



รายงานผลการวิจัย

เรื่อง การบริหารจัดการเกษตรกรตำบลป่าไผ่สู่ความเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย
Farmers to entrepreneurs, the management of Pah pa safe agriculture

ได้รับการจัดสรรงบประมาณวิจัย จากงบประมาณเงินรายได้ คณะบริหารธุรกิจประจำปี
2562

จำนวน 120,000 บาท

- หัวหน้าโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณิษา เตชเถกิง
- ผู้ร่วมโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญ์พัสวี กล่อมรงเจริญ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ศรีนฤวรรณ
อาจารย์ ดร. จิรายุ หาญตระภูต

การบริหารจัดการเกษตรกรตำบลป่าไผ่สู่ความเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณิศดา เทชเถกิง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญ์พัทธ์วี กล่อมขงเจริญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ศรีนฤวรรณ

ดร.จิรายุ หาญตระกูล

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 50290

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มของเกษตรกรผู้การเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย การเตรียมความพร้อมความเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการตลาดเกษตรปลอดภัย และการบริหารการเงินของผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย โดยกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มเกษตรกรนิเวศน์ทราย (AgriEco) และเครือข่ายเกษตรกร ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ ประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาโดยใช้วิธีการพรรณนา และการวิเคราะห์เนื้อหา ตรวจสอบความถูกต้องเชิงคุณภาพในแต่ละด้าน

ผลการศึกษาพบว่า ด้านการบริหารจัดการกลุ่มของเกษตรกรสมาชิกกลุ่มมีแนวคิดและอุดมการณ์เดียวกันจึงได้มารวมกลุ่มกัน และจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนร่วมกัน มีการแต่งตั้งคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรนิเวศน์ทราย (AgriEco) มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามความรู้ความสามารถของสมาชิกแต่ละคน การบริหารจัดการกลุ่ม ได้แก่ กระบวนการบริหารจัดการ การวางแผน โครงสร้างกลุ่มสมาชิกกลุ่ม การนำ (ผู้นำกลุ่ม, การบริหารความขัดแย้ง, การทำงานร่วมกันเป็นทีม, การติดต่อสื่อสาร) การติดตามและประเมินผล โดยการบริหารจัดการกลุ่ม ด้านการเตรียมความพร้อมเป็นผู้ประกอบการในอนาคตพบว่า คุณลักษณะเด่นของกลุ่มเป้าหมายในตำบลป่าไผ่คือการมีความมุ่งมั่น ใกล้เคียงกับ การมีความผู้พันและความรับผิดชอบในงาน ในขณะเดียวกัน กลุ่มเป้าหมายยังมีเครือข่ายและการชี้ชวน การชักชวนจำกัด ซึ่งต้องปรับปรุงเพื่อผลักดันให้เกิดความพร้อมเพื่อการประกอบการ การอีกทั้งความต้องการความรู้พื้นฐานด้านบริหารธุรกิจเชิงลึก เพื่อสร้างความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการตลาด พบว่าการหาทางเลือกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ ต้องให้เชื่อมโยงกันทั้งระบบห่วงโซ่คุณค่าทั้งต้นน้ำ

กลางน้ำ ปลายน้ำ ที่ทุกส่วนต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องโดยการขอความร่วมมือกับหน่วยงานของทางราชการในการเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดการรับรองในด้านคุณภาพและความปลอดภัย จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีความน่าเชื่อถือ **ส่วนช่องทางตลาด** เปลี่ยนสมาชิกในกลุ่มจากผู้ผลิตให้เป็นผู้บริโภค เริ่มต้นจากภายในกลุ่มสมาชิก สำหรับจุดเริ่มต้นอาจปรับทิศทางการการผลิตเพื่อบริโภคและซื้อขายหมุนเวียนกันในภายในกลุ่มก่อน จากนั้นเมื่อผู้บริโภคภายนอกเริ่มเห็นความเคลื่อนไหวก็จะเริ่มทยอยเข้ามาหา ส่วน**ด้านการบริหารการเงิน** กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ด้านการบริหารการเงิน ในเรื่องการวางแผน การจัดทำงบการเงิน ที่เกี่ยวข้อง แต่ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีทางด้านบริหารการเงินมาใช้มากนัก

คำสำคัญ: การบริหารจัดการ การเป็นผู้ประกอบการ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การบริหารการเงิน กลุ่มเกษตรกร ป่าไผ่



Farmers to entrepreneurs, the management of Pah pa safe agriculture

Pusanisa thechatakerng

Kunpatsawee Klomthongjaroen

Preeda Srinaruewan

Jirayu Harntrakul

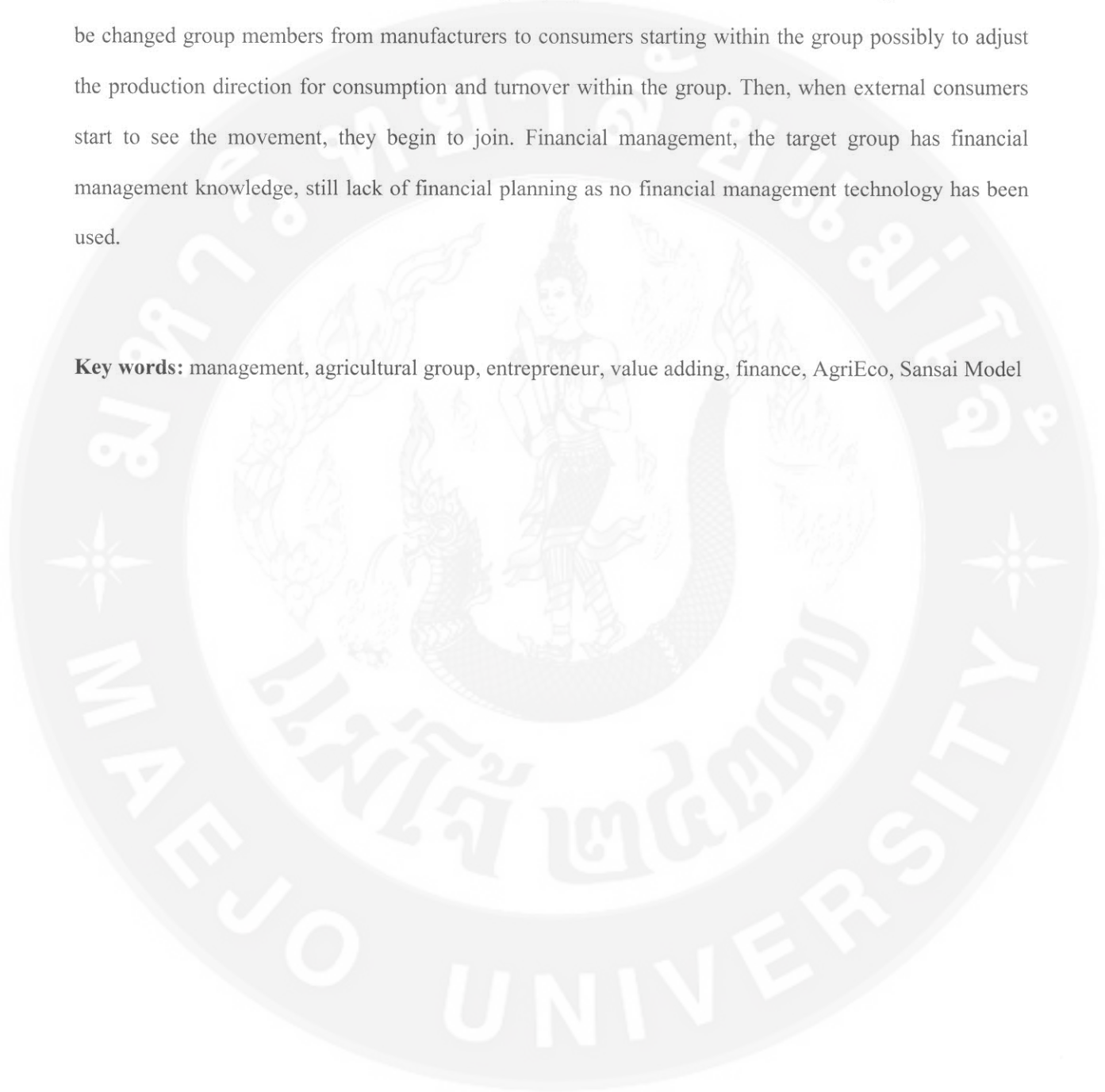
Abstract

This qualitative research aims to study the management of the Farmer's group to become safe-agriculture entrepreneurs, preparing to be safe-agricultural entrepreneurs, value-adding the products, creating agricultural marketing strategies, and managing financial system of a safe-agriculture entrepreneurs. The sampling are a group of Sansai Ecological (AgriEco) and farmer network members of Pa Phai District in Chiang Mai. The research tool includes an in-depth interview, group chat interview and engaging observation. The information is analysed using descriptive methods and content analysis. The qualitative accuracy assurance in each side is also applied.

The results found that the management of the group members had the same concept and ideology, thereby joining together and registering the Community enterprises together. The appointment of the company's community of agro-ecological Group (AgriEco) Committee has divided the responsibilities according to the abilities of each member. The group management, including the management process, planning the group membership structure, building the leadership (group leader, conflict management, team collaboration, communication), tracking and evaluation. This research found that characteristics of the target group in Pa Phai are very driven, connecting and responsible while the network persuasion is still limited. The group members need to improve the readiness and knowledge of business to be confident as entrepreneurs.

The value adding and marketing channels still need the connection of the value chain system, from the upstream through the downstream, concerning the environmental responsibility. Continuous product research and development by requesting cooperation from government sector to participate in to ensure quality and safety assurance will ensure that the group's products are reliable. The marketing channel would be changed group members from manufacturers to consumers starting within the group possibly to adjust the production direction for consumption and turnover within the group. Then, when external consumers start to see the movement, they begin to join. Financial management, the target group has financial management knowledge, still lack of financial planning as no financial management technology has been used.

Key words: management, agricultural group, entrepreneur, value adding, finance, AgriEco, Sansai Model



กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการเกษตรตำบลป่าไผ่สู่ความเป็น ผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย” ซึ่งมาจากการเสวนาโจทย์วิจัยและบริการวิชาการ ในโครงการสั้นทรายโมเดลของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถสำเร็จล่วงได้หากไม่ได้รับความร่วมมือจากกลุ่มเกษตรกรนิเวศสั้นทราย (AgriEco) ที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์กลุ่มจาก Geenconnex สั้นทรายโมเดลและ Homm Organic และเครือข่ายเกษตรกรตำบลป่าไผ่ อำเภอสั้นทราย จังหวัดเชียงใหม่ ที่เสียสละเวลาให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก และการการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณเป็นอย่างสูง หากมีข้อผิดพลาดประการใดที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้

ในโอกาสนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบคุณและมอบความสำเร็จทั้งหมดในการทำวิจัยฉบับนี้แด่ทีมวิจัยที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจตลอดมา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณิษา เตชเถกิง และคณะ

30 สิงหาคม 2562

สารบัญเรื่อง

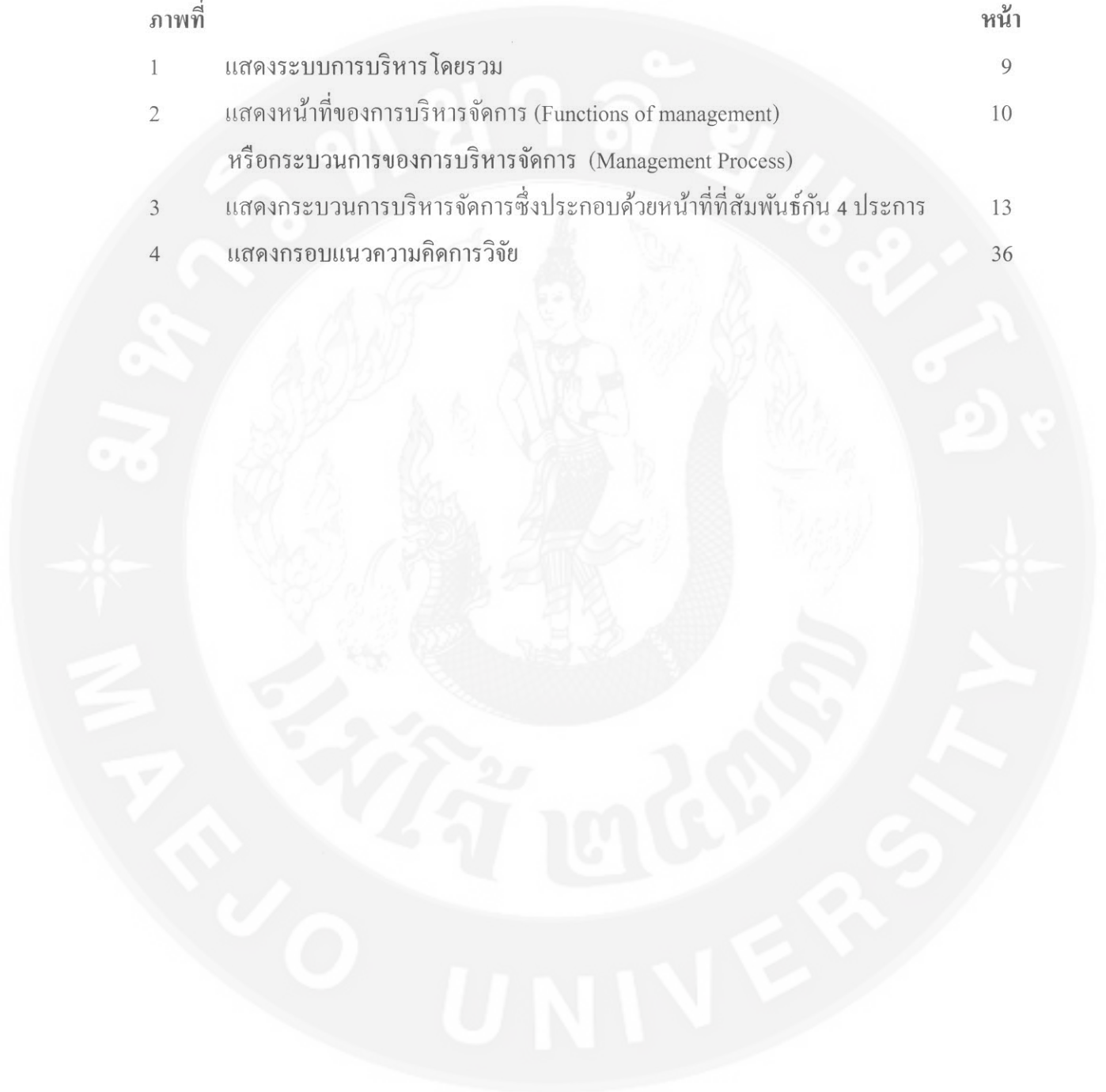
	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญเรื่อง	ฉ
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	7
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
กรอบแนวคิดงานวิจัย	36
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	37
สถานที่	37
ประชากร	37
กลุ่มตัวอย่าง	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	38
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	38
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย	39
ความน่าเชื่อถือ	39

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	40
ตอนที่ 1 การบริหารจัดการกลุ่ม	40
ตอนที่ 2 ผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย	46
ตอนที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่าย	48
ตอนที่ 4 การจัดการการเงินผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย	52
บทที่ 5 สรุปอภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	54
อภิปรายผลการวิจัย	55
ข้อจำกัดในงานวิจัย	58
ข้อเสนอแนะ	58
ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป	65
บรรณานุกรม	66

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แสดงระบบการบริหารโดยรวม	9
2	แสดงหน้าที่ของการบริหารจัดการ (Functions of management) หรือกระบวนการของการบริหารจัดการ (Management Process)	10
3	แสดงกระบวนการบริหารจัดการซึ่งประกอบด้วยหน้าที่ที่สัมพันธ์กัน 4 ประการ	13
4	แสดงกรอบแนวความคิดการวิจัย	36



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันภาคเกษตรถือว่ามีความสำคัญและเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาชุมชน โดยเฉพาะเกษตรกรสูงอายุซึ่งมีส่วนช่วยในการผลิตทางการเกษตรและการแปรรูปเพิ่มมากขึ้นเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว เป็นการแบ่งเบาภาระของหัวหน้าครอบครัว และเพื่อให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จึงทำให้มีการรวมกลุ่มเกษตรกรป่าไผ่ขึ้น ประกอบกับกรมส่งเสริมการเกษตรได้ส่งเสริมให้ภาคเกษตรรวมตัวกันเป็นกลุ่มตั้งแต่ปี 2511 เพื่อรับความรู้ทางด้านเคหะกิจเกษตรและทางด้านการประกอบอาชีพการเกษตร ให้สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและช่วยเสริมรายได้ให้ยังได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศอย่างมีระบบก็จะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจและสังคมส่วนรวมของประเทศ (ครอบครัวแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 พ.ศ. 2520-2524) (ภุชณิศ 2558)

ชุมชนในพื้นที่ตำบลป่าไผ่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งเทศบาลตำบลป่าไผ่ได้มีนโยบายสนับสนุนและส่งเสริม ให้มีการพัฒนาการเกษตรอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเกษตรกรอินทรีย์ อีกทั้งส่งเสริมให้มีการสร้างอาชีพให้แก่ผู้สูงอายุ และกลุ่มอาชีพอื่นๆ แต่ด้วยปัญหาทางด้านสภาพแวดล้อม และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่ทำให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ไม่บรรลุผลสำเร็จ ชุมชนในพื้นที่ตำบลป่าไผ่ จึงมีความต้องการ ที่จะพัฒนาและแก้ไขปัญหาต่างๆ ดังนี้ โดยความต้องการของชุมชนป่าไผ่ ต้องการการส่งเสริมการประกอบอาชีพโดยคำนึงถึงเงินลงทุนของเกษตรกร และก่อให้เกิดการต่อยอดการผลิต ทั้งสนับสนุน ให้มีความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกร การสร้างผู้นำกลุ่ม ระเบียบกลุ่ม และบทบาทหน้าที่ นอกจากนี้การเข้าถึงพื้นที่อย่างทั่วถึง เพื่อนำความต้องการของชุมชนมาพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุดในพื้นที่นั้นๆ เพราะทุกพื้นที่มีบริบท ภูมิปัญญา และทรัพยากรธรรมชาติที่แตกต่างกัน อีกทั้ง ความต้องการของกลุ่มเกษตรกรกลุ่มอาชีพและผู้สูงอายุ โดยกลุ่มเกษตรกร แบ่ง ออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มผู้ผลิตข้าว มีปัญหาในด้านการจัดการตั้งแต่กระบวนการปลูกข้าวโดยเฉพาะเกษตรกรอินทรีย์ การแปรรูป แต่ขาดตลาด

รองรับที่เพียงพอต่อผลผลิต นอกจากนี้กลุ่มผู้ปลูกพืชหลากหลาย ซึ่งมีเกษตรกรน้อยราย ทำการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ใช้เอง แต่เกิดปัญหาด้านมาตรฐานการผลิต เพราะเกษตรกรผู้ปลูกหันไปใช้ปุ๋ยเคมีเนื่องจากให้ผลผลิตมากกว่า ทำให้ผลผลิตเป็นผลผลิตจากเคมีไม่เป็นอินทรีย์ตามต้องการ และตลาดรองรับผลผลิตไม่เพียงพอ อีกทั้งกลุ่มเกษตรกรต้องการสร้างศูนย์จัดการกลาง เพื่อเชื่อมโยงเกษตรกรกับตลาดเพื่อกระจายสินค้าและสร้างมาตรฐานร่วมกัน และก่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอนาคต รวมถึงกลุ่มเกษตรกร ไม่มีเครือข่ายทางการผลิต การแปรรูป และตลาดรองรับ นอกจากนี้ชุมชนในพื้นที่ตำบลป่าไผ่หยุดบันทึกบัญชีครัวเรือนเพราะขาดแรงจูงใจ เมื่อพบว่าตัวเลขค่าใช้จ่ายมากกว่ารายรับ (จากการเสวนากับเทศบาลและผู้นำชุมชนป่าไผ่ พย.2561)

จากปัญหาโดยเฉพาะปัญหาด้านมาตรฐานการผลิต เพราะเกษตรกรผู้ปลูกหันไปใช้ปุ๋ยเคมี เนื่องจากให้ผลผลิตมากกว่า ทำให้ผลผลิตเป็นผลผลิตจากเคมีไม่เป็นอินทรีย์ตามต้องการ ดังนั้นเกษตรกรปลอดภัยจึงเป็นอีกทางเลือกในการสร้างรายได้และปลอดภัยสำหรับเกษตรกรชุมชนป่าไผ่ เกษตรปลอดภัยเป็นระบบการเกษตรที่จะให้ผลผลิตที่ปลอดภัยจากสารพิษ หรือปลอดภัยจากการปนเปื้อนของสารและโลหะที่จะมีผลต่อผู้บริโภค นอกจากนี้ระบบการผลิตนั้นจะต้องปลอดภัยกับสิ่งแวดล้อม และเกษตรกรผู้ผลิต (ประสาธ เกษวิทักษ์ 2018) อย่างไรก็ตามเกษตรกรส่วนใหญ่ยังขาดความรู้และทักษะในการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย เกษตรกรขาดแรงจูงใจและทัศนคติที่ดีในการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย ขาดความเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ค้า และผู้บริโภค ทำให้ตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัยในประเทศไทยมีจำกัด (ปริญญา จันทศรี 2019) และความต้องการจากชุมชนในด้านดังกล่าว งานวิจัยด้านงานวิจัยด้านการบริหารจัดการกลุ่ม การเตรียมความพร้อมความเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย การบริหารตลาดด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการตลาดเกษตรปลอดภัย และการบริหารการเงินของผู้ประกอบการเกษตร เพื่อความเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัยจึงมีความจำเป็น โดยด้านแรกด้านการบริหารจัดการกลุ่ม ในด้านของความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกร การร่วมกลุ่ม การมีส่วนร่วม ผู้นำกลุ่มระเบียบกลุ่ม และบทบาทหน้าที่ และการเข้าถึงพื้นที่อย่างทั่วถึง เพื่อนำความต้องการของชุมชนมาพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุดในพื้นที่นั้นๆ เพราะทุกพื้นที่มีบริบท ภูมิปัญญา และทรัพยากรธรรมชาติที่แตกต่างกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและความยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง(การเสวนา โจทย์วิจัย, 2561) อีกด้านการเตรียมความพร้อมความเป็นผู้ประกอบการเกษตร

ปลอดภัยจึงเป็นสิ่งจำเป็น จากปัญหาของผู้ประกอบการซึ่งถือว่าเป็นผู้ขับเคลื่อนธุรกิจรายใหม่ที่สำคัญ ในการสร้างงานเพิ่มขึ้นและ สนับสนุนให้เศรษฐกิจมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น (Thechatakerng, 2013, 2012, 2009; Jansen et al. 2004; Van Stel and Carree, 2002) ผู้ประกอบการสามารถนิยามได้ในหลายๆความหมาย เช่น เป็นผู้ประสานแหล่งผลิตในที่ต่างๆ หรือเป็นผู้ที่ตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เป็นนักคิดค้น เป็นผู้เติมเต็มในช่องว่างทางธุรกิจต่างๆ รวมถึง เติมเต็มสิ่งต่างๆให้สมบูรณ์ (Nafziger, 1997 and 2006) สำหรับงานวิจัยนี้เป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อเกษตรกรผู้ประกอบการเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัยโดยบูรณาการแนวคิดเกษตรปลอดภัยและการเป็นผู้ประกอบการเข้าด้วยกัน ผู้ประกอบการหมายถึงผู้ที่สามารถตัดสินใจจะจัดตั้งธุรกิจได้และจะสามารถสร้างรายได้ รวมถึงผู้สร้างงานและโอกาส (Potasin & Thechatakerng, 2014; Mitchell, 2011) รวมถึงความพร้อมความสามารถที่สามารถดำเนินกิจการมีเพิ่มมากขึ้นจนสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้ (Mitchell, 2011)

นอกจากนี้ด้านตลาด ทางกลุ่มยังไม่มีแนวทางที่ชัดเจนในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะเข้าร่วมกัน รวมทั้งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในปัจจุบันมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ปลอดภัยหรือไม่ จะต้องมีการนวัตกรรมและการพัฒนาหรือสร้างมูลค่าเพิ่มออกมาในรูปแบบไหน ช่องทางการจัดจำหน่ายของทางกลุ่มควรเป็นรูปแบบใด และกลุ่มเป้าหมายของกลุ่มควรมีลักษณะอย่างไร เพื่อให้กลุ่มมีความสามารถที่จะพึ่งพาตนเองได้ (การเสวนา โจทย์วิจัย, 2561) เพื่อให้ประเด็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและหาช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับผลิตภัณฑ์ที่สามารถกระจายถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมและต่อเนื่อง สุดท้ายด้านการเงินของผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัยจึงสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะบทบาทของการบริหารการเงิน จำเป็นต้องมี กระบวนการวิเคราะห์และวางแผนทางการเงิน (analysis and planning) การตัดสินใจจัดหาเงินทุน (financing decision) และการตัดสินใจจัดสรรเงินทุนอย่างมีประสิทธิภาพ (investment decision) ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยนวัตกรรมทางการเงินสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการจัดการให้เกิดประสิทธิภาพ และรองรับการตลาดออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน

ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมีความสำคัญ เพื่อเป็นการพื้นฐานให้เกษตรกรในพื้นที่ที่มีความเข้มแข็ง มีความพร้อมด้านการบริหารจัดการเกษตรกรตำบลป่าไผ่สู่ความเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัยและเป็นพลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนและประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มของเกษตรกรสู่การเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย
2. ศึกษาการเตรียมความพร้อมความเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย
3. การบริหารตลาดด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการตลาดเกษตรปลอดภัย
4. การบริหารการเงินของผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการวิจัยทางกลุ่มเป้าหมาย ชุมชนไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ สามารถนำข้อมูลพื้นฐานที่ได้ไปเป็นแนวทางวางแผนเพื่อบริหารจัดการกลุ่ม สร้างผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการจัดการทั้งด้านกลุ่ม ด้านตลาดและการเงิน และใช้เป็นแนวทางวางแผนการอบรมกลุ่มให้มีความเข้าใจมากขึ้นในด้านการบริหารกลุ่มเชิงธุรกิจ องค์ความรู้ด้านการสร้างความเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย ในตำบล นอกจากนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนของชุมชนตำบลหรืออำเภอสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนเพื่อเพิ่มการประกอบการเกษตรปลอดภัยในตำบล รวมถึงนักวิชาการผู้เกี่ยวข้องสามารถ นำไปศึกษาต่อยอดได้

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาในพื้นที่ ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ เน้นไปที่กลุ่มตัวแทนเกษตรกรเครือข่ายในพื้นที่ตำบลป่าไผ่ โดยเลือกศึกษากลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) ที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์กลุ่มจาก Geenconnex สันทราย โมเดลและ Homm Organic และศึกษาเฉพาะ การจัดการกลุ่ม ผู้ประกอบการการเสริมมูลค่าเพิ่มทางการตลาด และการจัดการการเงิน โดยใช้เวลาในการทำวิจัยตั้งแต่ เดือน มกราคม 2562 – สิงหาคม 2562 เป็นระยะเวลา 8 เดือน เป็นระยะเวลา 8 เดือน

นิยามศัพท์

การบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายเดียวกันขององค์กร โดยความร่วมมือของสมาชิกภายในองค์กร โดยใช้ความสามารถของบุคคลและทรัพยากรที่มีอยู่ร่วมกัน

การบริหารจัดการกลุ่ม หมายถึง กระบวนการดำเนินงานเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายและวัตถุประสงค์ของกลุ่ม โดยมีผู้นำกลุ่มเป็นผู้ชี้แนะและมีการกำหนดนโยบาย ระเบียบ กติกา วิธีดำเนินงาน อำนาจหน้าที่จากสมาชิกภายในกลุ่ม โดยได้รับความร่วมมือจากสมาชิกกลุ่ม

การจัดการภายในกลุ่ม หมายถึง การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล การเงิน นโยบาย และการดำเนินงานของกลุ่มเพื่อความสามารถในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีการทำงานร่วมกันเป็นองค์กรร่วมของสมาชิกภายในกลุ่ม

กลุ่มเกษตรกร หมายถึง โดยเลือกศึกษากลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) ที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์กลุ่มจาก Geenconnex สันทราย โมเดลและ Homm Organic และเครือข่ายเกษตรกรตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

การเตรียมความพร้อมการป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย หมายถึง กลุ่มตัวแทนเกษตรกรในพื้นที่ตำบลป่าไผ่ ที่ได้ถูกค้นหา วิเคราะห์ ประเมิน คุณลักษณะและสมรรถนะ ความ

พร้อมในด้านต่างๆ ที่จะเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย ที่ประกอบการในธุรกิจที่เหมาะสมกับลักษณะ สมรรถนะและโอกาสของตนเองในอนาคต ตามทฤษฎีของ Collins & Moore และ McClelland

เกษตรปลอดภัย เป็นผลิตภัณฑ์ปลอดภัยจากสารพิษ หรือปลอดภัยจากการปนเปื้อนของสารและโลหะที่จะมีผลต่อผู้บริโภค

การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร หมายถึง การนำผลิตผลทางการเกษตรมาแปรสภาพจากลักษณะเดิมไป เป็นกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน ซึ่งอาจเกิดจากการแปรสภาพตามธรรมชาติให้ต่างไปจากเดิมเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีทั้งสินค้าเกษตรด้านที่ไม่ใช่อาหารและด้านอาหาร (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร)

