

## การสร้างความยั่งยืนในผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชนด้วยการบริหารจัดการ เชิงระบบนิเวศ

วุทธิชัย ลิ้มอรุณทัย

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุมบางเขน  
wutthichai.li@spu.ac.th

### บทคัดย่อ

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากร และลดความเหลื่อมล้ำทางการกระจายรายได้ให้กับประเทศไทย ปัจจัยสำคัญคือการสร้างความยั่งยืนให้กับภาคการเกษตร และแนวทางที่สำคัญคือ คือการสร้าง ความยั่งยืนให้กับภาคการเกษตร การวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาแนวทางในการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์สู่ความยั่งยืน โดยการวิจัยนี้เป็นวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการถอดบทเรียน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก จากเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ นักการตลาด และนักวิชาการในชุมชน จำนวน 9 คน ประกอบด้วย เกษตรที่ทำเกษตรอินทรีย์ ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร นักวิชาการด้านการเกษตร ในพื้นที่ปริมณฑล และนำมาถอดบทเรียน ในส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) ใช้แนวทางกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้สอดคล้องกับการใช้สถิติวิเคราะห์องค์ประกอบ ในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 540 ตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในรูปแบบออนไลน์เพื่อนำมาสังเคราะห์ร่วมกับการวิจัยเอกสาร และสกัดองค์ประกอบ เพื่อหาจำนวนองค์ประกอบ เพื่อนำมาสร้างแบบสอบถามที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยถอดบทเรียนพบว่า การสร้างความยั่งยืนในผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชนด้วยการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบได้แก่ 1) การบริหารการผลิต 2) การบริหารพันธมิตร 3) การบริหารโลจิสติกส์ 4) การบริหารการตลาด 5) การบริหารการจัดจำหน่าย และจากการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) พบว่า องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นส่งผลต่อผลิตภัณฑ์การเกษตรชุมชนที่ยั่งยืน สามารถอธิบายความแปรปรวนของโมเดลได้ร้อยละ 83.12 โดยผลการวิเคราะห์เส้นทางมีความกลมกลืนกันกับโมเดลเชิงประจักษ์คือ  $\chi^2/df=1.213$ ,  $p=0.1057$ ,  $CFI=0.975$ ,  $GFI=0.963$ ,  $AGFI=0.932$ ,  $RMSEA=0.023$

**คำสำคัญ:** การบริหารจัดการเชิงระบบ ระบบนิเวศ เกษตรชุมชน ความยั่งยืน



## Building sustainable Community agricultural product by using

Wutthichai Limarunothai

Faculty of Business, Sripatum University

wutthichai.li@spu.ac.th

### Abstract

The Economic-base Development to increase the population's quality of life and reduce the difference of income distribution in Thailand. The main factors are to build the sustainability of Thai Agricultural sectors as well as the way to make them sustainability. Therefore the main reason of this research is aim to develop and bring the Ecological Management System of organic products to sustainability. This research is Mixed Methods between quantitative and qualitative research. In qualitative research, is a lesson through the in-depth interview with farmers doing organic farming, marketers, and academics in the community 9 people, consisting of organic farming Agricultural product dealers' agricultural scholars in metropolitan area bring lessons learned In quantitative research, by using the Structural Equation Analysis (SEM) method, using the method to determine the sample size following the statistical analysis of the composition. The total number of samples in this study was 540 samples. The research sample consisted of consumers interested in purchasing agricultural products online to synthesize with document research and extracting the constituents to find the number of elements to create a questionnaire that is used to analyze the data.

The research results showed that the developed hypothesis model is consistent with empirical data, that is, the Research has found that to build the sustainability on Ecological Management of Community Organic Products contain of 1) Production Management 2) Partnership Management 3) Logistics and Supply chain Management 4) Marketing Management 5) Distribution Management and from the Analysis of SEM and we also found that the mentioned factors are affected to the sustainability of community organic products. In conclusion, the variance of sustainable community agricultural products could be explained by 83.12%. The results of The Structural Equation Modeling results are aligned with the empirical model as:  $\chi^2/df=1.213$ ,  $p=0.1057$ ,  $CFI=0.975$ ,  $GFI=0.963$ ,  $AGFI=0.932$ ,  $RMSEA=0.023$

**Keywords:** Systematic Management, Ecosystem, Community agricultural, Sustainability

## บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากร และลดความเหลื่อมล้ำทางการกระจายรายได้ให้กับประเทศไทย ปัจจัยสำคัญคือการสร้างความยั่งยืนให้กับภาคการเกษตร เนื่องจากประชากรไทยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยในปี พ.ศ. 2566 เกษตรกรมีสัดส่วนแรงงานถึงร้อยละ 27.64 ของจำนวนผู้มีงานทำ ขณะจำนวนผู้มีงานทำมีทั้งสิ้น 38.39 ล้านคน [1] โดยในปี พ.ศ. 2565 ประเทศไทยสามารถสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ให้กับประเทศมีมูลค่ามากกว่า 17.4 ล้านล้านบาท แต่ภาคการเกษตรกลับมีรายได้ไม่มากนัก มีสัดส่วน เพียงร้อยละ 8.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) [2] และในการพัฒนาภาคการเกษตรที่สำคัญก่อให้เกิดความยั่งยืนคือ การสร้างคุณภาพผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปลอดภัย ที่ไม่เพียงแต่ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีในฐานะผู้ผลิตเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนไทยในฐานะเป็นผู้บริโภคอีกด้วย โดยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีความปลอดภัยและส่งผลดีกับสุขภาพ อีกทั้งยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดความสมดุล ของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่การพัฒนาทางการเกษตรอย่างยั่งยืน ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ที่ต้องการสร้างให้เกษตรกรมั่นคง ภาคการเกษตรมีคั่งทรัพยากรการเกษตรยั่งยืนนั้น ต้องพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอย่างครบวงจร โดยอาศัยแนวทางการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศ [1]

