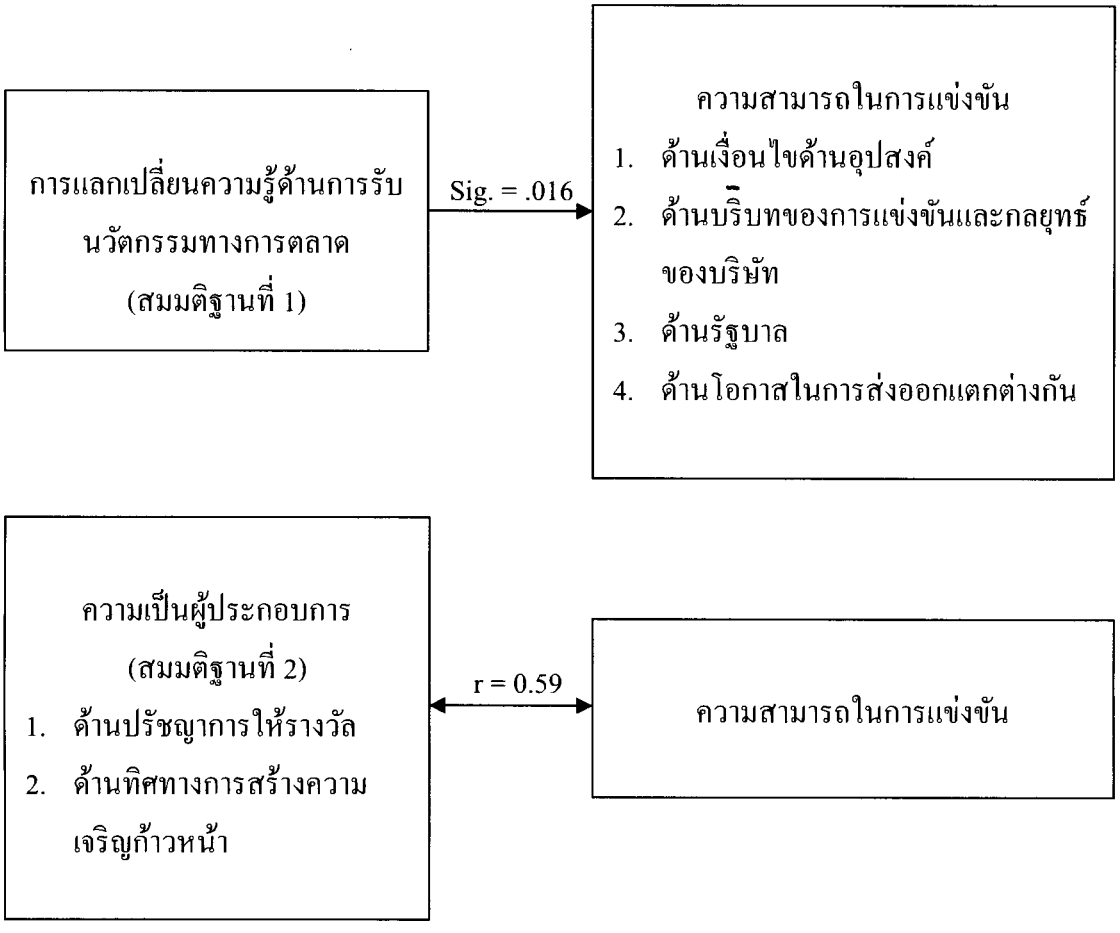
โดยผลการศึกษาในภาพรวมดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการศึกษา ลี และคณะ (Lee, et al., 2010) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง A Research in relating entrepreneurship, marketing capability, Innovative Capability And Sustained Competitive Advantage ที่ผลการวิจัยพบว่าความสามารถในการสร้างนวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนและภาวะการประกอบการ (ความเป็นผู้ประกอบการ) มีผลทางอ้อมต่อความได้เปรียบอย่างยั่งยืนผ่านความสามารถด้านการตลาด และความสามารถในนวัตกรรม ความสามารถทางการตลาดจะไม่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนโดยตรงแต่มีอิทธิพลโดยอ้อมผ่านความสามารถในนวัตกรรม และความสามารถในการสร้างนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันโดยตรง

จากการศึกษางานวิจัยพบว่าความเชื่อมโยงของภาวการณ์ประกอบและความสามารถทางการตลาด พบว่า ภาวะการประกอบการ (ความเป็นผู้ประกอบการ) มีบทบาทที่สำคัญนำไปสู่

ความสามารถทางการตลาด ในผลการศึกษาของ Weerawardena and Cass (2004) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสำรวจลักษณะของบริษัทที่ขับเคลื่อนด้วยการตลาดในการได้เปรียบทาง การแข่งขันอย่างยั่งยืน (Exploring the characteristics of the market-driven firms and antecedents to sustained competitive dvantage) โดยพบว่า ภาวะการประกอบการ (ความเป็นผู้ประกอบการ) มีบทบาทที่สำคัญนำไปสู่ความสามารถทางการตลาดโดยผู้ประกอบการเป็นกลไกในการขับเคลื่อนหรือส่งเสริมให้องค์กรแสวงหาตลาดใหม่หรือความสามารถทางการตลาด และแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่บนพื้นฐานของภาวะการประกอบการในฐานะเจ้าของธุรกิจผู้บริหารระดับสูงจะมีบทบาทในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์และกล้าเสียงในการดำเนินธุรกิจใหม่

ความเป็นผู้ประกอบการยังส่งผลให้เกิดขีดความสามารถในการแข่งขัน ดังแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการในเชิงกลยุทธ์ของ มิลเลอร์ (Miller, 1983 อ้างถึงในวุฒิชาติ สุนทรสมัย, 2550, หน้า 21) ที่อธิบายว่าความเป็นผู้ประกอบการนั้นเป็นการดำเนินการในการพัฒนานวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์และโอกาสใหม่ ๆ สู่ตลาด กล่าวคือเป็นการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ที่ทันสมัยก่อนผู้อื่น โดยนำมาใช้ดำเนินการผลิตเพื่อเอาชนะคู่แข่งให้ได้ในทุกสถานการณ์ จึงอาจทำให้ผู้ประกอบการที่มีความเป็นผู้ประกอบการ มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการในเชิงการตลาดของ มอร์รีส และพอล (Morris & Paul, 1987 อ้างถึงใน วุฒิชาติ สุนทรสมัย, 2550, หน้า 20) ระบุว่าความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง การยอมรับความเสี่ยงในการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ อันเป็นนวัตกรรมและตอบสนองความต้องการให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคก่อนที่ผู้บริโภคจะเรียกร้อง จากที่กล่าวนั้นเป็นสิ่งยืนยันได้ว่าเมื่อผู้ประกอบการมีความเป็นผู้ประกอบการ ก็จะคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เมื่อมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้น ย่อมนำไปสู่ความสามารถทางการแข่งขันที่มากขึ้นได้

จากผลการศึกษางานวิจัยสามารถแสดงตามกรอบแนวความคิด ดังนี้




ภาพที่ 5-1 ผลการศึกษางานวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบกิจการผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ที่มีการได้รับการแลกเปลี่ยนความรู้นวัตกรรมทางการตลาดต่างกันมีความสามารถในการแข่งขัน Sig. = .016 เมื่อพิจารณารายด้าน ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์ ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท ด้านรัฐบาล และด้านโอกาสแตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ในภาพรวม ค่า Prob.= 0.000 โดยมีความสัมพันธ์ r = .59 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาราย พบว่า ด้านปรัชญาการให้รางวัล

ด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า นั้น มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

## ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ข้อเสนอแนะ ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลและศึกษาประกอบกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถสรุปข้อเสนอแนะได้ดังนี้

1. การพัฒนาระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการพัฒนาดังนี้

1.1 ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ ควรมีการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินกิจการร่วมกัน ทั้งในพื้นที่ใกล้เคียง และขยายวงกว้างไปในพื้นที่อื่น ๆ ผนึกกำลังสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มปริมาณผลผลิต และคิดนวัตกรรมการผลิต กับนวัตกรรมการตลาดร่วมกัน และลดต้นทุนในการผลิต เช่นการทำน้ำผลไม้จากเกษตรอินทรีย์ น้ำสมุนไพรจากเกษตรอินทรีย์ การผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากเกษตรอินทรีย์ สบู่ แชมพู ครีมทาผิว เป็นต้น พัฒนาแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ และฉลาก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ทำ QR Code เพื่อตรวจสอบย้อนกลับคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากเกษตรอินทรีย์ สร้างความหน้าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค และในส่วนของนวัตกรรมการตลาด ผู้ประกอบการควรเข้ารับอบรมการตลาดออนไลน์ กับรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่เปิดอบรม เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในด้านการตลาด ให้มีช่องทางในการขายเพิ่มขึ้น และควรมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์เพื่อสร้างเว็บไซต์ในการกระจายสินค้าร่วมกัน ลดปัญหาผลผลิตน้อยไม่พอต่อความต้องการของผู้บริโภค สร้างความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคและผู้ประกอบการ โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้สินค้าเกษตรอินทรีย์ มีราคาที่เหมาะสม

1.2 ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ และผู้ประกอบการธุรกิจอื่น ๆ เช่น ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจเครื่องสำอาง เป็นต้น ควรมีการรวมกลุ่มข้ามผลิตภัณฑ์เพื่อดำเนินกิจการรวมกัน ทั้งในพื้นที่ใกล้เคียง และขยายวงกว้างไปในพื้นที่อื่นๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เช่น ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์มีการตกลงธุรกิจร่วมกับ ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่ง เพื่อส่งของให้ผู้บริโภคถึงหน้าประตูบ้านแบบรวดเร็ว เป็นต้น และ ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์มีการตกลงธุรกิจร่วมกับ ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องสำอาง เพื่อให้ได้นวัตกรรมการผลิตใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น เช่น ครีมทาผิวแบบเกษตรอินทรีย์อินทรีย์ แป้งพับแบบเกษตรอินทรีย์ ผลิตภัณฑ์เพื่อเด็กจากเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

1.3 รัฐบาล และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรมีการจัดการฝึกอบรมในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้ ด้านการตลาดและด้านการผลิต รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดการอบรมเรื่อง

การทำการตลาดออนไลน์ และอบรมเรื่องการใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น QR Code เพื่อตรวจสอบย้อนกลับคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากเกษตรอินทรีย์ รวมไปถึงการให้ความรู้เรื่องการสร้างแบรนด์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และฉลากเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ไทย

1.3.1 ด้านงบประมาณทางด้านการเงิน เช่น การจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย เพื่อให้รับรู้ถึงสภาพทางการเงินของกิจการ รวมทั้งการนำเอางบการเงินไปยื่นเพื่อการขอสินเชื่อจากธนาคารเพื่อนำเอาเงินทุนดังกล่าวมาใช้ในการพัฒนาต่อยอด และผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เพื่อการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

1.3.2 เร่งดำเนินการให้ความรู้ทางด้านภาษา และการอบรมชี้แนะ เกี่ยวช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ ๆ ในต่างประเทศ รวมถึงการจำทำการสำรวจ วิจัยทางการตลาดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังผู้บริโภคต่าง ๆ ในอาเซียน

1.3.3 การพัฒนาความสามารถการแข่งกันในการส่งออก ผู้วิจัยเห็นว่า ควรพัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ เพื่อเตรียมพร้อมในการส่งออก ได้แก่ ความเข้าใจในข้อกำหนดต่าง ๆ เกี่ยวกับการส่งออกในการค้ากับประเทศอาเซียน และการรับรู้ระเบียบข้อบังคับหรือกฎหมายด้านการค้าในต่างประเทศที่มีความเข้มงวด การผลิตบรรจุภัณฑ์และฉลากที่มีภาษาอังกฤษ หรือภาษาอาเซียน เพื่อเตรียมความพร้อมในการส่งออก

รวมทั้งการสร้างแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เชื่อถือได้ โดยให้หน่วยงานที่ภาครัฐเป็นผู้ดำเนินการรวบรวม วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มในอนาคตเกี่ยวกับด้านการส่งออก เศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงระเบียบข้อบังคับหรือกฎหมาย ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในประเทศต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งส่งออกสินค้าประเภทเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ผู้ประกอบการของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย มีความสามารถในการส่งออกเหนือกว่าผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์จากประเทศอื่น ๆ