ช่องทางการจัดจำหน่าย (distribution Channel หรือ marketing channel) หมายถึง กลุ่มขององค์กรอิสระที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการนำส่งสินค้าหรือบริการไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยผู้ผลิตมอบหมายงานการขายสินค้าให้เป็นหน้าที่ของคนกลาง (Kotler & Armstrong, 2014)

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ทฤษฎี

งานวิจัยนี้จะใช้ทฤษฎีการบริการจัดการกลุ่ม การประกอบการ การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้า เกษตรและช่องทางจัดจำหน่าย การจัดการทางการเงิน และแนวทางเกษตรปลอดภัย ในการศึกษา ดังต่อไปนี้

แนวคิดการบริหารจัดการกลุ่ม

ในการศึกษาความหมายของการบริหารและการบริหารจัดการ ควรทำความเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารเป็นเบื้องต้นก่อน กล่าวคือ สืบเนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ซึ่งหมายถึงมนุษย์ โดยธรรมชาติย่อมอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ไม่อยู่อย่างโดดเดี่ยว แต่อาจมีข้อยกเว้นน้อยมากที่มนุษย์อยู่ โดดเดี่ยวตามลำพัง เช่น ฤๅษี การอยู่รวมกันเป็นกลุ่มของมนุษย์อาจมีได้หลายลักษณะและเรียก ต่างกัน เป็นต้นว่า ครอบครัว (family) เผ่าพันธุ์ (tribe) ชุมชน (community) สังคม (society) และ ประเทศ (country) เมื่อมนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่มย่อมเป็นธรรมชาติอีกทีในแต่ละกลุ่มจะต้องมี “ผู้นำกลุ่ม” รวมทั้งมี “แนวทางหรือวิธีการควบคุมดูแลกันภายในกลุ่ม” เพื่อให้เกิดความสุขและความสงบเรียบร้อย สภาพเช่นนี้ควรมีวิวัฒนาการตลอดมา

ความหมายของกลุ่ม ตามพจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา (ราชบัณฑิตยสถาน.2540 : 164) ได้ให้ความหมายของกลุ่มว่า “กลุ่ม” ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ที่ได้สร้างแบบอย่างของการกระทำระหว่างกันทางจิตขึ้น กลุ่มหรือหมู่คณะนี้ เป็นที่ยอมรับว่าเป็นองค์การอย่างหนึ่งซึ่งโดยสมาชิกของกลุ่มเอง และตามปกติโดยผู้อื่นด้วย ทั้งนี้เพราะกลุ่มจะมีพฤติกรรมร่วมกัน ในแบบฉบับเฉพาะของตนเอง

แมคเดวิด และฮารารี (Mc David and Harari. 1986 : 237) ได้ให้นิยาม กลุ่มว่า กลุ่มทางสังคมจิตวิทยา คือ ระบบที่จัดไว้อย่างมีระเบียบของปัจเจกบุคคลสองคน หรือมากกว่า ผู้ซึ่งได้เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน เพื่อว่าระบบก่อให้เกิดการกระทำบางอย่างมีบทบาทของความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของกลุ่มอย่างเป็นมาตรฐานและมีบรรทัดฐาน ซึ่งครบกำหนดการกระทำของกลุ่ม และสมาชิกของกลุ่ม เมื่อพิจารณาความหมายเกี่ยวกับกลุ่มดังกล่าวข้างต้นแล้วสรุปได้ว่า กลุ่ม มีลักษณะสำคัญ คือ กลุ่มจะต้องมีสมาชิกอย่างน้อย 2 คนขึ้นไป จะต้องมีโครงสร้างกลุ่ม มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในกลุ่ม มีบรรทัดฐานของกลุ่ม มีความสัมพันธ์ต่อกันระหว่าง สมาชิก และมีกิจกรรมกลุ่มเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกลุ่ม

ก. ความหมายของการบริหารจัดการ

ธุรกิจหรือองค์กรแสดงให้เห็นจากกลุ่มของบุคคลที่มาร่วมกันทำงานด้วย โครงสร้างและการประสานงานเป็นหลักการจัดเจนแน่ชัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ ตามที่กำหนดเป้าหมายไว้ (Ricky W. Griffin, 1999, p.6) ซึ่งต้องใช้ทรัพยากรจากสภาพแวดล้อมทาง ธุรกิจ ประกอบด้วย คน (Man) เงิน (Money) วัสดุ (Material) เครื่องจักร (Machine) วิธีการ (Method) และการบริหาร (Management) หรือที่นิยมเรียกกันว่า 6M's

ความหมายของการบริหารจัดการนั้น สามารถจำกัดออกมาตามความเข้าใจได้ โดย คำว่า “Management” อาจแปลว่า การจัดการหรือการบริหารหรือการบริหารจัดการก็ได้ซึ่งใน หนังสือองค์การและการจัดการฉบับสมบูรณ์ โดย รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2545, น.18-19) ได้รวบรวม ความหมายของคำว่า “การบริหารจัดการ” และ “การจัดการ” ได้ดังนี้

1. คำว่า “การบริหาร” (Administration) จะใช้ในการบริหารระดับสูง โดยเน้นที่ การกำหนดนโยบายที่สำคัญและการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูง เป็นคำนิยมใช้ในการ บริหารรัฐกิจ (Public Administration) หรือใช้ในหน่วยงานราชการ และคำว่า “ผู้บริหาร” (Administrator) จะหมายถึง ผู้บริหารที่ทำงานอยู่ในองค์กรของรัฐ หรือองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร (Schermerhorn, 1999, p.G-2)

การบริหาร คือกลุ่มของกิจกรรม ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัด องค์กร (Organizing) การสั่งการ (Leading/Directing) หรือการอำนวย และการควบคุม (Controlling) ซึ่งจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทรัพยากรขององค์กร (6 M's) เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และ ด้วยจุดมุ่งหมายสำคัญในการบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และ เกิดประสิทธิผลครบถ้วน

2. คำว่า “การจัดการ” (Management) จะเน้นการปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบาย (แผนที่วางไว้) ซึ่งนิยมใช้ในการจัดการธุรกิจ (Business management) ส่วนคำว่า “ผู้จัดการ” (Manager) จะหมายถึงบุคคลในองค์กรซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมในการบริหารทรัพยากร และกิจการงานอื่นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ขององค์กร

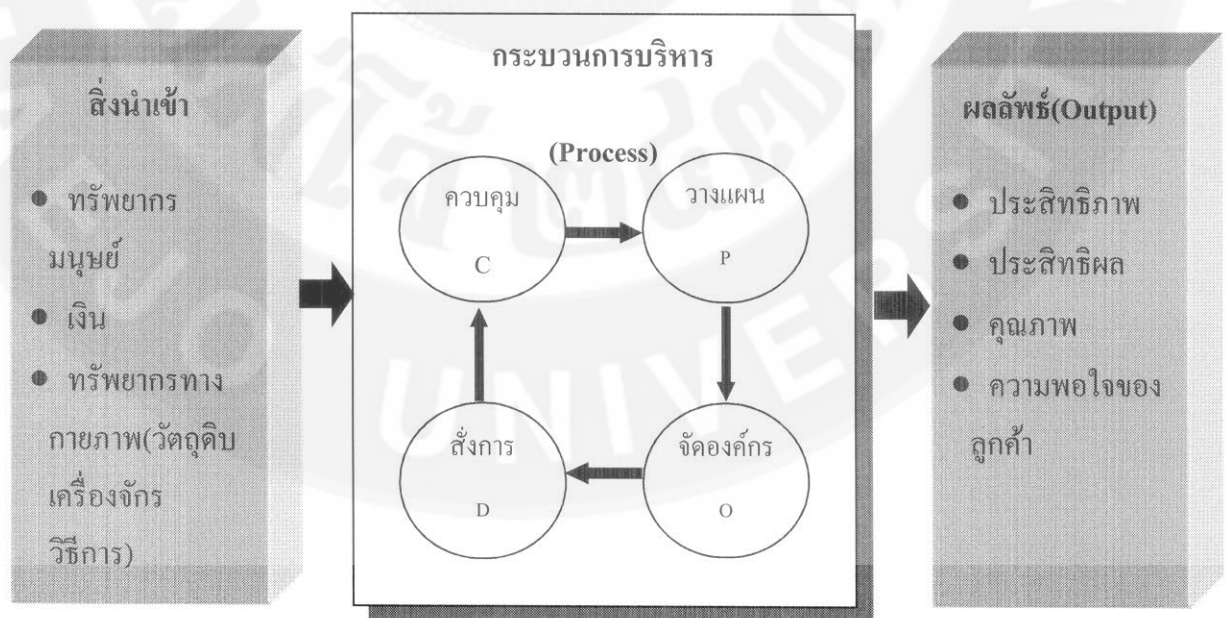
การบริหารจัดการ (Management) หมายถึงชุดของหน้าที่ต่างๆ (A set of functions) ที่กำหนดทิศทางในการใช้ทรัพยากรทั้งหลายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุถึง เป้าหมายขององค์กร การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) หมายถึง การใช้ทรัพยากรได้ อย่างเฉลียวฉลาดและคุ้มค่า (Cost-effective) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective) นั้น หมายถึงการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (Right decision) และมีการปฏิบัติการสำเร็จตามแผนที่กำหนด

ไว้ ดังนั้นผลสำเร็จของการบริหารจัดการจึงจำเป็นต้องมีทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผล ควบคู่กัน (Griffin, 1997, p.4)

ในอีกแนวหนึ่งอาจกล่าวได้ว่าการบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการของการมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กรจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่นๆ (Certo, 2000, p.555) หรือเป็นกระบวนการออกแบบและรักษาสภาพแวดล้อมที่บุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากความหมายต่างๆ ข้างต้น การบริหารจัดการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งผู้บริหารต้องเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร ประเด็นสำคัญของการบริการจัดการ (Management) มีดังนี้

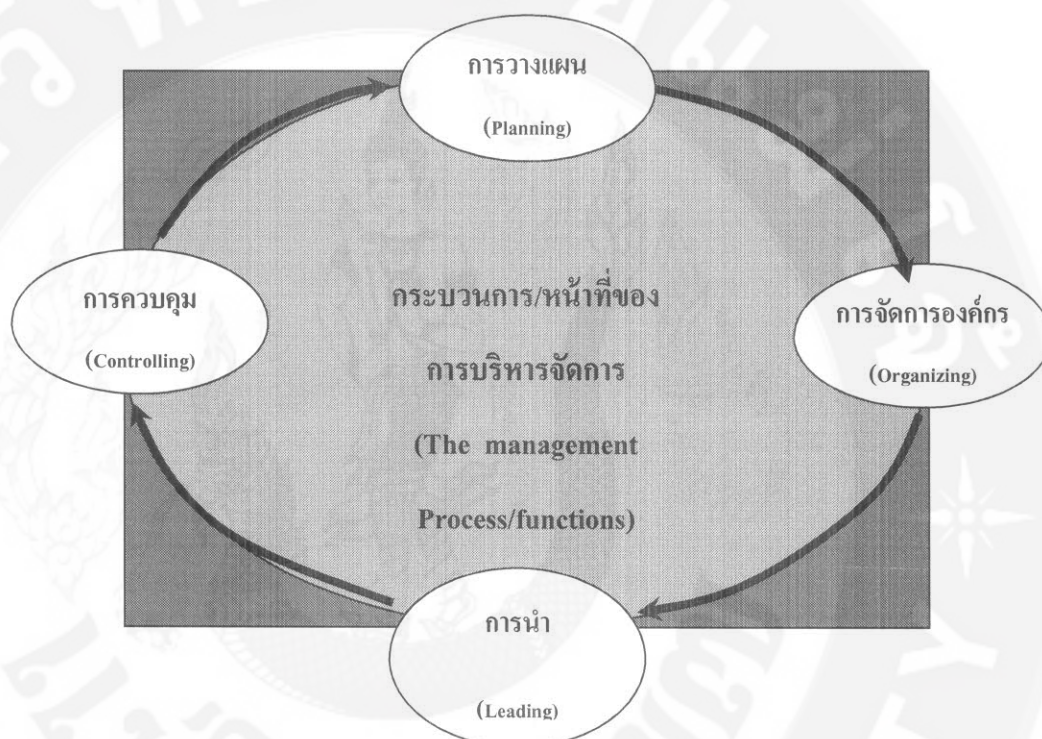
- 1) การบริหารจัดการสามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรใดองค์กรหนึ่งได้
- 2) เป้าหมายของผู้บริหารทุกคนคือการสร้างกำไร
- 3) การบริหารจัดการเกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลผลิต (Productivity) โดยมุ่งสู่ประสิทธิภาพ (Efficiency) (วิธีการใช้ทรัพยากรโดยประหยัดที่สุด) และประสิทธิผล (Effectiveness) (บรรลุเป้าหมายคือประโยชน์สูงสุด)
- 4) การบริหารจัดการสามารถนำมาใช้สำหรับผู้บริหารในทุกระดับชั้นขององค์กร



ภาพที่ 1 แสดงระบบการบริหารโดยรวม

ข. กระบวนการบริหารจัดการ (Management Process)

กระบวนการบริหารจัดการ (Management Process) หมายถึง กระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร ซึ่งกระบวนการบริหารจัดการนี้สามารถแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวเนื่องกันได้อย่างมี ปฏิสัมพันธ์สอดคล้องและต่อเนื่องดังแสดงให้เห็นดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงหน้าที่ของการบริหารจัดการ (Functions of management) หรือกระบวนการของการบริหารจัดการ (management Process)

ที่มา : รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ,องค์การและการจัดการ,2545 น. 22

ทั้งนี้หน้าที่ของการบริหารประกอบด้วยกิจกรรมพื้นฐาน 4 ประการหรืออาจแบ่งในลักษณะที่เป็นขั้นตอนดังนี้

1) การวางแผน (Planning) เป็นสิ่งที่องค์กรต้องการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การวางแผนเป็นสะพานเชื่อมระหว่างเหตุการณ์ปัจจุบันและอนาคตซึ่งทำได้โดยการให้บรรลุเป้าหมายผลลัพธ์ที่ต้องการ การวางแผนจึงต้องอาศัยการกำหนดกลยุทธ์ที่ประสิทธิภาพ แม้ว่าพื้นฐานของการจัดการโดยทั่วไปเป็นงานของผู้บริหารการวางแผนเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการปฏิบัติตามกลยุทธ์ให้ประสบความสำเร็จและการประเมินกลยุทธ์ เพราะว่า การจัดการองค์กร การจูงใจ การจัดบุคคล

เข้าทำงาน และกิจกรรมควบคุม ขึ้นกับการวางแผน กระบวนการวางแผนจะต้องประกอบด้วย ผู้บริหารและพนักงานภายในองค์กร

การวางแผนจะช่วยให้องค์กรกำหนดข้อดีจากโอกาสภายนอกและทำให้เกิดผล กระทบจากอุปสรรคภายนอกต่ำสุด โดยต้องมองเหตุการณ์ในอดีตและปัจจุบันเพื่อคาดคะเน เหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การวางแผน ประกอบด้วย การพัฒนาภารกิจ (Mission) การ คาดคะเนเหตุการณ์ปัจจุบัน เหตุการณ์อนาคต และแนวโน้ม การกำหนดวัตถุประสงค์ และการเลือก กลยุทธ์ที่ใช้การวางแผนจะช่วยให้ธุรกิจปรับตัวสู่การเปลี่ยนแปลงของตลาดและสามารถกำหนด เป้าหมายได้ การบริหารเชิงกลยุทธ์นั้นต้องการให้องค์กรติดตามในลักษณะเชิงรุก (Proactive) มากกว่าที่จะเป็นเชิงรับ (Reactive) องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะต้องควบคุมอนาคตขององค์กร มากกว่าที่จะรอรับผลจากอิทธิพลสภาพแวดล้อมภายนอกและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การตัดสินใจ (Decision Making) ถือเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผน การปรับตัวเป็นสิ่งจำเป็นเพราะว่ามีการ เปลี่ยนแปลงของตลาด เศรษฐกิจ และคู่แข่งกันทั่วโลก จุดเริ่มต้นของความสำเร็จที่ดีของธุรกิจคือ การวางแผนที่เหมาะสม เห็นผลได้จริง ยืดหยุ่น มีประสิทธิผล และทรงประสิทธิภาพ

2) การจัดการองค์กร (Organizing) จุดมุ่งหมายของการจัดการองค์กรคือ การใช้ ความพยายามทุกกรณีโดยการกำหนดงานและความสำคัญของอำนาจหน้าที่ การจัดการองค์กร หมายถึง การพิจารณาถึงสิ่งที่ต้องการทำและผู้ที่จะทำรายงานมีตัวอย่างในประวัติศาสตร์ของธุรกิจที่ มีการจัดองค์กรที่ดี สามารถประสบความสำเร็จในการแข่งขันและสามารถเอาชนะคู่แข่งกันได้ ธุรกิจที่มีการจัดองค์กรที่ดีสามารถจูงใจผู้บริหารและพนักงานให้มองเห็นความสำคัญของ ความสำเร็จขององค์กร การกำหนดลักษณะเฉพาะของงาน (Work Specialization) โดยการแบ่งงาน ประกอบด้วยงานที่กำหนดออกมาเป็นแผนก การจัดแผนก และการมอบอำนาจหน้าที่ (Delegating Authority) การแยกงานออกเป็นงานย่อยตามการพัฒนารายละเอียดของงาน (Job Description) และ คุณสมบัติของงาน (Job Specification) เครื่องมือเหล่านี้มีความชัดเจนสำหรับผู้บริหารและ พนักงาน ซึ่งต้องการทราบลักษณะของงาน

การกำหนดแผนกใน โครงสร้างขององค์กร (Organization Structure) ขนาดของ การควบคุม (Span of Control) และสายการบังคับบัญชา (Chain of Command) การเปลี่ยนแปลงกล ยุทธ์ต้องการการเปลี่ยนแปลงใน โครงสร้าง เพราะตำแหน่งใหม่ๆ ที่สร้างขึ้นหรือลดลงหรือรวมกัน โครงสร้างองค์กรจะต้องระบุถึงวิธีการใช้ทรัพยากรและวิธีการซึ่งวัตถุประสงค์มีการกำหนดขึ้นใน ธุรกิจ การสนับสนุนทรัพยากรและกำหนดวัตถุประสงค์ตามสภาพทางภูมิศาสตร์จะแตกต่างจาก โครงสร้างด้านผลิตภัณฑ์หรือลูกค้า

รูปแบบทั่วไปของการจัดแผนก็คือ ตามหน้าที่ (Functional) ตามฝ่าย (Divisional) ตามหน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์ (Strategic business unit) และด้านเมทริกซ์ (Matrix)

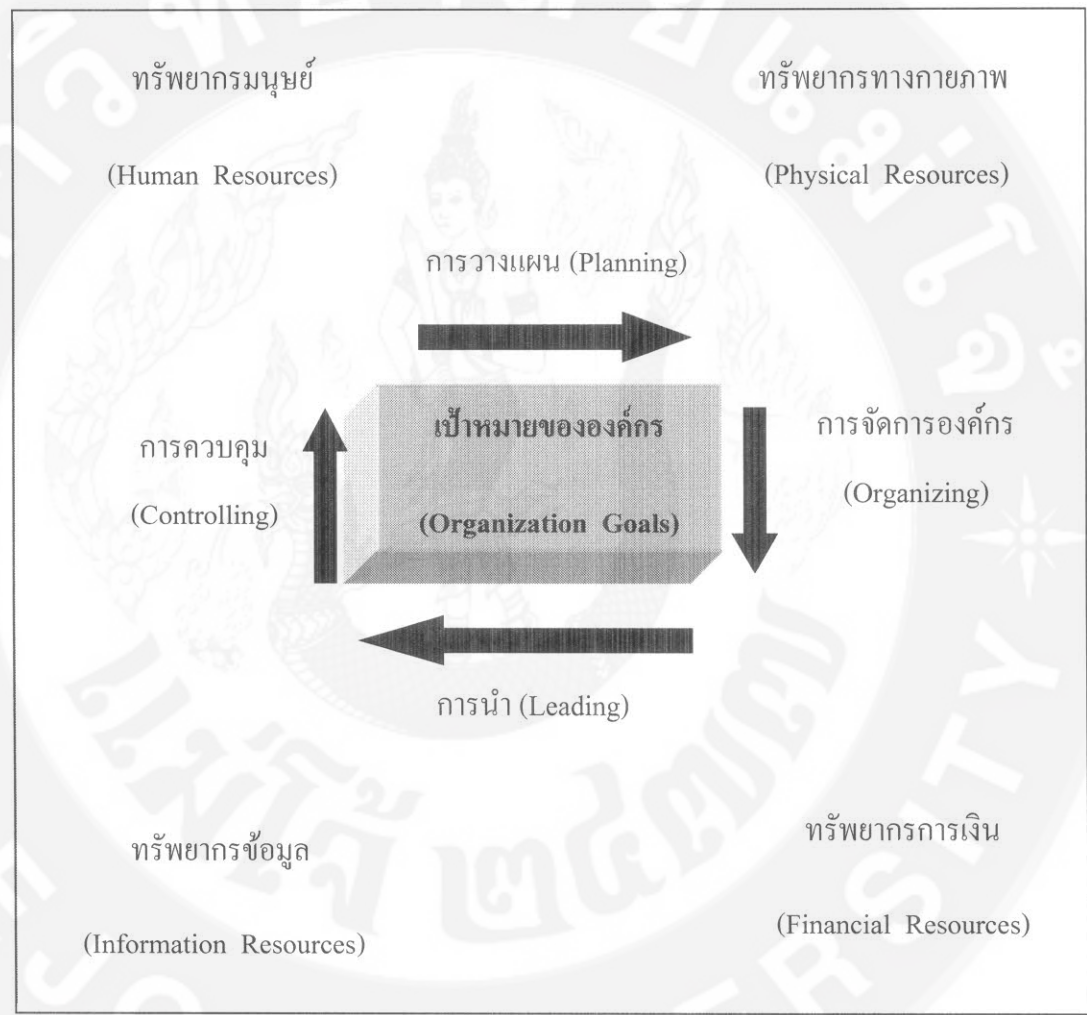
3) การนำหรือการสั่งการ (Leading/Directing) เป็นการใช้อิทธิพลเพื่อจูงใจพนักงานให้ปฏิบัติงานและนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ระบุไว้ หรือเป็นกระบวนการจัดการให้สมาชิกในองค์กรทำงานร่วมกันได้ด้วยวิธีการต่างๆ เพราะทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่ซับซ้อนและเข้าใจถ่องแท้ได้ยาก การนำหรือการสั่งการจึงต้องใช้ความสามารถหลายเรื่องควบคู่กันไป อาทิ ภาวะความเป็นผู้นำของผู้บริหาร การจูงใจ การติดต่อสื่อสารในองค์กร และการทำงานเป็นทีม เป็นต้น หน้าที่ในการนำหรือสั่งการนี้ มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าหน้าที่อื่น เพราะผู้บริหารต้องแสดงบทบาทของผู้สั่งการอย่างมีคุณภาพ ถ้าไม่เช่นนั้น แผนงานที่วางไว้ตลอดจนทรัพยากรที่จัดเตรียมไว้ อาจไม่เกิดประสิทธิผล ถ้าผู้บริหารดำเนินกิจกรรมด้านการสั่งการไม่ดีพอ ดังนั้น การสั่งการจึงเป็นเรื่องของความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์ และความสามารถที่จะชักจูงให้พนักงานร่วมกันปฏิบัติงานไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ให้องค์กรประสบความสำเร็จตามต้องการ

4) การควบคุม (Controlling) การใช้ทรัพยากรต่างๆ ขององค์กร ถือว่าเป็นกระบวนการตรวจสอบ หรือติดตามผลและประเมินการปฏิบัติงานในกิจกรรมต่างๆ ของพนักงาน เพื่อรักษาให้องค์กรดำเนินไปในทิศทางสู่เป้าหมายอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์หลักขององค์กร ในเวลาที่กำหนดไว้ องค์กรหรือธุรกิจที่ประสบความสำเร็จล้มเหลวอาจเกิดจากการขาดการควบคุม หรือมีการควบคุมที่ไร้ประสิทธิภาพ และหลายแห่งเกิดจากความไม่ใส่ใจในเรื่องของการควบคุม ละเลย เพิกเฉย หรือในทางกลับกันคือมีการควบคุมมากจนเกิดความผิดพลาดขององค์กรเอง การควบคุมจึงเป็นหน้าที่หลักทางการบริหารที่มีความสำคัญ ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการทางการบริหาร

การควบคุมเป็นการตรวจตราและตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน โดยเปรียบเทียบกับเป้าหมายและดำเนินการปฏิบัติเพื่อให้มั่นใจว่า จะบรรลุผลลัพธ์ตามต้องการ นอกจากนี้การควบคุมยังเป็นกระบวนการรวบรวมและแสดงถึงข้อมูลย้อนกลับเรื่องของผลการดำเนินงานในฐานะที่เป็นพื้นฐานสำหรับการปฏิบัติและการเปลี่ยนแปลงในอนาคตอีกด้วย (John R. Schermerhorn, op. cit. p.327) อาจกล่าวถึงบทบาทสำคัญของการควบคุมได้ว่า อยู่ที่คำ 4 คำ ได้แก่ มาตรฐาน (Standard) การวัดผล (Measurement) การเปรียบเทียบ (Comparison) และการปฏิบัติ (Take Action) โดยการควบคุมจะครอบคลุมดูแลพื้นที่ 4 พื้นที่ใหญ่ๆ ของการบริหาร (Stephen P. Robbins, Managing Today, 1997, p.391) กล่าวคือ พฤติกรรมบุคคลในองค์กร การเงิน การปฏิบัติการ และ ข้อมูลข่าวสาร

ทรัพยากรประกอบด้วย มนุษย์ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ การเงิน ตลอดจนทรัพยากร
 ข้อมูลขององค์กร ดังแสดงในภาพที่ 3 ซึ่งผู้บริหารจะเป็นบุคคลที่ทำหน้าที่ในกระบวนการบริหาร
 จัดการทรัพยากรขององค์กร โดยอาศัยหน้าที่ทั้ง 4 ประการนี้

(<http://www.bloggang.com/viewblog.php?id=lean-357&group=1>)



ภาพที่ 3 แสดงกระบวนการบริหารจัดการซึ่งประกอบด้วยหน้าที่ที่สัมพันธ์กัน 4 ประการ
 ที่มา : รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, องค์กรและการจัดการ, 2545,น.19

ง. องค์ประกอบที่ทำให้กระบวนกลุ่มมีประสิทธิภาพ มีดังนี้

1. การมีอุดมการณ์ มีวิสัยทัศน์ คือการที่คนในกลุ่มมีแนวคิดเดียวกัน หรือมองเห็นอนาคตข้างหน้าร่วมกัน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะยึดเหนี่ยวความสัมพันธ์และการรวมตัวของกลุ่ม ให้พยายามปฏิบัติหน้าที่ของแต่ละคนจนสุดความสามารถ เพื่อจะบรรลุอุดมการณ์และวิสัยทัศน์ที่มีร่วมกัน โดยไม่แตกแยก

2. การมีเป้าหมายเดียวกัน หรือมีผลประโยชน์ร่วมกัน จะทำให้สมาชิกในกลุ่มมีทิศทางดำเนินงานที่สอดคล้องกันเพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายนั้น เน้นให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ของกลุ่มมากกว่าทรัพย์สินหรือสิ่งมีค่าทางวัตถุ เพื่อจะจัดข้อขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นภายหลัง

3. การมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในการบริหารจัดการ เป็นเงื่อนไขที่ทำให้สมาชิกมีสำนึกความเป็นส่วนหนึ่งในกลุ่ม และตระหนักในความรับผิดชอบร่วมกัน เกิดการรับรู้ ตัดสินใจ และร่วมลงมือปฏิบัติในนามของกลุ่ม หากดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยความโปร่งใส เปิดเผย และมีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม จะทำให้กลุ่มมีความเข้มแข็ง

4. กิจกรรมการดำเนินงานของกลุ่มมีความเหมาะสมสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของสมาชิก มีแผนงานที่ประกอบด้วยการพัฒนาทุก ๆ ด้าน ไม่เป็นการส่งเสริมหรือสร้าง ความขัดแย้ง และมีการเคลื่อนไหวเพื่อพัฒนาให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง สามารถบริหารจัดการได้ภายในกลุ่มโดยไม่ต้องพึ่งพิงปัจจัยต่าง ๆ จากภายนอก ภายใต้การสนับสนุนของผู้นำองค์กรชุมชน

5. มีบรรยากาศที่เป็นมิตร มีความรัก เอื้ออาทร สมานฉันท์และสามัคคี ความรัก และความสมานฉันท์จะเป็นเหตุให้เกิดความร่วมมืออย่างมีพลัง

6. ระบบการสื่อสารของกลุ่มควรเป็นแนวราบไม่ใช่แนวตั้ง เนื่องจากจะทำให้เกิดความรู้สึกร่วมกัน และยอมให้ความร่วมมือด้วยความเต็มใจ ไม่เหมือนถูกบังคับด้วยความรัก

7. ผู้นำ สมาชิกของกลุ่มและคนทั่วไปในชุมชน

- มีผู้นำกลุ่มที่เข้มแข็ง มีภาวะผู้นำ เสียสละ มีวิสัยทัศน์

- สมาชิกกลุ่มในกลุ่ม พร้อมที่จะจัดการกับปัญหาของตนเองและชุมชน ให้ความร่วมมือและมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งทางความคิด การวางแผน การตัดสินใจ และการติดตาม ประเมินผล โดยปฏิบัติหน้าที่ของตนได้อย่างดี เชื่อในความสามารถของเพื่อนสมาชิก มีความไว้วางใจกัน โดยสมาชิกในกลุ่มยอมรับข้อเสนอแนะ คำวิจารณ์ ข้อมูล และการติชมซึ่งกันและกัน และพร้อมที่จะช่วยเหลือกันและกันเสมอ