การสร้างคุณภาพผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรนั้น ต้องวิเคราะห์ทั้งสินค้าและบริการ เพื่อให้ผู้ผลิต จำหน่ายสินค้าทางการเกษตรได้ราคา และผู้บริโภค ได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ มีมาตรฐานสินค้าเกษตร ปลอดภัย ถือเป็นสิ่งที่ดี และก่อให้เกิดความยั่งยืนทางการเกษตร [3] ในขณะที่ปัจจุบันผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ต้องการผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เป็นเกษตรอินทรีย์ ขณะที่ผู้ผลิตก็ต้องการหันมาผลิตผลผลิตที่ไม่ใช้สารเคมี เพราะช่วยลดต้นทุนและไม่ส่งผลเสียต่อร่างกาย รวมถึงสิ่งแวดล้อม แต่ผู้ผลิตกลับไม่สามารถหาตลาดได้ ในขณะที่ผู้บริโภคเองหาซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นเกษตรอินทรีย์ได้ยาก สิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหาเหล่านี้ขึ้นคือการขาดตัวกลางในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต และผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการพัฒนาแบรนด์ผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ แต่ผู้บริโภคก็ยังไม่ได้รับผลิตภัณฑ์ที่เป็นเกษตรอินทรีย์ โดยสาเหตุสำคัญคือ ผู้ผลิต และผู้บริโภค ยังขาดตัวกลางที่เชื่อมคุณสมบัติที่ดีทางการเกษตรต่างๆ ที่มีอยู่ ไม่ว่าจะในรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ โดยตัวกลางที่คอยเชื่อมโยง คือการจัดการระบบนิเวศน์ (Ecosystem) ที่เป็นหน่วยพื้นที่หนึ่ง ที่ทำงานร่วมกัน และมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ [4] ที่มีหน้าคอยสอดประสานทำให้ผู้ผลิตได้มีการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งถึงมือให้ผู้บริโภครับรู้คุณค่าถึงผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพของผู้ผลิต ที่ไม่ใช่เป็นผลิตภัณฑ์เพียงหน้าตาที่สวยงามเท่านั้น แต่เป็นคุณค่าผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในตัวผลิตภัณฑ์ โดยระบบนิเวศน์จะมีทั้งในเรื่องของ ผู้ผลิต พันธมิตรทางธุรกิจ ผู้จำหน่าย การตลาด ที่คอยเชื่อมโยงคุณค่าทั้งห่วงโซ่อุปทานของสินค้าทางการเกษตรให้ถึงมือผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การบริหารจัดการระบบนิเวศทางการเกษตรที่ดีนั้น ต้องมีการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงทั้งระบบนิเวศทางการเกษตรของผู้ผลิต พันธมิตร และผู้จำหน่าย รวมถึงผู้บริโภค เพื่อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรส่งถึงมือผู้บริโภคได้อย่างมีคุณภาพ ทั้งสะดวก รวดเร็ว และมีคุณค่าคงความสดใหม่ และปลอดภัย อีกทั้งการที่ผู้ผลิตสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีในโลกออนไลน์ จะส่งผลให้ผู้ผลิตสามารถถ่ายทอดคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคได้รับรู้จากการสร้างเรื่องเล่า (Story telling) ที่บ่งบอกถึงความใส่ใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต อาจเป็นเรื่องราวการปลูกอย่างใส่ใจเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ที่ดี ด้วยการนำเสนอที่น่าสนใจ [5] และผู้ผลิตได้รับรู้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เป็นส่วนสำคัญสำหรับผู้บริโภคอย่างแท้จริง โดยขจัดสิ่งไม่จำเป็นสำหรับผู้บริโภคออกไป เช่น ตัวบรรจุภัณฑ์ที่มีต้นทุนแพงกว่ามูลค่าสินค้าที่อยู่ภายใน โดยระบบนิเวศน์นี้ จะมีส่วนสำคัญ ก่อให้เกิดการปรับสมดุลระหว่างผู้ผลิต และผู้บริโภค ทำให้เกิดการคัดกรองเฉพาะผู้ผลิตและผู้บริโภคที่มีคุณภาพ สิ่งนี้ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ให้ผู้บริโภคมั่นใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้จำหน่ายมีความมั่นใจในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และบริหารจัดการระบบนิเวศน์ ที่มีความสมดุล ให้เกิดมีประสิทธิภาพทางการเกษตรสูงสุด [6] ไม่เกิดความสูญเสียเปล่า ในการ



ผลิต หรือสูญเสียให้น้อยที่สุด เกิดมูลค่ากับผลิตภัณฑ์สูงสุด ต้องมีการนำองค์ความรู้ในการบริหารจัดการมาใช้ โดยดึงฟาร์มที่มีชื่อเสียงเข้ามามีส่วนร่วม [7] และการดึงผู้ใช้ (User) ที่เป็นร้านอาหาร เชฟ และโรงแรมชั้นนำ รวมถึงบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ต้องการผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีคุณภาพ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการซื้อวัตถุดิบเหล่านั้นในการผลิต เพื่อลดต้นทุนทั้งการผลิต การขนส่ง และความสูญเสียในกระบวนการต่างๆ ตั้งแต่ต้นน้ำที่เป็นพื้นที่การเกษตร ไปยังปลายน้ำถึงมือผู้บริโภค และขยายฐานกลุ่มผู้ใช้ด้วยนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่มีเพียงแค่สินค้าที่เป็นผลผลิตทางการเกษตรเท่านั้น แต่ยังมี การนำเสนอ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องทางการเกษตรอื่นๆ ที่น่าสนใจอีกด้วย อาทิเช่น ร้านอาหาร สถานที่พักที่อยู่ในฟาร์มเกษตร สถานที่ท่องเที่ยวทางการเกษตรอีกด้วย

ดังนั้นการบริหารจัดการระบบนิเวศน์ทางการเกษตรจะมีส่วนช่วยในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ทั้งห่วงโซ่อุปทาน ที่ช่วยลดต้นทุน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิต ตั้งแต่ต้นน้ำ ไปยังปลายน้ำ และการจัดการกลไก เพื่อเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน ให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีคุณค่าถึงมือผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง หลากหลายยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการพัฒนาระบบการจัดการเพื่อสร้างความยั่งยืนในผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชนด้วยการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศ โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed-method Approach) ทั้งในเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการเกษตรอย่างมีประสิทธิภาพ ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการถอดบทเรียนผู้ประกอบการธุรกิจเกษตรที่ประสบความสำเร็จ และศึกษาห่วงโซ่อุปทานทางการเกษตร ทั้งด้านการผลิต ผลผลิตที่ออกสู่ตลาด เส้นทางขนส่ง การจัดจำหน่าย การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ที่มีต้นทุนต่ำ และมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้น โดยอาศัยความเข้าใจในระบบนิเวศ และนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้การเชื่อมโยงทั้งภายในระบบออนไลน์ที่เป็นโลกเสมือนจริง และภายนอกออนไลน์โลกแห่งความเป็นจริง เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีคุณค่าส่งถึงมือผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และการวิจัยเชิงปริมาณด้วยแนวทาง SEM เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคด้วยการวิเคราะห์พฤติกรรม ผู้ผลิต และ ผู้บริโภค ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศในผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์
2. เพื่อพัฒนาแนวทางในการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์สู่ความยั่งยืน