โดยควรเน้นไปยังประเทศสิงค์โปรเป็นประเทศแรกในอาเซียน เพราะเป็นประเทศที่มีกำลังซื้อสูง ในช่วงประมาณ 10 กว่าปีที่ผ่านมา ผู้บริโภคในสิงคโปร์ได้เริ่มหันมาให้ความใส่ใจกับเรื่องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้นและผลผลิตทางเกษตรนั้นไม่พอเพียงกับความต้องการของประชากรในประเทศ จึงต้องสั่งซื้อ อาหารจำพวก ข้าว ผัก ผลไม้ เครื่องเทศ จากต่างประเทศเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะจากประเทศไทย รวมไปถึงนโยบายด้านการนำเข้า สิงคโปร์มีนโยบายการค้าระหว่างประเทศที่เปิดกว้างดำเนินธุรกิจตามรูปแบบนโยบายการค้าเสรี เนื่องจากเป็นเมืองท่าเรือที่สำคัญของเอเชีย จึงมีการเรียกเก็บอากรนำเข้าสินค้าจากสินค้าเพียงไม่กี่รายการ หรือเรียกเก็บจากรายการสินค้าต่าง ๆ เพียงร้อยละ 10 ของรายการสินค้าที่มีการซื้อขายระหว่างประเทศ

2. การพัฒนาการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องร่วมกัน และสถาบันต่าง ๆ ที่มีการวิจัยเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้เกิดพัฒนาการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน โดยต้องมีการจัดเก็บนวัตกรรมการผลิตและนวัตกรรมการตลาดให้เป็นข้อมูลที่ผู้ประกอบการในกลุ่มสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว โดยผู้ประกอบการที่รวมกลุ่มกันไม่จำเป็นต้องลองผิด ลองถูก แต่ทุกคนช่วยเหลือพึ่งพาซึ่งกันและกัน สร้างความร่วมมือ เกื้อหนุน เชื่อมโยงและเสริมกิจการซึ่งกันและกันอย่างครบวงจร เพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกันคือ การเพิ่มผลิตภาพ ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน

3. การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยเห็นว่า ควรพัฒนาศักยภาพความเป็นผู้ประกอบการของตนเอง ด้วยการเน้นการพัฒนาปรัชญาการให้รางวัลแก่บุคลากรหรือแรงงานของตนเอง ทั้งในรูปแบบของตัวเงิน และไม่ใช่ตัวเงิน เพราะบุคลากรหรือแรงงาน คือตัวแทนของกิจการนอกจากตัวเจ้าของกิจการเอง

ในด้านรูปแบบของตัวเงิน ควรมีผลตอบแทนหรือโบนัสให้กับบุคลากรหรือแรงงาน หากมีผลประกอบการที่ดีขึ้นเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ สอนเรื่องนวัตกรรมการผลิตและนวัตกรรมการตลาดให้แก่บุคลากรหรือแรงงาน เพื่อให้เป็นวิทยากรได้ หากสวน หรือไร่ของตนเองเปิดการท่องเที่ยวแบบเกษตรอินทรีย์ ทำให้บุคลากรหรือแรงงานมีรายได้เสริม และหากบุคลากรหรือแรงงานคนใดสามารถทำการตลาดออนไลน์ได้ จะมีเงินพิเศษเพิ่มให้ เช่น การดูแลแฟนเพจของกิจการ การดูแลเว็บไซต์ของกิจการ การคิดโฆษณา หรือใบปลิว เป็นต้น

ในรูปแบบที่ไม่ใช่ตัวเงินคือ ควรมีสวัสดิการให้กับบุคลากรหรือแรงงาน เช่น หากที่สวนมีการปลูกข้าว ควรมีการแจกข้าวสารให้บุคลากรหรือแรงงานเดือนละครั้ง เพื่อให้ไปประกอบอาหารที่บ้าน หรือแจกผลผลิตอื่น ๆ และมีการให้รางวัลพนักงานดีเด่น เพื่อสร้างความภูมิใจ และเป็นขวัญกำลังใจให้บุคลากร หรือแรงงาน อาจมีการให้รางวัลทั้ง 2 รูปแบบ เป็นต้น

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

หลังจากที่ได้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง ศึกษาการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม และความเป็นผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย เป็นที่เรียบร้อยแล้วผู้วิจัยเห็นว่า

1. งานวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับศึกษาการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ความเป็นผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาซ้ำในตัวแปรเดิมพื้นที่ใหม่ โดยการขยายผลไปยัง

ภูมิภาคอื่น ๆ เช่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ เป็นต้น เพื่อนำมาใช้ในการเปรียบเทียบ และเป็นตัวอย่างในการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ความเป็นผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของเกษตรอินทรีย์ไทย

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ที่ได้รับมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย (Organic Thailand) เท่านั้น ดังนั้นการทำวิจัยครั้งต่อไปควรจะมีการเก็บข้อมูลผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ขยายไปยังกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มระบบเกษตรอินทรีย์ IFOAM กลุ่มระบบเกษตรอินทรีย์ มกท. กลุ่มเกษตรดีที่เหมาะสมโดยกรมวิชาการเกษตรและ มกอช. กลุ่มองค์กรมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (มอน.) เป็นต้น เพื่อนำมาเปรียบเทียบและเป็นแนวทางในการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ไทยอย่างยั่งยืน

3. ในการวิจัยในครั้งต่อไปควรเลือกเทคนิคในการวิเคราะห์ให้ลึกซึ้งขึ้น ในการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม ความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง สามารถวิเคราะห์ได้โดยโปรแกรม LISREL

4. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มเติมตัวแปรในการศึกษาวิจัย ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น คือ ผลการประกอบการ เพื่อนำผลในการศึกษามาพัฒนาเกษตรอินทรีย์ของไทยให้ มีความเข้มแข็งและยั่งยืน ในระยะยาว

# บรรณานุกรม


กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กรมวิชาการเกษตร. (2557). *การผลิตพืชอินทรีย์.การรับรองมาตรฐานพืชอินทรีย์. จำนวนเกษตรกรที่ได้รับการรับรองจำแนกตามพื้นที่.* เข้าถึงได้จาก http://gmis.doa.go.th/~organic/form/report_3_no_session.php

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (ม.ป.ป). *ความหมาย และ องค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม.* เข้าถึงได้จาก. http://library.dip.go.th/Industrial%20Innovation/www/inno1-01.html

*กลุ่มเกษตรอินทรีย์สนามชัยเขต.* (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก http://www.greennet.or.th/portfolio/1469

*กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตพืชสมุนไพรบ้านเกาะลอย.* (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก https://souvenirbuu.wordpress.com/

ก้องเกียรติ บูรณศรี. (2552). *ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความเป็นผู้ประกอบการขององค์การสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและผลการดำเนินงานของสถานประกอบการอุตสาหกรรมการผลิต.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (กพข.). (2554). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในระยะยาว.* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

จิรายุ รัตนบวร. (2548). แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผ้าไหมกาบบัวโดยใช้ตัวแบบไดมอนด์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2549). เศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริ. *วารสารอันเนื่องมาจากพระราชดำริ, 4,* 27-28.

จิรภัทร นามประเทือง. (2552). *ความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออกอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศไทยกรณีศึกษาน้ำยางข้นและผลิตภัณฑ์.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจสำหรับผู้บริหาร, บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีไทย–ญี่ปุ่น.

*จันทบุรี ต้นแบบเมืองเกษตรสีเขียว...แหล่งผลิตอาหารภาคตะวันออก – ดินดีสมเป็นนาสวน.* (2557). เข้าถึงได้จาก http://www.dailynews.co.th/agriculture/245702

จันทร์เพ็ญ ฤทธิรงค์. (2558). *การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ฉันทพิชญ์ อาริยะโรจน์กุล. (2554). *ความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงกลยุทธ์กับความสามารถทางการแข่งขันด้านการศึกษาของมหาวิทยาลัยเอกชนกลุ่มเครือข่ายเบญจมิตรวิชาการ.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ชลธร ชื่นอุปการนันท์. (2552). *แนวทางการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ;SMEs; ประเภทโรงแรมที่พัก ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี.* วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ช่อทิพย์ ลือไชยวุฒิ. (2550). *การศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าไทยในการประสานความร่วมมือกันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่ง.* เข้าถึงได้จาก http://logisticscorner.com/index.php?option=com_content&view=article&id=542:network&catid=52:distribution-and-3pl&Itemid=76.

ชุมพร คูร์พิพัฒน์. (2552). ระบบการผลิตและการบริการ ใน *ประมวลสาระชุดวิชา การวิเคราะห์เชิงปริมาณและการจัดการการดำเนินงาน หน่วยที่ 9* (หน้า 9-33). นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ธนชัย ยมจินดา. (2545). *"ความได้เปรียบทางการแข่งขัน"* ใน*ประมวลสาระชุดวิชาการวางแผนกลยุทธ์และการควบคุม*หน่วยที่ 4 หน้า 39. นนทบุรี: สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

นวรัตน์ พรหมอุปถัมภ์. (2553). *การเคลื่อนไหวขององค์กรอิสระในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ : กรณีศึกษาชมรมนักนิยมธรรมชาติ.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการมนุษย์และสิ่งแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นุชนาถ มีนาสันติรักษ์. (2551). แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ โดยใช้ตัวแบบไดมอนด์: *ศึกษากรณีกลุ่มจักสาน บ้านลุมพุก ตำบลโคกพระ อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม*. มหาสารคาม: คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

บรรษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.). (2555). *สถิติจำนวน SMEs ในประเทศไทย*. เข้าถึงได้จาก http://www.tcg.or.th/TH/news-event-activity-detail.php?smid=93&ID=283

บุญฑวรรณ วิงวอน และณัฐวดี พัฒนโพธิ์. (2556). ภาวการณ์มุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีบทบาทเชื่อมโยงของนวัตกรรมองค์การ. *วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ, 6*(2), 123-146.

ปรารถนา หลีกภัย. (2556). ปัจจัยนำความสามารถทางนวัตกรรมและผลต่อผลการดำเนินงานองค์กร. *วรสารนักบริหาร, 33*, 55-63.

*ปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Main problems for SMEs)*. (ม.ป.ป). เข้าถึงได้จาก http://www.sara-dd.com/index.php?option=com_content &view=article&id=199:main-problems-for-smes&catid=25:the-project&Itemid=72

พนิดา สัตโยภาส, บุญชนิต วิงวอน และบุญฑวรรณ วิงวอน. (2555). ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน ใน *เอกสารประกอบการประชุมวิชาการวิจัย รำไพพรรณี ครั้งที่ 6 วันที่ 19-20 ธันวาคม 2555* (หน้า 1-12). ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

พิสุทธิ์ ศรีอนันต์. (2554). *ความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจสู่ผู้บริโภคที่ได้รับเครื่องหมายรับรองความน่าเชื่อถือ*. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พัชสิรี ชมภูคำ. (2552). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พันธ์จิตต์ สีเหนี่ยง. (2555). *เกษตรอินทรีย์*. นครปฐม: ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พุฒิพงศ์ เลิศพรมาตุลี. (2555). *อิทธิพลของศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมที่มีต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดลำพูน.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

พุทธไนย ตันมณี. (2557). *เกษตรกรดีเด่นประจำปี 2557.* เข้าถึงได้จาก http://it.doa.go.th/goodgap /files/ pdf/organic6-2557.pdf

ไพบูลย์ สลักฤทัย. (2557). *ธุรกิจที่เบสออน "ความสุข" ของ (อดีต) เภสัชกร.* เข้าถึงได้จาก http://www.komchadluek.net/detail/ 20140406/182319.html

*มติที่ประชุมใหญ่ของสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติซึ่งจัดขึ้นเมื่อมิถุนายน 2551 ณ เมืองวิกโนลา (Vignola) ประเทศอิตาลี.* (2551). เข้าถึงได้จาก http://www.environnet.in.th/2014/?p=7386

รจนา เทพดู่. (2550). *ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สามารถด้านนวัตกรรมกับศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ในจังหวัดมหาสารคาม.* วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

รัชตชัย รุกขจินดา. (2551). *แนวทางพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอัญมณีและเครื่องประดับ อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชายุทธศาสตรการพัฒนา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

รุ่งนภา เกษา. (2553). *ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมทางการตลาดกับความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจสินค้าเกษตรส่งออกในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

รุ่งนภา ต่ออุดม. (2550). *ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้า ในจังหวัดฉะเชิงเทรา.* เข้าถึงได้จาก http://www.research.rmutt.ac.th/archives/2150.

วันทนีย์ นำชัยศรีค้า. (2550).*การศึกษาและวิจัยเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการของสินค้า OTOP กลุ่มชุมชน พื้นที่อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี.* เข้าถึงได้จาก http://www.repository.rmutt.ac.th/handle/123456789/163.