- คนทั่วไปในชุมชน หรือกลุ่มคนที่คอยเฝ้า ติดตาม วิพากษ์วิจารณ์ ที่พร้อมจะเข้าร่วมหรือสนับสนุนกลุ่ม

8. มีงบประมาณดำเนินงานที่เพียงพอ ซึ่งในระยะแรกอาจต้องระดมเงินจากสมาชิกกลุ่มหรือขอรับการสนับสนุนจากภายนอกเพื่อใช้ในกิจกรรมแรกเริ่ม

ทฤษฎีการประกอบการและหลักการของการบริหารธุรกิจขนาดย่อม

ผู้ประกอบการ เป็นบุคคลที่จัดตั้งธุรกิจใหม่ โดยเผชิญกับความตึงเครียดและความไม่แน่นอนทางธุรกิจ เพื่อแสวงหาผลกำไรและความเติบโต มุ่งหาความต้องการของตลาดเพื่อสนองความต้องการ โดยมีจุดมุ่งหมาย ที่พยายามจะเปลี่ยนแปลงอนาคต นอกจากนี้ยังมีการดำเนินการเพื่อให้บรรลุโอกาส ผู้ประกอบการเป็นสาระสำคัญของกระบวนการตลาดและผู้ประกอบการสร้างการดำเนินการตลาด ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสร้างผลกำไร ในขณะที่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะสร้างความสูญเสีย "กำไร" เป็นส่วนเกินโดยที่ รายได้เกินค่าใช้จ่ายทั้งหมด และค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง "ขาดทุน" เป็นส่วนเกิน โดยที่ค่าใช้จ่ายและค่าใช้จ่ายเกินรายได้ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จการทำนายอนาคตได้แม่นยำมากขึ้นกว่าที่ทำโดยผู้อื่นเพื่อให้หลังจากที่ผู้ประกอบการจะดำเนินการ โอกาสที่เขาเสนอให้กับลูกค้าจะดีกว่า (จากมุมมองของลูกค้า) เพื่อโอกาสอื่น ๆ ของลูกค้าที่มีการเสนอโดย คนอื่น ๆ (Wood, 2005; Lichtenstein et al., 2004) อาจพิจารณาลักษณะผู้ประกอบการจากพฤติกรรมต่าง ๆ ดังนี้ เช่น มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative) ในการเริ่มต้นธุรกิจ กล่าวคือ เป็นคนที่มองเห็น โอกาสและช่องทางในการสร้างธุรกิจ ขึ้นมาภายใต้สภาพแวดล้อมต่าง ๆ เรียนรู้หรือสร้างนวัตกรรม (Innovation) ของการดำเนินธุรกิจ อันจะก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ หรือบริการรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงกระบวนการผลิต การตลาด และการจัดการทรัพยากร เป็นต้น ขอมรับความเสี่ยง (Risk) อันอาจเกิดขึ้นจากการขาดทุนหรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเป็นนักเสี่ยงอย่างมีหลักการ คือตัดสินใจอย่างฉับไว และรอบคอบด้วยข้อมูลที่เชื่อถือได้ มีความสามารถในการจัดการทั่วไป (General management) ทั้งด้านการกำหนดแนวทางของธุรกิจและการจัดสรรทรัพยากร และมีความมุ่งมั่นในการดำเนินงาน (Performance intention) เพื่อสร้างความเจริญเติบโต และกำไรจากการดำเนินธุรกิจ

ผู้ประกอบการชุมชน ก่อนที่จะอธิบายถึงผู้ประกอบการชุมชน จะต้องพูดถึงสิ่งที่ เป็น ชุมชนผู้ประกอบการ อันดับแรกต้องกำหนด"ผู้ประกอบการ" (Klein , 1977, p. 9) ลักษณะผู้ประกอบการ แบ่งเป็นสองคุณลักษณะที่สำคัญ โดยเป็นคนที่มีการกระทำเป็นนายหน้า สามารถบูรณาการระหว่างสิ่งที่เป็นที่พึงปรารถนาในมุมมองทางเศรษฐกิจและสิ่งที่เป็นไปได้จากเทคโนโลยี [เช่นการดำเนินงาน] กระบวนการผู้ประกอบการจะนำ : โอกาสและนวัตกรรม มาสร้างหรือหาประโยชน์จากโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ผ่านทางนวัตกรรม โดยการหาทางออกใหม่เพื่อ

แก้ปัญหาที่มีอยู่หรือโดยการเชื่อมต่อการแก้ปัญหาที่มีอยู่ เพื่อสร้างความต้องการหรือหาโอกาสใหม่ (Lichtenstein & Lyons, 1996) ผู้ประกอบการชุมชนมีพฤติกรรมที่โดดเด่นสามารถจับโอกาสทางการตลาดใหม่ เพื่อเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจจากรูทกิจที่มีอยู่ภายในชุมชน (Wood, 2005) สองมีกลุ่มของผู้ประกอบการที่อยู่ในชุมชนที่อาศัยความสัมพันธ์ของเครือข่ายชุมชนเพื่อหาความรู้และใช้เป็นแหล่งข้อมูล เพื่อการเจริญเติบโตของกิจการตนเอง และจะเป็นชุมชนในการพัฒนาผู้ประกอบการและกิจการของตนเอง (Leon, 2002) สาม ชุมชนมีทั้งที่เป็นผู้ประกอบการและไม่เป็นชุมชนจะเปิดให้มีการเปลี่ยนแปลงและการลงทุนในเงื่อนไขที่จำเป็นเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการหรือผู้ประกอบการวัฒนธรรม โดยสมาชิกต่างๆของชุมชนให้การสนับสนุนกระบวนการผู้ประกอบการ เช่นการทำเงินกู้ยืมจากธนาคารเพื่อ ลงทุน ผ่านกฎหมายที่สนับสนุนสมาชิกใหม่และรวมไว้ในเครือข่ายทางสังคมและเศรษฐกิจ ฯลฯ หากพื้นที่นั้นมีความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จ

นอกจากนี้ การจะเป็นผู้ประกอบการ โดยการจะทำได้นั้นจะต้องมีปัจจัยทางด้านต่างๆ ที่จะผลักดันเช่น ลักษณะของตัวเอง (Thechatakerng & Rungkrit, 2013) ทุน สังคม ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ โดยการสร้างผู้ประกอบการต้องใช้วิธีดำเนินการในหลายรูปแบบแนวทางในการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการรายใหม่ (Thechatakerng & Potasin, 2013)

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

การประกอบการหรือการประกอบอาชีพอิสระ เป็นคำที่มีความหมายกว้างและยังมีคำเรียกกิจการงานที่มีลักษณะงานที่คล้ายคลึงกันนี้อีก ได้แก่คำว่าอาชีพส่วนตัว และคำว่า การประกอบธุรกิจขนาดย่อม ความหมายที่มักจะเข้าใจกันโดยทั่วไปมักจะหมายถึง อาชีพที่เป็นนายจ้างของตนเอง มีความเป็นอิสระ ไม่เป็นลูกจ้างรับเงินเดือนจากนายจ้าง แต่ได้รับค่าตอบแทนจากกิจการของตนเอง สำหรับความหมายอย่างเป็นทางการที่ชัดเจนยังไม่มีการกำหนดไว้ (Freiling, 2007)

Lazear (2003) อธิบายว่าการประกอบธุรกิจนับเป็นเรื่องสำคัญที่สุดที่ผู้คาดหวังจะเข้าไปเป็นเจ้าของธุรกิจกำลังเผชิญอยู่คือ การทำให้เกิดผลสำเร็จจากการเข้าไปประกอบธุรกิจของตนเอง เรื่องนี้ส่งผลกระทบที่เห็นได้ชัดต่อการตัดสินใจขั้นสุดท้ายที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยเป้าหมายต่างๆจะเป็นตัวกำหนดหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจขั้นสุดท้ายที่จะเป็นผู้ประกอบการ โดยเป้าหมายต่างๆจะเป็นตัวกำหนดหลักเกณฑ์ในการตัดสินใจทางการบริหารในอนาคต และมาตรฐานที่ใช้สำหรับประเมินผลการปฏิบัติงานของกิจการ คือ

1.กำไรและความมั่งคั่ง(Profit and Wealth)เหตุผลที่สำคัญประการหนึ่งในการเข้าไปประกอบธุรกิจ คือ โอกาสที่จะได้กำไรและสะสมความมั่งคั่ง ผู้ที่คาดหวังจะเป็น

ผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากเชื่อในแนวคิดที่ว่า "ไม่มีทางที่จะร่ำรวยจากการทำงานให้ผู้อื่น" การเผชิญกับอนาคตที่ยังคงเป็นลูกจ้างซึ่งได้รับค่าจ้างเพิ่มขึ้นเพียงเพื่อให้ทันตามภาระเงินเพื่อเท่านั้นทำให้บุคคลเป็นจำนวนมากมองความเป็นเจ้าของธุรกิจด้วยความเข้าใจว่าเป็นวิธีการหนึ่งจากวิธีการที่มีอยู่ไม่มากนัก

2. ความพอใจส่วนบุคคล(Personal Satisfaction)การสร้างธุรกิจจากจุดเริ่มต้นหรือการรับช่วงกิจการที่ตกอยู่ในความมึนงงและพลิกฟื้นให้ประสบความสำเร็จนั้น เป็นความพอใจส่วนบุคคลที่ยิ่งใหญ่

3. ความเกี่ยวข้องของครอบครัว(Family Involvement)สิ่งสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับความพอใจส่วนบุคคลซึ่งบุคคลได้รับจากการเป็นเจ้าของธุรกิจก็คือ ข้อเท็จจริงที่ว่า การเป็นเจ้าของธุรกิจจะเสนอโอกาสให้กับความเกี่ยวข้องของครอบครัวในเรื่องการมีส่วนร่วมในการขึ้นและลงของกิจการสามารถทำให้ครอบครัวมีความเข้มแข็งขึ้นเป็นอย่างมาก

4. ความเป็นอิสระและอำนาจ(Independence and Power)การเป็นเจ้านายตนเองเป็นเรื่องที่ดึงดูดใจเป็นพิเศษในการเข้าไปประกอบธุรกิจ ในบริษัทขนาดใหญ่ความสามารถที่จะเลือกเวลาทำงานได้ตามความพอใจหรือทำการตัดสินใจที่สำคัญๆและไม่ต้องไปรายงานผู้บังคับบัญชาถูกจำกัดอยู่กับบุคคลเพียงไม่กี่คนซึ่งมีตำแหน่งบริหารในระดับสูง

5. สถานภาพทางสังคม(Social Status)การเปลี่ยนมาเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดย่อมทำให้ต้องเปิดอาณาจักรของการติดต่อทางสังคมใหม่ทั้งหมด การเคลื่อนไหวจากการทำงานให้ผู้อื่นมาเป็นเจ้าของซึ่งเป็นผู้บริหารงานเอง มักก่อให้เกิดการติดต่อทางสังคมและความนับถือจากนักธุรกิจ ในธุรกิจขนาดใหญ่และขนาดเล็ก งานของหน่วยงานของรัฐเป็นจำนวนมากต้องอาศัยการสนับสนุนจากวงการธุรกิจ และจากการที่เจ้าของธุรกิจมีสถานภาพทางสังคมผู้ประกอบการจะพบช่องทางที่จะเข้าถึงเหตุการณ์และองค์การที่แตกต่างกัน

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

Collins & Moore (1964) อธิบายว่า ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ ประกอบไปด้วยคุณลักษณะในการเป็นผู้ประกอบการ(Personal Entrepreneurial Characteristics) หรือที่เรียกว่า PECs ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ศักยภาพ 10 คุณลักษณะดังนี้

1) ศักยภาพแห่งความสำเร็จ(Achievement Competencies)

- การแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking)

- ความมุ่งมั่น (Persistence)

- ความมีพันธะต่องาน ความผูกพัน ความรับผิดชอบในงาน (Commitment to Work Contract)

- ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)

2) ศักยภาพแห่งการวางแผน (Planning Competencies)

- การตั้งเป้าหมาย (Goal Setting)

- การประเมินอย่างมีระบบ (Systematic Planning and Monitoring)

- การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking)

3) ศักยภาพแห่งอำนาจ (Power Competencies)

- การชักชวน การชักชวน การมีเครือข่าย (Persuasion and Networking)

- ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self Confidence)

คุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (Kirzner 1974 และ Collins & Moore, 1964) ที่มีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จควรประกอบไปด้วยคุณสมบัติอย่างน้อย 7 ประการดังนี้

1) เป็นนักแสวงหาโอกาส คนที่จะเป็นเจ้าแก๊วใหม่จะต้องเป็นคนที่มีมองเห็นโอกาสต่างๆ ได้แม้อยู่ในภาวะวิกฤตโอกาสที่มองเห็นนั้นก็สามารยหยิบฉวยมาใช้ประโยชน์ได้เหมาะสมกับความสามารถหรือความเชี่ยวชาญที่เรามีอยู่ด้วย ไม่ใช่มองเห็นโอกาส แต่ไม่มีความสามารถที่ถือว่า “เสียของ”

2) ต้องเป็นนักเสี่ยง คือเป็นคนกล้าได้กล้าเสีย เมื่อได้เห็น โอกาสและพอมีความสามารถอยู่บ้างก็ต้องกล้าเสี่ยงที่จะลุยทำไปเลย ไม่ใช่จุกจิกจ้องๆ กล้าๆ กลัวๆ รอจนมันใจก็เข้าเกินไป การเสียแล้วความเป็นนักเสี่ยงไม่ใช่ทำอย่างใจกล้าบ้าบิ่น ไม่มีหลักการเลย

3) ต้องเป็นคนที่มีความคิดริเริ่ม ความคิดริเริ่มหรือความคิดสร้างสรรค์เป็นคุณสมบัติที่สำคัญของเจ้าแก๊วใหม่ เพื่อการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ๆ เขาผู้ตลาดที่มีสภาพการแข่งขันสูงมากอยู่แล้วในปัจจุบัน ความคิดฉีกแนวจากเดิม มักเป็นจุดเริ่มต้นที่ดึงดูด ลูกค้าให้สนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ความคิดสร้างสรรค์อาจหมายถึงความเพ้อฝันด้วยก็ได้ แต่เป็นความเพ้อฝันที่เป็นไปได้ลูกค้าให้สนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ความคิดสร้างสรรค์อาจหมายถึงความเพ้อฝันด้วยก็ได้ แต่เป็นความเพ้อฝันที่เป็นไปได้

4) ต้องเป็นคนที่ไม่ท้อถอยง่าย เจ้าแก๊วใหม่ต้องมีความอดทน มีความฮึด โดยเฉพาะในระยะเริ่มแรกของการสร้างตัวหรือสร้างธุรกิจใหม่ๆ ต้องเป็นคนที่มีความมีมานะและยืนหยัดต่อสู้แม้จะประสบความล้มเหลวเป็นระยะๆ ความไม่ท้อถอยง่ายๆทำให้เราเป็นคนไม่ล้มเหลวหรือจับจด และรู้จักถอดถอนใจเย็นพอที่จะรอคอยเก็บผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

5) ต้องเป็นคนที่ใฝ่รู้อยู่เสมอ การเป็นคนที่รักการเรียนรู้อยู่เสมอทำให้เรามีความคิดสร้างสรรค์และเป็นผู้ที่ตื่นตัวตลอดเวลา มีความสนใจสิ่งรอบตัวจึงปรับเปลี่ยนตั้งรับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วทันการณ์ การใฝ่รู้ยังทำให้เรารู้จักปรับปรุงงานต่างๆ ให้ดีขึ้นด้วย

6) ต้องเป็นคนที่วิสัยทัศน์กว้างไกล การมีจุดหมายในอนาคตที่ชัดเจนคือรู้ว่าจะไปไหนและมีแนวทางดำเนินการไปสู่จุดมุ่งหมายนั้นอย่างชัดเจน ทำให้เราไม่เดินออกนอกเส้นทางอย่างสะเปะสะปะไร้ทิศทาง

7) ต้องมีเครือข่ายดี เก้าแก้วใหม่ที่มีเครือข่ายดีหมายถึง มีเพื่อนฝูงมากมีคนช่วยชี้แนะช่วยสนับสนุนช่วยเหลือและมีแหล่งข้อมูลมากมาย

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่าคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จหรือจะเกิดการประกอบการเกิดจากการเรียนรู้บ่มเพาะหรือหล่อหลอมใฝ่หาฝึกฝน เพื่อการพัฒนาไปสู่คุณลักษณะที่ดี

การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร

การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร หมายถึง การนำผลิตผลทางการเกษตรมาแปรสภาพจากลักษณะเดิมไป เป็นกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน ซึ่งอาจเกิดจากการแปรสภาพตามธรรมชาติให้ต่างไปจากเดิมเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งมีทั้งสินค้าเกษตรด้านที่ไม่ใช่อาหารและด้านอาหาร การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร สามารถทำได้ดังนี้

1. การสร้างแบรนด์คือ มีตราสินค้าหรือเครื่องหมายของสินค้า ทำให้เรามีความภาคภูมิใจในสินค้าและ เกิดความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาสินค้า ทำให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ และลดการเลียนแบบสินค้า ทำให้ผู้ซื้อจดจำสินค้า ของเราได้ทำให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ และลดการเลียนแบบสินค้า

2. หาทางเลือกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์เช่น การลดภาวะ โลกร้อน เป็นกระบวนการผลิตที่ช่วยลดก๊าซเรือน กระจกหรือมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณต่ำ รวมถึงเป็นแนวทางในการเลือกซื้อสินค้าที่จะช่วยลดภาวะ โลกร้อน อีกทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมและตั้งรับให้กับภาคอุตสาหกรรมการผลิตในการส่งออกสินค้า ไปยังตลาดต่างประเทศที่มีมาตรการการกีดกันทางการค้า และมีแนวโน้มว่าเราอาจจะถูกกำหนดจากประเทศคู่ค้า ให้แสดงปริมาณการปล่อยก๊าซเรือน กระจกบนผลิตภัณฑ์ที่จะส่งออกไปจำหน่ายมากขึ้น การใช้วัตถุดิบใน กระบวนการผลิต วัตถุดิบ

บางประเภทสามารถก่อให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ เช่น การเผาปูนขาวใน กระบวนการผลิตปูนซีเมนต์ กระบวนการผลิตมีการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูง เช่น การผลิตถ่านหิน น้ำมัน ปาล์ม โอเลอิน ชนิดบรรจุขวดและชนิดถุงเติม ตรา หยก เป็นต้น

3. บรรจุก๊าซสร้างสรรค์คือ บรรจุก๊าซที่มีการออกแบบโดยอาศัยเทคโนโลยีและแนวคิดสร้างสรรค์ ซึ่งมี องค์ประกอบ 3 ส่วนคือ ส่วนประโยชน์ต่อการใช้งาน ส่วนให้ความรู้สึกถึงอารมณ์ผู้บริโภค เช่นบรรจุก๊าซ ซานอ้อยเพื่อสิ่งแวดล้อม โดยนำกากซานอ้อยที่เหลือใช้ใน โรงงานผลิตน้ำตาลมาพัฒนาเป็นบรรจุก๊าซสำหรับอาหารเพื่อทดแทนบรรจุก๊าซแบบเดิมที่ใช้โฟม

นอกจากนั้นการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรด้านอาหารและไม่ใช่อาหารสามารถนำผลผลิตทางการเกษตรซึ่งมีอยู่ในรูปวัตถุดิบมาผ่านขบวนการ ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มาใช้ในกรรมวิธีการผลิต การแปรรูปเพื่อสามารถบริโภค มีอายุยืนยาวขึ้น ตลอดจนความสะดวกสบายในรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จรูป

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าเกษตรด้านอาหาร เป็นผลผลิตสด ได้แก่ ผัก-ผลไม้สด, อาหารแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น ผลผลิตทางการเกษตรที่ใช้เป็นวัตถุดิบส่วนใหญ่มีอายุการเก็บสั้น จึงต้องมีการแปรรูป สาเหตุสำคัญที่ทำให้อาหารเสื่อมเสีย ได้แก่การเปลี่ยนแปลงทางเคมีและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากจุลินทรีย์ดังนั้นหลักการในการยืดอายุการเก็บและ การแปรรูปอาหารคือ การยับยั้งหรือชะลอการเสื่อมเสียที่เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าเกษตรด้านที่ไม่ใช่อาหาร ได้แก่ ผ้าและสิ่งทอ, หัตถกรรม และสิ่งประดิษฐ์จากวัตถุดิบทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม เป็นต้น การสร้างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะให้กับแบรนด์ เช่น สินค้าเฟอร์นิเจอร์ทำวัสดุจากไม้ เน้นการใช้ฝีมือแรงงานคน (Craftsmanship) มากกว่าการใช้เครื่องจักร เพื่อให้ผิวสัมผัสของเนื้อไม้และลวดลายเกิดมีความเป็นธรรมชาติ การส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์สร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการบริการ สร้างมูลค่าเพิ่มจากการแปรรูปและเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เช่น ชมแปลงเกษตรอินทรีย์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านบริการ แม้ว่าการท่องเที่ยวจะเป็นแหล่งทำรายได้และการจ้างงานที่สำคัญ แต่ก็ได้ส่งผลกระทบในเชิงลบทางสังคมและ

สิ่งแวดล้อมหลายประการ อาทิความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติรวมทั้ง วิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่นที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตาม ธุรกิจบริการที่ต่อเนื่องกับการท่องเที่ยว ยังไม่ได้รับการพัฒนาให้เต็มศักยภาพ นอกจากนี้ยังต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านบริการการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงพอและขาดคุณภาพ การเอาใจเอาเปรียบนักท่องเที่ยว ความไม่ปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน

4. การสร้างความสมดุลระหว่างการผลิตกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาธุรกิจชุมชน สร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจแก่ธุรกิจชุมชน โดยส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และภาคีการพัฒนาต่างๆ ในการร่วมกันพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ในรูปเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชน จัดทำระบบข้อมูลสินค้าชุมชน สนับสนุนการจัดทำแผนแม่บทเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ที่เน้นการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ โดยให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการได้ด้วยตนเองตั้งแต่การผลิต จนถึงการตลาด ให้มีการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านและบริการในท้องถิ่น ที่เชื่อมโยงกับธุรกิจการท่องเที่ยว

5. การสร้างกระแสผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สินค้าเกษตรก็ไม่ต่างจากสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปที่สามารถใช้เครื่องมือในการโฆษณาประชาสัมพันธ์มา สร้างกระแสความนิยมเพื่อกระตุ้นให้ตลาดเติบโตแบบก้าวกระโดดได้ อย่างเช่น ภาครัฐเคยมีโครงการณรงค์ให้คน คัดมันม ก็ช่วยให้ตลาดคนมเติบโตขึ้นอย่างมาก ต้นลิลาวดีหรือชื่อเดิมคือถั่วลิสง มีความเชื่อเดิมว่าชื่อไม่เป็นมงคล ปลูกเฉพาะในวัด แต่เมื่อมีการเปลี่ยนชื่อและท่า การตลาดแบบ สร้างกระแสผ่านสื่อต่างๆ ทำให้กลายเป็นไม้ประดับ ยอดฮิตในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา มีเกษตรกรผู้ปลูกต้นไม้มันนี่ร้านรายขึ้นและน่าจะกลายเป็นต้นไม้เศรษฐกิจอีก ชนิด หนึ่งของเกษตรกรไทยสิ่ง ที่เกิดขึ้นกับต้นลิลาวดีก็เคยเกิดขึ้นมาแล้วกับกล้วยไม้ บอนสี ใป้ยเขียนและว่านต่างๆ ที่เคยได้รับความนิยมเป็นช่วงๆ เป็นต้นไม้ที่มีผู้นิยมปลูกเป็นงานอดิเรก มีตลาดซื้อขายแลกเปลี่ยนกันอย่าง กว้างขวาง ซึ่งไม่ต่างอะไรกับสินค้าแฟชั่นอย่างเสื้อผ้าที่มีกระแสความนิยมแบบขึ้นๆ ลงๆ ตัวเก่าเลิกฮิตก็จะมีตัว ใหม่เข้ามาแทนที่ ดังนั้นสินค้าเกษตรประเภทไม้ดอก ไม้ประดับ รวมถึงเพาะสัตว์เลี้ยงก็น่าจะยืมแนวทางการตลาด ของสินค้าแฟชั่นมาใช้ทำการ ตลาดได้ไม่ว่าจะเป็นการปลูกกระแสผ่านคนดังหรือการจัด

กิจกรรมทางการตลาด อย่างการจัด Exhibition หรือการประกวด เป็นต้น (กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว) 2561 ได้นำแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มและปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงให้กับสินค้าเกษตรดังนี้

1. การผลิตของสินค้าเกษตรนอกฤดูกาล (มีต่อเนื่องตลอดทั้งปี) เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าผลผลิตนอกฤดูกาล
2. การผลิตสินค้าเกษตรตรงกับความต้องการเฉพาะตลาดหรือกลุ่มผู้บริโภค
3. การให้ผลผลิตทางการเกษตรที่ยั่งยืนที่ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้อย่างเหมาะสม

สามารถได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสมกิจกรรมจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ

4. การจัดการในการเพาะปลูกที่ดีและเหมาะสม หมายถึง ลดการใช้สารเคมีและหันมาใช้วิธีธรรมชาติตามแนวทางของเกษตรอินทรีย์มากขึ้น เช่น การใช้ปุ๋ยชีวภาพปุ๋ยพืชสด หรือน้ำหมักชีวภาพแทนปุ๋ยเคมีหรือการใช้สมุนไพรในการกำจัดศัตรูพืชสิ่งต่างๆ เหล่านี้ส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติยังคงอุดมสมบูรณ์ตามเดิม เมื่อดินดีน้ำดีผลผลิตก็มีคุณภาพ ลดการพึ่งพาสารเคมีซึ่งช่วยลดต้นทุนการผลิตไปได้มาก ที่สำคัญที่สุดเมื่อการจัดการเกษตรของเราปลอดสารเคมีในทุกกระบวนการ ผลผลิตของเราก็จะผ่านการรับรองมาตรฐานการผลิต หรือ GAP ซึ่งจะให้ผู้บริโภคมั่นใจในคุณภาพสินค้า สินค้าเป็นที่ต้องการในตลาด และราคาจำหน่ายก็ดีขึ้นตามไปด้วย มาตรฐาน GAP เพิ่มเติมว่า “สำหรับมาตรฐาน การผลิตที่เหมาะสม หรือ GAP นั้น จะครอบคลุมในทุกๆ กระบวนการผลิตสินค้าเกษตรตั้งแต่การเริ่มเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว และหลังการเก็บเกี่ยว จนถึงมือผู้บริโภค ดังนั้นหลังจากเก็บเกี่ยวผลผลิตได้แล้ว เกษตรจะต้องมีการจัดการเพื่อรักษาคุณภาพของผลผลิตให้สมบูรณ์ที่สุดจนกว่าจะขนส่งถึงมือผู้บริโภค ซึ่งจะต้องเป็นไปตามวิธีธรรมชาติหรือหากจำเป็นต้องใช้สารเคมีก็ควรใช้อย่างถูกต้องและเหมาะสมตามที่มาตรฐานกำหนด นอกจากนี้สินค้าเกษตรทุกชิ้นจะต้องสามารถตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ถึงที่มาที่ไปตั้งแต่เริ่มการเพาะปลูกจนถึงสิ้นสุดกระบวนการขนส่งได้อาทิแหล่งที่มาของเมล็ดพันธุ์วันที่เริ่มปลูกวันที่ใส่ปุ๋ย วันที่เก็บเกี่ยว เป็นต้น

5. เสริมสร้างประสิทธิภาพด้านการตลาดและการกระจายผลผลิตไปสู่ตลาดและเตรียมความพร้อมเพื่อ

แนวคิดการจัดการทางการเงิน

ไม่ว่าธุรกิจจะมีรูปแบบองค์กรเป็นอย่างไรก็ตามจะเป็นกิจการขนาดเล็ก ขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ ผู้บริหารการเงินจะมีหน้าที่หลักในการบริหารเพื่อทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่กิจการนั้นหมายถึงการบริหารเพื่อให้เกิดผลกำไรและขยายกิจการให้เกิดความเจริญเติบโตในอนาคตอันจะส่งผลให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูงสุดแก่กิจการ (maximizing value of the firm)

ดังนั้นหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารการเงินจะมี 5 ประการ (SiamCashflow : ระบบออนไลน์) คือ

1. หน้าที่ในการพยากรณ์และวางแผน (forecasting and planning)
2. หน้าที่ในการตัดสินใจลงทุนและจัดหาเงินทุน (investment and financing decision)
3. หน้าที่ในการประสานงานและควบคุม (coordination and control)
4. หน้าที่ในการเป็นตัวแทนขององค์กรทำการติดต่อกับตลาดการเงิน (dealing with the financial market)
5. หน้าที่ในการบริหารความเสี่ยง (risk management)

หน้าที่ในการพยากรณ์และวางแผน (forecasting and planning)