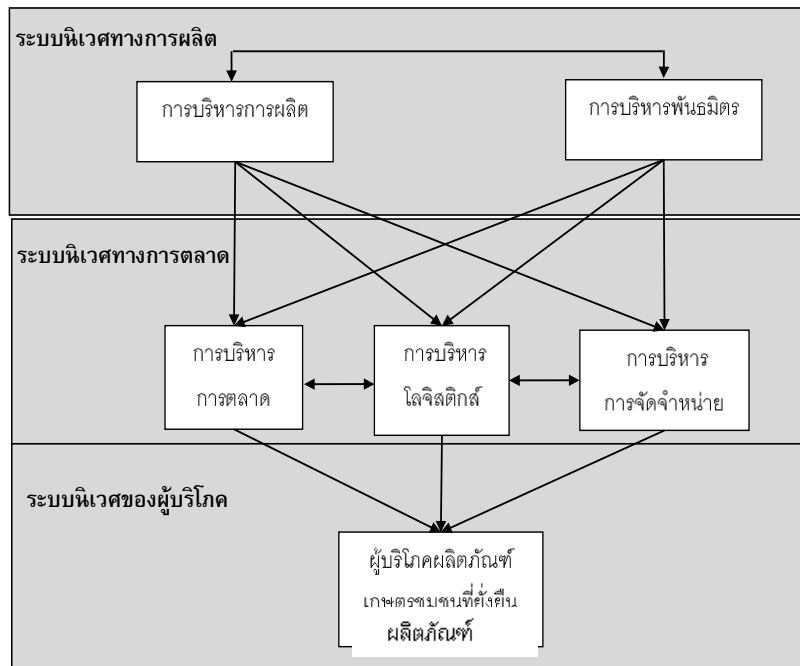
### คำถามการวิจัย

ผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรจะสามารถสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรให้เกิดความยั่งยืน เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดี ทั้งผู้ผลิต และผู้บริโภคที่อยู่ในระบบนิเวศได้อย่างไร

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยมีการค้นคว้าวิจัยทางด้านเอกสาร และได้มีการลงพื้นที่เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอินทรีย์ให้กับเกษตรกร จากนั้นนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อนำไปเป็นแนวทางการสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1

ภาพแสดงกรอบแนวคิดการสร้างความยั่งยืนในผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชนด้วยการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการสร้างความยั่งยืนในผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชนด้วยการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศ

### สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 การบริหารการผลิตมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารจัดการพันธมิตร
- สมมติฐานที่ 2 การบริหารการผลิตมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารจัดการจัดจำหน่าย
- สมมติฐานที่ 3 การบริหารการผลิตมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์
- สมมติฐานที่ 4 การบริหารการผลิตมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารการตลาด
- สมมติฐานที่ 5 การบริหารจัดการพันธมิตรมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารการผลิต
- สมมติฐานที่ 6 การบริหารการผลิตมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารจัดการจัดจำหน่าย
- สมมติฐานที่ 7 การบริหารพันธมิตรมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์
- สมมติฐานที่ 8 การบริหารพันธมิตรมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารการตลาด
- สมมติฐานที่ 9 การบริหารจัดการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อความยั่งยืนในผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน
- สมมติฐานที่ 10 การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์มีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารการผลิต
- สมมติฐานที่ 11 การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์มีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารการตลาด
- สมมติฐานที่ 12 การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์มีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อความยั่งยืนในผลิตภัณฑ์

เกษตรชุมชน

### ขอบเขตของการวิจัย

การสร้างความยั่งยืนในผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชนด้วยการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรม ที่นำมาใช้ในการสร้างความยั่งยืนในผลิตภัณฑ์



เกษตรชุมชนด้วยการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศ ซึ่งเป็นการศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับแนวคิดที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศ ทั้งด้านการผลิต พันธมิตร โลจิสติกส์ การตลาด การจัดจำหน่าย อย่างเป็นระบบนำไปสู่การสร้างควมยั่งยืนในผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน โดยวิเคราะห์และสังเคราะห์แยกประเด็น ประกอบด้วยการบริหารจัดการด้านการผลิต การจัดการโลจิสติกส์ การตลาด และการจัดการด้านการเกษตร เทคโนโลยีการเกษตร และการจัดการเชิงระบบนิเวศน์ อย่างเชื่อมโยง เพื่อให้เกิดการศึกษาตัวแบบอย่างเป็นระบบขั้นตอน ส่งผลให้เกิดแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีคุณค่า

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ ในการวิจัย คุณภาพ ได้ทำการศึกษาเกษตรกรในพื้นที่ปริมณฑลประกอบด้วย นครปฐม สมุทรปราการ นครปฐม ปทุมธานี สมุทรสาคร ที่ทำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอินทรีย์ที่เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้ที่ประสบความสำเร็จ และในงานวิจัยคุณภาพ ได้ทำการเก็บแบบสำรวจกลุ่มผู้บริโภคในพื้นที่ปริมณฑลที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในรูปแบบออนไลน์

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยมีการวิจัยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ และนำผลที่ได้มาใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์ดังนี้

1. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการถอดบทเรียน ศึกษาวิธีการทำงานของเกษตรกรชุมชนที่ประสบความสำเร็จทางการทำเกษตรอินทรีย์ จากการลงพื้นที่ทำการเกษตร เพื่อสัมภาษณ์ และการสังเกตการทำงานของเกษตรกร ในการสร้างความยั่งยืนในผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชนด้วยการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศ

2. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับประชากรที่ใช้ในการศึกษามีการกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยแนวทางของ Hair [8] โดยขนาดประชากรที่เหมาะสมอย่างน้อย 10 ต่อ 1 พารามิเตอร์ จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) คือกำหนดประชากรในกลุ่มที่ซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรผ่านระบบออนไลน์ ทั้งนี้เมื่อได้ผลการวัดระดับความเห็นต้องค้ประกอบแล้ว จึงนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง เชิงโครงสร้างขององค์ประกอบย่อย (Construct Validity) และพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง กลมกลืนของโครงสร้างองค์ประกอบ เกณฑ์ในการวัดความกลมกลืนขององค์ประกอบทั้งหมดพิจารณาได้จากเงื่อนไข ได้แก่ 1) ค่า Chi-Square เมื่อหารกับค่า Degree of freedom (df) ต้องไม่เกิน 2 2) ค่า p value ต้องไม่น้อยกว่า 0.05 3) ค่า CFI, GFI และ AGFI ต้องเข้าใกล้ 1 โดยไม่น้อยกว่า 0.95 4) ค่า RMSEA ต้องเข้าใกล้ศูนย์โดยมีค่าไม่เกิน 0.05 [8]

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการถอดบทเรียน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก จากเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ นักการตลาด และนักวิชาการในชุมชน จำนวน 9 คน

ส่วนในการวิจัยเชิงปริมาณ การกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบเจาะจงไปยังผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบออนไลน์ที่อยู่ในพื้นที่ปริมณฑล และการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้แนวทางให้สอดคล้องกับการใช้สถิติวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยเกณฑ์ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ 10 คน ต่อ 1 ตัวแปรสังเกตได้ [9] โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 540 ตัวอย่าง

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษารุ่นนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์ สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ตัวแทนจำหน่าย และผู้บริโภค เพื่อนำมาสังเคราะห์ร่วมกับการวิจัยเอกสาร และสกัดองค์ประกอบ เพื่อหาจำนวนองค์ประกอบ และนำมาสร้าง

แบบสอบถามกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และวิเคราะห์โครงสร้างตัวแบบการสร้างควมยั่งยืนในผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชนด้วยการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศ ด้วยการใช้วิธีการสมการโครงสร้าง (SEM)

### การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามจากการวิจัยเอกสาร และถอดบทเรียนจากการวิจัยเชิงคุณภาพ และนำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยหาดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Object Congruence: IOC) ปรับปรุงแบบสอบถามตามให้ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำ เพื่อให้ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป

2. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้บริโภครายแรกที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรแบบออนไลน์ในพื้นที่ปริมณฑล จำนวน 20 ตัวอย่าง เพื่อทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ของ Cronbach [10] ถ้าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อมั่นสูง งานวิจัยนี้ได้ค่าเท่ากับ 0.971

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อย และสถิติการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) สำหรับใช้ทดสอบสมมติฐาน

4. เกณฑ์ในการวัดความกลมกลืนขององค์ประกอบทั้งหมด และคำนวณขนาดและอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยพิจารณาได้จาก เงื่อนไข ค่า  $\chi^2/df$  ต้องไม่เกิน 2 ค่า p-value ต้องไม่น้อยกว่า 0.05 ค่า CFI, GFI และ AGFI ต้องเข้าใกล้ 1 โดยไม่น้อยกว่า 0.95 และ ค่าRMSEA ต้องเข้าใกล้ ศูนย์ โดยมีค่า ไม่เกิน 0.05 [8]

### ผลการวิจัย

**ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1** ศึกษาการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศในผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรของผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์

โดยการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาไปในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล ด้วยวิธีการลงพื้นที่สำรวจ สัมภาษณ์เชิงลึก จากเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ นักการตลาด และนักวิชาการในชุมชน จำนวน 9 คน ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการในระบอบนิเวศเพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรนั้น ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ต้องมีความเชี่ยวชาญใน 5 ประเด็นหลักดังนี้ 1) การบริหารจัดการด้านการผลิต 2) การบริหารพันธมิตร 3) การจัดการโลจิสติกส์ 4) การตลาด 5) การบริหารการจัดจำหน่าย และ 6) ผลิตภัณฑ์การเกษตรชุมชนที่ยั่งยืน

#### การบริหารจัดการด้านการผลิต

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านการบริหารจัดการด้านการผลิตให้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรชุมชนที่ยั่งยืน ต้องคำนึงถึงที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ตั้งแต่ปัจจัยนำเข้าที่นำมาใช้ในการผลิต กระบวนการผลิต และผลผลิตที่มีคุณภาพที่ไม่ใช้สารเคมีเจอปน โดยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การผลิตสินค้าทางการเกษตรที่ปลอดภัยและมีคุณภาพตรงความต้องการของผู้บริโภคต้องอาศัยความเข้าใจในเรื่องของ แนวคิดเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ที่ช่วยในการจัดสรรพื้นที่ เพื่อให้ทำการเกษตรได้อย่างสมดุล และมีประสิทธิภาพสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยการทำเกษตรให้มีความยั่งยืนต้องมีความรู้ทางด้านเกษตรอินทรีย์เพื่อลดการพึ่งพาปุ๋ยเคมี ที่เป็นต้นทุนทางการผลิตที่มีต้นทุนที่สูง และมีการจัดการที่มีคุณภาพ (TQM) เพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะเรื่องคุณภาพสินค้าเกษตร





ปลอดภัย และอีกสิ่งที่สำคัญคือความสดใหม่ และลดความสูญเสีย และของเสียที่เกิดระหว่างผลผลิตไปจนกระทั่งส่งมอบผลผลิตโดยไม่จำเป็น รวมถึงมีการศึกษามาตรฐานเกษตรปลอดภัย เพื่อให้ผู้บริโภคได้บริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรที่ปลอดภัยและมีมาตรฐานคุณภาพผลผลิตที่ดี และเกษตรกรมีสุขภาพดีจากการไม่ได้รับสารปนเปื้อนจากการใช้สารเคมี อีกทั้งมีการนำแนวคิดเกษตรกรอัจฉริยะ (Smart Farmers) เพื่อการบริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด จากการวิเคราะห์และประมวลผลจากการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารต้นทุนทางการเกษตร เพื่อจัดสรรการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพแม่นยำ มีต้นทุนการผลิตลดลง และมีคุณภาพผลผลิตสูงขึ้น