วิฑูรย์ ปัญญากุล. (2549). *คู่มือการส่งออกเกษตรอินทรีย์.* กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

วิสาหกิจชุมชน คนของแผ่นดิน เกษตรอินทรีย์-วิถีพอเพียง. (2554). *สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์.* เข้าถึงได้จาก http://www.thai-organic.com/standards.html.

วีรดา เรืองรุ่ง. (2550). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการและผลประกอบการของร้านอาหารขนาดย่อมในเขตเมืองพัทยา*. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา.

วุฒิชาติ สุนทรสมัย. (2550). รายงานการวิจัย *เรื่องความมีศักยภาพทางการตลาดและความเป็นผู้ประกอบการ ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม" ศึกษากิจการผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำ หรือแปรรูป จากสมุนไพรในเขตภาคตะวันออก*. ชลบุรี: คณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.

วุฒิชาติ สุนทรสมัย. (2555). *การวิจัยตลาดและระบบสารสนเทศทางตลาด*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.

เวธกา มณีเนตร.(2556). *กลยุทธ์การแข่งขันและความสามารถทางการแข่งขันที่มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

ศุภวัฒน์ เทพยุหะ. (2555). กลยุทธ์ทางการตลาด นวัตกรรมและเครือข่ายธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของกิจการ SMEs ในเขตภาคเหนือตอนบน.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

*ศูนย์พัฒนาเกษตรอินทรีย์สุขใจ*. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก http://www.sampranmodel.com/sampran-model-faq.php

ศูนย์วิจัยกสิกร (2551). *เกษตรอินทรีย์ไทยโอกาสก้าวไกล...หากภาครัฐเร่งยกระดับมาตรฐานการผลิต*. เข้าถึงได้จาก www.positioningmag.com/content/เกษตรอินทรีย์ไทยโอกาสก้าวไกล. หากภาครัฐเร่งยกระดับมาตรฐานการผลิต.

สมชาย แซ่วจันทึก. (2553). *ความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร กรณีศึกษาหน่วยงานธุรกิจก่อสร้างและบำรุงรักษาการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค*. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

*สมาคมการค้าเกษตรอินทรีย์ไทย*. (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก http://www.thaiorganictrade.com/about

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2555). *นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2555-2559)*. เข้าถึงได้จาก http://www.plan.ru.ac.th/document/policy_research55_59.pdf

สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (มกท.). (2552). *เอกสารสำหรับผู้ขอรับรอง*. เข้าถึงได้จาก http://www.actorganiccert.or.th/index.php? option=com_content&view=category&layout=blog&id=34&Itemid=86&lang=th

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.). (2552). *เกษตรอินทรีย์เล่ม 1: การผลิตการแปรรูปแสดงฉลากและจำหน่ายผลผลิตและผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ (มกษ.9000 เล่ม 1-2552) กระทรวงเกษตรและสหกรณ์*. เข้าถึงได้จาก http://www.acfs.go.th/standard/list_standard_system.php

สุธาพร บำรุงยา. (2558). *การประยุกต์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการจัดการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา.

เสนาะ ติเยาว์. (2544). *หลักการบริหาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เหมวรรณ กิจวิมลตระกูล. (2548*). การพัฒนาเครือข่าย และการรวมกลุ่ม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษา เครื่องดื่มสมุนไพร จังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา.

อรรนพ เรืองกัลปวงศ์ สราวรรณ์ เรืองกัลปวงศ์ และวรนาถ ศรีพงษ์. (2555). ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผักและผลไม้ในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง. *วารสารวิจัย มสด สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 1* (มกราคม-เมษายน), 119-130.

อิสรีย์ ฮอลล์. (2557). *เกษตรกรดีเด่นประจำปี 2557*. เข้าถึงได้จาก http://it.doa.go.th/goodgap/files/pdf/organic5-2557.pdf

อานัฐ ตันโช. (2550). *เกษตรธรรมชาติประยุกต์. ศูนย์ข้อมูลเกษตรธรรมแม่โจ้: ภาควิชาทรัพยากรดินและสิ่งแวดล้อม คณะผลิตกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้*. เข้าถึงได้จาก http://www.oknation.net/blog/print.php?id=105275

Balassa, B. (1965). Trade liberalisation and revealed comparative advantage. *The Manchester School of Economics and Social Science*, *33*, 99-123.

Begley, T. M., & Boyd, D. P. (1985). Psychological characteristics associated with performence in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of Business Venturing, 2*(1), *79-93.*

Brockhaus, R. H. & Horwitz, P. S. (1986). *The psychology of the entrepreneur' In D.Sexton & R. Smilor.* (eds). Englewood Cliffs NJ: Prentice Hall.

Brown, T. E., Davidsson, P., & Wiklund, J. (2001). An operationalization of Stevenson's conceptualization of entrepreneurship as opportunity - based firm behavior. *Strategic Management Journal, 22* (10), 953-968.

Byoungho, J. & Hwy-Chang, Moon. (2006). The Diamond Approach to the Competitivenessof Korea's Apparel Industry. *Journal of Fashion, Marketing and Management,10*(2), 195 - 208.

Chaganti, R. & Parasuraman, S. (1996). A study of the impacts of gender on business performance and management patterns in small businesses. *Entrepreneurship Theory and Practice, 21(2), 73-75.*

Cooper, A. C., & Dunkelberg, W. C. (1987). Entrepreneurial research: Old questions, new answers and methodological issues. *American Journal of Small Business, 11( 3), 11-23.*

Covin, J., &Slevin, D. (1991). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal, 10*(January), 75-87.

Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship theory and practice, 16*(1), 7.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika, 6,* 297-334.

Day, G. S. (1994). The capabilities of market – driven organizations. *Journal of Marketing, 58,* 37-52.

Drucker, E. P. (1985). The discipline of innovation. *Harvard Business School, 80*(8), 95-100.

Deshpande, R.; Frederick, E. & Webster, J. (1993). Corporate culture, customer orientation, and innovativeness in Japanese Firm: A quadrad analysis. *Journal of Marketing, 57*, 23-37.

Edward, E Lawler III. (2011). Management reset: organizing for sustainable effectiveness/ Edward E. Lawler III and Christopher G. Worley, with David Creelman; foreword by Michael Crooke.

George, J. (2008). *Contemporary management.* New york: Mcgraw Hill.

Gilmore, J. B. (1972). An investigation of selection of selected entrepreneurial activity. *Dissertation Abstacts International, 32*(9), *4777.*

Hamalainen, J. (2003). The concept of social pedagogy in the field of social work. *Journal of Social Work, 3*(1), 69-80.

Henard, D. H., & Szymanski, D. M. (2001). Why some new products are more successful than others. *Journal of Marketing Research, 38*(3), 362-375.

Hill, C. W. L. & Jones, G. R. (1998). *Strategic management theory: An integrated approach* Houghton: Mifflin.

Hult, G. T. M., Snow, C. C., & Kandemir, D. (2003).The role of entrepreneurship in building cultural competitiveness in different organizational types. *Journal of Management,29*(3), 401-426.

Hult, G. T. M., Hurley, R. F., & Knight, G. A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management, 33,* 429-438.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement, 30*(3), 607-610.

Kohli, A. K. & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of Marketing, 54*,1-18.

Kuhn, B; Sassmannshausen, S. P. &Zollin, R. (2010). Entrepreneurial management as a strategic choice in firm behavior: Linking it with performance. In *High Technology Small Firms Conference (HTSF) 2010*, Netherlands, Enschede: University of Twente.

Lee, J. S. & Hsieh, C.J. (2010). A research in relating entrepreneurship, Marketing capability, innovative capability and sustained competitive advantage. *Journal of Business & Economics Research, 8*(9), 110-120.

Luiz, C. R. C., & Lima R. H. P. (2009). *Performance management in SME clusters: current and future research on some Brazilian industrial clusters*. Sao Carlos: University of Sao Paulo.

Morris, M. H. & Paul, G. W. (1987). The relationship between entrepreneurship and marketing in established firms. *Journal of Business Venturing, 2* (3), 247-259.

Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science, 29* (7), 770-791

Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. New York: The Free Press.

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance.* New York: Free Press.

Porter, M. E. (1990). *The comparative advantage of nations.* New York: Macmillan.

Porter, M. E. (1996). *What is Strategy*. Retrieved from https://hbr.org/product/what-is-strategy/an/96608-PDF-ENG

Porter, M. E. (1998). *Cluster and the new economics of Competition*. Retrived from http://www.wellbeingcluster.at/magazin/00/artikel/28775/doc/d/porterstudie.pdf.

Narver, J. C. & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing, 54*(4), *20-35.*

Prajogo, I. D. & Pervaiz, K. A. (2006). The relationships between innovation stimulus, innovation capacity, and innovation performance. *Journal R&D Management, 36*(5), 499 - 515.

Roper, S. & James, H. L. (2002). Innovation and export performance: Evidence from the UK and German manufacturing plants. *Research Policy, 31*(7), 1087.

Remedios, R. (2012). Green product: A move toward sustainable business practice. *International Journal of Management Research and Review, 2*(3), 436-442.

Schumpeter, J. S.. (1934). *The theory of economic development*. New Brunswick: Transaction Publishers.

Stevenson, H. H. (1983). A perspective on entrepreneurship. In *Harvard Business School Working Paper* (pp. 9-384-131). Boston: Harvard Business School.

Stevenson, H. H. & Gumpert, D. (1985). The heart of entrepreneurship. *Harvard Business Review, 85*, 85-94.

Stevenson, H. H. & Jarillo, J. C. (1986).Preserving entrepreneurship as companies grow. *Journal of Business Strategy*, *6*, 10-23.

Stevenson, H. H. & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal, 11*, 17-27.

Saboniene, A. (2009). Lithuanian Export Competitiveness: Comparison with Other Baltic States. *Inzinerine Ekonomika - Engineering Economics, 2,* 49 - 57.

*Soil Association.* (2007). Retrieved from http://www.soilassociation.org/aboutus/whatwedo/ourreports

Tsai, W. (2001). Knowledge transfer in intraorganizational networks: Effects of network position and absorptive capacity on business unit innovation and performance. *Academy of Management Journal, 44*(5), 996-1004.

Weerawardena, J. (2003). The role of marketing capabilities in innovation-based competitive advantage. *Journal of Strategic Marketing. 11*, 15-35.

Weerawardena, J., & Cass, O. A. (2004). Exploring the characteristics of the market-driven 12345678 firms and antecedents to sustained competitive advantage. *Journal of Industrial Marketing Management, 33,* 419-428.

Wong, S. K. S. (2012). The influence of green product competitiveness on the success of green product innovation. *European Journal of Innovation Management, 15*(4), 468.

Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2002). *Essentials of entrepreneurship and small business management* (4 th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

# ภาคผนวก

**ภาคผนวก ก**

การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC)

การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ด้านการบริหาร จำนวน 5 คน ได้แก่ 1. อาจารย์ปิยพร ธรรมชาติ 2. ว่าที่ร้อยตรี ธนภณ นิธิชาวกุล 3. อาจารย์อมรฤทธิ์ วัฒนะ 4. อาจารย์บุปผา ติละกุล และ 5. อาจารย์ชนานันท์ เดชาดิลก

การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC)

| ข้อคำถาม | กรรมการ (คนที่) | | | | | IOC |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| **ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการ** | | | | | | |
| 1. เพศ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 2. อายุ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 3. ระดับการศึกษา | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 4. สาขาที่จบการศึกษา | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 5. ภูมิลำเนาเดิม | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 6. เครือข่ายทางธุรกิจ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 7. ความรู้เฉพาะทางธุรกิจ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| **ส่วนที่ 2 ปัจจัยการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม** | | | | | | |
| 1. ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ออกสู่ตลาดใน 3ปีที่ผ่านมา | +1 | +1 | +1 | +1 | 0 | .80 |
| 2. เคยได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมด้านการผลิต | +1 | +1 | +1 | +1 | 0 | .80 |
| 3. เคยถ่ายทอดนวัตกรรมด้านการผลิต | +1 | +1 | +1 | +1 | 0 | .80 |
| 4. เคยได้รับการถ่ายทอดนวัตกรรมด้านการตลาด | +1 | +1 | +1 | +1 | 0 | .80 |
| 5. เคยถ่ายทอดนวัตกรรมด้านการตลาด | +1 | +1 | +1 | +1 | 0 | .80 |
| **ส่วนที่ 3 ความเป็นผู้ประกอบการ** | | | | | | |
| **มุมมองเชิงกลยุทธ์ (Strategic orientation)** | | | | | | |
| 1. กลยุทธ์ในการประกอบการของท่าน เกิดขึ้นจากการรับรู้โอกาส ท่านไม่ได้ถูกจำกัดอยู่กับทรัพยากรที่มีอยู่ หรือไม่มีอยู่ในขณะนั้น (ทรัพยากร เช่น คน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบฯลฯ) | 0 | +1 | +1 | +1 | +1 | .80 |

| ข้อคำถาม | กรรมการ (คนที่) | | | | | IOC |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| **ส่วนที่ 3 ความเป็นผู้ประกอบการ** | | | | | | |
| **มุมมองเชิงกลยุทธ์ (Strategic orientation)**<br>2. กลยุทธ์ในการประกอบการของท่าน เกิดขึ้นจากการรับรู้โอกาส ท่านไม่ได้ถูกจำกัดอยู่กับทรัพยากรที่มีอยู่ หรือไม่มีอยู่ในขณะนั้น (ทรัพยากร เช่น คน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบฯลฯ) | 0 | +1 | +1 | +1 | +1 | .80 |
| 2. โอกาสต่าง ๆ เป็นตัวควบคุมกลยุทธ์องค์กรของท่าน ท่านจึงแสวงหาโอกาสที่คิดว่ามีคุณค่า และพยายามหาทรัพยากร มาใช้กับโอกาสที่พบเจอ (ทรัพยากร เช่น คน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบ ฯลฯ) | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 3. การสร้างกลยุทธ์องค์กรของท่านจะคำนึงถึงโอกาสเสมอ โอกาสถือเป็นตัวควบคุมกลยุทธ์องค์กรของท่าน | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| **การบริหารทรัพยากร (Resource orientation)**<br>4. ท่านไม่จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรในการเริ่มต้นแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ความจำเป็นของทรัพยากร อาจจะเกิดขึ้นในช่วงที่เกิดโอกาสเหล่านั้นก็ได้ (ทรัพยากร เช่น คน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบ ฯลฯ) | +1 | 0 | +1 | +1 | +1 | .80 |
| 5. สิ่งที่ท่านต้องการจากทรัพยากรคือ ความสามารถของทรัพยากร (ทรัพยากร เช่น คน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบ ฯลฯ) | +1 | 0 | +1 | +1 | +1 | .80 |
| 6. ท่านมักชอบใช้ทรัพยากรที่ท่านเช่า หรือขอยืมมา (ทรัพยากร เช่น คน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบ ฯลฯ) | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 7. ท่านคิดว่าการมีแนวคิดมองเห็นโอกาสต่าง ๆ และทำให้เกิดประโยชน์ได้ สำคัญมากกว่าการมีเงิน | +1 | 0 | +1 | +1 | +1 | .80 |
| 8. ก่อนที่จะเริ่มโครงการ (Project) ต่าง ๆ ท่านตัดสินใจเกี่ยวกับทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับทั้งโครงการ อย่างชัดเจนและเต็มที่ (ทรัพยากร เช่น คน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบ ฯลฯ) | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 9. ท่านทุ่มเทความพยายามกับโครงการ (Project) แต่ละโครงการเพียงช่วงระยะเวลาสั้น ๆ และจะถูกท้าทายด้วยโครงการใหม่ ๆ | +1 | +1 | +1 | +1 | 0 | .80 |
| 10. ท่านเชื่อว่าโอกาสของความสำเร็จดีกว่าการลงทุนกับทรัพยากร(ทรัพยากร เช่น คน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบ ฯลฯ) | +1 | 0 | +1 | +1 | +1 | .80 |

| ข้อคำถาม | กรรมการ (คนที่) | | | | | IOC |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| **ส่วนที่ 3 ความเป็นผู้ประกอบการ** | | | | | | |
| **การบริหารทรัพยากร (Resource orientation)**<br>11. ท่านเป็นเจ้าของทรัพยากร และมีการควบคุมทรัพยากร เพื่อต้องการทำให้องค์กรเป็นอิสระจากการเปลี่ยนแปลงของตลาด (ทรัพยากร เช่น คน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบ ฯลฯ) | +1 | 0 | +1 | +1 | +1 | .80 |
| 12. ท่านต้องการความยืดหยุ่น ในการยืมหรือเช่าทรัพยากรที่ต้องการสำหรับโครงการ (Project) ขององค์กร (ความยืดหยุ่น เช่น ให้เครดิต สิทธิพิเศษต่าง ๆ ฯลฯ) | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| **โครงสร้างการจัดการ (Management structure)**<br>13. ท่านชอบใช้การควบคุมพนักงานแบบไม่เข้มงวด และไม่เป็นทางการ | +1 | +1 | +1 | +1 | 0 | .80 |
| 14. ท่านให้ความสำคัญอย่างมากที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ ถึงแม้จะต้องละเลยกระบวนการที่เป็นทางการก็ตาม | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 15. ท่านให้ความสำคัญอย่างมากที่จะดัดแปลงระบบการทำงานเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป | +1 | +1 | +1 | +1 | 0 | .80 |
| 16. ท่านให้อิสระ ในเรื่องรูปแบบการปฏิบัติการของผู้จัดการการควบคุมพนักงานสามารถทำได้อย่างอิสระตั้งแต่ลักษณะที่เป็นทางการมากจนถึงอย่างที่ไม่เป็นทางการมาก | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 17. ท่านให้พนักงาน มีความเป็นตัวเองในการทำงาน และให้บุคลิกภาพของพนักงานแต่ละคน เป็นตัวกำหนดหน้าที่การทำงานที่เหมาะสม | +1 | +1 | +1 | +1 | 0 | .80 |
| **ปรัชญาการให้รางวัล (Reward philosophy)**<br>18. พนักงานของท่านจะได้รับการประเมินและการชมเชยต่าง ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณค่าที่พนักงานได้สร้างเพิ่มให้กับองค์กร หรือหน่วยงาน | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 19. ท่านพยายามให้ค่าตอบแทนแก่พนักงาน โดยให้พนักงานได้รับผลประโยชน์ จากคุณค่าที่เพิ่มขึ้นขององค์กร หรือหน่วยงานด้วย | +1 | +1 | +1 | +1 | 0 | .80 |

| ข้อคำถาม | กรรมการ (คนที่) | | | | | IOC |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| **ส่วนที่ 3 ความเป็นผู้ประกอบการ** | | | | | | |
| **ปรัชญาการให้รางวัล (Reward philosophy)**<br>20. ตำแหน่งของพนักงานขึ้นอยู่กับคุณค่าที่พนักงานได้เพิ่มให้กับองค์กรหรือ หน่วยงาน | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 21. ท่านประเมินประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานด้วยการให้พนักงานสร้างมูลค่าในระยะยาวให้กับองค์กร | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 22. ท่านมีการกำหนดให้รางวัลสำหรับแผนก/ ทีม โดยขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของทีมงานที่ดี เป็นหลักปฏิบัติทั่วไปในองค์กรของท่าน | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 23. ท่านจะตอบแทนพนักงานของท่านโดยให้พนักงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานมากขึ้น และการเข้าถึงทรัพยากรที่พวกเขาอาจจำเป็นต้องใช้ในการพัฒนาความคิดใหม่ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| **ทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า (Growth orientation)**<br>24. ท่านคิดว่าความเจริญเติบโตขององค์กรเป็นเป้าหมายสูงสุดขององค์กร | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 25. ท่านคิดว่าความตั้งใจของทุกคนในองค์กร(หน่วยงาน) เพื่อให้องค์กรเจริญเติบโต อย่างรวดเร็วเท่าที่จะเป็นไปได้ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| **วัฒนธรรมของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial culture)**<br>26. ท่านมีแนวคิดที่มองเห็นความสำเร็จในอนาคต มากกว่าเวลาและทรัพยากรที่ท่านมี | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 27. การเปลี่ยนแปลงต่างๆในสังคมมักให้แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการให้บริการใหม่ ๆ กับท่าน | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 28. ท่านไม่เคยขาดแนวคิดต่าง ๆ ที่สามารถใช้เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการที่ให้มีผลกำไร | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| **ส่วนที่ 4 ความสามมรถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ** | | | | | | |
| **1. เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต**<br>1.1 ท่านมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญดูแลด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 1.2 ท่านมีบุคลากรที่มีทักษะแรงงาน มีความชำนาญในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |

| ข้อคำถาม | กรรมการ (คนที่) | | | | | IOC |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| **ส่วนที่ 4 ความสามมรถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ** | | | | | | |
| **1. เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต** 1.3ท่านมีบุคลากรในการควบคุมการผลิตด้านวิจัยและพัฒนาผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 1.4 ท่านมีระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา อินเตอร์เนท ฯลฯ ที่เอื้ออำนวยกับการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 1.5 ท่านมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 1.6 ท่านมีเงินทุนหมุนเวียนภายในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 1.7 ท่านสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เช่น มีศักยภาพในการกู้ยืม | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 1.8 ท่านมีประวัติทางการเงินที่ดี | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 1.9 ท่านอยู่ในสภาพแวดล้อมทางภูมิประเทศที่เอื้ออำนวยต่อการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เช่น มีที่ดินที่เหมาะสมกับการปลูกเกษตรอินทรีย์ | +1 | 0 | +1 | +1 | +1 | .80 |
| 1.10 ท่านอยู่ในสภาพแวดล้อมทางภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | +1 | 0 | +1 | +1 | +1 | .80 |
| 1.11 ท่านมีที่ดินเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์เป็นของตนเอง | +1 | 0 | -1 | +1 | +1 | .40 |
| **2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์** 2.1 ท่านมีการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า (*Brand Image*) ให้ผู้บริโภครับรู้ว่าผลิตภัณฑ์ของท่านคือผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | 0 | +1 | +1 | +1 | +1 | .80 |
| 2.2 ท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ใหม่ๆ | 0 | +1 | +1 | +1 | +1 | .80 |
| 2.3 ท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์หลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค | 0 | +1 | +1 | +1 | +1 | .80 |
| 2.4 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของท่านมีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่ง | 0 | +1 | +1 | +1 | +1 | .80 |

| ข้อคำถาม | กรรมการ (คนที่) | | | | | IOC |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| **ส่วนที่ 4 ความสามมรถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ** | | | | | | |
| **2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์**<br>2.5 ท่านทราบถึงความต้องการผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในแต่ละประเทศอาเซียนที่แตกต่างกัน | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 2.6 ท่านขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ทันสมัย เช่นการขายผ่านระบบ e-commerce ที่มีภาษาอังกฤษเป็นภาษาตัวเลือก | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 2.7 ท่านขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ทันสมัย เช่นการขายผ่านระบบ e-commerce ที่มีภาษาอาเซียนเป็นภาษาตัวเลือก | +1 | +1 | +1 | 0 | +1 | .80 |
| 2.8 ท่านสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าซึ่งมีความแตกต่างกันด้าน วัฒนธรรม สังคม ว่าได้เน้นความสำคัญพิถีพิถันในทุกกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 2.9 ท่านมีการทำการวิจัยตลาดผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังผู้บริโภคต่างๆในอาเซียน | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 2.10 ท่านมีการติดฉลากภาษาท้องถิ่นและภาษาอังกฤษ เพื่อความเข้าใจของผู้บริโภคประเทศอื่นๆ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| **3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน**<br>3.1 ท่านได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานของจังหวัดที่ท่านอยู่ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 3.2 ท่านสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ (Cluster) ซึ่งเป็นแนวคิดของ “การพึ่งพาอาศัยซึ่งกนและกัน” เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 3.3 ท่านคิดว่าการสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ (Cluster) ซึ่งเป็นแนวคิดของ “การพึ่งพาอาศัยซึ่งกนและกัน” เป็นเรื่องสำคัญ | 0 | +1 | +1 | +1 | +1 | .80 |
| 3.4 ท่านให้ความร่วมมือกับการศึกษา และสถาบันวิจัยต่างๆ เพื่อความก้าวหน้าของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |

| ข้อคำถาม | กรรมการ (คนที่) | | | | | IOC |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| **ส่วนที่ 4 ความสามมรถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ** | | | | | | |
| **4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท**<br>4.1 ท่านมีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน ขององค์ก่อนจะกำหนดกลยุทธ์ของบริษัท | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 4.2 ท่านมีการกำหนดแผนการดำเนินงานของบริษัท เช่น พันธกิจ วิสัยทัศน์ ในแต่ละปี | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 4.3 ท่านมีการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ในแต่ละปี | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 4.4 ท่านคำนึงถึงนโยบายและกฎระเบียบของภาครัฐเสมอ จะศึกษาก่อนกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงาน ในแต่ละปี เช่น นโยบายการแข่งขันทางการค้า นโยบายการค้าและการลงทุน ฯลฯ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| **5. รัฐบาล**<br>5.1 ท่านได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานของรัฐบาล | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 5.2 ท่านคิดว่าท่านได้รับการสนับสนุนจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 5.3 ท่านคิดว่านโยบายของรัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุนองค์กรของท่าน | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| **6. โอกาสในการส่งออก**<br>6.1 ท่านมีความรู้ความสามารถในด้านของภาษาของประเทศที่ต้องการที่จะส่งออกและภาษาอังกฤษ | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 6.2 ท่านมีความรู้ที่เกี่ยวพื้นฐานกับประเทศที่ต้องการจะส่งออก เศรษฐกิจ ค่านิยม รสนิยม เชื่อชาติ ศาสนา | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 6.3 ท่านมีความเข้าใจในข้อกำหนดต่างๆเกี่ยวกับการส่งออกในการค้ากับประเทศอาเซียน | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |

| ข้อคำถาม | กรรมการ (คนที่) | | | | | IOC |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| **ส่วนที่ 4 ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ** | | | | | | |
| **6. โอกาสในการส่งออก** | | | | | | |
| 6.4 ท่านรับรู้ระเบียบข้อบังคับหรือกฎหมายด้านการค้าในต่างประเทศที่มีความเข้มงวด | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |
| 6.5 ท่านมีแหล่งข้อมูลข่าวสาร หน่วยงานที่เข้ามาดูแลแนะนำ รวมถึงให้คำปรึกษาด้านการส่งออก | +1 | +1 | +1 | +1 | +1 | 1.00 |