ผู้บริหารการเงินจะมีหน้าที่ในการประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อรับข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการพยากรณ์ และวางแผนทางการเงิน ซึ่งการพยากรณ์และการวางแผนสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ - การพยากรณ์และการวางแผนการเงินระยะสั้น - การพยากรณ์และการวางแผนการเงินระยะยาว เพื่อพยากรณ์หรือคาดการณ์เกี่ยวกับการรับและจ่ายเงินสดของกิจการว่าเป็นอย่างไร ในแต่ละเดือนมีเงินสดส่วนเกินหรือเงินสดขาดมือจำนวนเท่าใด ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารสามารถวางแผนว่าถ้าในเดือนที่กิจการมีเงินสดส่วนเกินควรนำเงินไปลงทุนอย่างไร หรือเดือนใดที่เงินสดขาดมือควรจัดหาเงินสดมาจากแหล่งใด การพยากรณ์และวางแผนการเงินระยะสั้นนี้ช่วยให้กิจการได้ใช้เงินทุนระยะสั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดและรักษาสภาพคล่องของกิจการอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นการพิจารณาการตัดสินใจลงทุน ซึ่งกิจการต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง โดยให้ผลตอบแทนในระยะยาว จึงจำเป็นต้องทำการพิจารณาให้รอบคอบก่อนการตัดสินใจลงทุนข้อมูลที่

นำมาประกอบการตัดสินใจต้องเป็นข้อมูลที่มีความแม่นยำเพื่อให้การวิเคราะห์นั้นตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด จึงสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หน้าที่ในการตัดสินใจลงทุนและจัดหาเงินทุน (investment and financial decision)

ปัญหาการตัดสินใจของผู้บริหารการเงินแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ปัญหาการตัดสินใจระยะสั้น เช่น ปัญหาในกรณีที่กิจการจะทำการผลิตชิ้นส่วนเอง หรือซื้อปัญหาว่าควรขายสินค้า หรือผลิตต่อแล้วขาย หรือปัญหาว่าควรยกเลิกสินค้าที่มีผลขาดทุนหรือไม่ ปัญหาการตัดสินใจระยะยาว ซึ่งหมายถึงโครงการลงทุนต่าง ๆ เช่น การสร้างโรงงานแห่งใหม่เพื่อทดแทนโรงงานเดิม การผลิตสินค้าใหม่เพิ่มเติม เป็นต้น ไม่ว่าจะเป็นปัญหาระยะสั้นหรือระยะยาว การตัดสินใจจะมีประเด็นที่สำคัญอยู่ 2 ประการคือ การตัดสินใจจัดหาเงินทุน และการตัดสินใจใช้เงินลงทุน โดยมีหลักการว่าในการจัดหาเงินทุนควรเป็นแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำที่สุดและความเสี่ยงต่ำที่สุด โดยเงินทุนจะได้มาจากหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น ซึ่งเงินทุนจากส่วนนี้จะมีต้นทุนในรูปของดอกเบี้ยจ่ายซึ่งจะต่ำกว่าเงินทุนจากส่วนของผู้ถือหุ้นที่มีต้นทุนในรูปของเงินปันผลหรือกำไร (ขาดทุน) นอกจากนี้ความเสี่ยงก็ต่ำกว่าด้วยการตัดสินใจนำเงินทุนไปใช้ แบ่งออกเป็น 2 ทางคือ ใช้ลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียนซึ่งจะทำให้กิจการมีสภาพคล่องสูง แต่ความสามารถในการทำกำไรจะต่ำกว่า เมื่อเทียบกับการลงทุนในสินทรัพย์ถาวร

หน้าที่ในการประสานงานและควบคุม (coordination and control)

ในการปฏิบัติงานผู้บริหารการเงินจะต้องประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินกิจการเพื่อมั่นใจว่ากิจการจะมีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ การตัดสินใจทุก ๆ ด้านของกิจการจะต้องมีส่วนสัมพันธ์หรือมีผลกับเรื่องของการเงินเสมอ เช่น การตัดสินใจด้านการตลาดเกี่ยวกับการออกผลิตภัณฑ์ใหม่จะมีผลกระทบต่อความต้องการในการขยายการลงทุน การจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม ผลกระทบต่อความต้องการในการขยายการลงทุน การจัดหาเงินลงทุนจากแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม ผลกระทบต่อนโยบายสินค้าคงคลังและความสามารถในการใช้กำลังการผลิตอย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ การดำเนินงานเหล่านี้จะเกิดประสิทธิภาพได้จะต้องอาศัยการประสานงานกันระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะนำข้อมูลมาช่วยตัดสินใจในการวางแผนอันเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ขณะเดียวกันก็สามารถควบคุมการดำเนินงานโดยการตรวจสอบและประเมินผลตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามแผนงานที่วางไว้หรือไม่

หน้าที่ในการเป็นตัวแทนองค์กรทำการติดต่อกับตลาดการเงิน (dealing with the financial market)

ผู้บริหารการเงินจำเป็นต้องติดต่อกับตลาดการเงินเพื่อการระดมทุน โดยสามารถแบ่งตลาดการเงินออกได้เป็น 3 ตลาดดังนี้ ตลาดการเงิน (The financial market) ตลาดเงิน (money market) ตลาดทุน (capital market) ทำหน้าที่ในการระดมเงินทุนระยะสั้นที่มีอายุการชำระหนี้ไม่เกิน 1 ปี แหล่งเงินทุนหรือสถาบันที่ทำหน้าที่เป็นตลาดเงินได้แก่ เจ้าหนี้การค้า เงินเบิกเกินบัญชี (overdraft account) ตลาดรับซื้อคืน (repurchase market) แต่ละตลาดมีหน้าที่ในการระดมเงินทุนหรือจัดหาเงินทุนให้แก่ธุรกิจ โดยทำหน้าที่ในการระดมเงินทุนระยะยาวที่มีอายุการชำระหนี้เกิน 1 ปี โดยมีแหล่งเงินทุน ได้แก่ เงินกู้ยืมระยะยาวจากธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงิน ตลาดหลักทรัพย์ ตลาด OTC ดังนั้นการที่ธุรกิจจัดหาเงินทุนต้องพิจารณาวัตถุประสงค์ว่าจะนำเงินไปลงทุนอะไร ถ้าลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน ควรจัดหาเงินทุนจากตลาดเงิน แต่ถ้าต้องการลงทุนในสินทรัพย์ถาวรควรจัดหาเงินทุนจากตลาดทุน โดยพิจารณาเงินทุนแต่ละแหล่งว่ามีต้นทุนของเงินทุนและความเสี่ยงเป็นอย่างไร ซึ่งผู้บริหารควรเลือกแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนและความเสี่ยงต่ำสุด

หน้าที่ในการบริหารความเสี่ยง (risk management)

กิจการทุก ๆ แห่งต้องเผชิญกับความเสี่ยง 2 ลักษณะ คือ

1. ความเสี่ยงนอกระบบ (unsystematic risk) เป็นความเสี่ยงอันเกิดจากภายในองค์กร และองค์กรสามารถควบคุมได้ขึ้นอยู่กับ ผู้บริหารขององค์กรว่ามีความสามารถบริหารงานเพื่อขจัดความเสี่ยงได้มากน้อยเพียงใด เช่น ความเสี่ยงเรื่องสภาพคล่องทางการเงินของกิจการ

2. ความเสี่ยงภายในระบบ (systematic risk) ความเสี่ยงอันเกิดจากภายนอกกิจการ เป็นความเสี่ยงที่ควบคุมไม่ได้ ผู้บริหารต้อง มีความสามารถในการพยากรณ์ทิศทางหรือแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง เช่น การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย (interest rate) หรืออัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา (foreign exchange rate)

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี วิทยาศาสตร์ ความเสี่ยงในระบบ (systematic risk) หน้าที่ต่าง ๆ ภายในองค์กรธุรกิจ ความเสี่ยงนอกระบบ (unsystematic risk)

แนวคิดด้านนวัตกรรมทางการเงิน (Financial Innovation)

ยุคปัจจุบันโลกมีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องและเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว โดยมีพัฒนาการทางเทคโนโลยีที่เอื้อให้เกิดวิวัฒนาการของ “เงิน” และ “รูปแบบการชำระเงิน” ในแต่ละยุคสมัย ตั้งแต่ยุคที่ผลิต “เงิน” ขึ้นมาใช้เพื่อเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนแทนระบบการแลกเปลี่ยนสิ่งของ (barter system) จากเงินในรูปสิ่งของมาเป็นเงินโลหะที่มีมูลค่าตามจริง จนมาสู่ยุคเงินในรูปแบบเหรียญกษาปณ์ ธนบัตร ที่ไม่ได้มีมูลค่าตามจริง แต่มีการตรามูลค่าและมีสินทรัพย์หนุนหลังตามกฎหมาย ซึ่งโดยหลักแล้ว เงินถูกผลิตมาเพื่อทำหน้าที่ 3 ด้าน คือ 1) เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน 2) เป็นมาตรฐานในการวัดมูลค่าสิ่งของ และ 3) เป็นสิ่งที่รักษามูลค่า นอกจากนี้พัฒนาการของ “เงิน” แล้ว ด้าน “ระบบการชำระเงิน” ก็มีพัฒนาการมาเป็นลำดับเช่นกัน ตั้งแต่ระบบที่มีตัวกลางทางการเงิน (centralized) โดยเฉพาะระบบธนาคารที่มีธนาคารเป็นตัวกลางทำหน้าที่รับฝากถอนโอนเงินที่ผูกกับบัญชีเงินฝาก (account-based system) ต่อมามีการพัฒนาโดยนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เกิดการโอนเงินข้ามธนาคาร และมาถึงปัจจุบันที่มีการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (electronic payment)

ในระยะหลังหน่วยงานที่ไม่ใช่ธนาคาร (non-bank) เริ่มเข้ามามีบทบาทในการให้บริการทางการเงินมากขึ้น ขณะที่ระบบเทคโนโลยีล่าสุดได้มีการพัฒนาที่เอื้อให้เกิดการชำระเงินระหว่างกัน โดยไม่อาศัยตัวกลาง (decentralized) อีกทั้งเทคโนโลยียังช่วยให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ๆ ที่ใช้แทนเงินสด เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต เงินดิจิทัล จนมาในปัจจุบันเริ่มมีแนวคิดพัฒนาสกุลเงินดิจิทัลที่ใช้แทนสกุลเงินท้องถิ่น รวมถึง คริปโทเคอร์เรนซี (cryptocurrency) ที่ไม่ได้ถือเป็นเงินตราตามกฎหมายแต่เป็นหน่วยข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่ถูกสร้างขึ้นมาบนระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน ทำธุรกรรมระหว่างกันได้โดยไม่ต้องผ่านตัวกลาง จะเห็นได้ว่าวิวัฒนาการของเงินและระบบการเงินเช่นนี้ จำเป็นต้องอาศัยพัฒนาการทางเทคโนโลยีและระบบโครงสร้างพื้นฐานการสื่อสาร โทรคมนาคมรองรับ เช่น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง สมาร์ทโฟน เทคโนโลยี 3G 4G 5G

นวัตกรรมทางการเงินที่เกิดขึ้นทั่วโลกทำให้แนวโน้มการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่ๆ อาทิ การใช้ e-Payment แทนเงินสดเป็นที่นิยมมากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศสวีเดน ซึ่งจัดว่าเป็นประเทศแรกในโลกที่เข้าใกล้สังคมไร้เงินสด (cashless society) มาก นอกจากนี้ยังมีอีกหลายประเทศใช้ e-Payment ในมูลค่าที่ใหญ่กว่าขนาดเศรษฐกิจ เช่น สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย รัสเซีย แคนาดา เป็นต้น

สำหรับประเทศไทย คนไทยมีพฤติกรรมการใช้ e-Payment สูงขึ้นต่อเนื่องเช่นกัน แต่ส่วนใหญ่ยังนิยมใช้เงินสด สะท้อนได้ว่าประเทศไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการก้าวเข้าสู่สังคม

ไร้เงินสด คนไทยเพิ่งเริ่มใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีทางการเงินและเริ่มหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินใหม่แทนเงินสด อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบการชำระเงินส่งผลให้เห็นการเติบโตที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็วของสื่อการชำระเงิน e-Payment เช่น การโอนและชำระเงินผ่านอินเทอร์เน็ต (internet banking) ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile banking) และเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-money) ประกอบกับการที่เศรษฐกิจไทยเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างหลายด้าน เช่น การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าแบบดั้งเดิมไปสู่การค้าอิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) รวมทั้งการพัฒนา ระบบการชำระเงินซึ่งมีส่วนช่วยพัฒนาระบบการเงินให้ทันสมัยและสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

แนวคิดเกี่ยวกับ e-Payment

ในปัจจุบันรูปแบบการใช้ชีวิตของมนุษย์ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีที่ได้มีการพัฒนาไปข้างหน้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อแสวงหาความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตให้มากขึ้น ดังเช่นการพัฒนา ระบบการชำระเงินแบบ e-Payment หรือ Electronic Payment System ที่ถูกสร้างขึ้นมาให้สอดคล้องกับการใช้งานของเทคโนโลยี และวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน ซึ่งจะมีลักษณะเป็นกระบวนการส่งมอบในลักษณะของการโอนชำระเงินผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน ที่มีตัวกลาง Payment Gateway ในรูปแบบ Website ที่ทำให้สามารถทำการชำระค่าบริการ หรือทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ผ่านบัตรเครดิตได้

โดยทั้งหมดนี้ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล เพื่อลดงบประมาณในการผลิตธนบัตร ลดปัญหาในการฟอกเงิน หลบเลี่ยงภาษี เพื่อให้การเก็บภาษีมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ ง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งระบบ Electronic Payment System นี้จะอยู่ภายใต้การดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งหากธุรกิจใดที่ต้องการใช้งาน จำเป็นจะต้องขออนุญาตธนาคารแห่งประเทศไทยก่อนเกิดการใช้งาน และธุรกิจ Electronic Payment System ที่อยู่ภายใต้การดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทยประกอบด้วยบริการทั้งหมด 8 ประเภทดังนี้ (Am2b Marketing : ระบบออนไลน์)

1. การเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) คือมูลค่าของเงินที่ถูกบันทึกในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งอาจมาจากการใช้ชำระค่าสินค้า หรือทำธุรกรรมอื่นๆ แทนเงินสด
2. บริการเครือข่ายของบัตรเครดิต คือเครือข่ายที่จะให้บริการในการรับส่งข้อมูลทางการเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ไปยังผู้ให้บริการบัตรเครดิตต่างๆ

3. บริการเครือข่าย EDC Network คือจุดเชื่อมโยงเครือข่ายของการให้บริการอุปกรณ์ หรือเครื่องมือที่รับส่งข้อมูลการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ

4. บริการสวิตชิงในการชำระเงิน (Transaction Switching) คือบริการที่เป็นส่วนรวม หรือจุดเชื่อมต่อของการรับส่งข้อมูลการชำระเงิน ให้กับผู้ใช้บริการตามที่ได้ตกลงกันไว้

5. บริการหักบัญชี (Clearing) คือการบริการในการรับส่งข้อมูล ตรวจสอบ และยืนยันในคำสั่งของการชำระเงิน เพื่อให้กระบวนการชำระดุลระหว่างเจ้าหนี้ และลูกหนี้ให้สำเร็จ

6. บริการชำระดุล (Settlement) คือบริการระบบการชำระเงินที่ตกลงกันไว้ล่วงหน้า เพื่อหักเงินของผู้ใช้บริการ ไปให้เจ้าหนี้

7. บริการรับชำระเงินแทน บริการที่คิดขึ้นมาเพื่อชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์แทนเจ้าหนี้

8. บริการการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่านอุปกรณ์ หรือผ่านทางเครือข่าย เป็นการชำระเงินผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แต่จะไม่มีเก็บเงินไว้

ข้อดีของ e-Payment

1. เพิ่มความรวดเร็ว และความสะดวกสบาย การชำระเงินผ่านระบบอี-เพย์เมนท์ นับว่าเป็นวิธีการที่รวดเร็ว และสะดวกสบายเป็นอย่างมากในการชำระเงิน เมื่อเทียบกับวิธีการชำระเงินแบบดั้งเดิมอย่างเงินสดหรือเช็คเนื่องจากคุณสามารถชำระค่าสินค้าหรือบริการออนไลน์ได้ตลอดเวลาทั้งกลางวันและกลางคืนจากทั่วทุกมุมโลก

2. ยอดขายที่เพิ่มขึ้น เมื่อมีระบบอี-เพย์เมนท์ในยุคนั้นที่ผู้คนหันมาจับจ่ายใช้สอยแบบออนไลน์มากขึ้น การใช้ระบบอี-เพย์เมนท์จึงถือได้ว่าเป็นตัวช่วยที่สะดวกสบายในการทำธุรกรรมทางการเงิน เมื่อสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็วการตัดสินใจซื้อก็ง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งนั่นก็ส่งผลต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้นแน่นอน

3. ลดต้นทุนในการทำธุรกรรมทางการเงิน การทำธุรกรรมทางการเงินนั้น มีค่าใช้จ่ายทางตรง และค่าใช้จ่ายทางแฝงที่คุณอาจคิดไม่ถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าธรรมเนียมในการทำธุรกรรมต่างๆ แม้จะเล็กน้อยแต่ก็ถือเป็นค่าใช้จ่ายที่คุณสามารถหลีกเลี่ยงได้เมื่อเลือกใช้ระบบ e-Payment

ข้อเสียของ e-Payment

1. แม้ว่าจะมีมาตรการที่เข้มงวดเช่นการเข้ารหัสเพื่อให้การชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์มีความปลอดภัย แต่ก็ยังมีความเสี่ยงที่จะถูกแฮ็ค หรือแอบอ้างในการทำธุรกรรมทางการเงินได้ ด้วยข้อเสียตรงนี้อาจทำให้ใครหลายๆ คนยังลังเลที่จะใช้ระบบการชำระเงินแบบนี้
2. การขอเงินคืน มีความยุ่งยากหากข้อมูล หรือหลักฐานในการขอเงินคืนมีไม่มากพอ
3. ต้นทุนในการทำธุรกิจอาจเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการรักษาความปลอดภัย รักษาข้อมูลสำคัญทางการเงินจะต้องมีประสิทธิภาพ และได้รับการพัฒนาดูแลตลอดเวลา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีเงินทุนในการดูแลงานในส่วนนี้มากพอสมควร

แนวคิดเกษตรปลอดภัย

เกษตรปลอดภัยเป็นระบบการเกษตรที่จะให้ผลิตผลที่ปลอดภัยจากสารพิษ หรือปลอดภัยจากการปนเปื้อนของสารและโลหะที่จะมีผลต่อผู้บริโภค นอกจากนี้ระบบการผลิตนั้นจะต้องปลอดภัยกับสิ่งแวดล้อม และเกษตรกรผู้ผลิต (ประสาธ เกศวพิทักษ์ 2018) ความปลอดภัยของสินค้าเกษตร สามารถสรุปได้ดังนี้ ปลอดภัยการปนเปื้อนสารเคมีและจุลินทรีย์ที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ได้แก่สารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชที่ใช้ในระหว่างขั้นตอนการเพาะปลูก และจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดโรค ปนเปื้อนในผลิตผลทางการเกษตรทั้งในระหว่างการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยวและการขนส่ง เช่น เชื้อ *Salmonella spp.* เชื้อ *Escherichia coli* ซึ่งเป็นจุลินทรีย์ที่เกี่ยวข้องกับโรคระบบทางเดินอาหาร เป็นต้น นอกจากนี้ต้องปลอดภัยการปนเปื้อนของสารปฏิชีวนะตกค้างเช่น ในผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำและปศุสัตว์ สารพิษอะฟลาท็อกซินที่เกิดจากเชื้อรา ที่พบมากในถั่วลิสง ข้าวโพด และการใช้วัตถุเจือปนเพื่อการถนอมอาหารอย่างผิดวิธี เช่น สารฟอกขาว สารกันบูด สารบอแรก เป็นต้น ดังนั้นเพื่อเป็นการควบคุมให้เป็นไปตามความปลอดภัยทางด้านการเกษตร หรือ การปฏิบัติที่ดีทางการเกษตร (GAP = Good Agricultural Practice) ควรเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ เป็นการปฏิบัติเพื่อป้องกัน หรือลดความเสี่ยงของอันตรายที่เกิดขึ้นระหว่างการเพาะปลูก การเก็บเกี่ยว และการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว เพื่อให้ได้ผลิตผลที่มีคุณภาพ ปลอดภัย และเหมาะสมต่อการบริโภค

แนวทางปฏิบัติระบบเกษตรที่ดีและเหมาะสม (GAP)

เพื่อเป็นระบบการผลิตที่ไม่เป็นผลร้ายต่อเกษตรกร สิ่งแวดล้อม และได้ผลิตผลปลอดภัยต่อผู้บริโภค ไม่มีสารตกค้างเกินมาตรฐานตามสากลกำหนด โดยการปฏิบัติตามระบบนี้จะมีการตรวจรับรองเช่นเดียวกับระบบเกษตรอินทรีย์ ตลอดห่วงโซ่การผลิตประกอบด้วย

1. การเลือกพื้นที่ ที่เหมาะสมกับพืช 2. มีการจัดการดินอย่างถูกต้องเหมาะสม เช่น ไถพรวนในขณะที่มีความชื้นพอเหมาะ มีการเตรียมการปลูกที่ถูกต้อง 3. เลือกใช้พันธุ์ดี สอดคล้องกับสภาพภูมิประเทศและสภาพแวดล้อม 4. มีการปลูกถูกต้อง ตรงตามฤดูกาล ระยะเวลาปลูกหรือจำนวนต้นต่อไร่ เป็นไปตามคำแนะนำ 5. การดูแลรักษาเป็นไปตามคำแนะนำ กำจัดวัชพืชตามความเหมาะสม ใส่ปุ๋ยถูกต้องตามอัตราและจำนวนที่เหมาะสม เวลาที่พืชต้องการ พื้นที่หรือบริเวณที่ใส่ถูกต้อง การใช้สารเคมีถูกต้องตามคำแนะนำ ไม่ใช้สารเคมีต้องห้าม ไม่ใช้สารเคมีในช่วงห้ามใช้ เช่น ก่อนเก็บเกี่ยว เป็นต้น 6. เก็บเกี่ยว หรือจับสัตว์เมื่อแก่ หรือได้อายุตามมาตรฐานเพื่อให้ผลิตผลที่ดีมีคุณภาพ เช่น เก็บปาล์มน้ำมันเมื่อแก่ ก็จะได้เปอร์เซ็นต์น้ำมันสูง 8. มีสถานที่เก็บผลิตผลที่ได้มาตรฐาน ไม่มีการปนเปื้อน รวมทั้งระบบการขนส่งผลิตผลที่ได้มาตรฐาน ปราศจากการปนเปื้อน

จากขั้นตอนการปฏิบัติที่กำหนดเป็นแนวทาง เพื่อการตรวจรับรองมาตรฐานการผลิต และมาตรฐานผลผลิต ถ้ามีการส่งเสริมให้เกษตรกรดำเนินการตามมาตรฐาน GAP ผลิตภาพการผลิตจะสูงขึ้น ซึ่งก็เท่ากับเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุนการผลิต เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับและสามารถสร้างรายได้ (ประสาธ เกศวพิทักษ์ 2018)

มาตรฐาน GAP สำหรับพืชอาหาร

การรับรองมาตรฐาน GAP ที่ผ่านมา ใช้มาตรฐาน GAP ของกรมวิชาการเกษตรในการตรวจรับรองแปลง โดยที่ผ่านมา มกอช. (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ) ได้พัฒนามาตรฐาน GAP สำหรับพืชอาหาร (มกษ.9001-2552) โดยปรับปรุงและประกาศใช้ในปี 2552 โดยอ้างอิงและเทียบเคียงมาตรฐาน Codex มาตรฐาน ASEAN และมาตรฐานกรมวิชาการเกษตร และในปัจจุบันได้มีการใช้ มกษ. GAP พืชอาหาร (มกษ.9001-2556) ที่ได้ปรับให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ASEAN ซึ่งได้ประกาศเป็นมาตรฐานของประเทศ (ปริญญา จันทศรี 2019)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ได้มีผู้วิจัย เกี่ยวกับการจัดการกลุ่ม (นิสารัตน์ สังข์เสื่อ และพลดา เดชพลมาตย์ 2560) ผู้ประกอบการ ((Potasin & Thechatakerng, 2014, Thechatakerng, 2013, 2012) การสร้างมูลค่าเพิ่ม (อารยา เสือเดช 2559) และการเงินมากมาย (ศิริกุล ตุลาสมบัติ 2559)

ตัวอย่างเช่น นิสารัตน์ สังข์เสื่อ และพลดา เดชพลมาตย์ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวศรีนครอำเภอศรีนคร จังหวัดสุโขทัย มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวศรีนคร และ(2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคในการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวศรีนคร โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการศึกษาเอกสาร, การสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างที่มีการคัดเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ กรรมการบริหารกลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวศรีนคร จำนวน 3 คน, สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวศรีนคร จำนวน 10 คน และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จำนวน 4 คน รวมทั้งสิ้น 17 คน โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวศรีนคร มีวิธีการบริหารจัดการ 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการวางแผน (2) ด้านการจัดองค์การ (3) ด้านการนำองค์การ และ (4) ด้านการควบคุม โดยมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารจัดการมี 3 ปัจจัย ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ (2) ปัจจัยด้านการสร้างเครือข่าย และ (3) ปัจจัยด้านการบริหารงานแบบมีส่วนร่วม และปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการบริหารจัดการมี 1 ปัจจัย ได้แก่ (1) การขาดเทคโนโลยีที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวผลผลิต

ข้อเสนอแนะต่อผลการวิจัยนี้ คือ กลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวศรีนครต้องมีการประสานการดำเนินงานร่วมกันกับหน่วยงานราชการในการกำหนดแผนการวางแผนระยะยาวและต้องมีการยกระดับกิจกรรมของกลุ่มให้เปิดเผยต่อสาธารณะมากขึ้น และภาครัฐ ภาครัฐ และแหลมทอง ศรีพยามน้อย (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรปศุสัตว์อินทรีย์ในจังหวัดขอนแก่น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรปศุสัตว์อินทรีย์ในจังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงบูรณาการ เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์สมาชิก และ 2) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำ ตัวแทนคณะกรรมการ และตัวแทนสมาชิก เพื่อค้นหาศักยภาพด้านการบริหารจัดการของกลุ่ม ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มมีจุดเด่น คือ ผู้นำมีความเสียสละและมุ่งมั่นในการทำงานเพื่อส่วนร่วมภายใต้บริหารจัดการกลุ่มแบบวัฒนธรรมเครือญาติ ทำให้สมาชิกสามัคคีกัน และพร้อมขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ อย่างไรก็ตามกลุ่มมีจุดด้อย คือ ขาดการวางแผนการผลิตและการตลาด และโครงสร้างกลุ่มไม่เป็น

รูปธรรมที่ชัดเจน เมื่อพิจารณาโอกาส พบว่า จากนโยบายรัฐที่เน้นการผลิตและส่งเสริมการบริโภคสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย กลุ่มจึงมีโอกาสดำเนินการสนับสนุนด้านต่างๆ จากหน่วยงานรัฐเพิ่มมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันสภาพเศรษฐกิจของไทยในปัจจุบัน ทำให้จำนวนผู้บริโภคที่จะตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพลดน้อยลงตามไปด้วย ข้อเสนอแนะ คือ กลุ่มต้องมีการวางแผนการผลิตและการตลาด มีการจัดโครงสร้างกลุ่มและบังคับใช้กฎระเบียบและข้อบังคับของกลุ่มอย่างเป็นทางการ ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องเสริมสร้างความรู้ในการบริหารจัดการกลุ่มให้กับผู้นำและสมาชิกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

ส่วนด้านประกอบการ ได้มีผู้วิจัย เกี่ยวกับผู้ประกอบการ มากมายโดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้ว (Freiling, 2008; Baum et Al., 2007; Shepherd & Wiklund, 2005; Robinson, 2004; Bird, 1992; Barreto, Humberto, 1989; Collins and Moore, 1970) หรือแม้แต่ในประเทศที่กำลังพัฒนาเช่นประเทศไทย ก็ได้มีนักวิจัยหลายท่าน (Potasin & Thechatakerng, 2014, Thechatakerng, 2013, 2012, 2009; อมรรัต วิริยะพงษ์ 2551; พัชญาภรณ์ พุ่มไพศาลชัย 2549ว ภาสกร แซ่มประเสริฐ 2548; อัญชล พล เชื้อนคำ 2548; ชมพูนุท จาริบุรณภาพ 2547; ภาณี อุบลศรี 2546) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผู้ประกอบการในหลายๆด้าน เช่น การเปรียบเทียบลักษณะความเป็นผู้ประกอบการและวิธีการจัดการระหว่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงและต่ำ (อมรรัต วิริยะพงษ์ 2551; ภาณี อุบลศรี 2546; ภาสกร แซ่มประเสริฐ 2548; อัญชล พล เชื้อนคำ 2548) ในการดำเนินธุรกิจการค้าและบริการขนาดย่อมและขนาดกลางในจังหวัดเชียงใหม่ โดยอมรรัต วิริยะพงษ์ ได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นผู้ประกอบการ และมีการวัดความสำเร็จในการดำเนินกิจการ ซึ่งเป็นการตรวจสอบว่าผู้ประกอบการได้ดำเนินกิจการธุรกิจนั้น ๆ ประสบความสำเร็จหรือไม่ โดยอาศัยข้อมูลจากหลายด้านเช่นตัวชี้วัดอัตวิสัย (Subjective Indicator) หรือ Seibert,Crant,and Kraimer (1999 อ้างใน ภาสกร แซ่มประเสริฐ,2545) ซึ่งได้กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จไว้ 2 ลักษณะ คือ ตัวชี้วัดด้านอัตวิสัย และตัวชี้วัดด้านภาววิสัย ซึ่งผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการอยู่ 12 ด้าน คือ ใฝ่ความสำเร็จ ความคิดสร้างสรรค์ ความกล้าเสี่ยง กล้าริเริ่ม ความมั่นใจในตนเอง การจัดการความผิดพลาดล้มเหลว แรงจูงใจและพลัง วิสัยทัศน์และเป้าหมาย การแสวงหาข้อมูลและความเชี่ยวชาญจากผู้อื่นและความซื่อสัตย์สุจริต และมีการดำเนินกิจการใน 5 ด้านสูงคือการวางแผน การจัดองค์การ การจัดคนเข้างาน การเป็นผู้นำและการควบคุม ซึ่งได้ประโยชน์ที่ทำให้ทราบถึงลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่จัดเป็นสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการค้าและบริการขนาดย่อม และเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการพัฒนาตนเองให้มีลักษณะความเป็นผู้ประกอบการซึ่งจะช่วย

เพิ่มความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ และยังเป็นข้อมูลในการฝึกอบรม สร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ๆ เพื่อแก้ปัญหาเศรษฐกิจของชาติ

อีกด้านหนึ่งที่ทำการศึกษา คือด้านศักยภาพของผู้ประกอบการใน (สจิ้นันท์ เรื่องกิจ และภุชฉินสา เตชเถกิง 2556; ภุชฉินสา เตชเถกิง 2556ก, 2556ข; พัจญญากรณ์ พุ่มไพศาลชัย 2549) ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (Personal Entrepreneurial Characteristics; PECs) โดยใช้ศักยภาพแห่งความสำเร็จ ศักยภาพแห่งการวางแผนและศักยภาพแห่งอำนาจ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการอำเภอเมืองส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง สมรสแล้วจบการศึกษาปริญญาตรี ซึ่งส่วนใหญ่มีศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการสูง เนื่องจากมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง โดยวัดจากศักยภาพ 3 ด้าน โดยศักยภาพที่ 1 ศักยภาพแห่งความสำเร็จจำนวน 5 คุณลักษณะ คือการแสวงหาโอกาส, ความมุ่งมั่น, ความมีพันธะต่องาน ความผูกพัน ความรับผิดชอบในงาน, ความต้องการไฝ่หาทางด้านคุณลักษณะและประสิทธิภาพ และความกล้าเสี่ยง ศักยภาพด้านที่ 2 คือศักยภาพแห่งการวางแผนจำนวน 3 คุณลักษณะคือ การตั้งเป้าหมาย, การวางแผน, การติดตามการประเมินอย่างมีระบบ, และการแสวงหาข้อมูลและศักยภาพด้านสุดท้าย คือ ศักยภาพแห่งอำนาจ 2 คุณลักษณะ 2 คือ การชี้ชวน การชักชวน การมีเครือข่าย และความเชื่อมั่นในตนเอง ซึ่งทำให้ทราบถึงศักยภาพของผู้ประกอบการในการเป็นผู้ประกอบการและแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาผู้ประกอบการ ด้านการตลาดของผู้ประกอบการ (Thechatakerng, 2009) โดยงานวิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ตลาดของผู้ประกอบการในตลาดเครื่องเงิน ผลงานวิจัยแสดงให้เห็นถึงลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอายุน้อยกว่า 40 จะมีการใช้นวัตกรรมการออกแบบเพื่อนำเสนอสินค้าสู่ตลาดมากกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่า 40 และด้านผู้ประกอบการอพยพ (Thechatakerng, 2012) ที่ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการและทฤษฎีแบบโต้ตอบ - การเรียนรู้ผู้ประกอบการ (Interactive Theory approach – Entrepreneurs' learning; Waldinger, 1986) ที่พบว่าผู้อพยพจะมาเป็นผู้ประกอบการได้ ต้องมีการเรียนรู้และมีประสบการณ์ก่อน โดยเฉพาะจะประกอบกิจการที่ตัวเองคุ้นเคย

ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่นคัทลียา เหลือคณานัน (2560) การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษากระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการใช้นวัตกรรมให้กับยางพาราธรรมชาติ และ ช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการธุรกิจ Rubberly เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ระดับลึกผู้ประกอบการ Rubberly พนักงาน และลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์ Rubberly จำนวน 8 คน เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา สรุปผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการการ Rubberly ได้มีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการใช้นวัตกรรม คือ 1. การใช้นวัตกรรมแปรรูปยางพารา 2.