#### การบริหารพันธมิตร

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านการบริหารพันธมิตรให้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรชุมชนที่ยั่งยืน ต้องคำนึงถึงการสร้างพันธมิตรที่มีความเชื่อมโยงในการทำงานร่วมกันตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ จนกลายเป็นเครือข่ายให้เกิดความยั่งยืนแก่ชุมชน โดยพันธมิตรที่สำคัญประกอบด้วย ผู้ร่วมทุน คู่ค้า และตัวแทนจำหน่าย โดยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าเกษตรกรที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ต้องมีการรวมตัวกันทางธุรกิจอย่างเหนียวแน่นจนกลายเป็นเครือข่ายทางการเกษตรชุมชน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในองค์ความรู้ใหม่ๆ และเข้าถึงทรัพยากรบางอย่างที่มีต้นทุนต่ำลงแต่ได้ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อย่างเช่นเรื่องของเงินทุนควรมี การรวมตัวเพื่อจัดตั้งกองทุนชุมชน จะทำให้เกษตรกรเข้าถึงแหล่งทุนในราคาที่ต่ำลง สำหรับผู้ไม่มีเงินทุน และผู้ที่มีเงินทุนจะได้รับดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าตลาด สิ่งเหล่านี้จะช่วยทำให้เกษตรกรขายสินค้าได้ราคามากยิ่งขึ้นเนื่องจากไม่มีทุน แต่จำเป็นต้องใช้เงินจึงทำให้ต้องเร่งระบายสินค้าในราคาที่ต่ำ และการจัดหาวัตถุดิบเพื่อนำมาผลิตเบื้องต้นในการทำการเกษตรนั้นต้องจัดหาคู่ค้าที่มีความซื่อสัตย์ไม่คดโกง ส่งมอบสินค้าได้ตรงเวลา และส่งมอบสินค้าที่มีมาตรฐาน ไม่ใช่ส่งเมล็ดพันธุ์ใหม่ๆ เพื่อทำการเกษตร แต่เมล็ดพันธุ์เหล่านั้นไม่สามารถปลูกได้ ก็จะทำให้เกิดความเสียหายขึ้นได้ และอีกประเด็นที่สำคัญทางด้านการบริหารพันธมิตรที่จะช่วยให้เกษตรกรมีรายได้คือ การจัดหาตัวแทนจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพให้กับสินค้าของเกษตรกร เนื่องจากการจำหน่ายสินค้านั้นต้องอาศัยผู้ที่มีความเข้าใจมาเป็นผู้จัดการจำหน่ายให้จะทำให้สินค้าเกษตรได้ จำหน่ายได้ตรงเวลาได้ราคาที่ดีไม่เน่าเสียได้

#### การจัดการโลจิสติกส์

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านการจัดการโลจิสติกส์ เป็นการขับเคลื่อนสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย การกระจายสินค้า การสั่งซื้อ และการเก็บรักษา โดยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าสิ่งสำคัญคือการทำ ความเข้าใจถึงการจัดการระบบเคลื่อนย้ายทั้งห่วงโซ่อุปทาน โดยการจัดการเริ่มตั้งแต่การ จัดซื้อวัตถุดิบ โดยวัตถุดิบในการทำสินค้าการเกษตรถือว่าต้นทุนต่ำมาก ถ้าเข้าใจและมีการบริหารจัดการที่ดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องน้ำ เมล็ดพันธุ์ และปุ๋ย ถ้าไม่ใช่สารเคมี และเข้าใจธรรมชาติจะช่วยลด ต้นทุนเหล่านี้ลงไปได้ อีกทั้งถ้าลดการใช้สารเคมีไม่เพียงเป็นการลดการพึ่งพาคนอื่น แต่ยังช่วยลด ต้นทุนสูญเสียที่ไม่จำเป็น แต่ยังช่วยให้สินค้า มีราคาที่สูงขึ้นและตอบโจทย์ผู้บริโภคมากขึ้นด้วย เนื่องจากผู้บริโภคยุคใหม่มีความใส่ใจสุขภาพมากขึ้น และในการจัดการโลจิสติกส์สิ่งสำคัญสำหรับการขนส่งสินค้าเกษตร คือต้องส่งสินค้าเกษตรที่สดใหม่ ถึงมือลูกค้าให้ได้รวดเร็วที่สุด ดังนั้นสิ่งสำคัญในการจัดการโลจิสติกส์สำหรับสินค้าเกษตร ประกอบด้วย ลดการจัดซื้อวัตถุดิบที่ไม่จำเป็น การบริหารข้อมูลความต้องการลูกค้าที่มีประสิทธิภาพ เพื่อบริหารการปลูกพืชผลทางการเกษตรที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ส่งผลให้สินค้าไม่ล้นตลาด หรือขาดตลาด และส่งผลให้ต้นทุนการบริหารที่ต่ำลง เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) รวมถึงมีราคาสินค้าที่สูงขึ้นจากความสดใหม่

#### การบริหารการตลาด



ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านการบริหารการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรนั้น สิ่งสำคัญคือ การทำความเข้าใจผู้บริโภคและ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ได้แก่ การวางกลยุทธ์ทางการตลาด การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย และการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ โดยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค และวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยการนำฐานข้อมูล ออนไลน์ มาเพื่อใช้วิเคราะห์คุณลักษณะลูกค้า (Customer Persona) และศึกษาเส้นทางของลูกค้า (Customer Journey) เพื่อช่วยให้คุณเข้าใจบริบทของลูกค้า ได้เห็นภาพที่ชัดเจนว่าลูกค้ารู้จักแบรนด์ เราจากไหน ค้นหาเราจากช่องทางใด อะไรทำให้ตัดสินใจซื้อและกลับซื้ออีกครั้ง ไปจนถึงการจรรีภักดี ต่อแบรนด์สินค้าการเกษตรนั้น ทำให้ลูกค้ารู้จัก และเข้าใจแบรนด์สินค้าเกษตรของเกษตรกรที่ต้องการ ผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืนมากยิ่งขึ้น สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องนำมาวางกลยุทธ์ในแบรนด์ผลิตภัณฑ์ และในส่วนสำคัญทางการตลาดที่ทำให้ลูกค้ารู้จักสินค้าเกษตรของเกษตรกรได้ง่าย และมากยิ่งขึ้น คือเรื่องของช่องทางการจำหน่ายที่มีการนำสื่อสังคมออนไลน์ (Social Medias) มาใช้ในการประชาสัมพันธ์ และนำมาใช้ในการจัดจำหน่าย จะทำให้ลูกค้ารู้จักสินค้าได้รวดเร็ว กว้างขวาง และเข้าใจสินค้าได้อย่างดียิ่งขึ้นโดย ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรจะทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าได้ดี คือ การสร้างเรื่องเล่า (Story telling) เนื่องจากก่อนตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคคือ การค้นหาเรื่องราวที่น่าสนใจและ นำมาเรียบเรียงให้เป็นเรื่องเล่าที่มีคุณค่า และอาศัยแนวคิดการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) เพื่อนำเสนอคุณค่าเหล่านั้น ให้ผู้บริโภครับรู้เพื่อนำมาซึ่งความต้องการบริโภคสินค้าและบริการ เหล่านั้น และมีการบริการที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าทางการเกษตรได้ง่ายยิ่งขึ้น โดยนำระบบออนไลน์ที่มีอยู่ในปัจจุบันมาใช้ในเกิดประโยชน์ทั้งในแง่การหาข้อมูลที่ต้องมีเพจ อาจจะเป็น Facebook เพื่อบอกเล่าคุณค่าของผลิตภัณฑ์ สามารถสั่งซื้อได้จากระบบออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการใช้ IG Facebook line ในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ หรือเกษตรกรสามารถฝากขายสินค้าได้ จาก Shopee Lazada และสถานที่ฝากขายอื่นๆ ในโลกออนไลน์