จากตารางที่ 6-1 การหาค่าความถูกต้องเชิงเนื้อหา (IOC) พบว่า ทุกรายการ ผ่านเกณฑ์ คือมีค่า I.O.C เท่ากับ .80 ขึ้น ยกเว้นส่วนที่ 4 ความสามมารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ข้อที่ 1.11 ท่านมีที่ดินเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์เป็นของตนเอง ได้ 0.4 ไม่ผ่านเกณฑ์

**ภาคผนวก ข**

แบบสอบถาม

**แบบสอบถาม**

**เรื่อง** การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม และความเป็นผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

ติดต่อ : นายอมรินทร์ คนเจน 087-618-2888

**คำชี้แจง** แบบสอบถามนี้จัดทำโดย นิสิตปริญญาโท สาขาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย เพื่อศึกษาการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรมของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขัน ของผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย

ทั้งนี้ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และขอขอบพระคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ หากมีข้อสงสัยโปรดถามจากผู้มอบแบบสอบถามให้ท่าน หรือโทรศัพท์ติดต่อตามเบอร์ข้างต้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างยิ่งในความร่วมมือตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 2 การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม

ส่วนที่ 3 ความเป็นผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 4 ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

**ส่วนที่ 1** ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการ

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ และ/หรือเติมข้อความที่ตรงตามความเป็นจริงลงในช่องว่างให้สมบูรณ์ ไม่จำเป็นต้องใส่ชื่อและนามสกุลของท่าน

1. เพศ

☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ

☐ 1) ต่ำกว่า 30 ปี ☐ 2) 31-35 ปี

☐ 3) 36-45 ปี ☐ 4) 46 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ 1) ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า ☐ 2) มัธยมศึกษา

☐ 3) อาชีวศึกษา ☐ 4) ปริญญาตรี

☐ 5) สูงกว่าปริญญาตรี

4. สาขาที่จบการศึกษา

☐ 1) บริหารธุรกิจ ☐ 2) การจัดการ

☐ 3) การตลาด ☐ 4) การเกษตร

☐ 5) การจัดการเกษตรอินทรีย์ ☐ 6) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. ภูมิลำเนาเดิมของท่าน หรือถิ่นที่อยู่ที่ท่านกำเนิด คือที่ใด

☐ 1) ภาคเหนือ ☐ 2) ภาคกลาง

☐ 3) ภาคตะวันตก ☐ 4) ภาคตะวันออก

☐ 5) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ☐ 6) ภาคใต้

☐ 7) อื่นๆโปรดระบุ.....

6. ท่านมีเครือข่ายทางธุรกิจหรือไม่ เช่น สมาคม ,ชมรม เป็นต้น

☐ 1) มี คือ.....

☐ 2) ไม่มี

7. ท่านได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์อะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า1 ข้อ)

☐ 1) เกษตรอินทรีย์ IFOAM (สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มกท.)

☐ 2.) เกษตรอินทรีย์ Organic Thailand's Brand (กรมวิชาการเกษตรและสหกรณ์)

☐ 3.) เกษตรดีที่เหมาะสม (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์)

☐ 4.) ปลอดภัยจากสารพิษ หรืออนามัย (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์)

☐ 5.) การรับรองระบบตรวจสอบสารพิษตกค้างในผักสด/ผลไม้สด (กรมวิทยาการแพทย์)

☐ 6.) เกษตรอินทรีย์องค์กรมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ภาคเหนือ (มอน)

☐ 7.) เกษตรธรรมชาติ (กรมการศึกษานอกโรงเรียน กระทรวงศึกษาธิการ)

☐ 8.) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

**ส่วนที่ 2** การแลกเปลี่ยนความรู้ด้านนวัตกรรม

2.1 ผลิตภัณฑ์หรือบริการของท่านใหม่ที่ออกสู่ตลาดใน 3ปีที่ผ่านมา (โปรดระบุ).....

.....

.....

2.2 ท่านเคยได้รับการถ่ายทอด เทคโนโลยีการผลิต หรือไม่ จากที่ใด

☐ 1) เคยได้รับ จากที่.....

☐ 2) ไม่เคยได้รับ

2.3 ท่านเคยถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต หรือไม่ ที่ใด แก่ใคร

☐ 1) เคยถ่ายทอด ให้ที่.....

☐ 2) ไม่เคยถ่ายทอด

2.4 ท่านได้รับการถ่ายทอดเทคนิคการตลาด หรือไม่จากที่ใด

☐ 1) เคยได้รับ จากที่.....

☐ 2) ไม่เคยได้รับ

2.5 ท่านเคยถ่ายทอดเทคนิคการตลาด หรือไม่ ที่ใด แก่ใคร

☐ 1) เคยถ่ายทอด ให้ที่.....

☐ 2) ไม่เคยถ่ายทอด

**ส่วนที่ 3** ความเป็นผู้ประกอบการ

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ☐ ให้ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ซึ่งแต่ละข้อมีความหมายดังนี้

| | |
|---|---|
| ระดับมากที่สุด | ให้ระดับคะแนน 5 |
| ระดับมาก | ให้ระดับคะแนน 4 |
| ระดับปานกลาง | ให้ระดับคะแนน 3 |
| ระดับน้อย | ให้ระดับคะแนน 2 |
| ระดับน้อยที่สุด | ให้ระดับคะแนน 1 |

| มุมมองเชิงกลยุทธ์ (Strategic orientation) | ระดับ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 3.2 ท่านหาโอกาสที่คิดว่ามีคุณค่า และ พยายามหาทรัพยากรมา เพื่อใช้ในโอกาสเหล่านั้น เพราะฉะนั้นโอกาสต่าง ๆ จึงเป็นตัวควบคุมกลยุทธ์องค์กรของท่าน | | | | | |
| 3.3 โอกาสเป็นตัวควบคุมกลยุทธ์องค์กรของท่าน | | | | | |
| การบริหารทรัพยากร (Resource orientation) | | | | | |
| 3.4 ท่านไม่มีความจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรในการเริ่มต้นแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ ความจำเป็นในเรื่องทรัพยากร อาจจะเกิดขึ้นในช่วงของโอกาสเหล่านั้นก็ได้ | | | | | |
| 3.5 สิ่งที่ท่านต้องการจากทรัพยากรคือ ความสามารถของทรัพยากร | | | | | |
| 3.6 ท่านมักชอบใช้ทรัพยากรที่ท่านเช่า หรือขอยืมมา | | | | | |
| 3.7 ท่านเชื่อว่าการมีแนวความคิดที่มองเห็นโอกาสต่าง ๆ และทำให้เกิดประโยชน์ได้นั้น สำคัญมากกว่าการมีเงิน | | | | | |

| การบริหารทรัพยากร (Resource orientation) | ระดับ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 3.9 ท่านทุ่มเทความพยายามกับแต่ละโครงการ (Project) เพียงช่วงระยะเวลาสั้นๆ และท่านจะถูกท้าทายด้วยโครงการที่ถูกคิดขึ้นใหม่ๆ | | | | | |
| 3.10 ท่านเชื่อว่าโอกาสของความสำเร็จ มีความสำคัญมากกว่า การลงทุนกับทรัพยากร (ทรัพยากร เช่น คน เครื่องจักร เงินทุน วัตถุดิบ ฯลฯ ) | | | | | |
| 3.11 ท่านต้องการทำให้องค์กรเป็นอิสระจากการเปลี่ยนแปลงของตลาด | | | | | |
| 3.12 ท่านต้องการความยืดหยุ่น ในการยืมหรือเช่าทรัพยากรที่ต้องการสำหรับโครงการ (Project) ขององค์กร | | | | | |
| โครงสร้างการจัดการ (Management Structure) | | | | | |
| 3.13 ท่านชอบใช้การควบคุมแบบไม่เข้มงวด และไม่เป็นทางการ ในสถานการณ์ต่าง ๆ มักใช้ความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นทางการ | | | | | |
| 3.14 ท่านให้ความสำคัญอย่างมากที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ ถึงแม้จะต้องละเลยกระบวนการที่เป็นทางการก็ตาม | | | | | |
| 3.15 ท่านให้ความสำคัญอย่างมากที่จะดัดแปลงโดยอิสระ เพื่อให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป โดยไม่คำนึงถึงสิ่งที่ได้ทำมาแล้ว | | | | | |

| โครงสร้างการจัดการ (Management Structure) | ระดับ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 3.17 ท่านมีแนวโน้มอย่างสูงที่จะให้บุคลิกภาพของพนักงานแต่ละคน เป็นตัวกำหนด พฤติกรรมในการทำงานที่เหมาะสม | | | | | |
| ปรัชญาการให้รางวัล (Reward philosophy) | | | | | |
| 3.18 พนักงานของท่านจะได้รับการประเมินและการชดเชยต่าง ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณค่าที่พนักงานได้สร้างเพิ่มให้กับองค์กร (หน่วยงาน) | | | | | |
| 3.19 ท่านพยายามชดเชยค่าตอบแทน ให้แก่พนักงาน โดยหาหนทางเพื่อให้พนักงานได้รับผลประโยชน์จากคุณค่าที่เพิ่มขึ้นขององค์กร (หน่วยงาน) | | | | | |
| 3.20 สถานะภาพของพนักงานขึ้นอยู่กับคุณค่าที่พนักงานได้เพิ่มให้กับองค์กร(หน่วยงาน) | | | | | |
| 3.21ท่านประเมินประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานโดยการสร้างมูลค่าในระยะยาวให้กับองค์กร | | | | | |
| 3.22 ท่านกำหนดให้รางวัลสำหรับแผนก/ทีม ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของทีมงานที่ดีเป็นหลักปฏิบัติทั่วไปในองค์กรของท่าน | | | | | |
| 3.23ท่านจะตอบแทนพนักงานของท่าน โดยให้พนักงานมีความยืดหยุ่นในการทำงานมากขึ้น และการเข้าถึงทรัพยากรที่พวกเขาอาจจำเป็นต้องใช้ในการพัฒนาความคิดใหม่ | | | | | |

| ทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า (Growth Orientation) | ระดับ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 3.25 ท่านคิดว่าความตั้งใจของทุกคนทั้งองค์กร (หน่วยงาน)จะส่งผลให้องค์กรมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วเท่าที่จะเป็นไปได้ | | | | | |
| วัฒนธรรมของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Culture) | | | | | |
| 3.26 ท่านมีแนวคิดที่มองเห็นความสำเร็จในอนาคตมากกว่า ทรัพยากรที่ท่านมี | | | | | |
| 3.27 การเปลี่ยนแปลงต่างๆในสังคมโดยภาพรวมมักให้แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการให้บริการใหม่ๆ กับท่าน | | | | | |
| 3.28 ท่านไม่เคยประสบกับการขาดแนวคิดต่างๆที่สามารถใช้เพื่อสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการที่มีผลกำไร | | | | | |