การใช้นวัตกรรมเพื่อสื่อสารทางการตลาด ปละมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย คือ 1. การออกงานแฟร์(fair) 2. การบอกต่อ 3. การเปิดหน้าร้านตามห้างสรรพสินค้า 4. การใช้ ตัวแทนจำหน่าย 5. ช่องทางออนไลน์ โดยปัจจุบันการผลิตสินค้าด้วยการใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์หรือสินค้าใหม่เพื่อทำให้ผลิตสินค้าได้ ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพต่อการใช้งานและเกิดความน่าสนใจ จากผู้บริโภคเพียงอย่างเดียวไม่พอ แต่การเลือก ช่องทางการจัดจำหน่ายที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายก็มีส่วนช่วยทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากขึ้น อีกด้วย

ชนาธิป จันทร์เรือง (2560) การวิจัยในครั้งนี้ เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผง กรณีศึกษา : น้ำตาลโตนดผง เสน่ห์เมืองเพชร อำเภอท่ายาง จังหวัด เพชรบุรีเพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มและ ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผง เสน่ห์เมืองเพชร และศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น นกับ ผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดผง เสน่ห์เมืองเพชร ดำเนินการด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา โดยเก็บข้อมูลจากการสังเกตและการสัมภาษณ์ระดับลึกจากผู้ให้ข้อมูล คือผู้ประกอบการน้ำตาลโตนดผงผลการศึกษาพบว่า 1) การ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์จะสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพสูงขึ้น สามารถช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น 2) มีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายได้มากขึ้น ผู้บริโภคสามารถหาซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น 3) ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น นกับ ผลิตภัณฑ์ พบว่า มีคู่แข่งในสินค้าประเภทน้ำตาลอยู่มากซึ่งยังมีช่องทางการจัด จำหน่ายที่น้อย และมีเครื่องจักรในการผลิตที่ไม่เพียงพอส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจในอนาคต

ด้านการเงิน เช่น สถาบันคีนันแห่งเอเชีย (2558) ได้ศึกษาถึงความรู้ทางการเงิน พบว่าในสถานการณ์ที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทักษะหนึ่งที่สำคัญสำหรับการดำรงชีวิต ของทุกๆ คนก็คือ ความรู้ทางการเงิน (Financial Literacy) ไม่เพียงแม้จะมีความแตกต่างทางด้านอายุ ระดับ การศึกษา รายได้ และถิ่นที่อยู่อาศัย ไม่ว่าจะเป็นชุมชนเมือง หรือชนบทก็ตาม การมีความรู้ทางการเงินมิได้หมายความว่าเพียงการมีความรู้ทางการเงินเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น แต่ ยัง รวมถึงความสามารถในการนำความรู้ไปใช้เพื่อการสร้างมั่นคงในชีวิต โดยที่ทักษะด้านการเงินที่สนคติ และ พฤติกรรมทางการเงินโดยรวมถือว่ามีความสำคัญเท่าๆ กันกับความสามารถในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการเงิน

Colleen T. A. (2015) ได้ศึกษาความรู้ทางการเงินพบว่าความรู้ทางการเงินประกอบด้วยความรู้ทางการเงินที่แท้จริงและการรับรู้ความเชื่อมั่นทางการเงินมีผลต่อการตัดสินใจทางการเงินอย่างไร จากการใช้ข้อมูลการสำรวจแห่งชาติจากสหรัฐอเมริกาผลลัพธ์บ่งชี้ว่าความเชื่อมั่นทางการเงินเป็นองค์ประกอบสำคัญของการรู้หนังสือทางการเงินและเป็นสิ่งสำคัญในทุกระดับความรู้ อย่างไรก็ตามบุคคลที่มีความมั่นใจสูงหรือผู้ที่มีความเชื่อมั่นสูง (หรือประเมินตนเอง) ความรู้แต่มีความรู้จริงต่ำมีแนวโน้มสูงที่จะมีส่วนร่วมในพฤติกรรมทางการเงินที่มีความเสี่ยง ผลลัพธ์ร่วมกันชี้ให้เห็นว่าการริเริ่มความรู้ทางการเงินไม่ควรมุ่งเน้นที่ความรู้จริงเท่านั้น แต่ยังช่วยให้บุคคลมีความเชื่อมั่นที่ดี นอกจากนี้ ผลของความแตกต่างด้านการศึกษาของเกษตรกรทำให้เกษตรกรมีความรู้ทักษะทางการเงินที่แตกต่างกันจะส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการทางการเงิน พฤติกรรมทางการเงินที่ไม่เหมาะสม และการเข้าถึงบริการทางการเงินของเกษตรกรที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ งานวิจัยเรื่องเกษตรกรปลอดภัยยังมีความสำคัญ โดยเกษตรกรปลอดภัยเป็นระบบการเกษตรที่จะให้ผลิตผลที่ปลอดภัยจากสารพิษ หรือปลอดภัยจากการปนเปื้อนของสารและโลหะที่จะมีผลต่อผู้บริโภค นอกจากนี้ระบบการผลิตนั้นจะต้องปลอดภัยกับสิ่งแวดล้อม และเกษตรกรผู้ผลิต (ประสาท เกศพิทักษ์ 2018) นอกจากนี้ Kanokpond Panyachatiraksa (2017) ยังได้ศึกษาด้าน เกษตรปลอดภัยเกษตรอินทรีย์ กรณีศึกษากลุ่มผักปลอดสารพิษบ้านจำ ต.ปทอยกค จ.ลำปาง ซึ่งได้อธิบายถึงชาวชุมชนบ้านจำ ต.ปทอยกค จ.ลำปาง ที่แสวงหาแนวทางในการผลิตผักปลอดสารพิษและการจัดการด้านการตลาดเพื่อสร้างสุขภาวะให้ผู้ผลิตและผู้บริโภค เป็นการสร้างกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนในการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับองค์ความรู้สมัยใหม่ จนสามารถก่อตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนได้

จากการทบทวนงานวิจัยข้างต้นนี้ผู้วิจัยพบว่ามีหลายๆทฤษฎี เช่นแนวคิดการจัดการกลุ่ม แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางตลาด แนวคิดด้านการเงิน รวมถึงแนวคิดด้านเกษตรกรปลอดภัยต่างๆ จากวิจัยต่างๆที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น ทำให้เห็นว่าในการวิจัยลักษณะนี้ทฤษฎีที่เหมาะสมแก่การทำวิจัยชนิดนี้ได้แก่ ทฤษฎีการจัดการกลุ่ม การเป็นผู้ประกอบการ การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางตลาด ทฤษฎีการเงินและแนวทางเกษตรกรปลอดภัย ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าจะสามารถนำมาใช้กับงานวิจัยนี้ได้ จะทำให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมถึงเรื่องที่จะทำการศึกษาที่มีความน่าสนใจและจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องต่อไป

กรอบแนวคิดของงานวิจัย



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้านการบริหารจัดการเกษตรกรตำบลป่าไผ่ผู้มีความเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัยในช่วงระยะเวลา ตั้งแต่เดือน มกราคม 2562 – สิงหาคม 2562 เป็นระยะเวลา 8 เดือน โดยวิธีการสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มเกษตรกรในชุมชนป่าไผ่

สถานที่

เขตพื้นที่ตำบลป่าไผ่ อำเภอค้อยสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

ประชากร

ประชากรในการศึกษา สภาพการจัดการกลุ่มเกษตรกร ปัญหาและอุปสรรคการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกร และแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ คือกลุ่มเกษตรกรนิเวศสันทราย (AgriEco) ที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์กลุ่มจาก Geenconnex สันทรายโมเดลและ Homm Organic และเครือข่ายเกษตรกรตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาสภาพการจัดการกลุ่มเกษตรกร ปัญหาและอุปสรรคการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกร และแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 รายได้แก่

1. สมาชิกกลุ่มเกษตรกรนิเวศสันทราย (AgriEco) ที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์กลุ่มจาก Geenconnex สันทรายโมเดลและ Homm Organic จำนวน 21 ราย
2. ตัวแทนเครือข่ายเกษตรกรตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 9 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมเพื่อการวิจัยเชิงสำรวจ (exploratory) ในครั้งนี้ ใช้แบบสัมภาษณ์ เพื่อเก็บข้อมูลทั่วไป และวิธีการเสวนากลุ่ม รวมทั้งใช้เครื่องบันทึกเสียง ประกอบการสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation)

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ปลายเปิดเป็นคำถามเพื่อสัมภาษณ์เจาะลึกเป็นรายบุคคล ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

2. การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ปลายเปิดเป็นคำถามเพื่อสนทนากลุ่มกับ สมาชิกกลุ่มเกษตรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) ที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์กลุ่มจาก Geenconnex สันทรายโมเดลและ Homm Organic จำนวน 21 ราย ตัวแทนเครือข่ายเกษตรกรตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 9 ราย ผู้วิจัยได้จัดทำแนวคำถามเพื่อ เป็นแนวทางในการสนทนาแบบกลุ่ม โดยคำถามส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับเรื่องสภาพการจัดการกลุ่มเกษตรกร ปัญหาและอุปสรรคการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกร และแนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะและการสร้างความเป็นผู้ประกอบการ โดยใช้วิธีการทางจิตวิทยา ของ McClelland (1974)

การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่าย
ข้อมูลทางการเงิน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการค้นคว้า จากงานวิจัย ชุมชนและสิ่งพิมพ์ ได้แก่ องค์กรภาครัฐและเอกชน ชุมชน และบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และจากอินเทอร์เน็ต

2. ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้โดยใช้แบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม ที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นที่พื้นฐานมาจากทฤษฎี ดังนี้

ก). ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ สัมภาษณ์ และทำเสวนากลุ่มผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

ข). ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและสัมภาษณ์ตัวแทนเกษตรกรปลอดภัยในตำบลป่าไผ่ เพื่อวิเคราะห์การจัดการกลุ่ม ลักษณะทั่วไปและเพื่อประเมินคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (PEC) สมรรถนะของผู้ประกอบการเกษตรกรปลอดภัย โดยปรับปรุงแบบประเมินให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย (Collins & Moore 1987; McClelland, 1985) นอกจากนี้ ยังใช้แบบประเมิน รวมถึงการเสวนากลุ่ม เพื่อวิเคราะห์ทุนบุคคลและโครงการธุรกิจที่เหมาะสมแก่ผู้ประกอบการเกษตรกรปลอดภัยในอนาคต รวมถึงการเสวนาด้านเกษตรกรปลอดภัย การจัดการธุรกิจเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมการสร้างมูลค่าเพิ่มและการเงิน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีภูมิ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา เป็นการบรรยายประกอบการวิเคราะห์ และนำเสนอในลักษณะของตารางและแผนภาพ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ นำแบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ร่วมกับการสังเกต มาถอดความและสังเคราะห์ในเชิงพรรณนา โดยนำเอาหลักของ Triangulation Method มาใช้ในการออกแบบการศึกษา กล่าวคือใช้แหล่งข้อมูลที่หลากหลาย (Source Of data) และใช้วิธีการที่หลากหลาย (Multi-Method) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ รวมทั้งมีขั้นตอนการวิจัยที่เป็นระบบเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือได้ของการศึกษาในการสัมภาษณ์

ความน่าเชื่อถือ (validity)

งานวิจัยเชิงคุณภาพนี้ เป็นงานที่มุ่งสำรวจจากเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายที่เป็น จำนวนที่จำกัด 30 ราย ที่ผ่านการคัดเลือกเข้าสู่โครงการวิจัยนี้ โดยกลุ่มเป้าหมายมีความประสงค์จะเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรปลอดภัยจริงๆ เพื่อสำรวจข้อมูลเบื้องต้น นอกจากนี้ผู้วิจัยเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการกลุ่มด้านการประกอบการ ด้านการตลาดและด้านการเงิน มากกว่า 10 ปีและที่มงานอีกสามท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านพื้นที่และเป็นผู้ที่อยู่ในพื้นที่มากกว่า 15 ปี ดังนั้นในเบื้องต้นจึงเชื่อได้ว่าข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลที่มีความสมเหตุสมผลและคลาดเคลื่อนน้อย แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากงานวิจัยนี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำกัด จึงทำให้ผลการวิจัยที่ได้ถูกจำกัดไปด้วย (Potasin & Thechatakerng, 2014; Thechatakerng, 2012)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การเตรียมความพร้อมการเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย ใน ตำบลป่าไผ่ เขตอำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 30 ราย สามารถแบ่งส่วนการนำเสนอ ผลการวิจัยออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การบริหารจัดการกลุ่ม

ตอนที่ 2 ผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย

ตอนที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่าย

ตอนที่ 4 การจัดการการเงินผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย

ผู้วิจัยได้มุ่งไปที่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 ราย หลังจากนั้นนำมาวิเคราะห์ ผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย สามารถสรุปได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การบริหารจัดการกลุ่ม

ส่วนที่ 1 สภาพการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ การบริหารจัดการกลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) ได้แก่ กระบวนการบริหารจัดการ การวางแผน โครงสร้างกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม การนำ (ผู้นำกลุ่ม, การบริหารความขัดแย้ง, การทำงาน ร่วมกันเป็นทีม, การติดต่อสื่อสาร) การติดตามและประเมินผล

การบริหารจัดการกลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) มีการวางแผนในการดำเนินงานแต่ละด้าน มีระบบการทำงาน คือกลุ่มจะมีคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) ที่ดำเนินการบริหารจัดการกลุ่ม ดำเนินการแก้ไขปัญหากลุ่ม อำนวยความสะดวก การให้ความรู้ การกำกับติดตาม การรักษาผลประโยชน์ของสมาชิก มีการแบ่งปันผลประโยชน์ให้แก่สมาชิก มีการรายงานผลการดำเนินงาน จัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย รายงานงบท่างการเงินทุกครั้งที่มีการประชุมประจำเดือน และมีกรรมการตรวจสอบการดำเนินงานเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางที่กำหนดไว้ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามวิสัยทัศน์ และวัตถุประสงค์ของกลุ่มที่กำหนดไว้ **สรุปประเด็นการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) ได้ดังต่อไปนี้**

1. การวางแผน การวางแผนของกลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) ความสำคัญของการวางแผนนับได้ว่าเป็นหัวใจของการบริหารจัดการขั้นตอนแรกของกลุ่ม ซึ่งตั้งแต่เริ่มมีการก่อตั้งกลุ่ม

ล้วนต้องอาศัยกลไกการวางแผนเพื่อขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง กลุ่มมีการประชุมวางแผนการดำเนินงานด้านต่างๆ อย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนเรื่องงาน เงิน คน การวางแผนการตลาด การวางแผนการผลิตและการดำเนินงาน มีการวางแผนระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งกำหนดโครงการและกิจกรรมต่างๆ ที่จะดำเนินการ โดยคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) และสมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการวางแผนและระดมความคิด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของกลุ่ม ซึ่งเป้าหมายของกลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) คือมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือ สร้างความมั่นคงทางอาหารของชุมชนที่ปลอดภัย (Food Security) การเข้าถึงอาหารอินทรีย์ในระบบตลาดที่เป็นธรรม (Food for All) รวมถึงการสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคต่อการบริโภคอาหารอินทรีย์ กลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) มีขั้นตอนและมีการวางแผนในการดำเนินงาน การวางแผนเป็นลักษณะการร่วมคิดร่วมทำร่วมวางแผน เกิดสิ่งที่เรียกว่ารับประโยชน์ร่วมกัน คือเป็นที่ยอมรับของสมาชิกกลุ่มร่วมกัน และนำไปปฏิบัติจริง

2. โครงสร้างของกลุ่ม มีการบริหารจัดการที่ชัดเจน มีโครงสร้างองค์กรเป็นรูปธรรมชัดเจน สามารถสร้างความคล่องตัวในการดำเนินกิจกรรมให้กับกลุ่ม จนสามารถบรรลุเป้าหมายร่วมกัน รวมทั้งยังมีการดำเนินบทบาทหน้าที่ ระเบียบปฏิบัติและข้อบังคับ หรือการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ มีการกำหนดกิจกรรมในการดำเนินงานกลุ่มเช่นการประชุมสมาชิกอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกเดือน การกำหนดโครงสร้างของกลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) เป็นไปตามรูปแบบทั่วไปของการจัดแผนกคือ ตามหน้าที่ (Functional) ตามฝ่าย (Divisional) ซึ่งมีการวัตถุประสงค์ของงาน และแบ่งหน้าที่ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดอย่างชัดเจน ประกอบด้วย มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจนตามความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคล โดยได้มาจากการคัดเลือก และในการจัดโครงสร้างของกลุ่ม มีการระบุหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล รวมทั้งมีที่ปรึกษาอาสาจากภายนอกมาช่วย กระบวนการหรือขั้นตอนการดำเนินงานทุกอย่างจะต้องได้รับความเห็นชอบหรืออนุมัติจากคณะกรรมการทั้งหมด ก่อนจะดำเนินการใดๆ โดยให้ทุกคนมีส่วนร่วม

3. สมาชิกกลุ่ม กลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) เกิดขึ้นจากกลุ่มเกษตรกรรุ่นใหม่ เมื่อสมาชิกกลุ่มมีแนวคิดและอุดมการณ์เดียวกันจึงได้มารวมกลุ่มกัน และจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนร่วมกัน มีการแต่งตั้งคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) ขึ้นมาเพื่อวางแผนในการทำงานร่วมกัน มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามความรู้ความสามารถของสมาชิกแต่ละคน ทั้งนี้สมาชิกกลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) ยังมีบทบาทและหน้าที่ในการมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นร่วมกันในการประชุมกลุ่มในแต่ละครั้ง ซึ่งจะจัดขึ้นเป็นประจำทุกเดือน จุดเด่นอีกจุดหนึ่งคือสมาชิกทุกคนมีการให้ความร่วมมือแก่กลุ่มเป็นอย่างดี กลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) เกิดจากการรวมตัวของเกษตรกรที่ได้ร่วมกันจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาด้วยตนเอง โดยไม่

ทั้งฟิงองค์การภาครัฐและเอกชน ซึ่งสามารถดำรงอยู่ได้และได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้เห็นความแข็งแรงของกลุ่มได้ ที่สำคัญคือมีการคัดเลือกสมาชิกที่จะมาเข้าร่วมกลุ่มต้องมีอุดมการณ์เดียวกัน มีการคัดกรองสมาชิก และมีใบสมัครสมาชิกกลุ่ม

4. ผู้นำกลุ่ม ผู้นำที่เป็นทางการกลุ่มเกษตรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) ได้แก่ประธานกลุ่ม และคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) มีบทบาทอย่างมากในการดำเนินโครงการทั้งการประสานขอความช่วยเหลือกับบุคคลภายในชุมชนและบุคคลภายนอกกลุ่มที่ประสานงานความร่วมมือในการทำงานได้เป็นอย่างดี และสามารถทำงานและดำเนินกิจกรรมต่างๆ ซึ่งผู้นำที่เป็นทางการ ทำหน้าที่ในการรวมกลุ่มและพัฒนากลุ่ม และมีส่วนให้สมาชิกในกลุ่มเกิดการหลอมรวมความสามัคคีที่ชักนำการเข้ามามีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่มได้เป็นอย่างดี โดยกระตุ้นให้สมาชิกในกลุ่มเกิดแรงผลักดัน และแรงจูงใจในการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกลุ่มสมาชิกในกลุ่มมีความสัมพันธ์กันดี เพราะมีการเคารพซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ผู้นำกลุ่มยังเป็นที่ยอมรับนับถือจากสมาชิกในกลุ่มรวมถึงคนในชุมชนและนอกชุมชนอีกด้วย มีการเกื้อหนุน ร่วมดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ในขณะเดียวกันความสัมพันธ์ของผู้นำกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา องค์กรพัฒนาเอกชน หน่วยงานเอกชน และชุมชนต่างๆ ถือว่ามีความสัมพันธ์ในระดับที่ดี เมื่อมีการดำเนินกิจกรรมที่ต้องมีส่วนเกี่ยวเนื่องกัน ผู้นำกลุ่มและองค์กรเหล่านั้นจะปรึกษาหารือ แลกเปลี่ยนและร่วมดำเนินกิจกรรมด้วยกัน นั้นแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกลุ่มกับองค์กรต่างๆ การทำงานของผู้นำกลุ่ม คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) และคนในชุมชนทำงานด้วยความเข้มแข็ง ทำงานด้วยความจริงใจ ซึ่งส่งผลดีให้กับกลุ่มเกษตรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) เช่นคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) และแกนนำการทำงานแต่ละกลุ่มทำงานด้วยความเสียสละ ท่วมเทแรงกายแรงใจ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวผู้นำกลุ่ม ในการทำงานหรือการทำโครงการกิจกรรมในแต่ละครั้ง สมาชิกกลุ่มมีความรักสามัคคีกันในหมู่คณะ เกิดแรงกระตุ้นพัฒนาให้คนในกลุ่มต้องการที่จะร่วมกลุ่มกันทำงานเพื่อพัฒนาพัฒนาของตนเอง ให้มีความเข้มแข็ง และยั่งยืน กลุ่มประสบความสำเร็จได้ก็คือผู้นำมีวิสัยทัศน์ ผู้นำมีมุมมองเกี่ยวกับเรื่องเกษตรอินทรีย์ เกษตรกรรมยั่งยืน สนใจปัญหาสิ่งแวดล้อม ความเป็นธรรม จึงรวมกลุ่มกันในลักษณะของเครือข่ายทางสังคมขึ้น มุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือ สร้างความมั่นคงทางอาหารของชุมชนที่ปลอดภัย (Food Security) การเข้าถึงอาหารอินทรีย์ในระบบตลาดที่เป็นธรรม (Food for All) รวมถึงการสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคต่อการบริโภคอาหารอินทรีย์ ผู้นำของกลุ่มเกษตรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) ถือว่าเป็นผู้ที่บทบาทสำคัญในการนำพากลุ่มให้ประสบความสำเร็จ เป็นผู้ให้ความรู้ และแนวทางในการรวมกลุ่มให้เกิดขึ้น ทั้งผู้นำจะต้องได้รับการยอมรับจากสมาชิกในกลุ่ม และมีความเสียสละ มี

ความใฝ่รู้ในเรื่องที่จะนำพากลุ่มสู่ความสำเร็จในทุกๆ ด้าน และทุกโครงการ กิจกรรมที่ได้จัดทำขึ้น ภายในกลุ่ม ลักษณะของผู้นำกลุ่ม มีความเข้มแข็ง มีองค์ความรู้ในด้านการพัฒนา กลุ่ม และ ดำเนินการพัฒนา กลุ่มอย่างจริงจัง โดยเป็นผู้กระตุ้นให้สมาชิกกลุ่มเห็นความสำคัญของการจัดตั้ง ของกลุ่มขึ้นมา

5. การบริหารความขัดแย้ง จากการศึกษา กลุ่มเกษตรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) ไม่มีความ ขัดแย้งในกลุ่ม เพราะการทำงานของกลุ่มส่วนมากไม่ค่อยมีความขัดแย้ง คือให้ความร่วมมือกันดี ในสมาชิกภายในกลุ่ม มีการหาข้อตกลงและสร้างความใจร่วมกัน แต่บางครั้งในการประชุมของ กลุ่ม อาจเกิดความคิดเห็นที่แตกต่างหรือเกิดความขัดแย้งกันบ้าง ทำให้เกิดแง่คิดในหลายมุมมอง ทางสมาชิกกลุ่มร่วมกับคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) จึงต้อง หาวิธีการบริหารความขัดแย้งร่วมกันและเรียนรู้วิธีการเปลี่ยนความขัดแย้งให้กลายเป็นการ สร้างสรรค์ เกิดประโยชน์แก่กลุ่มมากที่สุด ซึ่งจำเป็นต้องมีการประชุมและใช้วิธีการแบบ ประชาธิปไตยในการร่วมแสดงความคิดเห็นร่วมกันของสมาชิกทั้งหมดลงความเห็นด้วยหรือไม่ เห็นด้วย และลงคะแนนเสียงให้ได้มติเป็นเอกฉันท์ในการเห็นชอบ ในแต่ละเรื่องที่มีความคิดเห็น แตกต่างกัน

6. การทำงานร่วมกันเป็นทีม กลุ่มเกษตรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) มีการทำงานร่วมกันเป็น ทีม ซึ่งการทำงานเป็นทีมของกลุ่มเกษตรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ของกลุ่ม มีทีมทำงานในแต่ละฝ่าย ทีมทำงานเข้มแข็งทันต่อการเปลี่ยนแปลง และทีมมีบทบาท สำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของกลุ่ม โดยต้องอาศัยความร่วมมือของกลุ่มสมาชิกเป็นอย่างดี การ ทำงานของผู้นำกลุ่ม คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) และ สมาชิกในกลุ่มทำงานด้วยความเข้มแข็ง ทำงานด้วยความจริงจัง ซึ่งส่งผลดีให้กับกลุ่ม เช่น คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) และแกนนำการทำงานด้วย ความเสียสละ ไม่เกินการเอาเปรียบกันยึดหลักความโปร่งใส อาศัยความรู้ความสามารถของสมาชิก กลุ่มที่แตกต่างกันมากทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดความเชื่อมั่นในตัวผู้นำ และแกนนำ ของกลุ่ม ในการทำงานหรือการทำโครงการแต่ละครั้ง สมาชิกกลุ่มมีความรักสามัคคีกันในหมู่คณะ เกิดแรงกระตุ้นพัฒนา ให้สมาชิกกลุ่มต้องการที่จะร่วมกลุ่มกันทำงานเพื่อกลุ่มของตน ให้ประสบ ความสำเร็จในด้านต่างๆ เป็นกลุ่มที่เข้มแข็ง สมาชิกภายในกลุ่มเกษตรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) ได้ ให้ความร่วมมือกันเป็นอย่างดี โดยเห็นได้จากการเข้าร่วมประชุมพร้อมเพรียงกันในแต่ละครั้ง มีกัน แก่ไขปัญหาาร่วมกัน การทำกิจกรรมร่วมกันเป็นอย่างดี มีความเสียสละร่วมกันทำงานอย่างเต็มที่ นั้นอาจเป็นเพราะมีความเข้ากันของสมาชิกกลุ่มได้เป็นอย่างดี จึงได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายเป็น อย่างดี คือทุกคนทุ่มเททั้งแรงกายแรงใจ แสดงว่ากลุ่มเกษตรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) เข้มแข็งใน