### การบริหารการจัดจำหน่าย

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านการจัดจำหน่าย เป็นการบริหารจัดการเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีคุณภาพดี ในราคาไม่แพง ประกอบด้วย การจำหน่ายระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ การจำหน่ายระหว่างธุรกิจกับลูกค้า และการจำหน่ายระหว่างธุรกิจกับภาครัฐ โดยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าสิ่งสำคัญในการจัดจำหน่ายคือ การหาตัวแทนมาจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของตนเพื่อวางจำหน่าย เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ก็ต้องวางผลิตภัณฑ์ในร้านที่เน้นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ และสิ่งสำคัญอีกประการคือการผลิตได้วางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อผู้ผลิตสามารถส่งมอบคุณค่าให้ตรงกับกลุ่มผู้บริโภค อีกทั้งผู้ผลิตเมื่อทำการจัดจำหน่ายควรคำนึงถึงความคุ้มค่าให้กับผู้บริโภคด้วย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีกับผลิตภัณฑ์ และทำให้เป็นลูกค้ากันอย่างยาวนาน และอีกสิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอินทรีย์คือ ในเรื่องของที่ภาครัฐส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ และลดการพึ่งพาสารเคมี รวมถึงส่งเสริมความรู้กับผู้บริโภค และหาสถานที่จัดจำหน่ายให้กับผู้ผลิต รวมถึงมีการทำแบรนด์การ์นต์ให้กับผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์เพื่อให้ผู้บริโภคสนใจผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์มากยิ่งขึ้น

### ผลิตภัณฑ์การเกษตรชุมชนที่ยั่งยืน

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านผลิตภัณฑ์การเกษตรชุมชนที่ยั่งยืน เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เพื่อให้ชุมชนประกอบอาชีพทางการเกษตรได้อย่างยั่งยืน ประกอบด้วย การสร้างการเติบโตแบบมีส่วนร่วม การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และการใช้ทรัพยากรอย่างหมุนเวียน โดยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าสิ่งสำคัญในการสร้างผลิตภัณฑ์การเกษตรชุมชนที่ยั่งยืนคือ การทำความเข้าใจระบบนิเวศน์ทางการเกษตร เป็นสิ่งสำคัญเพื่อสร้างความยั่งยืนทางการเกษตร โดยต้องอาศัยความเข้าใจเพื่อการออกแบบพื้นที่ทางการเกษตรได้อย่างมีคุณภาพ เพื่อให้เกิดความหมุนเวียนในการใช้ประโยชน์ของที่ดิน และ



การรักษาแร่ธาตุในดินได้อย่างมีคุณภาพ รวมถึงมีความเข้าใจในระบบนิเวศของผู้บริโภคที่ต้องการบริโภคสินค้าทางการเกษตรที่มีคุณภาพ โดยผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่จะทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพของสินค้าได้ดี คือ การนำผลิตภัณฑ์ มีเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมานำเสนอให้ผู้บริโภคได้รับรู้ สิ่งเหล่านี้จะทำให้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และส่งเสริมให้เกษตรกรพึ่งพาตนเองได้ รวมถึงส่งเสริมให้เกษตรกรทำการเกษตรที่หลากหลายทางชีวภาพ ไม่ว่าจะเป็นการปลูกผัก การทำสวนผลไม้ การปลูกพืชสมุนไพร และการปลูกต้นไม้สวยงาม เพื่อเป็นการดึงดูดความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคมากขึ้น

**ผลการศึกษตามวัตถุประสงค์ที่ 2** เพื่อพัฒนาแนวทางในการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์สู่ความยั่งยืน

ในขั้นตอนการวิจัยนี้เป็นการใช้แนวทางการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์และนำมาใช้ยืนยันความเหมาะสมขององค์ประกอบในการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศด้วยการสร้างความยั่งยืนในผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน โดยการทดสอบทั้งตัวแปรอิสระ ตัวแปรแทรก และตัวแปรผล มีรายละเอียดดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** การบริหารการผลิตมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารจัดการพันธมิตร พบว่า มีความสัมพันธ์ .463 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 1

**สมมติฐานที่ 2** การบริหารการผลิตมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารจัดการจัดจำหน่าย พบว่า มีความสัมพันธ์ .463 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 2

**สมมติฐานที่ 3** การบริหารการผลิตมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ พบว่า มีความสัมพันธ์ .463 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 3

**สมมติฐานที่ 4** การบริหารการผลิตมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารการตลาด พบว่า มีความสัมพันธ์ .463 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 4

**สมมติฐานที่ 5** การบริหารจัดการพันธมิตรมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารการผลิต พบว่า มีความสัมพันธ์ .463 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 5

**สมมติฐานที่ 6** การบริหารการผลิตมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารจัดการจัดจำหน่าย พบว่า มีความสัมพันธ์ .463 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 6

**สมมติฐานที่ 7** การบริหารพันธมิตรมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ พบว่า มีความสัมพันธ์ .463 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 7

**สมมติฐานที่ 8** การบริหารพันธมิตรมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารการตลาด พบว่า มีความสัมพันธ์ .463 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 8

**สมมติฐานที่ 9** การบริหารการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อความยั่งยืนในผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน พบว่า มีความสัมพันธ์ .463 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 9

**สมมติฐานที่ 10** การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์มีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารการผลิต พบว่า มีความสัมพันธ์ .463 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 10

**สมมติฐานที่ 11** การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์มีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อการบริหารการตลาด พบว่า มีความสัมพันธ์ .463 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 11