**ส่วนที่ 4** ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ☐ ให้ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ซึ่งแต่ละข้อมีความหมายดังนี้

| | |
|---|---|
| ระดับมากที่สุด | ให้ระดับคะแนน 5 |
| ระดับมาก | ให้ระดับคะแนน 4 |
| ระดับปานกลาง | ให้ระดับคะแนน 3 |
| ระดับน้อย | ให้ระดับคะแนน 2 |
| ระดับน้อยที่สุด | ให้ระดับคะแนน 1 |

| การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ | ระดับ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| **เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต** | | | | | |
| 4.1 ท่านมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญดูแลด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | | | | | |
| 4.2 ท่านมีบุคลากรที่มีทักษะแรงงาน มีความชำนาญในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | | | | | |
| 4.3ท่านมีบุคลากรด้านวิจัยและพัฒนาผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | | | | | |
| 4.4 ท่านมีระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา อินเตอร์เนท ฯลฯ ที่เอื้ออำนวยกับการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | | | | | |
| 4.5 ท่านมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | | | | | |
| 4.6 ท่านมีเงินทุนหมุนเวียนภายในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | | | | | |
| 4.7 ท่านสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ เช่น มีศักยภาพในการกู้ยืม | | | | | |
| 4.8 ท่านมีประวัติทางการเงินที่ดี | | | | | |

| การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ | ระดับ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 4.9 ท่านอยู่ในสภาพแวดล้อมทางภูมิอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | | | | | |
| **เงื่อนไขด้านอุปสงค์** | | | | | |
| 4.10 ท่านมีการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) ให้ผู้บริโภครับรู้ว่าผลิตภัณฑ์ของท่านคือผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | | | | | |
| 4.11 ท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ใหม่ๆ | | | | | |
| 4.12 ท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์หลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค | | | | | |
| 4.13 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของท่านมีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่ง | | | | | |
| 4.14 ท่านทราบถึงความต้องการผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของผู้บริโภคในแต่ละประเทศอาเซียนที่แตกต่างกัน | | | | | |
| 4.15 ท่านขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ทันสมัย เช่นการขายผ่านระบบ e-commerce ที่มีภาษาอังกฤษเป็นภาษาตัวเลือก | | | | | |
| 4.16 ท่านขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ทันสมัย เช่นการขายผ่านระบบ e-commerce ที่มีภาษาอาเซียนเป็นภาษาตัวเลือก | | | | | |
| 4.17 ท่านสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าซึ่งมีความแตกต่างกันด้าน วัฒนธรรม สังคม ว่าได้เน้นความสำคัญพิถีพิถันในทุกกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ | | | | | |

| การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ | ระดับ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 4.18 ท่านมีการทำการวิจัยตลาดผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังผู้บริโภคต่างๆ ในอาเซียน | | | | | |
| 4.19 ท่านมีการติดฉลากภาษาท้องถิ่นและภาษาอังกฤษ เพื่อความเข้าใจของผู้บริโภคประเทศอื่นๆ | | | | | |
| **อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน** | | | | | |
| 4.20 ท่านได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานของจังหวัดที่ท่านอยู่ | | | | | |
| 4.21 ท่านสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ (Cluster) ซึ่งเป็นแนวคิดของ “การพึ่งพาอาศัยซึ่งกนและกัน” เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน | | | | | |
| 4.22 ท่านคิดว่าการสร้างความร่วมมือระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ (Cluster) ซึ่งเป็นแนวคิดของ “การพึ่งพาอาศัยซึ่งกนและกัน” เป็นเรื่องสำคัญ | | | | | |
| 4.23 ท่านให้ความร่วมมือกับการศึกษา และสถาบันวิจัยต่างๆ เพื่อความก้าวหน้าของผลิตภัณฑ์เกษตอินทรีย์ | | | | | |
| **บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท** | | | | | |
| 4.24 ท่านมีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน ขององคร์ก่อนจะกำหนดกลยุทธ์ของบริษัท | | | | | |
| 4.25 ท่านมีการกำหนดแผนการดำเนินงานของบริษัท เช่น พันธกิจ วิสัยทัศน์ ในแต่ละปี | | | | | |

| การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ | ระดับ | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | มากที่สุด | มาก | ปานกลาง | น้อย | น้อยที่สุด |
| 4.27 ท่านคำนึงถึงนโยบายและกฎระเบียบของภาครัฐเสมอ จะศึกษาก่อนกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานในแต่ละปี เช่น นโยบายการแข่งขันทางการค้า นโยบายการค้าและการลงทุน ฯลฯ | | | | | |
| **รัฐบาล** | | | | | |
| 4.28 ท่านได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์จากหน่วยงานของรัฐบาล | | | | | |
| 4.29 ท่านคิดว่าท่านได้รับการสนับสนุนจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเกษตรอินทรีย์ | | | | | |
| 4.30 ท่านคิดว่านโยบายของรัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุนองค์กรของท่าน | | | | | |
| **โอกาสในการส่งออก** | | | | | |
| 4.31 ท่านมีความรู้ความสามารถในด้านของภาษาของประเทศที่ต้องการที่จะส่งออกและภาษาอังกฤษ | | | | | |
| 4.32 ท่านมีความรู้ที่เกี่ยวพื้นฐานกับประเทศที่ต้องการจะส่งออก เศรษฐกิจ ค่านิยม รสนิยม เชื่อชาติ ศาสนา | | | | | |
| 4.33 ท่านมีความเข้าใจในข้อกำหนดต่างๆเกี่ยวกับการส่งออกในการค้ากับประเทศอาเซียน | | | | | |
| 4.34 ท่านรับรู้ระเบียบข้อบังคับหรือกฎหมายด้านการค้าในต่างประเทศที่มีความเข้มงวด | | | | | |
| 4.35 ท่านมีแหล่งข้อมูลข่าวสาร หน่วยงานที่เข้ามาดูแลแนะนำ รวมถึงให้คำปรึกษาด้านการส่งออก | | | | | |

**ข้อเสนอแนะ**

ท่านต้องการให้รัฐบาลมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ในด้านใด

- ☐ ด้านการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์
- ☐ ด้านการขอมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล
- ☐ ด้านการตลาดและการส่งออก
- ☐ ด้านการเงิน/ด้านภาษี
- ☐ ด้านการจัดงานแสดงสินค้า
- ☐ ด้านงานวิจัยเกษตรอินทรีย์
- ☐ อื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างมาก

นายอมรินทร์ คนเจน

**ภาคผนวก ค**

ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย (Reliability)

ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย (Reliability)

ส่วนที่ 3 ความเป็นผู้ประกอบการ

ภาพรวม

Case Processing Summary

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 50 | 100.0 |
| | Excluded(1) | 0 | .0 |
| | Total | 50 | 100.0 |

1.00 Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .805 | .801 | 28 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|---|---|---|---|
| p3a1 | 3.8200 | .91896 | 50 |
| p3a2 | 3.8400 | .79179 | 50 |
| p3a3 | 3.8000 | .85714 | 50 |
| p3b4 | 3.3000 | .78895 | 50 |
| p3b5 | 3.6800 | .84370 | 50 |
| p3b6 | 2.5600 | 1.24802 | 50 |
| p3b7 | 4.0800 | .92229 | 50 |
| p3b8 | 3.9200 | .85332 | 50 |
| p3b9 | 3.2000 | .92582 | 50 |
| p3b10 | 3.9000 | .95298 | 50 |
| p3b11 | 4.0200 | .89191 | 50 |
| p3b12 | 3.4800 | .95276 | 50 |
| p3c13 | 3.5800 | .75835 | 50 |
| p3c14 | 3.7000 | .90914 | 50 |
| p3c15 | 3.4400 | .99304 | 50 |
| p3c16 | 3.4600 | .76158 | 50 |
| p3c17 | 3.0600 | .97750 | 50 |
| p3c18 | 3.1200 | 1.00285 | 50 |
| p3d19 | 3.1600 | 1.13137 | 50 |
| p3d20 | 3.1200 | 1.11831 | 50 |
| p3d21 | 3.0600 | 1.09563 | 50 |
| p3d22 | 3.1400 | 1.16075 | 50 |
| p3d23 | 3.2400 | 1.23817 | 50 |
| p3e24 | 3.6400 | .96384 | 50 |
| p3e25 | 3.4400 | 1.23156 | 50 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| p3f26 | 3.7000 | .86307 | 50 |
| p3f27 | 3.6400 | .94242 | 50 |
| p3f28 | 3.3000 | 1.01519 | 50 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| p3a1 | 93.5800 | 119.759 | -.030 | . | .813 |
| p3a2 | 93.5600 | 114.823 | .268 | . | .802 |
| p3a3 | 93.6000 | 111.388 | .435 | . | .796 |
| p3b4 | 94.1000 | 123.112 | -.213 | . | .818 |
| p3b5 | 93.7200 | 107.593 | .668 | . | .787 |
| p3b6 | 94.8400 | 119.851 | -.052 | . | .820 |
| p3b7 | 93.3200 | 113.079 | .309 | . | .800 |
| p3b8 | 93.4800 | 110.622 | .482 | . | .794 |
| p3b9 | 94.2000 | 118.245 | .045 | . | .811 |
| p3b10 | 93.5000 | 117.643 | .070 | . | .810 |
| p3b11 | 93.3800 | 113.873 | .280 | . | .801 |
| p3b12 | 93.9200 | 112.932 | .304 | . | .800 |
| p3c13 | 93.8200 | 117.008 | .147 | . | .806 |
| p3c14 | 93.7000 | 118.337 | .042 | . | .811 |
| p3c15 | 93.9600 | 116.121 | .135 | . | .808 |
| p3c16 | 93.9400 | 114.588 | .296 | . | .801 |
| p3c17 | 94.3400 | 108.596 | .513 | . | .791 |
| p3c18 | 94.2800 | 108.451 | .505 | . | .792 |
| p3d19 | 94.2400 | 106.758 | .512 | . | .790 |
| p3d20 | 94.2800 | 106.614 | .525 | . | .790 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| p3d21 | 94.3400 | 106.147 | .560 | . | .788 |
| p3d22 | 94.2600 | 104.482 | .597 | . | .786 |
| p3d23 | 94.1600 | 104.219 | .564 | . | .787 |
| p3e24 | 93.7600 | 106.227 | .646 | . | .786 |
| p3e25 | 93.9600 | 105.672 | .506 | . | .790 |
| p3f26 | 93.7000 | 115.235 | .217 | . | .804 |
| p3f27 | 93.7600 | 109.329 | .496 | . | .792 |
| p3f28 | 94.1000 | 116.092 | .132 | . | .808 |

3.1 มุมมองเชิงกลยุทธ์ (Strategic Orientation)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .852 | .857 | 3 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|---|---|---|---|
| p3a1 | 3.8200 | .91896 | 50 |
| p3a2 | 3.8400 | .79179 | 50 |
| p3a3 | 3.8000 | .85714 | 50 |

3.2 การบริหารทรัพยากร (Resource Orientation)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .494 | .543 | 9 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| p3b4 | 28.8400 | 12.178 | .248 | .254 | .456 |
| p3b5 | 28.4600 | 10.376 | .566 | .664 | .347 |
| p3b6 | 29.5800 | 13.024 | -.046 | .387 | .583 |
| p3b7 | 28.0600 | 9.649 | .639 | .597 | .303 |
| p3b8 | 28.2200 | 10.461 | .539 | .674 | .355 |
| p3b9 | 28.9400 | 14.058 | -.108 | .093 | .567 |
| p3b10 | 28.2400 | 12.390 | .129 | .461 | .494 |
| p3b11 | 28.1200 | 11.659 | .281 | .487 | .443 |
| p3b12 | 28.6600 | 13.290 | -.005 | .284 | .538 |

3.3 โครงสร้างการจัดการ (Management Structure)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .633 | .642 | 6 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| p3c13 | 16.7800 | 7.930 | .453 | .483 | .564 |
| p3c14 | 16.6600 | 7.617 | .398 | .493 | .577 |
| p3c15 | 16.9200 | 7.096 | .446 | .511 | .555 |
| p3c16 | 16.9000 | 8.418 | .326 | .412 | .604 |
| p3c17 | 17.3000 | 7.602 | .349 | .733 | .597 |
| p3c18 | 17.2400 | 8.023 | .248 | .713 | .639 |

3.4 ปรัชญาการให้รางวัล (Reward Philosophy)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .972 | .972 | 5 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| p3d19 | 12.5600 | 19.639 | .881 | .812 | .971 |
| p3d20 | 12.6000 | 19.347 | .931 | .919 | .964 |
| p3d21 | 12.6600 | 20.107 | .860 | .793 | .975 |
| p3d22 | 12.5800 | 18.698 | .967 | .968 | .958 |
| p3d23 | 12.4800 | 18.091 | .962 | .950 | .959 |