เรื่องของการทำงานเป็นทีม ถ้ากลุ่มนี้ไม่มีสมาชิกช่วยเหลือกันจริงจังก็น่าจะไม่เดินมาถึงขนาดนี้ ที่รวมตัวกันได้เพราะสมาชิกทุกคนให้ความร่วมมือ

7. การติดต่อสื่อสาร การติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มเกษตรกรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) เป็นการสื่อสารโดยใช้วิธีการประชุมกลุ่มร่วมกันระหว่างสมาชิก และคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) ทั้งหมดภายในกลุ่มร่วมกัน มีการติดต่อสื่อสารกันหลายช่องทาง โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นทางไลน์ (Line) เฟสบุ๊ก (Facebook) มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์และข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนความคิดเห็นด้านต่างๆ การประชุมเกษตรกรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) มีความต่อเนื่องเป็นประจำทุก ถือเป็นการประชุมของคณะกรรมการกลุ่มที่ทำให้กลุ่มเกิดการพัฒนา ปัจจุบันการติดต่อสื่อสารจะใช้การประชุมในแต่ละเดือนโดยคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) และสมาชิกก็จะร่วมประชุมด้วย มีการจัดทำวาระการประชุม การบันทึกรายงานการประชุม และการสรุปมติรายงานการประชุมในแต่ละครั้ง มีการชี้แจง ปรีกษาหารือ ทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน หากใครมีปัญหาอะไรก็สามารถเข้าไปสอบถามหรือแจ้งได้ โดยจะทำการประชุมเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อให้เกิดการสื่อสารภายในกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

8. การติดตามและประเมินผล การติดตามและประเมินผล ภายในกลุ่มเกษตรกรนิเวศยั่งยืน (AgriEco) นั้น จากการสัมภาษณ์สมาชิก และการเข้าร่วมสังเกตการณ์ พบว่า มีการติดตามผลการดำเนินงานร่วมกัน มีการรายงานผลการดำเนินงานด้านงาน ด้านเงิน ด้านคน โดยจะต้องมีการจัดเตรียมข้อมูลเพื่อการนำเสนอแก่ที่ประชุมกลุ่ม มีเป้าหมายเพื่อ สรุปปัญหาเพื่อแก้ไขป้องกันปัญหาและสร้างความยั่งยืน การใช้เงินของกลุ่มมีความชัดเจน โปร่งใส มีตัววัดผลได้ชัดเจนจากผลการประกอบการอาจเป็นมติที่ประชุม ซึ่งจะดำเนินการติดตามในการประชุมครั้งต่อไป เพื่อรับทราบกันโดยทั่วกันของกลุ่มสมาชิกทั้งหมด มีการติดตามการดำเนินงานด้านต่างๆ ว่าเป็นไปตามแผนหรือไม่ รวมถึงมีการวางแผนการบริหารจัดการการเงิน การบริหารจัดการกลุ่ม การคำนวณต้นทุนการผลิตการตั้งราคาสินค้าช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการขายสินค้าผ่านออนไลน์ การสร้างเรื่องราวผ่านตัวผลิตภัณฑ์ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการทำการตลาดให้ยั่งยืน และมีเป้าหมายเพื่อสังคม มีการจัดทำระบบบัญชี เพื่อสามารถตรวจสอบและติดตามผลการดำเนินงานด้านการเงินได้ และมีการรายงานผลการดำเนินงานแต่ละด้านในการประชุมแต่ละครั้งทำให้สามารถติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มได้

ส่วนที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

1. ด้านการบริหารจัดการ การก่อตั้งกลุ่มดำเนินการมาได้ 10 เดือน ยังคงต้องมีการปรับเปลี่ยนการบริหารงาน ให้เป็นระบบและอยู่ตัว ในการดำเนินงานมีการวางแผนด้านต่างๆ แต่การดำเนินงานยังไม่บรรลุเป้าหมายตามแผนที่ได้ตั้งไว้ เนื่องจากการกำหนดเป้าหมายยังไม่ชัดเจน และยังไม่มีการกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณ สมาชิกกลุ่มอาจมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันบ้าง
2. ด้านการบริหารจัดการคน ภายในกลุ่มขาดคนประสานงานหลัก เนื่องจากสมาชิกกลุ่มทุกมีงานประจำ ทำให้งานที่ได้รับมอบหมายภายในกลุ่มเกิดความล่าช้า ไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร มีความต้องการในการจ้างเจ้าหน้าที่ประสานงาน แต่ต้องมีงบประมาณรายได้จากกลุ่มเพื่อจ้างเจ้าหน้าที่สมาชิกที่เป็นคณะกรรมการทำงานด้วยความเสียสละ ทุ่มเทแต่ไม่ได้รับค่าตอบแทน สมาชิกยังขาดความรู้และทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ
3. ด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์ของสมาชิกกลุ่มมีความหลากหลายมาก ต้องคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่เด่นๆ มาทำการตลาดก่อน ยังไม่มีการทำการตลาดเท่าที่ควร ยังไม่การสร้างตราสินค้า และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นของกลุ่ม ขาดการสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ปัญหาเรื่องการกระจายสินค้า รวมถึงยังขาดสถานที่ที่เป็นจุดศูนย์กลางในการประสานงาน หรือหน้าร้านในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
4. ด้านการผลิต ยังขาดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมในการผลิต ยังไม่การวางแผนการผลิต ร่วมกันของสมาชิกกลุ่มทำให้ไม่สามารถตัดสินใจวางแผนด้านการผลิต ต่างคนต่างผลิตจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ไม่คงที่ และการรับรองมาตรฐานต่างๆ
5. ด้านการเงิน ยังขาดสภาพคล่องทางการเงินเนื่องจากเพิ่งเริ่มก่อตั้ง มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าเข้าน้อย มีเงินทุนน้อย ทำให้เงินทุนหมุนเวียนสำหรับการดำเนินงานน้อย

ส่วนที่ 3 แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่

1. การบริหารจัดการกลุ่มจะต้องมีการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มให้มีประสิทธิภาพ ไม่ที่จะเป็นการแสดงบทบาทของผู้นำกลุ่มหรือคณะกรรมการกลุ่ม การบริหารมีความเสียสละ และอดทน การบริหารงานด้วยความโปร่งใส มีคุณธรรม มีกฎระเบียบข้อบังคับกลุ่ม หรือวัฒนธรรมกลุ่มที่มีความชัดเจน มีการประชุมสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม ในการวางแผนการดำเนินงานกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่องให้ทันสมัยเป็นที่

ต้องการของตลาด โดยเน้นศักยภาพของชุมชน ทรัพยากร ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นบูรณาการการพัฒนาเกษตรเชิงนิเวศ

2. การมีส่วนร่วมของกลุ่ม สมาชิกต้องเข้าใจวัตถุประสงค์กลุ่ม มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการและพัฒนา เช่นร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน การบริหารกลุ่ม ย่อมเป็นปัจจัยช่วยส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มมีบทบาท อุดมการณ์ร่วมกันมีการรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่น มีความรักสามัคคีกัน มีความเป็นเจ้าของ

3. การหนุนเสริมและการให้การสนับสนุน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา (มหาวิทยาลัยแม่โจ้) และองค์กรอื่นๆที่เกี่ยวข้องยังมีความจำเป็นที่จะต้องให้การช่วยเหลือและสนับสนุนในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นงบประมาณ และองค์ความรู้ต่างๆ ให้แก่กลุ่ม เพื่อจะได้มีความรู้และทักษะรอบด้านเหมือนกับนักธุรกิจมืออาชีพสามารถดำเนินกิจกรรมของกลุ่มอย่างราบรื่นและยั่งยืนบนพื้นฐานของการพึ่งตนเอง ซึ่งการหนุนเสริมและการให้การสนับสนุนจะต้องเป็นปัจจัยเสริม มิใช่ปัจจัยหลักในการพัฒนากลุ่มให้ประสบผลสำเร็จให้แก่กลุ่ม

ตอนที่ 2 ผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (exploratory research) โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group) และการสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายในชุมชนป่าไผ่ อำเภอสันทราย 30 ราย โดยงานวิจัยใช้ทฤษฎีผู้ประกอบการเป็นแนวคิดพื้นฐานและแนวคิดเกษตรปลอดภัยในการทำวิจัย โดยมุ่งไปที่คุณลักษณะและสมรรถนะของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยแวดล้อมต่างๆ เพื่อวิเคราะห์ถึงธุรกิจที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายในการจะเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัยในอนาคต และการเสวนาด้านความรู้เชิงประกอบการ

ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย เป็นอำเภอที่มีประชากรอยู่หนาแน่น รองจากเชียงใหม่ ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพ ทำเกษตรกรและรับจ้าง รวมถึงค้าขาย ดังนั้น เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมความเป็นผู้ประกอบการปลอดภัยและให้เกิดการประกอบการในชุมชนป่าไผ่ งานวิจัยนี้จึงทำการวิเคราะห์ลักษณะสมรรถนะของกลุ่มเป้าหมาย โดย กลุ่มเป้าหมาย มีคุณลักษณะเด่นในด้านการมีความมุ่งมั่น ใกล้เคียงกับ การมีความผูกพันและความรับผิดชอบในงาน ซึ่งไม่แตกต่างจาก การมีความต้องการไฝหาคูณภาพและมีประสิทธิภาพ มีความกล้าเสี่ยง และมีการวางแผน การติดตามงาน และมีการประเมินอย่างมีระบบ ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกัน ผู้ประกอบการยังมีเครือข่ายที่จำกัด

และต้องการการผลักดันให้มีการชี้ชวน การชักชวน เพื่อผลักดันให้เกิดการประกอบการและเพิ่มการเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย

ส่วนของสมรรถนะของกลุ่มเป้าหมายในชุมชนป่าไผ่ ได้แบ่งเป็นสามส่วนได้แก่ สมรรถนะแห่งความสำเร็จ สมรรถนะการวางแผน สมรรถนะแห่งอำนาจ **สมรรถนะแห่งความสำเร็จ** กลุ่มเป้าหมายในตำบลป่าไผ่ มีสมรรถนะแห่งความสำเร็จที่เด่นในด้านความมุ่งมั่นและแสวงหาโอกาส นอกจากนี้ยังมี สมรรถนะในการมีพันธะต่องานความผูกพัน ความรับผิดชอบในงาน **สมรรถนะการวางแผน** ผลการวิเคราะห์อธิบายถึงกลุ่มเป้าหมาย มีสมรรถนะการวางแผนสูง เป็นเป้าหมายที่มีความท้าทาย และมีการพยายามแสวงหาข้อมูล ทั้งนี้ยังรวมไปถึงการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญและการอบรมสัมมนาด้วยอีกด้านที่กลุ่มเป้าหมายมีคุณลักษณะที่เสริมให้สมรรถนะในด้านนี้สูงคือด้าน การประเมินอย่างมีระบบ (Systematic Planning and Monitoring) กลุ่มเป้าหมายในชุมชนป่าไผ่มีการวางแผนการทำงาน กำหนดกลยุทธ์และวิธีการ และแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้น รวมไปถึงการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานนั้น ๆ ด้วย อย่างไรก็ตามการตั้งเป้าหมาย (Goal Setting) ชัดเจนน้อยกว่าด้านอื่นๆ **สมรรถนะแห่งอำนาจ** ของกลุ่มเป้าหมายอยู่ในระดับกลาง โดยเฉพาะด้านความเชื่อมั่นในตนเอง งานวิจัยยังแสดงให้เห็นถึงความต้องการเครือข่ายของผู้ประกอบการ เพราะการชี้ชวน การชักชวน การมีเครือข่าย (Persuasion and Networking) ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่เสาะแสวงหาพันธมิตร สร้างเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวให้ผู้อื่นเข้ามาช่วยเหลือและให้ความร่วมมือ (Collins & Moore 1987) ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีตัวกลางช่วยแนะนำเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายนอกหมู่บ้านต่างๆ และสถาบันของหน่วยงานรัฐและเอกชน (Potasin & Thechatakemg 2014)

ด้านการวิเคราะห์ทุนส่วนตัว (บุคคล) ในการประกอบการและแหล่งทุนในการเริ่มกิจการ พบว่าลักษณะเด่นและด้อยของกลุ่มเป้าหมาย มีลักษณะเด่นในเรื่อง ความสามารถในด้านอาชีพที่ทำ ความพร้อมของร่างกาย มีความมุ่งมั่น ขยันขันแข็ง สำหรับลักษณะด้อย พบว่ากลุ่มเป้าหมายขาดความสามารถหาแหล่งเงินทุนที่สนับสนุนการประกอบการ สภาวะจิตใจไม่มุ่งมั่น ขาดความรู้ในบางด้านที่เกี่ยวกับการประกอบกิจการ ต้องการความรู้ในการประกอบการเกษตรปลอดภัยเพิ่มเติมบางด้านเป็นพิเศษ แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มเป้าหมายยังพอมีความสามารถที่จะหาแหล่งทุนที่เข้าถึงได้เพื่อมาประกอบการ จากทุนส่วนตัว จากกองทุนหมู่บ้าน และยังมีความเป็นไปได้ในการหาทุนจากธนาคารพาณิชย์ สหกรณ์การเกษตร และธนาคารเพื่อการเกษตร

การสังเคราะห์โครงการธุรกิจของกลุ่มเป้าหมาย ผลการประเมินแสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายมีแนวโน้มที่จะประกอบการโครงการธุรกิจ จำหน่ายสินค้าเกษตรปลอดภัย (ซีส

สมุนไพร ไอศกรีมสมุนไพร ซีเรียล (อาหารเช้า) ซ็อกโกแลต และผักปลอดภัย) รองลงมาคือ ร้านกาแฟสดและกาแฟเฉพาะ และท่องเที่ยวชุมชนและท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัยโฮมสเตย์โฮมสเตย์

หลังจากการวิเคราะห์เบื้องต้นและได้โครงการที่มีแนวโน้มที่จะทำการประกอบการได้ ทีมวิจัยได้ใช้วิธีการเสวนาความรู้เบื้องต้นในด้านที่เกี่ยวกับเกษตรปลอดภัย การจัดตั้งธุรกิจ ในโครงการที่เหมาะสม ในด้านการดำเนินธุรกิจเกษตรปลอดภัย ซึ่งสามารถต่อยอดเป็นการประกอบการเกษตรปลอดภัยเพื่อสังคม ดังนั้นความรู้ด้านการบริหารธุรกิจ บัญชีการเงิน ด้านการจัดการ การตลาด จึงมีความจำเป็น โดยเฉพาะด้านบัญชี

ตอนที่ 3 การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม Agri-Eco

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีความหลากหลายของประเภทผลิตภัณฑ์ เนื่องจากทางกลุ่มเริ่มตัวกันภายใต้กลุ่ม “Agri Eco” ที่มีแนวคิดในการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทำให้แนวคิดหลักของกลุ่มและผลิตภัณฑ์กลุ่มยังไม่มีกำหนดที่ชัดเจน รวมถึงขาดความเป็นเอกลักษณ์ (Identity) และในการกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่จะเข้าร่วมกับกลุ่มยังไม่มีกำหนดเงื่อนไขให้ชัดเจนให้สอดคล้องกับสโลแกนของกลุ่ม คือ “เคารพธรรมชาติ ดินดี น้ำดี ชีวิตดี” และประเด็นปัญหาสำคัญคือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มขาดความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกัน เอื้อต่อกันในการที่จะพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านห่วงโซ่มูลค่า

บรรจุภัณฑ์ ทางกลุ่มต้องการสื่อถึงการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แต่มีผลิตภัณฑ์หลายตัวที่ยังผลิตจากวัสดุคิพที่ทำลายสิ่งแวดล้อม เครื่องหมายรับรองมาตรฐานต่างๆ ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นยังไม่มี รายละเอียดครบครันขาดมาตรฐานในการที่จะนำไปจดแจ้งและจำหน่ายในช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มเป้าหมาย

การสร้างแบรนด์ทางกลุ่มยังขาดความรู้ความเข้าใจในการสร้างแบรนด์ เนื่องจากยังคำนึงถึงแค่การมีชื่อตราสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่การสร้างแบรนด์เป็นการสร้างประสบการณ์องค์รวมของการบริโภคและใช้สินค้าให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ที่ดีทั้งก่อนซื้อ ขณะซื้อและหลังซื้อสินค้าและบริการ

ช่องทางการจัดจำหน่ายทางกลุ่มยังมีการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่ยังจำกัดเฉพาะกลุ่มและช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นแบบดั้งเดิม ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จักและการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของลูกค้ายังเฉพาะเจาะจงไปยังกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ โดยเฉพาะในช่วงของ

การเริ่มต้นสร้างกลุ่ม การสร้างความตระหนักรู้ (Awareness) เป็นประเด็นสำคัญที่ทางกลุ่มต้องก
สร้างให้เกิดการรับรู้ โดยใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายทั้งช่องทางที่เป็น Offline และ
Online แบบผสมผสานกัน

แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม Agri-Eco

ผลิตภัณฑ์ควรมีแนวทางในการพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์คือ หาทางเลือก
ใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งสองผลิตภัณฑ์ต้องมองให้เชื่อมโยงกันทั้งระบบห่วงโซ่มูลค่าทั้งต้นน้ำ
กลางน้ำ ปลายน้ำ ที่ทุกส่วนต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง
โดยการขอความร่วมมือกับหน่วยงานของทางราชการในการเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดการ
รับรองในด้านคุณภาพและความปลอดภัย จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีความน่าเชื่อถือ การมอง
ตลาดของผลิตภัณฑ์ทั้งสองต้องมองแบบ Outside in มากกว่า Inside out ควรมีการสอบถามในเชิง
ลึกกับกลุ่มเป้าหมายว่าต้องการอะไร แล้วนำความคิดดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา
ปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการและ Life Style ของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทั้ง
สองมีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่ชัดเจน และความต้องการก็เป็นความต้องการเฉพาะ เพราะฉะนั้นข้อมูล
เป็นส่วนสำคัญในการที่จะใช้เป็นแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ในการสร้าง
มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ของทั้ง 2 ชนิดและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในอนาคตควรพิจารณาประเด็น
เหล่านี้ให้ครบ เพราะประเด็นเหล่านี้ส่งผลต่อมูลค่าและคุณค่าที่เพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1.
ความสามารถทางนวัตกรรม 2. คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย 3.คุณค่าด้านความต้องการภายใน 4.
คุณค่าด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ และ 5.คุณค่าด้านความคุ้มค่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มควรมี
ความคิดด้านเกษตรปลอดภัย สร้างความตระหนักแก่ผู้ผลิตและผู้บริโภคในเรื่องความสำคัญของ
มาตรฐานระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหาร จูงใจและวางกรอบให้ทำการผลิตสินค้าที่
สอดคล้องกับมาตรฐาน รวมถึงให้ความรู้แก่สมาชิกในกลุ่ม เพื่อมุ่งสู่การเลิกใช้สารเคมี รวมทั้ง
ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรปลอดภัยทั้งด้านการผลิต ระบบการตรวจรับรองคุณภาพและมาตรฐาน
ระบบตรวจสอบย้อนกลับ และสนับสนุนกลไกทางการตลาด กระบวนการผลิตวัตถุดิบของกลุ่ม
ควรรนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเป็นฟาร์มอัจฉริยะเพื่อเพิ่มผลผลิต
การเกษตรในเชิงมูลค่าและปริมาณต่อพื้นที่สูงสุด ด้วยการไร้ระบบอัตโนมัติและเซ็นเซอร์อัจฉริยะ
การช่วยบันทึกข้อมูลสำคัญ และติดตามการบริหารจัดการ รวมทั้งส่งเสริมการถ่ายทอดความรู้แก่
สมาชิกกลุ่ม ตลอดจนส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพ
การผลิต

แนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคือ การสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของกลุ่ม คือ “เคารพธรรมชาติ ดินดี น้ำดี ชีวิตดี” โดยวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีต้นทุนที่ไม่สูง โดยอาจนำวัสดุคิบบนท้องถิ่น และสิ่งที่สำคัญการออกแบบจะต้องสื่อสารถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มที่สอดคล้องและตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพราะการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือหนึ่งในการทำการตลาดในปัจจุบัน

แนวทางการสร้างแบรนด์ของกลุ่ม Agri-Eco ทางกลุ่มควรมีการกำหนดตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning) ของกลุ่มให้ชัดเจน ที่ต้องการเป็นผลิตภัณฑ์นำร่องของกลุ่ม และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่จะเข้ามาในส่วนผสมผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ต้องมีการกำหนด Concept ให้ชัดเจน และมีแนวทางการสร้างแบรนด์ คือ ทางกลุ่มต้องให้ความสำคัญกับ ช่องทางการหาและซื้อ โดยทางกลุ่มต้องศึกษา Customer Journey ของกลุ่มลูกค้าว่ามีพฤติกรรมในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารและซื้อสินค้าผ่านช่องทางใด ทางกลุ่มควรมีการออกแบบการสื่อสารและช่องทางให้สอดคล้องกับ Customer Journey ของผู้บริโภค ทางกลุ่มต้องให้ความสำคัญกับ ช่องทาง Digital ในยุคปัจจุบันทั้งการสื่อสารและช่องทางการจัดจำหน่ายต้องมีการนำเครื่องมือการตลาด Digital มาใช้ เช่น Social media ต่างๆ แต่ต้องเลือกใช้ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของกลุ่ม ทางกลุ่มต้องให้ความสำคัญกับ Value Proposition หรือคุณค่าที่ส่งมอบ การส่งมอบคุณค่าให้กับกลุ่มเป้าหมาย ต้องสอดคล้องกับสิ่งที่ทางกลุ่มสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ ควรมีระดับคุณค่าที่เท่ากับสัญญาไว้หรือเกินกว่าความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย ทางกลุ่มต้องให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มควรมีการคิดที่แตกต่างในผลิตภัณฑ์ในประเภทเดียวกัน ซึ่งจะช่วยให้เสริมสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับตราสินค้าเป็นอย่างดี ทางกลุ่มต้องให้ความสำคัญกับ Engagement หรือ การสร้างความผูกพัน กลุ่ม Agri-Eco อาจจะมีการจัดกิจกรรมที่มีการเชิญกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าเข้าร่วมกิจกรรมของทางกลุ่มที่จัดขึ้น โดยกิจกรรมดังกล่าวอาจจะเป็นกิจกรรมทั้งที่เป็น Online และ Offline ทางกลุ่มต้องให้ความสำคัญกับ ที่มา หรือ Story ที่แท้จริง (Authenticity) โดยทางกลุ่มหรือผลิตภัณฑ์ควรมีการผลิตสื่อเป็นวิดีโอที่เล่าถึงความเป็นมา หรือกระบวนการผลิตที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มและผลิตภัณฑ์ แล้วนำไปเผยแพร่ตามสื่อ social ทั้งที่เป็นของกลุ่มและที่ไม่เป็นของกลุ่มและทางกลุ่มต้องให้ความสำคัญกับ Touch Point คือ จุดสัมผัสของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่กระบวนการค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ กระบวนการซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อที่เกิดขึ้น ต้องสร้างประสบการณ์เชิงบวกในทุก ๆ จุดสัมผัส

แนวทางการกำหนดรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม Agri-Eco

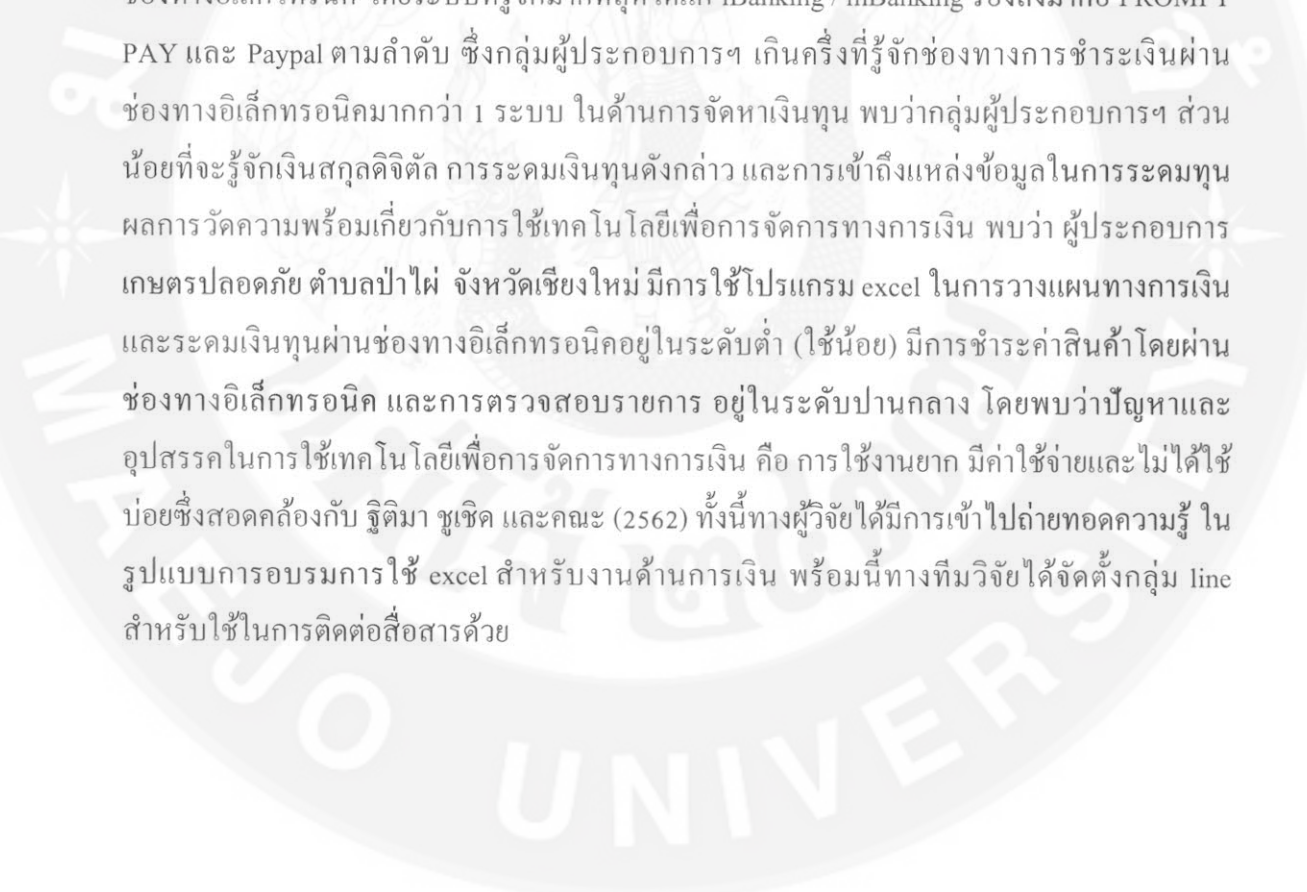
รูปแบบของช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มดังนี้ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มต้องดีและมีคุณภาพจริงๆ นับว่าเป็นหัวใจสำคัญอันดับแรกของการทำธุรกิจเกษตรปลอดภัย ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคและตัวแทนจำหน่ายเปิดรับสินค้าได้ง่าย และเกิดการบอกต่อไปเรื่อยๆ เปลี่ยนสมาชิกในกลุ่มจากผู้ผลิตให้เป็นผู้บริโภค เริ่มต้นจากภายในกลุ่มสมาชิก สำหรับจุดเริ่มต้นอาจปรับทิศทางการการผลิตเพื่อบริโภคและซื้อขายหมุนเวียนกันในภายในกลุ่มก่อน จากนั้นเมื่อผู้บริโภคภายนอกเริ่มเห็นความเคลื่อนไหวก็จะเริ่มทยอยเข้ามาหา ทำให้เครือข่ายค่อยๆ ขยายออกไปเอง ทางกลุ่มต้องกำหนดราคาให้เป็นธรรม คำว่า 'เป็นธรรม' หมายถึงการมีราคาที่สมเหตุสมผลสำหรับทั้งผู้ผลิต คนกลาง และร้านค้าปลีก ทุกฝ่ายต้องพอมีกำไรให้ดำเนินธุรกิจต่อไปได้ เราอาจจะมองว่าสินค้าเกษตรปลอดภัยมีราคาสูง แต่ทั้งนี้ต้องเข้าใจก่อนว่ามันเป็นสินค้าที่ผลิตน้อย และเมื่อผลิตน้อยจึงมีค่าใช้จ่ายประจำต่อหน่วยสูง (เมื่อเทียบกับสินค้าที่ผลิตในระบบเกษตรอุตสาหกรรม) สมาชิกในกลุ่มจำเป็นต้องอธิบายข้อมูลเหล่านี้ให้ร้านค้าและลูกค้าเข้าใจเสียก่อน ทางกลุ่มควรทำตลาดสวนกระแส แต่ไม่ปฏิเสธ Modern Trade แม้ว่า Modern Trade จะเป็นช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภคเป้าหมายได้ในวงกว้าง แต่ทางกลุ่มก็จำเป็นต้องมีความพร้อมในระดับสูงเสียก่อน เพราะการตลาดช่องทางนี้มีต้นทุนสูงและมีเงื่อนไขทางการขายเพิ่มขึ้นมากมาย ฉะนั้นทางกลุ่มควรต้องพิจารณาให้รอบด้านก่อนว่าตนจะได้ประโยชน์คุ้มค่าไหม หากไม่คุ้มก็อย่าเพิ่งทำ เพราะยังมีช่องทางอื่นๆ อีกมากที่เหมาะสมกับสินค้าเกษตรปลอดภัย เหมาะกับกำลังการผลิตและเหมาะสมกับระดับของธุรกิจประเภทนี้ในปัจจุบัน ทางกลุ่มควรต่อรองเพื่อให้ได้การค้าที่เป็นธรรม เงื่อนไขของ Modern Trade โดยทั่วไปอาจไม่เอื้อต่อสมาชิกในกลุ่ม ดังนั้นทางกลุ่มจำเป็นต้องพัฒนาทักษะการต่อรองควบคู่ไปกับการนำเสนอข้อมูลด้านคุณภาพของสินค้า แต่หากสินค้าได้วางขายใน Modern Trade สักที่หนึ่งแล้ว ที่อื่นๆ ก็จะค่อยๆ ตามมาเอง ยิ่งในตอนนี้ที่กระแสการสนับสนุนสินค้าชุมชนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเริ่มมีบทบาทมากในสังคม โอกาสการเข้าสู่ Modern Trade ของสินค้าเกษตรปลอดภัยก็น่าจะเป็นไปได้มากขึ้น ทางกลุ่มควรเข้าถึงใจผู้บริโภคด้วยการสื่อสารและช่องทางที่หลากหลาย (Omni Channel) แม้ทุกวันนี้ผู้บริโภคจะรู้ถึงประโยชน์ของการบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัยอยู่แล้ว แต่การให้ข้อมูลเชิงลึกและการสื่อสารก็ยังคงเป็นสิ่งสำคัญเสมอ ฉะนั้น นอกเหนือจากการออกแบบฉลากสินค้าหรือชั้นวางสินค้าให้ดีแล้ว ทางกลุ่มควรรหาโอกาสพาสินค้าไปออกร้านและพบปะพูดคุยกับลูกค้าตัวจริงบ้าง เพราะการให้ข้อมูลโดยตรงกับลูกค้ามันจะทำให้เกิดความประทับใจ และลูกค้าจะช่วยเผยแพร่ข้อมูลของเราต่อไปแบบปากต่อปากทั้งที่เป็น Online และ Offline ทางกลุ่มควรรหาผู้บริโภคให้เจอ ทางกลุ่มไม่ควรพึ่งพาช่องทางการขายเพียงช่องทางเดียว แต่ควรกระจายไปหลายๆ