3.5 ทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า (Growth Orientation)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .823 | .838 | 2 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| p3e24 | 3.4400 | 1.517 | .721 | .519 | .(1) |
| p3e25 | 3.6400 | .929 | .721 | .519 | .(1) |

1.00 The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

3.6 วัฒนธรรมของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Culture)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .331 | .327 | 3 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| p3f26 | 6.9400 | 2.221 | .176 | .060 | .272 |
| p3f27 | 7.0000 | 2.204 | .117 | .026 | .389 |
| p3f28 | 7.3400 | 1.658 | .279 | .084 | .030 |

ส่วนที่ 4 ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

ภาพรวม

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .948 | .948 | 36 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|---|---|---|---|
| p5a1 | 3.3800 | 1.12286 | 50 |
| p5a2 | 3.6800 | .84370 | 50 |
| p5a3 | 3.3800 | 1.06694 | 50 |
| p5a4 | 3.3000 | 1.11117 | 50 |
| p5a5 | 3.2600 | 1.08440 | 50 |
| p5a6 | 3.3800 | .63535 | 50 |
| p5a7 | 3.0800 | .98644 | 50 |
| p5a8 | 3.6600 | .98167 | 50 |
| p5a9 | 4.2000 | .85714 | 50 |
| p5a10 | 4.0000 | .67006 | 50 |
| p5b1 | 3.2800 | 1.10730 | 50 |
| p5b2 | 3.7800 | .81541 | 50 |
| p5b3 | 3.7800 | .78999 | 50 |
| p5b4 | 4.0400 | 1.00934 | 50 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| p5b5 | 3.3600 | .89807 | 50 |
| p5b6 | 2.6400 | 1.13856 | 50 |
| p5b7 | 2.3800 | 1.12286 | 50 |
| p5b8 | 3.4800 | 1.05444 | 50 |
| p5b9 | 2.8400 | 1.23487 | 50 |
| p5b10 | 2.7800 | 1.31382 | 50 |
| p5c1 | 3.5800 | 1.16216 | 50 |
| p5c2 | 4.0800 | .94415 | 50 |
| p5c3 | 4.2600 | .82833 | 50 |
| p5c4 | 3.9800 | .68482 | 50 |
| p5d1 | 3.3800 | .94524 | 50 |
| p5d2 | 3.3000 | 1.07381 | 50 |
| p5d3 | 3.0800 | 1.19249 | 50 |
| p5d4 | 3.3000 | .99488 | 50 |
| p5e1 | 2.6000 | 1.44279 | 50 |
| p5e2 | 2.5000 | 1.28174 | 50 |
| p5e3 | 2.4200 | 1.26314 | 50 |
| p5f1 | 2.1800 | 1.36561 | 50 |
| p5f2 | 2.3000 | 1.47427 | 50 |
| p5f3 | 2.2200 | 1.38932 | 50 |
| p5f4 | 2.1800 | 1.28873 | 50 |
| p5f5 | 2.2600 | 1.29063 | 50 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| p5a1 | 111.9200 | 528.238 | .378 | . | .949 |
| p5a2 | 111.6200 | 534.118 | .363 | . | .948 |
| p5a3 | 111.9200 | 527.381 | .418 | . | .948 |
| p5a4 | 112.0000 | 522.857 | .490 | . | .948 |
| p5a5 | 112.0400 | 515.223 | .662 | . | .946 |
| p5a6 | 111.9200 | 531.096 | .597 | . | .947 |
| p5a7 | 112.2200 | 531.155 | .371 | . | .948 |
| p5a8 | 111.6400 | 525.990 | .489 | . | .948 |
| p5a9 | 111.1000 | 546.173 | .052 | . | .950 |
| p5a10 | 111.3000 | 536.622 | .384 | . | .948 |
| p5b1 | 112.0200 | 512.265 | .708 | . | .946 |
| p5b2 | 111.5200 | 523.928 | .654 | . | .947 |
| p5b3 | 111.5200 | 521.683 | .739 | . | .946 |
| p5b4 | 111.2600 | 536.441 | .247 | . | .949 |
| p5b5 | 111.9400 | 518.956 | .714 | . | .946 |
| p5b6 | 112.6600 | 512.229 | .688 | . | .946 |
| p5b7 | 112.9200 | 511.014 | .723 | . | .946 |
| p5b8 | 111.8200 | 518.477 | .612 | . | .947 |
| p5b9 | 112.4600 | 508.213 | .705 | . | .946 |
| p5b10 | 112.5200 | 501.969 | .769 | . | .945 |
| p5c1 | 111.7200 | 529.389 | .341 | . | .949 |
| p5c2 | 111.2200 | 538.298 | .224 | . | .949 |
| p5c3 | 111.0400 | 543.713 | .119 | . | .950 |
| p5c4 | 111.3200 | 528.549 | .634 | . | .947 |
| p5d1 | 111.9200 | 518.238 | .694 | . | .946 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| p5d2 | 112.0000 | 511.469 | .749 | . | .946 |
| p5d3 | 112.2200 | 506.053 | .774 | . | .945 |
| p5d4 | 112.0000 | 523.265 | .543 | . | .947 |
| p5e1 | 112.7000 | 499.724 | .731 | . | .946 |
| p5e2 | 112.8000 | 505.714 | .722 | . | .946 |
| p5e3 | 112.8800 | 508.230 | .688 | . | .946 |
| p5f1 | 113.1200 | 504.149 | .701 | . | .946 |
| p5f2 | 113.0000 | 502.245 | .675 | . | .946 |
| p5f3 | 113.0800 | 501.463 | .733 | . | .946 |
| p5f4 | 113.1200 | 510.924 | .625 | . | .947 |
| p5f5 | 113.0400 | 512.978 | .587 | . | .947 |

1. เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .820 | .836 | 10 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| p5a1 | 31.9400 | 26.996 | .536 | .705 | .801 |
| p5a2 | 31.6400 | 27.949 | .655 | .644 | .790 |
| p5a3 | 31.9400 | 27.894 | .486 | .634 | .806 |
| p5a4 | 32.0200 | 29.204 | .339 | .775 | .824 |
| p5a5 | 32.0600 | 27.853 | .479 | .808 | .807 |
| p5a6 | 31.9400 | 29.078 | .734 | .663 | .791 |
| p5a7 | 32.2400 | 27.819 | .549 | .631 | .799 |
| p5a8 | 31.6600 | 28.066 | .527 | .552 | .801 |
| p5a9 | 31.1200 | 30.271 | .371 | .863 | .816 |
| p5a10 | 31.3200 | 29.977 | .556 | .866 | .802 |

2. เงื่อนไขด้านอุปสงค์

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .901 | .903 | 10 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| p5b1 | 29.0800 | 48.361 | .652 | .787 | .892 |
| p5b2 | 28.5800 | 50.738 | .708 | .698 | .890 |
| p5b3 | 28.5800 | 50.738 | .734 | .756 | .889 |
| p5b4 | 28.3200 | 56.712 | .124 | .495 | .922 |
| p5b5 | 29.0000 | 49.796 | .712 | .673 | .889 |
| p5b6 | 29.7200 | 45.920 | .804 | .778 | .881 |
| p5b7 | 29.9800 | 46.591 | .768 | .797 | .884 |
| p5b8 | 28.8800 | 50.393 | .542 | .620 | .898 |
| p5b9 | 29.5200 | 44.949 | .794 | .791 | .881 |
| p5b10 | 29.5800 | 44.044 | .794 | .823 | .881 |

3. อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|---|---|---|
| .820 | .844 | 4 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|---|
| p5c1 | 12.3200 | 4.957 | .487 | .391 | .881 |
| p5c2 | 11.8200 | 4.559 | .837 | .785 | .676 |
| p5c3 | 11.6400 | 5.378 | .719 | .766 | .744 |
| p5c4 | 11.9200 | 6.157 | .648 | .501 | .787 |

4. บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .869 | 4 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| p5d1 | 9.6800 | 7.569 | .832 | .794 |
| p5d2 | 9.7600 | 6.676 | .894 | .757 |
| p5d3 | 9.9800 | 6.306 | .846 | .778 |
| p5d4 | 9.7600 | 9.492 | .377 | .952 |

5. รัฐบาล

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .962 | 3 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| p5e1 | 4.9200 | 6.116 | .929 | .941 |
| p5e2 | 5.0200 | 7.000 | .912 | .949 |
| p5e3 | 5.1000 | 7.031 | .926 | .940 |

6. โอกาส

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .956 | 5 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| p5f1 | 8.9600 | 25.998 | .836 | .952 |
| p5f2 | 8.8400 | 24.668 | .865 | .948 |
| p5f3 | 8.9200 | 24.442 | .956 | .932 |
| p5f4 | 8.9600 | 25.468 | .952 | .934 |
| p5f5 | 8.8800 | 27.251 | .786 | .960 |

**ภาคผนวก ง**

จดหมายขออนุญาตแปลแบบสอบถาม และจดหมายตอบรับ

# จดหมายขออนุญาตแปลแบบสอบถาม

Faculty of Management and Tourism, Burapha University,
169 Long Had Bang San Road, Saen Sook Sub-District,
Muang District, Chonburi 20131 Thailand

22 March, 2015

Subject: Asking Permission for Translating and Using the Questionnaire

Dear Birte Kuhn, Sean Patrick Sassmannshausen & Roxanne Zollin

My name is Ms. Junpen Rittirong. I am a student in the Master of Management Degree program majoring in Small and Medium Enterprise, Faculty of Management and Tourism, Burapha University, Chonburi, Thailand. At the moment, I am conducting my thesis towards the degree. The title is as follows:

"THE DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE OWNERS ENTREPRENEURSHIP OF ORGANIC AGRICULTURAL PRODUCERS AND DISTRIBUTORS UNDER THE STANDARD OF ORGANIC THAILAND'S BRAND"

My thesis adviser is Assoc Prof. Wuthichart Soonthornsamai, D.B.A.

When researching for relevant articles, I have found the one entitled "Entrepreneurial Management" as a Strategic Choice in Firm Behavior : Linking it with Performance" written by Birte Kuhn, Sean Patrick Sassmannshausen & Roxanne Zollin (2010) from Brown, et al., (2001). At the back of the article, there is a set of questionnaires on an assessment for the level of entrepreneurship via Entrepreneurial Management comprising 28 items covering 6 dimensions.

As a consequence, I am writing this letter to ask permission from you for translating the questionnaire into Thai language and for using it with the thesis samples afterward.

Sincerely Yours

Junpen Rittirong (Ms.)

E-mail : 55921074@live.buu.ac.th

จดหมายตอบรับ

Saßmannshausen, Patrick <Sassm

ส่ง: 9/6/2015 6:13

**ถึง:** Junpen Rittirong;

Action Items

Dear Ms. Junpen Rittirong,
many thanks for yyour Kind request; please feel free to use (or improve) our questionnaire. Please make sure to cite our work in an appropriate way.
Best luck for you with your thesis and the degree!
I would be happy to recieve and read an electronic copy of your thesis once you have finalized them, well, at least as Long as it is written in English, as I do not have any knowledge of Thai.
With best regards,
Patrick Sassmannshausen

**ภาคผนวก จ**

แบบสอบถามจากท้ายบทความ ของ โดย บราวน์และคณะ (Brown, et al., 2001) มาพัฒนาต่อโดย คุนห์และคณะ (Kuhn, et al., 2010)

แบบสอบถามจากท้ายบทความ ของ โดย บราวน์และคณะ (Brown, et al., 2001) มาพัฒนาต่อโดยคุนห์และคณะ (Kuhn, et al., 2010)

## Appendix: List of items

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | ***Strategic Orientation*** | |
| 1. | As we define our strategies, our major concern is how to best utilize the resources we control. | 1 2 3 4 5 6 | As we define our strategies, we are driven by our perception of opportunity. We are not constrained by the resources at (or not at) hand. |
| 2. | We limit the opportunities we pursue on the basis of our current resources. | 1 2 3 4 5 6 | Our fundamental task is to pursue opportunities we perceive as valuable and then to acquire the resources to exploit them. |
| 3. | Opportunities control our business strategies. | 1 2 3 4 5 6 | Our business strategies are significantly influenced by the resources we have. |
| | | ***Resource Orientation*** | |
| 4. | Since our objective is to use our resources, we will usually invest heavily and rapidly. | 1 2 3 4 5 6 | Since we do not need resources to commence the pursuit of an opportunity, our commitment of resources may be in stages. |
| 5. | All we need from resources is the ability to use them. | 1 2 3 4 5 6 | We prefer to totally control and own the resources we use. |
| 6. | We like to employ resources that we borrow or rent. | 1 2 3 4 5 6 | We prefer to only use our own resources in our ventures. |
| 7. | In exploiting opportunities, access to money is more important than just having the idea. | 1 2 3 4 5 6 | In exploiting opportunities, having the idea is more important than just having the money. |
| 8. | We divide a project into several stages and decide about the required resources for each stage individually, before starting it.(multiple step commitment) | 1 2 3 4 5 6 | Before starting a project we decide which resources are needed throughout the project and clearly commit those. (full commitment) |
| 9. | Our managers are dedicated to the same projects with long term commitment. | 1 2 3 4 5 6 | Our managers devote their efforts to the same projects only for a short period of time and are then challenged by a new project. |
| 10. | To maximize our return we invest as little resources as possible even though this strategy may increase the risk of failure. | 1 2 3 4 5 6 | We believe that the chances of success are better the more resources we invest. |
| 11. | Borrowing, renting and contracting resources when we need them keep us up to the latest market developments and technologies. | 1 2 3 4 5 6 | Owning and controlling the resources we need makes us independent of market changes. |
| 12. | We prefer the stability and the rapid availability of using resources that we own and are familiar with. | 1 2 3 4 5 6 | We like the flexibility of borrowing or renting resources we need for a project. |
| | | ***Management Structure*** | |
| 13. | We prefer tight control of funds and operations by means of sophisticated control and information systems. | 1 2 3 4 5 6 | We prefer loose, informal control. There is a dependence on informal relationship. |
| 14. | We strongly emphasize getting things done even if this means disregarding formal procedure. | 1 2 3 4 5 6 | We strongly emphasize getting things done by following formal processes and procedures. |
| 15. | We strongly emphasize holding to tried and true management principles and industry norms. | 1 2 3 4 5 6 | We strongly emphasize adapting freely to changing circumstances without much concern for past practices. |
| 16. | Managers operating styles are allowed to range freely from very formal to very informal. | 1 2 3 4 5 6 | There is a strong insistence on a uniform management style throughout the firm. |
| 17. | There is a strong emphasis on getting line and staff personnel to adhere closely to their formal job descriptions. | 1 2 3 4 5 6 | There is a strong tendency to let the requirements of the situation and the personality of the individual defines proper job behaviour. |
| | | ***Reward Philosophy*** | |
| 18. | Our employees are evaluated and compensated based on their responsibilities. | 1 2 3 4 5 6 | Our employees are evaluated and compensated based on the value they add to the firm. |
| 19. | Our employees are usually rewarded by promotion and annual raises. | 1 2 3 4 5 6 | We try to compensate our employees by devising ways so they can benefit. |
| 20. | An employee's standing is based on the value s/he adds. | 1 2 3 4 5 6 | An employee's standing is based on the amount of responsibility s/he has. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 21. | An employee's performance is evaluated by short-term profit targets. | 1 2 3 4 5 6 | An employee's performance is evaluated by longer-term value creation for the firm. |
| 22. | Rewarding in our firm is based on the employee's individual performance. | 1 2 3 4 5 6 | Rewarding teams for a good team performance is a common practice in our firm. |
| 23. | We reward our employees by giving them more job flexibility and access to resources they might need to develop new ideas. | 1 2 3 4 5 6 | Increased responsibility levels are a common method of rewarding employees. |
| | | ***Growth Orientation*** | |
| 24. | It is generally known throughout the firm that growth is our top objective. | 1 2 3 4 5 6 | Growth is not necessarily our top objective. Long term survival may be at least as important. |
| 25. | It is generally known throughout the firm that steady and sure growth is the best way to expand. | 1 2 3 4 5 6 | It is generally known throughout the firm that our intention is to grow as big and as fast as possible. |
| | | ***Entrepreneurial Culture*** | |
| 26. | We have many more promising ideas than we have time and the resources to pursue. | 1 2 3 4 5 6 | We find it difficult to find a sufficient number of promising ideas to utilize all of our resources. |
| 27. | Changes in the society-at-large seldom lead to commercially promising ideas for our firm. | 1 2 3 4 5 6 | Changes in the society-at-large often give us ideas for new products and services. |
| 28. | We never experience a lack of ideas that we can convert into profitable products/ services. | 1 2 3 4 5 6 | It is difficult for our firm to find ideas that can be converted into profitable products/ services. |

**ภาคผนวก ฉ**

ประกาศมหาวิทยาลัยบูรพาที่ 0410/2557 เรื่อง รายชื่อนิสิตที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีงบประมาณ 2557

-สำเนา-

**ประกาศมหาวิทยาลัยบูรพา**
**ที่ ๐๔๑๐/๒๕๕๗**
**เรื่อง รายชื่อนิสิตที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย**
**ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา**
**ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๗**

---

ตามประกาศมหาวิทยาลัยบูรพา ได้ประกาศให้ทุนอุดหนุนการวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา ประจำปีงบประมาณ ๒๕๕๗ จากเงินงบประมาณแผ่นดิน สำหรับวิทยานิพนธ์ที่ได้อนุมัติชื่อเรื่องและเค้าโครงละเอียดวิทยานิพนธ์แล้วนั้น บัดนี้ คณะกรรมการได้พิจารณาเค้าโครงละเอียดวิทยานิพนธ์ที่สมควรได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาเรียบร้อยแล้ว มีนิสิตได้รับทุนดังรายชื่อต่อไปนี้

**ทุนอุดหนุนการวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษา**

| ลำดับที่ | ชื่อนิสิต | สาขาวิชา | ชื่อวิทยานิพนธ์ |
|---|---|---|---|
| ๑ | นายสุระเกียรติ ธีรยรรยง ๕๒๙๒๐๖๓๘ | อาชีวอนามัยและความปลอดภัย | ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมความปลอดภัยการใช้สารเคมีกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร |
| ๒ | นางสาวสรันยา สุวรรณวัฒน์ ๕๒๙๒๐๖๓๖ | อาชีวอนามัยและความปลอดภัย | ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเครียดของผู้พิการทางการเคลื่อนไหว : กรณีศึกษาที่ศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพคนงานประจำภาคตะวันออก (จังหวัดระยอง) |
| ๓. | นายกิตติภณ กลิ่นสุวรรณ ๕๔๙๒๑๒๙๑ | อาชีวอนามัยและความปลอดภัย | รูปแบบของการจัดระยะเวลาที่เหมาะสม เพื่อลดความเหนื่อยล้าในพนักงานขับรถเทรลเลอร์ |
| ๔. | นายสุรวิทย์ นันตะพร ๕๔๙๒๑๓๑๓ | อาชีวอนามัยและความปลอดภัย | ผลของโปรแกรม Behavior Based Safety (BBS) ต่อพฤติกรรมความปลอดภัยในการทำงาน ของพนักงานฝ่ายผลิต ในบริษัทผลิตชิ้นส่วนประกอบและอะไหล่รถยนต์แห่งหนึ่งของ จังหวัดชลบุรี |
| ๕. | นางสาวอิศราวดี อัมพาผล ๕๒๙๒๑๑๒๓ | อาชีวอนามัยและความปลอดภัย | ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเมื่อยล้าของพนักงานในโรงงานผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แห่งหนึ่ง จังหวัดชลบุรี |

| ลำดับที่ | ชื่อนิสิต | สาขาวิชา | ชื่อวิทยานิพนธ์ |
|---|---|---|---|
| ๖. | นายชยุต สังข์สดศรี<br>๕๕๙๒๐๗๔๙ | การจัดการทรัพยากรมนุษย์ | แนวทางการพัฒนาตนเองของผู้จัดการสาขาห้างค้าปลีกไทยที่เติบโตมาจากพนักงานระดับปฏิบัติการ กรณีศึกษาบริษัทโฮม โปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) |
| ๗. | นางสาวสุธาพร บำรุงยา<br>๕๕๙๒๑๐๗๑ | การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | แนวทางในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามแนวความคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาจากฐานของประเทศไทย |
| ๘. | นายอมรินทร์ คนเจน<br>๕๕๙๒๑๐๗๒ | การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | แนวทางการพัฒนาความสามารถแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ศึกษากิจการผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้รับมาตรฐานของประเทศไทย (Organic Thailand's Brand) เพื่อการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน |
| ๙. | นางสาวจันทร์เพ็ญ ฤทธิรงค์<br>๕๕๙๒๑๐๗๔ | การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | แนวทางในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ศึกษากิจการผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย (Organic Thailand's Brand) |
| ๑๐. | นายณรงค์ศักดิ์ ชูสินชินภัทร<br>๕๑๙๒๖๑๙๔ | เทคโนโลยีสารสนเทศ | การจัดกลุ่มนักเรียนที่มีโอกาสออกกำลังกลางคันด้วยวิธีเอ็กซ์มีนส์ |
| ๑๑. | นายเกรียงศักดิ์ ปานโพธิ์ทอง<br>๕๕๙๑๐๐๐๘ | เทคโนโลยีสารสนเทศ | เครือข่ายไร้สายเพื่อการจำแนกเครื่องใช้ไฟฟ้าและการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการจำแนก |
| ๑๒. | นาวาโทจักรกฤช ศิริรักษ์<br>๕๕๙๑๐๐๐๙ | เทคโนโลยีสารสนเทศ | ระบบผู้เชี่ยวชาญการฝังเข็มสำหรับโรคออฟฟิศซินโดรม |
| ๑๓. | นายศรีชล ภิรมย์ลาภ<br>๕๕๙๑๐๑๖๘ | เทคโนโลยีสารสนเทศ | ขั้นตอนวิธีเชิงพันธุกรรมแบบกระชับด้วยค่าความถี่ |
| ๑๔. | นางสาวสาวินีย์ สีมาขันธ์<br>๕๔๙๑๐๑๓๔ | วิทยาศาสตร์ชีวภาพ | ฤทธิ์ต้านการอักเสบนอกกายของพืชสมุนไพรบางชนิดในโครงการพัฒนาป่าชุมชนบ้านอ่างเอ็ด จังหวัดจันทบุรี |
| ๑๕. | นางสาวกฤษฎาภรณ์ พลศิริ<br>๕๓๙๑๐๑๘๗ | วิทยาศาสตร์ชีวภาพ | ฤทธิ์การต้านอนุมูลอิสระของส่วนสกัดจากขลู่หลังการย่อยในหลอดทดลอง และการดูดซึมโดยเซลล์ Caco-2 |

| ลำดับที่ | ชื่อนิสิต | สาขาวิชา | ชื่อวิทยานิพนธ์ |
|---|---|---|---|
| ๑๖. | นายวชิรเมธี จอมไธสง<br>๕๓๙๙๐๑๘๗ | ฟิสิกส์ศึกษา | การออกแบบและสร้างชุดทดลองการหาค่าดัชนีหักเหของของเหลวที่อุณหภูมิแตกต่างกันโดยใช้แสงหักเห |
| ๑๗. | นางสาวอุรชา แก้วโสนด<br>๕๓๙๒๐๕๐๓ | การบริหารการศึกษา | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนิสิตหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ |
| ๑๘. | นายกิตติศักดิ์ วงษ์ดนตรี<br>๕๓๙๑๐๓๐๘ | วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา | ผลของการฝึกแบบอินเทอร์วาล ที่มีต่อความสำเร็จในการลดน้ำหนักและสมรรถภาพทางกายของนักมวยปล้ำ |
| ๑๙ | นางอัญชลี พรหมสวัสดิ์<br>๕๕๙๒๐๓๙๗ | ทัศนศิลป์และการออกแบบ | ความสัมพันธ์ระหว่างกายกับจิต : ศิลปะการจัดวาง |
| ๒๐ | นายภคิน ธนากูลธัญทิพา<br>๕๕๙๒๐๓๙๑ | ทัศนศิลป์และการออกแบบ | การสร้างสรรค์ไคเนติกอาร์ทชุด ความรัก : พลังขับเคลื่อนของความรู้สึก |

ให้ผู้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยนี้มาติดต่อเพื่อขอรับทุนได้ที่ งานส่งเสริมการวิจัย กองบริการการศึกษา สำนักงานอธิการบดี (อาคาร ภปร) นับตั้งแต่วันประกาศเป็นต้นไปจนถึงวันที่ ๓๑ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๕๗

ประกาศ ณ วันที่ ๒ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๗

(ลงชื่อ) อาณัติ ดีพัฒนา
(นายอาณัติ ดีพัฒนา)
ผู้รักษาการแทนรองอธิการบดี ปฏิบัติการแทน
ผู้รักษาการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา

สำเนาถูกต้อง
นางจินตนา เปล่งปลั่ง
นักวิชาการศึกษา