แห่งหรือหลายช่องทาง (Omni Channel) ให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ไม่ว่าจะเป็นการนำสินค้าไปออกร้าน การเสนอสินค้าไปยังช่องทางการขายใหม่ๆ ฯลฯ เราต้องวิงวอนผู้บริโภคของตัวเองอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ ทางกลุ่มควรมีแนวทางการสร้างเครือข่ายผู้บริโภคที่รับสินค้าของกลุ่มเป็นประจำ สินค้าควรมีระบบสมาชิกที่สามารถส่งตรงถึงบ้าน (Delivery) วิธีการนี้ทำให้อาจทำให้ทางกลุ่มได้ลูกค้าใหม่ และในขณะเดียวกันก็ไม่สูญเสียลูกค้าเก่าด้วย และทางกลุ่มควรมีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายธุรกิจสีเขียวกับกลุ่มอื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ให้การสนับสนุน และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เครือข่ายที่เข้มแข็งสามารถสร้างสรรค์ทั้งกิจกรรมการค้าและกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เกิดเป็นความเคลื่อนไหวที่มีพลังทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศได้

ตอนที่ 4 การจัดการการเงินผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย

ชุมชนในพื้นที่ตำบลป่าไผ่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งเทศบาลตำบลป่าไผ่ได้มีนโยบายสนับสนุนและส่งเสริม ให้มีการพัฒนาการเกษตรอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเกษตรกรอินทรีย์ อีกทั้งส่งเสริมให้มีการสร้างอาชีพให้แก่ผู้สูงอายุ และกลุ่มอาชีพอื่นๆ แต่ด้วยปัญหาทางด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยภายใน เช่น ความรู้ทางการบริหารการเงิน และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่ทำให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ไม่บรรลุผลสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับ Ani C. G. P., Kelmara M. V., Daniel A. C. & Reisoli B. F. (2015) และ Colleen T. A. (2015) ชุมชนในพื้นที่ตำบลป่าไผ่ จึงมีความต้องการ ที่จะพัฒนาและแก้ไขปัญหาต่างๆ ดังนี้ โดยความต้องการของชุมชนป่าไผ่ ต้องการการส่งเสริมการประกอบอาชีพโดยคำนึงถึงเงินลงทุนของเกษตรกร และก่อให้เกิดการต่อยอดการผลิต ทั้งสนับสนุน ให้ความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกร การสร้างผู้นำกลุ่ม ระเบียบกลุ่ม และบทบาทหน้าที่ นอกจากนี้การเข้าถึงพื้นที่อย่างทั่วถึง ประเด็นสำคัญอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อนกลุ่มให้บรรลุวัตถุประสงค์ ของการพัฒนา คือการบริหารการเงิน โดยงานวิจัยชิ้นนี้ได้ศึกษาถึงความพร้อมในการดำเนินงานด้านการบริหารการเงินของผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย พื้นที่ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ โดยได้มีการนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง แนวคิดการจัดการทางการเงิน แนวคิดด้านนวัตกรรมทางการเงิน และ แนวคิดเกี่ยวกับ e-Payment มาเป็นกรอบในการศึกษา ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชาชนในชุมชนป่าไผ่กลุ่มเกษตรกรในชุมชนป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เลือกมาจำนวน 30 ตัวอย่าง ในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลโดยผ่านแบบสอบถามกึ่งโครงสร้าง และการสนทนากลุ่มย่อย (Focus group) นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงสถิติพรรณนา โดยวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และ ฐานนิยม โดยผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้

ประกอบอาชีพเกษตรกรปลอดภัยตำบลป่าไผ่ มีอายุต่ำสุด คือ 19 ปี และอายุสูงสุด คือ 71 ปี มีค่าเฉลี่ย 47.30 เป็นเพศชาย จำนวน 16 คน และเพศหญิง จำนวน 14 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ประกอบอาชีพเกษตรกรปลอดภัย เป็นระยะเวลา 1 - 5 ปี มากที่สุด รองลงมา คือทำเกษตรปลอดภัยระยะเวลามากกว่า 20 ปี มีรายได้ต่ำสุด คือ 2,000 บาท/เดือน และรายได้สูงสุด คือ 300,000 บาท/เดือน มีค่าเฉลี่ย 21,283.33 บาท และมีค่าใช้จ่ายต่ำสุด คือ 400 บาท/เดือน และรายได้สูงสุด คือ 100,000 บาท/เดือน มีค่าเฉลี่ย 9,253.33 บาท พบว่าเกินครึ่งไม่รู้จักรักรังโปรแกรมคำนวณเกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับ OECD(2012) และ ธนาคารแห่งประเทศไทย (2556) ผลการวัดความรู้ทางการเงินของกลุ่มพบว่า มีความรู้ ด้านการวางแผนการเงิน แต่ไม่รู้ว่าจะสามารถนำ excel มาประยุกต์ในกระบวนการวางแผนได้ ส่วนด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการจัดการเงินทุนพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการฯ ส่วนใหญ่ มีความรู้ เกี่ยวกับระบบการชำระเงิน ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยระบบที่รู้จักมากที่สุดได้แก่ iBanking / mBanking รองลงมาคือ PROMPT PAY และ Paypal ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการฯ เกินครึ่งที่รู้จักช่องทางการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า 1 ระบบ ในด้านการจัดหาเงินทุน พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการฯ ส่วนน้อยที่จะรู้จักเงินสกุลดิจิทัล การระดมเงินทุนดังกล่าว และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลในการระดมทุน ผลการวัดความพร้อมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการทางการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการเกษตรกรปลอดภัย ตำบลป่าไผ่ จังหวัดเชียงใหม่ มีการใช้โปรแกรม excel ในการวางแผนทางการเงิน และระดมเงินทุนผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับต่ำ (ใช้น้อย) มีการชำระค่าสินค้าโดยผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ และการตรวจสอบรายการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการทางการเงิน คือ การใช้งานยาก มีค่าใช้จ่ายและไม่ได้ใช้บ่อยซึ่งสอดคล้องกับ จูติมา ชูเชิด และคณะ (2562) ทั้งนี้ทางผู้วิจัย ได้มีการเข้าไปถ่ายทอดความรู้ ในรูปแบบการอบรมการใช้ excel สำหรับงานด้านการเงิน พร้อมนี้ทางทีมวิจัยได้จัดตั้งกลุ่ม line สำหรับใช้ในการติดต่อสื่อสารด้วย



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่า ด้านการบริหารจัดการกลุ่มของเกษตรกรสมาชิกกลุ่มมีแนวคิดและอุดมการณ์เดียวกันจึงได้มารวมกลุ่มกัน และจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนร่วมกัน มีการแต่งตั้งคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรนิเวศสันทราย (AgriEco) มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามความรู้ความสามารถของสมาชิกแต่ละคน การบริหารจัดการกลุ่ม ได้แก่ กระบวนการบริหารจัดการ การวางแผน โครงสร้างกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม การนำ (ผู้นำกลุ่ม, การบริหารความขัดแย้ง, การทำงานร่วมกันเป็นทีม, การติดต่อสื่อสาร) การติดตามและประเมินผล โดยการบริหารจัดการกลุ่ม ด้านการเตรียมความพร้อมเป็นผู้ประกอบการในอนาคต พบว่า คุณลักษณะเด่นของกลุ่มเป้าหมายในตำบลป่าไผ่คือการมีความมุ่งมั่น ใกล้เคียงกับ การมีความผู้พันและความรับผิดชอบในงาน ในขณะเดียวกัน กลุ่มเป้าหมายยังมีเครือข่ายและการชี้ชวน การชักชวนจำกัด ซึ่งต้องปรับปรุงเพื่อผลักดันให้เกิดความพร้อมเพื่อการประกอบการ การอีกทั้งความต้องการความรู้พื้นฐานด้านบริหารธุรกิจเชิงลึก เพื่อสร้างความมั่นใจในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการตลาด พบว่าการหาทางเลือกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ ต้องให้เชื่อมโยงกันทั้งระบบห่วงโซ่คุณค่าทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ที่ทุกส่วนต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง โดยการขอความร่วมมือกับหน่วยงานของทางราชการในการเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดการรับรองในด้านคุณภาพและความปลอดภัย จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีความน่าเชื่อถือ ส่วนช่องทางตลาด เปลี่ยนสมาชิกในกลุ่มจากผู้ผลิตให้เป็นผู้บริโภค เริ่มต้นจากภายในกลุ่มสมาชิก สำหรับจุดเริ่มต้นอาจปรับทิศทางการผลิตเพื่อบริโภคและซื้อขายหมุนเวียนกันในภายในกลุ่มก่อน จากนั้นเมื่อผู้บริโภคภายนอกเริ่มเห็นความเคลื่อนไหวก็จะเริ่มทยอยเข้ามาหา ส่วนด้านการบริหารการเงิน กลุ่มเป้าหมายมีความรู้ด้านการบริหารการเงิน ในเรื่องการวางแผน การจัดทำงบการเงิน ที่เกี่ยวข้อง แต่ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีทางด้านบริหารการเงินมาใช้มากนัก

อภิปรายผลการวิจัย

การบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรนิเวศสันทราย (AgriEco) ได้แก่ กระบวนการบริหารจัดการ การวางแผน โครงสร้างกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม การนำ (ผู้นำกลุ่ม, การบริหารความขัดแย้ง, การทำงานร่วมกันเป็นทีม, การติดต่อสื่อสาร) การติดตามและประเมินผล สอดคล้องกับ เทียน เสรวมัญญ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารจัดการกลุ่มผู้ปลูกผักอินทรีย์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนตำบลหนองป่าครั่ง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับกลุ่มตามหน้าที่ทางการจัดการมีกระบวนการสำคัญ 4 ประการ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การชี้แนะ และการควบคุม และสอดคล้องกับนิสาร์ตน์ สังข์เสื่อ และพลดา เดชพลมาตย์ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวศรีนครอำเภอศรีนคร จังหวัดสุโขทัย พบว่ากลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวศรีนคร มีวิธีการบริหารจัดการ 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการวางแผน (2) ด้านการจัดองค์การ (3) ด้านการนำองค์การ และ (4) ด้านการควบคุม

นอกจากนี้งานวิจัยได้พบผลการวิจัยขั้นพื้นฐานเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมและการสร้างผู้ประกอบการ หลายๆเรื่อง (Potasin & Thechatakerng 2014; ภูษณิศา เศษเถกิง 2556ก ; วัชรวิ 2550; สมแก้ว 2550; ปาริชาติ 2544) ได้อ้างถึงผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องมีลักษณะที่มีการบริหารงานแบบเจ้าของคนเดียว และทำมานานกว่า 10 ปีขึ้นไป โดยเฉพาะจุดเด่นของคุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมายในชุมชนป่าไผ่ที่มีลักษณะเด่นของการมีความรับผิดชอบในงาน มีความกล้าเสี่ยง และมีความมุ่งมั่นความสำเร็จ ดังที่งานวิจัยก่อนหน้านี้ได้เสนอถึงคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของมีผลกำไรมากกว่า 10% เมื่อย้อนหลังไป 3 ปี ทั้งนี้ผู้ประกอบการมีต้องการความรู้เพิ่มเติมในด้านการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้ :ภาคบริการพบว่า ผู้ที่ประสบความสำเร็จมีจุดเด่นของคุณลักษณะของผู้ประกอบการในลักษณะเดียวกันในตำบลป่าไผ่ ที่มีลักษณะเด่น ดังที่งานวิจัยก่อนหน้านี้ได้เสนอถึงคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Potasin & Thechatakerng, 2014; Thechatakerng, 2012, 2009.; Lazear, 2003; Bosma & Al., 2000 ได้สรุปคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จดังนี้ มีความกล้าเสี่ยง มีความมุ่งมั่นความสำเร็จ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผูกพันต่อเป้าหมาย

ด้านศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการของกลุ่มเป้าหมาย ในตำบลป่าไผ่ มีคุณลักษณะที่ควรจะต้องพัฒนาให้ดีขึ้น คือ ความกล้าเสี่ยง การตั้งเป้าหมาย และความมั่นใจในตนเอง สำหรับการแสวงหาโอกาส ความมุ่งมั่นในคุณภาพและประสิทธิภาพ ความกล้าเสี่ยง การตั้งเป้าหมาย การ

วางแผนและควบคุมอย่างเป็นระบบ และความมั่นใจในตนเอง ซึ่งงานวิจัยหลาย ๆ เรื่องกลับพบว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีคุณสมบัติในด้าน ความกล้าเสี่ยง มีความมั่นใจในตนเอง (Thechatakerng 2013, ภาณี อุบลศรี, 2546 และอรัญญา มานะแก้ว, 2547) ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายในตำบลป่าไผ่ควรได้รับการอบรมอย่างต่อเนื่องในด้านการเป็นผู้ประกอบการ การประกอบการ รวมถึงการบริหารธุรกิจอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความเชื่อมั่น และสามารถใช้ความรู้เพื่อ ความเข้มแข็งในการประกอบการ

อีกทั้งจากผลวิจัยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่ผู้วิจัยเสนอแนะว่า ผลิตภัณฑ์ควรมีแนวทางในการพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์คือ หาทางเลือกใหม่ ให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งสองผลิตภัณฑ์ต้องมองให้เชื่อมโยงกันทั้งระบบห่วงโซ่มูลค่าทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ที่ทุกส่วนต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับ กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2560) ที่ได้กล่าวไว้ว่าในการ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรนั้น ต้องมองทั้งระบบห่วงโซ่อุปทาน เพื่อที่จะสามารถลดต้นทุน และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้

ผู้วิจัยได้เสนอแนะประเด็นที่ทางกลุ่มต้องคำนึงถึงในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ของกลุ่ม ได้แก่ 1. ความสามารถทางนวัตกรรม 2. คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย 3.คุณค่าด้านความ ต้องการภายใน 4.คุณค่าด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ และ 5.คุณค่าด้านความคุ้มค่า สอดคล้องกับ งานวิจัยของ สมเกียรติ สกลสุรเอกพงศ์ (2559) ที่ผลวิจัยเรื่อง มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบริการ ในกิจการเพื่อสังคม ได้พบประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อกรสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1. คุณค่าด้านความต้องการ 2. คุณค่าด้านประสบการณ์ 3. คุณค่าด้านความคุ้มค่า 4. คุณค่าด้าน ประโยชน์ใช้สอย และ 5. ความสามารถทางนวัตกรรม ตามลำดับ โดยอาจจะมีความไม่สอดคล้อง กับบทความของ กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2560) ที่ให้ความสำคัญของประเด็น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีนวัตกรรม ใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตร

แนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มคือ การสร้าง บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของกลุ่ม คือ“เคารพธรรมชาติ ดินดี น้ำดี ชีวิตดี” ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีดา (2559) ที่ให้ข้อเสนอแนะของผลวิจัยที่ว่า ใน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และให้การความยั่งยืนให้กับผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ให้มิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือทำร้ายสิ่งแวดล้อมให้ น้อยที่สุด เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และสร้างความยั่งยืนให้กับผลิตภัณฑ์

จากข้อเสนอแนะกับทางกลุ่มที่ว่าต้องให้ความสำคัญกับ Value Proposition หรือคุณค่าที่ส่งมอบ การส่งมอบคุณค่าให้กับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้า ต้องสอดคล้องกับสิ่งที่ทางกลุ่มสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ “เคารพธรรมชาติ ดินดี น้ำดี ชีวิตดี” ควรมีระดับคุณค่าที่เท่ากับสัญญาไว้หรือเกินกว่าความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมาย โดยสอดคล้องกับ นราธิป อ่ำเที่ยงตรง (2560) ที่ได้กล่าวไว้ในการสร้างแบรนด์สินค้าเกษตรนั้น การสร้าง Value Proposition นั้นเป็นประเด็นสำคัญที่ผลิตภัณฑ์ต้องกำหนดให้ชัดเจน มีกลยุทธ์การสื่อสารคุณค่าที่ส่งมอบให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้และเข้าใจ และประเด็นสำคัญคือต้องมีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับคุณค่าที่สื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายด้วย

สุดท้าย ประชาชนในชุมชนป่าไผ่กลุ่มเกษตรกรในชุมชนป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าเกินครึ่งไม่รู้จักโปรแกรมคำนวณเกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการเงิน ซึ่งสอดคล้องกับ OECD(2012) และ ธนาคารแห่งประเทศไทย(2556) ผลการวัดความรู้ทางการเงินของกลุ่มพบว่ามีความรู้ ด้านการวางแผนการเงิน แต่ไม่รู้ว่าสามารถนำ excel มาประยุกต์ในกระบวนการวางแผนได้ ส่วนด้านการใช้เทคโนโลยีช่วยในการจัดการเงินทุนพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการฯ ส่วนใหญ่ มีความรู้ เกี่ยวกับระบบการชำระเงิน ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ โดยระบบที่รู้จักมากที่สุด ได้แก่ iBanking / mBanking รองลงมาคือ PROMPT PAY และ Paypal ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการฯ เกินครึ่งที่รู้จักช่องทางการชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์มากกว่า 1 ระบบ ในด้านการจัดหาเงินทุน พบว่ากลุ่มผู้ประกอบการฯ ส่วนน้อยที่จะรู้จักเงินสกุลดิจิทัล การระดมเงินทุนดังกล่าว และการเข้าถึงแหล่งข้อมูลในการระดมทุน ผลการวัดความรู้พร้อมเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการทางการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย ตำบลป่าไผ่ จังหวัดเชียงใหม่ มีการใช้โปรแกรม excel ในการวางแผนทางการเงิน และระดมเงินทุนผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์อยู่ในระดับต่ำ (ใช้น้อย) มีการชำระค่าสินค้าโดยผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ และการตรวจสอบรายการ อยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการจัดการทางการเงิน คือการใช้งานยาก มีค่าใช้จ่ายและไม่ได้ใช้บ่อยซึ่งสอดคล้องกับ วิติมา ชูเชิด และคณะ (2562) ทั้งนี้ทางผู้วิจัยได้มีการเข้าไปถ่ายทอดความรู้ ในรูปแบบการอบรมการใช้ excel สำหรับงานด้านการเงิน พร้อมนี้ทางทีมวิจัยได้จัดตั้งกลุ่ม line สำหรับใช้ในการติดต่อสื่อสารด้วย

ข้อจำกัดในงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มีข้อจำกัดในด้านกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งได้ใช้กลุ่มเกษตรกรในตำบลป่าไผ่ และเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีความพร้อมและสนใจเข้าร่วมโครงการกับทีมวิจัยเท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจำนวนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 ราย ที่ค่อนข้างจำกัดในด้านจำนวน ฉะนั้นทำให้ข้อมูลที่ได้อาจมีข้อจำกัด ผู้ที่จะนำข้อมูลไปใช้ควรใช้ด้วยความระมัดระวัง

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้ได้เสนอแนะให้งานวิจัยให้ชุมชนควรมีการดำเนินการเตรียมความพร้อมการเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย ตามแนวทางการเตรียมความพร้อม ผู้ประกอบการ ดังนี้

ก. ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม

1. ด้านการบริหารจัดการ

- การยึดอุดมการณ์ และวิสัยทัศน์ ของสมาชิกในกลุ่มมีแนวคิดเดียวกัน หรือมองเห็นอนาคตข้างหน้าร่วมกัน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะยึดเหนี่ยวความสัมพันธ์และการรวมตัวของกลุ่ม ให้พยายามปฏิบัติหน้าที่ของแต่ละคนจนสุดความสามารถ เพื่อจะบรรลุอุดมการณ์และวิสัยทัศน์ที่มีร่วมกัน โดยไม่แตกแยก

- การมีเป้าหมายเดียวกัน หรือมีผลประโยชน์ร่วมกัน จะทำให้สมาชิกในกลุ่มมีทิศทางดำเนินงานที่สอดคล้องกันเพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายนั้น เน้นให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ของกลุ่มมากกว่าทรัพย์สินหรือสิ่งมีค่าทางวัตถุ

- ต้องมีการปรับเปลี่ยนการบริหารงาน ให้เป็นระบบและอยู่ตัว

- ทำการกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจน และการกำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณ

- ทำการกำหนดโครงการกิจกรรมที่จะดำเนินการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน

- ทำการกำหนดช่วงเวลา หรือระยะเวลาในการดำเนินโครงการกิจกรรมที่วางแผนไว้ให้ชัดเจนเพื่อจะได้ติดตามการดำเนินงานได้

- กิจกรรมการดำเนินงานของกลุ่มมีความเหมาะสมสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของสมาชิก มีแผนงานที่ประกอบด้วยการพัฒนาทุก ๆ ด้าน สามารถบริหารจัดการได้ภายในกลุ่ม โดยไม่ต้องพึ่งพิงปัจจัยต่าง ๆ จากภายนอก ภายใต้การสนับสนุนของผู้นำองค์กรชุมชน

- ผู้นำกลุ่มต้องมีการสร้างเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกกลุ่ม

- กระตุ้นและสร้างแรงจูงใจสมาชิกกลุ่มให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานอยู่เสมอ สร้างขวัญและกำลังใจภายในกลุ่ม

- เน้นการทำงานแบบมีส่วนร่วมให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ยอมรับและให้ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน

- ทำการบริหารความคิดเห็นที่แตกต่างกันของสมาชิกกลุ่มให้เป็นความคิดเชิงสร้างสรรค์

- สร้างทีมงานให้แข็งแกร่ง เนื่องจากทุกคนต้องทำงานด้วยความเสียสละ

- ต้องมีการสื่อสารภายในกลุ่มอย่างสม่ำเสมอในทุกช่องทางเพื่อสร้างให้เกิดความเข้าใจตรงกัน

- ระบบการสื่อสารของกลุ่มควรเป็นแนวราบไม่ใช่แนวตั้ง เนื่องจากจะทำให้เกิดความรู้สึกเท่าเทียมกัน และยอมให้ความร่วมมือด้วยความเต็มใจ

- ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง โดยใช้หลักการ (PDCA) มีการปรับปรุงแก้ไขการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง

2. ด้านการบริหารจัดการคน

- ควรจ้างเจ้าหน้าที่เข้ามาปฏิบัติงานประจำเพื่อช่วยประสานงาน ทำให้การดำเนินงานเกิดความรวดเร็วและคล่องตัว

- ควรมีค่าตอบแทนให้แก่สมาชิกที่เข้ามาช่วยงานกลุ่ม ในรูปของสวัสดิการ เบี้ยเลี้ยง หรือค่าน้ำมันรถ ฯลฯ เพื่อให้เกิดขวัญและกำลังใจ

- ทำการพัฒนาสมาชิกโดยการอบรมให้ความรู้ และทักษะในด้านต่างๆ โดยเฉพาะการเป็นผู้ประกอบการ ในด้านการบริหารจัดการ การตลาด การผลิต และการเงิน

3. ด้านการตลาด

- ทำการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่เด่นๆ มาทำการตลาดก่อน

- มุ่งเน้นการทำการตลาดให้เพิ่มมากขึ้น

- ทำการสร้างตราสินค้า และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นของกลุ่ม

- ทำการสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

- แก้ไขปัญหาเรื่องการกระจายสินค้า รวมถึงยังขาดสถานที่ที่เป็นจุดศูนย์กลางในการประสานงาน หรือหน้าร้านในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

4. ด้านการผลิต

- ทำการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมในการผลิต

- ทำการวางแผนการผลิต ร่วมกันของสมาชิกกลุ่มให้สัมพันธ์กับการทำการตลาด เพื่อจะสามารถตัดสินใจวางแผนด้านการผลิตได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

- ผลิตภัณฑ์ควรได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ เช่นมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มาตรฐานออย. ฯลฯ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค

- พัฒนาคุณภาพการผลิต ตลอดจนการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ทันสมัยได้มาตรฐาน และควรลดการพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากภายนอก ซึ่งอาจจะทำให้ต้นทุนในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น

5. ด้านการเงิน

- ทำการวางแผนทางการเงินของกลุ่มให้ดี
- สร้างสภาพคล่องทางการเงินของกลุ่ม
- พยายามหารายได้จากการจำหน่ายสินค้าให้เพิ่มขึ้น
- ระดมเงินทุนจากการจำหน่ายหุ้นให้สมาชิกกลุ่ม เพื่อจะได้มีเงินทุนหมุนเวียนสำหรับการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดโครงการฝึกอบรมเทคนิคต่างๆ เพื่อให้เกษตรกรมีความรู้ต่อยอดจากการทำการเกษตรมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องเมล็ดพันธุ์พืชอินทรีย์ การแปรรูปผลผลิต การสร้างมูลค่าเพิ่มและการการตลาด เพื่อให้เกษตรกรสามารถจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้มากขึ้น และผู้บริโภคได้มีโอกาสบริโภคสินค้าอินทรีย์มากขึ้น

- ควรมีนโยบายในการกีดกันการนำเข้าและการใช้สารเคมีทางการเกษตรต่างๆ เพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรเคมีหันมาทำเกษตรอินทรีย์ที่ดีต่อสุขภาพ ไม่ทำลายระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม และมีต้นทุนการเพาะปลูกที่ต่ำกว่าการเพาะปลูกแบบเคมี ผู้บริโภคปลอดภัย

- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่นสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ควรเข้ามาให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ดังนี้

- การบูรณาการงานวิจัยและการบริการวิชาการสู่สังคม ชุมชน โดยการอบรมให้ความรู้ และทักษะในด้านต่างๆ โดยเฉพาะการเป็นผู้ประกอบการ ในด้านการบริหารจัดการ การตลาด การผลิต และการเงินให้แก่กลุ่ม

- ให้ความช่วยเหลือในการทำการตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้แก่กลุ่ม

- ให้ความช่วยเหลือในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมในการผลิต

- ให้ความช่วยเหลือในการรับรองมาตรฐานต่างๆ เช่นมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มาตรฐานออย. ฯลฯ

- ให้ความช่วยเหลือในการแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร การพัฒนากระบวนการผลิตสินค้า

- ให้องค์ความรู้ในเรื่องการทำเกษตร เกษตรอินทรีย์ ทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำแก่เกษตรกร

- ช่วยประสานหน่วยงานองค์กรต่างๆ ในภาครัฐ และเอกชน รวมถึงเครือข่ายต่างๆ เพื่อร่วมกันผลักดันการดำเนินงานของกลุ่มให้ประสบความสำเร็จ

ข. ด้านการเตรียมพร้อมการเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย

สำหรับแนวทางในการเตรียมพร้อมการเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัยงานวิจัยนี้ได้เสนอ 3 แนวทาง แนวทางในการเตรียมพร้อมเพื่อสร้างผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย แนวทางจัดทำแผนธุรกิจ และแนวทางในการจัดตั้งธุรกิจ

1. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ

ทีมวิจัยได้จัดทำแผน 1 ปีในการเตรียมพร้อมการเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย โดยในแนวทางนี้จะเน้นการอบรม โดยใช้หลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการ เมื่อกลุ่มเป้าหมายมีความพร้อม โดยมุ่งเน้นที่

- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสินค้าหรือบริการเกษตรปลอดภัย โดย 2 วิธี ดังนี้ ก)

พัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัยแบบครบวงจร ข) การพัฒนาทักษะการทำเกษตรสมัยใหม่ ในกรณีที่เกษตรกรกลุ่มเป้าหมายสนใจ

- พัฒนาทักษะ Digital
- พัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการองค์กรและเชื่อมโยงเครือข่าย
- พัฒนาทักษะการบริหารจัดการตลาดสินค้าเกษตรปลอดภัย

2. แนวทางจัดทำแผนธุรกิจ

หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์เบื้องต้นจากงานวิจัยนี้ ทีมวิจัยได้เสนอให้ กลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัยในตำบลป่าไผ่เข้ารับการอบรมความรู้ด้าน การประกอบการ โดยเริ่มจากการพัฒนาตนเอง โดยดึงความเป็นผู้ประกอบการออกมา โดยใช้วิธีการอบรมเชิงปฏิบัติการ ที่เน้นให้ผู้เข้าอบรมปฏิบัติ แต่ไม่เน้นการจดเลคเชอร์ โดยเริ่มจาก การวิเคราะห์ตัวเอง รู้จักสมรรถนะและสมรรถภาพตัวเองในการทำธุรกิจ สกัดโครงการธุรกิจ โดยวิเคราะห์จากทุนบุคคลและปัจจัยภายนอก หลังจากนั้นเริ่มทำความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจ ในแต่ละด้าน พร้อมกับการเป็นพี่เลี้ยงในการ

จัดทำแผนธุรกิจเชิงปฏิบัติการ ในด้านการจัดการ การตลาด การผลิตและการเงิน โดยใช้ระยะเวลาปฏิบัติการ 3 เดือน เนื่องจากผู้ประกอบการมีเวลาจำกัด ทำให้มีปัญหาในเรื่องความเข้าใจในด้านต่างๆ ทำให้ต้องใช้ระยะเวลาฝึกปฏิบัติการ โดยเริ่มจาก เดือนแรก

3. แนวทางในการจัดตั้งธุรกิจ

หลังจากที่ได้อบรมและมั่นใจว่ากลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการมีความพร้อมในการจัดตั้งธุรกิจ ทีมวิจัย เสนอ 3 รูปแบบ ในการจัดตั้งกิจการแก่ผู้ประกอบการ โดยจะช่วยชี้แนะ ดังต่อไปนี้

การประกอบการแบบเจ้าของคนเดียวผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง โดยอาจใช้ชื่อธุรกิจหรือชื่อตนเองในการประกอบการ **การประกอบการแบบเจ้าของคนเดียว**ผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง โดยอาจใช้ชื่อธุรกิจหรือชื่อตนเองในการประกอบการ **การประกอบการ แบบหุ้นส่วน**

ห้างหุ้นส่วนสามัญ หุ้นส่วนทุกคนต้องร่วมกับรับผิดชอบในหนี้ที่ก่อขึ้นอย่างไม่จำกัดจำนวน ร่วมกันหมายถึงหุ้นส่วนแต่ละคนต้องรับผิดชอบในการกระทำของหุ้นส่วนคนอื่นด้วย ทั้งหมดหมายถึงหุ้นส่วนนั้นต้องรับผิดชอบอย่างไม่จำกัดจำนวนในหนี้หรือการกระทำใดๆของหุ้นส่วนร่วมกัน รวมถึงทรัพย์สินส่วนตัวของหุ้นส่วนก็ต้องนำมารวมด้วย สำหรับห้างหุ้นส่วนทุกประเภท ต้องมีหุ้นส่วนอย่างน้อย 2 คนจึงจะสามารถตั้งห้างขึ้นมาได้ การที่ผู้ใดจะเข้ามาเป็นหุ้นส่วนในห้างหุ้นส่วนสามัญได้นั้นต้องได้รับความยินยอมจากหุ้นส่วนทุกคนในห้างหุ้นส่วน

ความแตกต่างระหว่างห้างหุ้นส่วนสามัญไม่จดทะเบียนซึ่งไม่ใช่นิติบุคคลนั้น การเสียภาษีจะเสียภาษีเป็นรายบุคคล และห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียนซึ่งได้มีการจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จะมีสถานะเป็นนิติบุคคลซึ่งต้องเสียภาษีเงินได้นิติบุคคลตามกฎหมาย ที่กล่าวมาข้างต้นนั้นห้างหุ้นส่วนสามัญจดทะเบียนนั้นต้องจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า หุ้นส่วนจัดการจะเป็นผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับการจดทะเบียน และการจดทะเบียนนั้นจะต้องจดทะเบียนในจังหวัดที่สำนักงานใหญ่จะตั้งอยู่ ค่าธรรมเนียมในการจัดตั้งอยู่ในอัตรา 1,000 บาทต่อทุนจดทะเบียนทุกๆ 100,000 บาท โดยมีอัตราขั้นต่ำ 1,000 บาท และอัตราขั้นสูงคือ 5,000 บาท **ห้างหุ้นส่วนจำกัด** จะมีหุ้นส่วน 2 ประเภท และแตกต่างกันในเรื่องสิทธิและความรับผิดชอบ ห้างหุ้นส่วนจำกัดนั้นต้องมีหุ้นส่วนหนึ่งคนหรือมากกว่านั้นซึ่งต้อง “ร่วมกัน” รับผิดชอบอย่างไม่จำกัดจำนวนสำหรับการกระทำที่หุ้นส่วนได้กระทำ หุ้นส่วนประเภทนี้เรียกว่า**หุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิดชอบ** “ร่วมกัน” หมายถึงหุ้นส่วนแต่ละคนต้องรับผิดชอบในการกระทำของหุ้นส่วนคนอื่นอย่างไม่จำกัดจำนวน ผู้เป็นหุ้นส่วนไม่จำกัดความรับผิดชอบเท่านั้นที่จะสามารถหุ้นส่วนผู้จัดการ หุ้นส่วนประเภทที่ 2 คือ **หุ้นส่วนจำกัดความ**

รับผิดชอบ ห้างหุ้นส่วนจำกัดนี้จะต้องมีหุ้นส่วนจำกัดความรับผิดชอบมากกว่า ๑ คนซึ่งมีความรับผิดชอบเฉพาะเงินที่ตนเองได้ลงทุนไปเท่านั้น

เนื่องจากห้างหุ้นส่วนจำกัดนั้นเป็นนิติบุคคล จึงต้องมีการจดทะเบียนต่อกระทรวงพาณิชย์ หุ้นส่วนผู้จัดการจะเป็นผู้จดทะเบียนตั้งห้างหุ้นส่วนในจังหวัดที่สำนักงานใหญ่จะตั้งอยู่ การจดทะเบียนจัดตั้งห้างหุ้นส่วนจำกัดนั้นต้องเสียค่าธรรมเนียมในอัตรา 1,000 บาทต่อหน่วยเงินลงทุน 100,000 บาท โดยต้องเสียค่าธรรมเนียมขั้นต่ำ 1,000 บาทและค่าธรรมเนียมสูงสุด 5,000 บาท สำหรับการเสียภาษี ห้างหุ้นส่วนจำกัดจะเสียภาษีเหมือนกับนิติบุคคลทั่วไป **และการประกอบการแบบบริษัท**

ค. การสร้างมูลค่าเพิ่มและช่องทางการจัดจำหน่าย

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม Agri-Eco

ทางกลุ่มเริ่มมีการรวมตัวกันภายใต้กลุ่มที่ชื่อว่า Agri-Eco หรือ เกษตรนิเวศสันทราย ที่มีแนวคิดหลักของกลุ่มคือ “เคารพธรรมชาติ ดินดี น้ำดี ชีวิตดี” และอยู่บนฐานของแนวความคิดที่ว่า “การพัฒนาวิถีชีวิตด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ความสมดุล บูรณาการการพัฒนาเกษตรเชิงนิเวศ ด้วยนวัตกรรมบนวิถีชีวิตคนสันทราย” จากแนวคิดและฐานความคิดดังกล่าว ทางกลุ่มต้องมีการระดมความคิดเพื่อหาข้อสรุปแนวทางนโยบายของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่สอดคล้องและสัมพันธ์กับแนวคิดดังกล่าว โดยกำหนดเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์ที่จะเข้าร่วมโครงการของกลุ่มจะต้องมีเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับแนวคิดและฐานแนวคิดดังกล่าวด้วย โดยผลิตภัณฑ์ทุกตัวควรมี นวัตกรรมเป็นตัวหลักในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนสันทราย ผลิตภัณฑ์นั้นต้องสร้างสมดุลและบูรณาการเกษตรเชิงนิเวศทั้งระบบห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ตั้งแต่กระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ โดยการนำเทคโนโลยีสมัยมาใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

นอกจากนั้นทางกลุ่มควรมีการกำหนดรูปแบบของบรรจุภัณฑ์และตราผลิตภัณฑ์ที่ใช้ไปในทิศทางเดียวกัน ควรมีบรรจุภัณฑ์และแบรนด์ของกลุ่มเองที่เป็นมติให้สมาชิกในกลุ่ม เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์และเอกลักษณ์ของกลุ่มรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่จะเข้ามาใหม่หรือสมาชิกใหม่ที่จะเข้ามาในกลุ่มได้ปฏิบัติตามที่กลุ่มกำหนดไว้ การกำหนดดังกล่าวจะสามารถสร้างอำนาจต่อรองกับผู้ขายปัจจัยการผลิต คนกลางทางการตลาด และผู้บริโภคได้ ทางกลุ่มควรมีกระบวนการสร้างแบรนด์ของกลุ่มให้ชัดเจน โดยการสร้างประสบการณ์องค์รวมให้เกิดขึ้นในทุก Touch point ตั้งแต่กระบวนการก่อนซื้อ ขณะซื้อและหลังการซื้อ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม Engagement ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค จะนำมาซึ่งการไปบอกต่อถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มมี (Micro influencer) ซึ่งในปัจจุบันเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

2. การกำหนดรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่ม Agri-Eco

เนื่องจากทางกลุ่มอยู่ในระยะเริ่มต้นของการรวมกลุ่ม โดยสมาชิกทุกคนก็มีผลิตภัณฑ์ของตนเองมีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เป็นของตนเอง ทางกลุ่มต้องใช้ประโยชน์จากช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มสมาชิกเดิมให้เป็นประโยชน์ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายที่เดิกล้วนต้องเป็นการจัดจำหน่ายในนามของกลุ่ม “Agri-Eco” เพื่อที่จะสามารถสร้างอำนาจต่อรองกับคนกลางทางการตลาดหรือกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนั้นควรคำนึงถึงต้นทุนการกระจายสินค้าให้เกิดขึ้นต้นทุนต่ำสุดและยังคงทำให้คนกลางและผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจ

ทางกลุ่มควรให้ความสำคัญกับประเด็นที่ว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มต้องดีปลอดภัยและมีคุณภาพจริงๆ นับว่าเป็นหัวใจสำคัญอันดับแรกของการทำธุรกิจเกษตรปลอดภัย ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคและตัวแทนจำหน่ายเปิดรับสินค้าได้ง่าย และเกิดการบอกต่อไปเรื่อยๆ เพราะฉะนั้นต้องสร้างความมั่นใจให้กับคนกลางในการที่จะรับผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่มไปจำหน่ายต่อ

ทางกลุ่มควรเริ่มจากการเปลี่ยนสมาชิกในกลุ่มจากผู้ผลิตให้เป็นผู้บริโภค เริ่มต้นจากภายในกลุ่มสมาชิก สำหรับจุดเริ่มต้นอาจปรับทิศทางในการการผลิตเพื่อบริโภคและซื้อขายหมุนเวียนกัน ในภายในกลุ่มก่อน จากนั้นเมื่อผู้บริโภคภายนอกเริ่มเห็นความเคลื่อนไหวก็จะเริ่มทยอยเข้ามาหา ทำให้เครือข่ายค่อยๆ ขยายออกไปเอง เพราะฉะนั้นทางกลุ่มจะต้องเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคในคนเดียวกัน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มต่อไป

ทางกลุ่มควรเข้าถึงใจผู้บริโภค ด้วยการสื่อสารและช่องทางที่หลากหลาย (Omni Channel) แม้ทุกวันนี้ผู้บริโภคจะรู้ถึงประโยชน์ของการบริโภคสินค้าเกษตรปลอดภัยอยู่แล้ว แต่การให้ข้อมูลเชิงลึกและการสื่อสารก็ยังคงเป็นสิ่งสำคัญเสมอ ฉะนั้น นอกเหนือจากการออกแบบฉลากสินค้าหรือชั้นวางสินค้าให้ดีแล้ว ทางกลุ่มควรมหาโอกาสพาสินค้าไปออกร้านและพบปะพูดคุยกับลูกค้าตัวจริงบ้าง เพราะการให้ข้อมูลโดยตรงกับลูกค้านั้นจะทำให้เกิดความประทับใจ และลูกค้าจะช่วยเผยแพร่ข้อมูลของเราต่อไปแบบปากต่อปากทั้งที่เป็น Online และ Offline เพราะฉะนั้นทางกลุ่มควรออกแบบช่องทางในการสื่อสารและช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีหลากหลายรูปแบบ โดยต้องดู Customer Journey ว่าผู้บริโภคมีรูปแบบการรับรู้และซื้ออย่างไร แล้วออกแบบช่องทางและการสื่อสารให้สอดคล้องกับ Customer Journey

ทางกลุ่มควรมีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายธุรกิจสีเขียวกับผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ เพื่อเป็นช่องทางอีกช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม นอกจากนั้นยังสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ให้การสนับสนุน และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เครือข่ายที่เข้มแข็งสามารถสร้างสรรค์ทั้ง

กิจกรรมการค้าและกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เกิดเป็นความเคลื่อนไหวที่มีพลังทั้งในระดับชุมชนและระดับประเทศได้ ดังนั้นทางกลุ่มควรมีความร่วมมือผู้บริโภค โดยการให้สมัครเป็นสมาชิกเพื่อเป็นการสร้างความผูกพันกับทางกลุ่ม (Engagement) โดยจะเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพการสื่อสารและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และการสร้างเครือข่ายกลุ่มกับกลุ่มอื่นๆที่มีนโยบายและทิศทางไปในทิศทางเดียวกับกลุ่ม เพื่อเป็นการเสริมคุณภาพลักษณะคุณค่าที่ทางกลุ่มต้องการเสนอให้กับชุมชน สังคมและผู้บริโภคได้รับทราบ

ง.ด้านการเงิน

จากศึกษาถึงความพร้อมในการดำเนินงานด้านการบริหารการเงินของผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัยพื้นที่ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ 1. จากผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัยพื้นที่ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ มีความรู้ด้านการบริหารการเงิน ในเรื่องการวางแผน การจัดทำงบการเงิน ที่เกี่ยวข้อง แต่ยังไม่มีการนำเทคโนโลยีทางด้านบริหารการเงินมาใช้มากนัก เนื่องจากผู้ประกอบการเกษตรฯ เป็นผู้สูงวัย และการเข้าถึงเทคโนโลยีทำได้ช้า ควรให้ส่งเสริมการเพิ่มความรู้ทางด้านเทคโนโลยีการบริหารการเงิน โดยอาจจัดส่งบุตรหลาน เข้ารับการอบรมก่อนและนำความรู้ที่ได้มาถ่ายทอดอีกครั้งหนึ่ง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะกลุ่มเป้าหมายในตำบลป่าไผ่และศึกษาจากเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่สนใจและมีความพร้อมที่จะเข้าร่วมโครงการกับทีมวิจัย ทำให้มีจำนวนของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมค่อนข้างจำกัด ดังนั้นงานวิจัยในครั้งหน้าควรจะทำการศึกษาเพิ่มเติมในด้านต่างๆดังนี้

1. ทำการศึกษากลุ่มอื่นๆในอำเภอสันทราย ในหลายๆตำบล โดยพยายามชักจูงให้กลุ่มต่างๆ เข้าร่วม โครงการวิจัยให้มีจำนวนมากกว่านี้ จะทำให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน

2 ทำการศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มเกษตรปลอดภัยในพื้นที่อื่น เพื่อจะได้นำไปวางแผนในการบริหารจัดการกลุ่ม การสร้างผู้ประกอบการเกษตรปลอดภัย การสร้างมูลค่าเพิ่มและด้านการเงินในภาพรวมของอำเภอหรือจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาในเชิงบูรณาการได้อย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ ท่ามา. 2557. แนวทางการพัฒนากลุ่มอาชีพ: กรณีศึกษากลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จักสานจากต้นกกบ้านห้วย ตำบลบ้านห้วย อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น. เอกสารการประชุมวิชาการ การพัฒนาชนบทที่ยั่งยืน ครั้งที่ 4 (หน้า 164-170). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กัญญาพัสดุ กล่อมธงเจริญ. 2554. รูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ที่เข้มแข็ง: กรณีศึกษากลุ่มผลิตปุ๋ยอินทรีย์ชีวภาพบ้านดอกแดง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่. คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.
- กรีนเนท. (2562). แนวคิดหลักพื้นฐานของเกษตรปลอดภัย
กลุ่มส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2560)ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร
- ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช . 2551. การศึกษารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพเกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษบ้านจำ หมู่ที่ 6 ตำบลปงยางคก อำเภอห้างฉัตร
- คัทลียา เหลือคณานัน. (2560). การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 2 : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
- จิรพรรณ กาญจนะจตรา . 2530. การพัฒนาชุมชน .พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ฉัตรชัย สาริกัลยะ. 2558. แผนและแนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาลาดสินค้าอินทรีย์. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
http://www.organicnaturalexpo.com/download/symposium_summarize.pdf(1 ธันวาคม 2561).
- จิตติมา ชูเชิด และคณะ. (2562). บริการทางการเงินดิจิทัลและนัยต่อการดำเนินนโยบายการเงินของไทย.
https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/Paper_DigitalizationonFinancialServices.pdf?fbclid=IwAR02-xZUuAzl1XRUAwP0hst5tY6GK5goN-jXx8Bpp09FSvxe5n6uclgXx14 (1 สิงหาคม 2562)

ชนาธิป จันทร์เรือง (2560) การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 2 :

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

คุณฤณี พรหมทต. (2558). วารสารวิจัยสหวิทยาการไทย. ปีที่ 10 : ฉบับที่ 3 พฤศจิกายน-ธันวาคม 2558

ณัฐภรณ์ พงษ์ณะเรศ และคณะ. (2560). สินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและผิวพรรณ

ณัฐพงษ์ ทองภักดี. (2550). ประสิทธิภาพของเศรษฐกิจพอเพียง: ความเป็นมาและความหมาย. วารสารพัฒน บริหารศาสตร์, 47(1), 1-25.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2556). รายงานผลการสำรวจทักษะทางการเงินของคนไทย ปี 2556.

กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย

ไทย.[https://www.bot.or.th/Thai/Segmentation/Student/setthatat/DocLib](https://www.bot.or.th/Thai/Segmentation/Student/setthatat/DocLib_Settha_Paper_2558/FI_Doc_Prize1_2558.pdf)

[Settha_Paper_2558/FI_Doc_Prize1_2558.pdf](https://www.bot.or.th/Thai/Segmentation/Student/setthatat/DocLib_Settha_Paper_2558/FI_Doc_Prize1_2558.pdf).

เทียน เสร้ามัญ. 2558.การบริหารจัดการกลุ่มผู้ปลูกผักอินทรีย์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนตำบล

หนองป่าครั่ง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต 3(3): 309-318.

นิศารัตน์ สังข์เสื่อ และพดดา เดชพลมาตย์.2560. การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวศรีนคร อำเภอศรีนคร จังหวัดสุโขทัย .เอกสารการประชุมมนเรศวรวิจัย ครั้งที่ 13: วิจัยและนวัตกรรม ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม (หน้า 868-877).

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

นราธิป อ่ำเที่ยงตรง (2560) ปั้นแบรนด์สินค้าเกษตรไทย ก้าวไกลสู่สากล

ปัญญา ชะริรักษา (2017). เกษตรปลอดภัยเกษตรอินทรีย์ กรณีศึกษากลุ่มผักปลอดสารพิษบ้านจำ ต.

ปภายกค จ.ลำปาง Retrieve on June 30, 2019 <https://www.nfc.or.th/content/4102>

ประสิทธิ์ รัตนพันธ์ และคณะ. (2561). การพัฒนาช่องทางทางการตลาดและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้อาหาร

ประสิทธิ์ เสาร์แก้ว. (2560). ชุมชนป่าไผ่. การสัมภาษณ์ วันที่ 20 สิงหาคม 2561

ปรีดา ศรีนฤวรรณ. (2552). หลักการตลาด. นกคดการพิมพ์:เชียงใหม่

ปรีดา ศรีนฤวรรณ (2559) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของสหกรณ์ผู้เลี้ยงไก่ไข่เชียงใหม่-ลำพูน จำกัด

พรชนก ทองลาด. (2554). การบริหารการเงินตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการในจังหวัดลำปาง ลำพูน และเชียงใหม่. คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, ลำปาง.

กฤษณิศา เดชเถกิง. (2558). Entrepreneurship Development of Women in Rural Thailand Organic

Product Enterprise. Summer Seminar in Marketing 2015. Warsaw, Poland.

ภุชณิศา เตชเถกิง 2556ก การสร้างควมเข้มแข็งแก่ผู้ประกอบการกาเฟอินทรีย์ อำเภอดอยสะเก็ด
จังหวัดเชียงใหม่ คณะบริการธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ภุชณิศา เตชเถกิง 2556ข การปลักค่นผู้ประกอบการผู้หญิงในธุรกิจผลิตภัณฑอินทรีย์ อำเภอดอย
สะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ คณะบริการธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ภาณุพันธุ์ ประภาติกุล และ แผลมทอง ศรีพยามน้อย. 2559.การบริหารจัดการกลุ่มเกษตรกรปศุสัตว์
อินทรีย์ในจังหวัดขอนแก่น.แก่นเกษตร 44 ฉบับพิเศษ 1 : (2559).(หน้า 549-594)

ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2540. กรุงเทพฯ: นานมีบุค
รัฐพงษ์ สังคะสุข. (2560). วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.

ปีที่ 12 : ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2560)

วาริพร ชุศรี. (2560). แนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้ากรนงเขา OTOP ระดับ 5 ดาว
เพื่อการ เข้าสู่ตลาดอาเซียน. วารสารการจัดการสมัยใหม่, 15(2), 45-55

วิกรานต์ เตือกมจกล. (2560). ความรู้ทางการเงินของประชาชนจังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิจัยและ
พัฒนาวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 12(3), 311-323

วิระเดช นารินทร์ และคณะ. (2560). กลยุทธ์การขายตรง

วารภรณ์ ปัญญาวดี. (2551). การจัดโครงการลงหรือโรงเรียนเกษตรกร

วิพิสัย เจียมปัญญารัช. (2560). อนาคตของเกษตรกรอินทรีย์รายย่อยของไทย

ศิริกุล ตุลาสมบัติ. (2559). การจัดการทางการเงินของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ขนาดกลางและขนาดย่อม
ในเชียงใหม่. คณะบริการธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้, เชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2545). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร [ระบบ

ออนไลัน]. แหล่งที่มา <http://www.bloggang.com/viewblog.php?id=lean-357&group=1>(1
ธันวาคม 2561).

สถาบันคีนันแห่งเอเชีย. (2558). คนไทยก้าวไกลใส่ใจการเงิน. กรุงเทพฯ: สถาบันคีนันแห่งเอเชีย
และมูลนิธิ

ชิตี. [https://thaipublica.org/wp-content/uploads/2015/03/1.Citi-LIFT-FL-Research-Report-
THAI_Draft.pdf](https://thaipublica.org/wp-content/uploads/2015/03/1.Citi-LIFT-FL-Research-Report-THAI_Draft.pdf).

สมชาย ขจรศักดิ์ชัย. (2554). ใครคนหนึ่ง ทำเพื่อเราได้ทั้งชีวิต. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ตะวันออก.

สิทธิณัฐ ประพุทธนิตินสาร. 2545. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม:แนวคิดและแนวปฏิบัติ
เชียงใหม่: โรงพิมพ์วนิดา เพรส.

สำนักงานมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงาน
มาตรฐานอุดมศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย 2545. ชุควิจัยชุมชน. โรงพิมพ์บริษัทเอส อาร์
พรินตติ้ง.

สมเกียรติ สกุลสุระเอกพงศ์ (2559) มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบริการในกิจการเพื่อสังคม WMS

Journal of Management Walailak University Vol.5 No.3 (Sep – Dec 2016)

อารยา เสือเดช. (2559). กระบวนการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางระบบพาณิชย์

ฮาลูมีชีส (Haloumi Cheese) : facebook.com/AgriEcoThailand

Agri Eco กลุ่มเกษตรนิเวศต้นทราย : <https://agrieothailand.com/ourproducts/>

Ani C. G. P., Kelmara M. V., Daniel A. C. & Reisoli B. F. (2015). Financial literacy in Southern

Brazil: Modeling and invariance between genders. Journal of Behavioral and

Experimental Finance Vol.6

pp.112.http://fms.vru.ac.th/BACKUP_WEB_fms/qa1/sar60/2.3/4.pdf

At Samoeng OrganicFarm : <https://agrieothailand.com/ourproducts/at-samoeng-organic-farm/>

Bird, B. (1992). *The Roman God Mercury: An Entrepreneurial Archetype*, Journal of

Management Enquiry, vol 1, no 3, September, 1992.

Colleen T. A. (2015). Financial literacy and financial behavior: Assessing knowledge and

confidence. Financial Services Reviews Vol.24 pp.101-

117.[http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid= 0&sid=a5306cbb-757a-4618-8c16-](http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid= 0&sid=a5306cbb-757a-4618-8c16-887fcd550953%40sessionmgr101&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmU%3d#AN=103068434&db=bsx)

[887fcd550953%40sessionmgr101&bdata=JnNpdGU9ZWRzL](http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid= 0&sid=a5306cbb-757a-4618-8c16-887fcd550953%40sessionmgr101&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmU%3d#AN=103068434&db=bsx)

[WxpdmU%3d#AN=103068434&db=bsx](http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid= 0&sid=a5306cbb-757a-4618-8c16-887fcd550953%40sessionmgr101&bdata=JnNpdGU9ZWRzLWxpdmU%3d#AN=103068434&db=bsx)

OECD: Organization for Economic Cooperation and Development. (2012). Measuring Financial

Literacy: Questionnaire and Guidance Notes for Conducting and Internationally

Comparable Survey of Financial Literacy, INFF International Network on Financial

Education.[http://www.oecd.org/ education/highlights.pdf](http://www.oecd.org/education/highlights.pdf).

Digital Economy: (2560) [http://www.cgdigitalacademy.com/ความแตกต่างระหว่าง-multi-](http://www.cgdigitalacademy.com/ความแตกต่างระหว่าง-multi-channel-marketing-vs-omni-chann/)

[channel-marketing-vs-omni-chann/](http://www.cgdigitalacademy.com/ความแตกต่างระหว่าง-multi-channel-marketing-vs-omni-chann/)

Drucker, P. F. (2001). The Essential Drucker. Great Britain: Clays Ltd, St. Ives plc.

Frese, M. (Ed.). (2000). Success and failure of microbusiness owners in Africa: A psychological Approach. West Port: Greenwood Publishing Group.

Hachana, R. (2018). Identifying personality traits associated with entrepreneurial success: does gender matter? Retrieve on 5 August 2019 <https://www.cairn.info/revue-journal-of-innovation-economics-2018-3-page-169.htm#>

Hisrich, M. P. (2002). Entrepreneurship (5th Ed.). New York: Mc Graw-Hill Irwin.

Robinson, J.A. (2004). Foundation of Entrepreneurship, Available at:
<http://ssrn.com/abstract=983191>

Kerr, S.P. (2017). Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature. Retrieve on 2 August 2019 http://www.hbs.edu/faculty/publication%20files/18-047_b0074a64-5428-479b-8c83-16f2a0e97eb6.pdf

Potasin, N. and Thechatakerng, P. (2013). Determinants of Starting Entrepreneurs through Non Formal Education's Professional Practice in Hangdong District, Chiangmai Province, Thailand. World Journal of Management, Vol. 5. No. 2. September 2014 Pp. 25 – 36

Ruangkrit, S. and Thechatakerng, P. (2013). Characteristics of Community Entrepreneurs in Chiangmai, Thailand. Paper presented in International Business Research Conference, Melia Gagos, Madrid, Spain 9-10 September, 2013.

SiamCashflow. หน้าี่และควมรบัผดชอบของผุ้บรหการทางกรเงน. ที่มา:
<https://sites.google.com/site/siamcashflow/sara-kar-reiyn-ru-cak-siamcashflow-com/hnathi-laea-khwam-rab-phid-chxb-khxng-phu-brihar-thangkar-ngein> (11 ธันวาคม 2561)

Thechatakerng, P.(2009). Determinant of Entrepreneurs' Innovation, Paper presented at 3rd EDP Workshop, Economia del Empresa, Universitat Autnoma de Barcelona

Potasin & Thechatakerng (2014).