**สมมติฐานที่ 12** การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์มีอิทธิพลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุโดยตรงต่อความยั่งยืนในผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน พบว่า มีความสัมพันธ์ .463 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 สรุปว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 12

สรุปผลการศึกษา การพัฒนาแนวทางในการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์สู่ความยั่งยืน

ผลการวิจัยที่ได้จากการสังเคราะห์ตัวแบบการบริหารจัดการเชิงนิเวศของผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโมเดลการบริหารจัดการเชิงนิเวศของผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน ด้วยวิธีการวิเคราะห์หวิเคราะห์สมการโครงสร้างเชิงเส้น (SEM) ได้ผลลัพธ์ค่าอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม เพื่อนำมาสร้างเป็นแนวทางในการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์สู่ความยั่งยืนดังแสดงในตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโมเดลตัวแบบการบริหารจัดการเชิงนิเวศของผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน (n=540)

รายการ	เกณฑ์	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
$\chi^2$	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	83.12	-
df	-	74	-
p-value	P>0.05	0.1057	ผ่านเกณฑ์
$\chi^2/df$	$\chi^2/df < 2$	1.213	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.975	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.963	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.932	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0.0	0.034	ผ่านเกณฑ์
SRMR	ค่าน้อยกว่า 0.05	0.036	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณาดัชนีทั้ง 6 ตัว พบว่าดัชนีทุกตัว หลังปรับโมเดลมีค่าผ่านเกณฑ์ทุกตัว ดังที่ได้แสดงไว้ในตารางซึ่งประกอบด้วย ค่า p-value ต้องมีค่ามากกว่า 0.05 ดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.95 และเข้าใกล้ 1.00 ตัวที่ผ่านเกณฑ์คือ CFI GFI และ AGFI ส่วนดัชนี RMSEA และ SRMR ต่างก็ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ เข้าใกล้ 0.00 และน้อยกว่า 0.05 ตามลำดับ

**ตารางที่ 2** แสดงค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ของตัวแบบการบริหารจัดการเชิงนิเวศของผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน

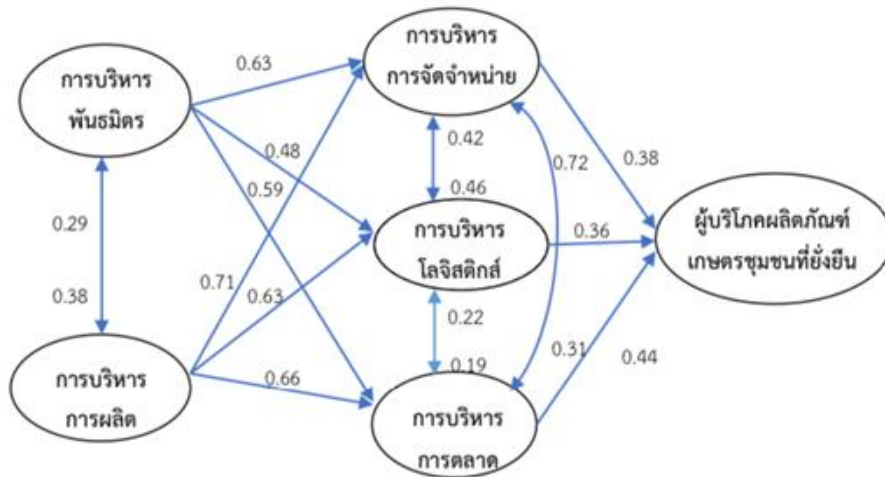
ตัวแปรผล	การบริหารพันธมิตร			การบริหารการผลิต			การบริหารการจัดจำหน่าย			การบริหารโลจิสติกส์			การบริหารการตลาด			ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชนที่ยั่งยืน			
	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	
ตัวแปรสาเหตุ																			
การบริหารพันธมิตร	-	-	-	0.38 (0.085)	0.38 (0.185)	-	0.92 (0.097)	0.63 (0.213)	0.29 (0.302)	0.95 (0.091)	0.48 (0.311)	0.47 (0.302)	0.89 (0.088)	0.59 (0.185)	0.3 (0.145)	0.35 (0.091)	-	-	0.35 (0.302)
การบริหารการผลิต	0.29 (0.172)	0.29 (0.258)	-	-	-	-	0.87 (0.185)	0.71 (0.198)	0.16 (0.123)	0.85 (0.172)	0.63 (0.258)	0.22 (0.133)	0.79	0.66	0.13	0.24 (0.091)	-	-	0.24 (0.302)
การบริหารการจัดจำหน่าย	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.69 (0.385)	0.46 (0.256)	0.23 (0.129)	0.45 (0.321)	0.31 (0.214)	0.14 (0.075)	0.52 (0.083)	0.38 (0.092)	-	0.13 (0.124)
การบริหารโลจิสติกส์	-	-	-	-	-	-	0.58 (0.092)	0.42 (0.069)	0.16 (0.232)	-	-	-	0.19 (0.094)	0.19 (0.483)	-	0.61 (0.217)	0.36 (0.332)	-	0.25 (0.149)
การบริหารการตลาด	-	-	-	-	-	-	0.93 (0.0912)	0.72 (0.141)	0.11 (0.225)	0.22 (0.083)	0.22 (0.076)	-	-	-	-	0.58 (0.058)	0.44 (0.137)	-	0.14 (0.086)
R-SQUARE		0.54			0.77			0.68			0.53			0.92				0.57	



จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับแนวทางในการบริหารจัดการเชิงระบบนิเวศของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์สู่ความยั่งยืน พบว่า ความยั่งยืนขององค์การ ได้รับอิทธิพลทางตรงสูงสุดมาจากการบริหารการตลาด เท่ากับ 0.58 การบริหารการจัดจำหน่ายเท่ากับ 0.38 และการบริหารโลจิสติกส์เท่ากับ 0.36

และจากผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับตัวแบบการบริหารจัดการเชิงนิเวศของผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน ดังภาพที่ 2 พบว่า โมเดลตามสมมติฐานที่พัฒนาขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือกล่าวอีกนัยคือ การบริหารการผลิต (PD) การบริหารพันธมิตร (AR) ส่งผลโดยตรงต่อ การบริหารการจัดจำหน่าย (DT) การบริหารโลจิสติกส์ (LG) การบริหารการตลาด (MK) และการบริหารการจัดจำหน่าย (DT) การบริหารโลจิสติกส์ (LG) การบริหารการตลาด (MK) ส่งผลโดยตรงต่อผลิตภัณฑ์การเกษตรชุมชนที่ยั่งยืน (BCG) สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลิตภัณฑ์การเกษตรชุมชนที่ยั่งยืนได้ร้อยละ 83.12 และตัวแปรด้านการบริหารการตลาด (MK) มีอิทธิพลต่อผลิตภัณฑ์การเกษตรชุมชนที่ยั่งยืน (BCG) มากกว่า ตัวแปรการบริหารการจัดจำหน่าย (DT) และการบริหารโลจิสติกส์ (LG)

โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผลิตภัณฑ์การเกษตรชุมชนที่ยั่งยืน (BCG) โดยรวมทั้งทางตรงและทางอ้อมมากที่สุดคือการบริหารโลจิสติกส์ (LG) มีขนาดอิทธิพลโดยรวมเท่ากับ 0.61 รองลงมาคือ ด้านการบริหารการตลาด (MK) ขนาดอิทธิพลโดยรวมเท่ากับ 0.58 และด้านการบริหารการจัดจำหน่าย (DT) ขนาดอิทธิพลโดยรวมเท่ากับ 0.52 ตามลำดับ



Chi-Square=83.12, df=74, P-Value=0.11, RMSEA=0.034

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของโมเดลตัวแบบการบริหารจัดการเชิงนิเวศของผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึก รวมถึงการวิเคราะห์สมการเชิงเส้น (SEM) ทำให้พบว่า ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชนให้มีความยั่งยืน สิ่งสำคัญ ต้องอาศัยการทำเกษตรอินทรีย์อย่างเป็นระบบทั้งด้านการผลิต และด้านการตลาด โดยเกษตรกรต้องมีความเข้าใจระบบนิเวศการเกษตร ระบบนิเวศที่ดั้นดั้นต้องเอื้อต่อการอนุรักษ์ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมทั้งดินและน้ำ คงความหลากหลายทางชีวภาพและสภาพนิเวศของพื้นที่ดั้งเดิม เพื่ออนุรักษ์พืชพันธุ์ท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์อันสามารถช่วยให้ชุมชน มีความโดดเด่นทางชีวภาพที่มีความแตกต่างกับพื้นที่อื่น รวมถึงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่หันมาสนใจสุขภาพมากขึ้น

โดยในการพัฒนาระบบนิเวศทางการผลิต ต้องมีทั้งการพัฒนาด้านการบริหารการผลิต และด้านการบริหารพันธมิตร โดยในด้านการบริหารการผลิต ต้องมีการบริหารทั้งปัจจัยการนำเข้าด้านกระบวนการผลิต และบริหารผลผลิตที่เป็นผลิตภัณฑ์ เกษตรอินทรีย์ต่อโจทย์ตลาด ซึ่งในการผลิตนั้น ผู้ผลิตต้องอาศัยความเอาใจใส่เริ่มตั้งแต่เรื่องของการนำเข้าปัจจัยการผลิตนั้น ต้องมีการคัดสรรวัตถุดิบที่ดีเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติหลีกเลี่ยงการใช้วัตถุจากการสังเคราะห์และไม่ใช้พืช สัตว์ หรือ จุลินทรีย์ที่ได้มาจากเทคนิคการดัดแปลงพันธุกรรมหรือพันธุวิศวกรรมเพื่อนำมาใช้ในการผลิต โดยเกษตรกรอินทรีย์ถือเป็นแนวทางการผลิตหนึ่งที่สอดคล้องกับวิถีธรรมชาติ มีความปลอดภัยต่อสุขภาพทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค รวมถึงเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างสมดุลให้กับระบบนิเวศ เพื่อให้ผู้ประกอบการทำธุรกิจการเกษตรอินทรีย์ได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปกฉัตร [11] ที่กล่าวว่า การทำการเกษตรให้มีความยั่งยืนต้องมีความรู้ทางด้านเกษตรอินทรีย์เพื่อลดการพึ่งพาปุ๋ยเคมี ที่เป็นต้นทุนทางการผลิตที่มีต้นทุนที่สูง และเริ่มปลูกพืชการเกษตรไม่เพียงแต่เรื่องของการจัดหาวัตถุดิบที่ดีเท่านั้น แต่ต้องมีการจัดสรรพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม และในการบริหารการผลิตด้านการจัดสรรพื้นที่อย่างเหมาะสมนั้น ต้องมีการปลูกพืชทางเศรษฐกิจที่หลากหลายในพื้นที่ มีการจัดสรรแหล่งน้ำทำการเกษตร สอดคล้องกับแนวคิดของ Lambert, et al. [12] ที่กล่าวว่าการทำงานให้มีประสิทธิภาพนั้นเริ่มตั้งแต่การออกแบบที่ดี เพื่อสามารถป้องกันข้อผิดพลาดได้ตั้งแต่ออกแบบผลิต เนื่องจากถ้าเกิดข้อผิดพลาดระหว่างผลิต แสดงว่าความเสียหายได้เกิดขึ้นแล้ว และในด้านกระบวนการผลิตทางการเกษตรอินทรีย์นั้น ควรนำแนวคิดระบบเกษตรทฤษฎีใหม่ที่เป็นแนวทางหรือหลักในการบริหารจัดการที่ดินและน้ำ เพื่อการเกษตรในที่ดินขนาดเล็กให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งการดำเนินงานตามทฤษฎีใหม่นั้นมี 3 ขั้นตอน คือ 1) การผลิตให้พึ่งตนเองได้ 2) การรวมพลังร่วมแรงร่วมใจกัน ในด้านการผลิต การตลาด 3) การดำเนินธุรกิจ และการจัดสรรพื้นที่แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ร้อยละ 30 ใช้ชุดสระเก็บกักน้ำ ร้อยละ 30 ใช้ปลูกข้าว ร้อยละ 30 ใช้ปลูกพืชผัก ผลไม้ พืชไร่ ไม้ยืนต้น ร้อยละ 10 ใช้เป็นที่อยู่อาศัยและอื่นๆ [13] และในการจัดการด้านผลผลิต การขนส่งโลจิสติกส์ และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรถึงมือผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกระบวนการต่างๆ จะทำให้ได้ประสิทธิภาพยิ่งขึ้นได้ด้วยการจัดความสูญเปล่า โดยการปลูกพืชที่ตรงกับความต้องการของตลาด ไม่ใช้ปลูกพืชที่มีแนวโน้มล้มตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lawal AK, et al. [14] และระบบนิเวศทางการผลิต อีกสิ่งหนึ่งที่เกษตรกรต้องใส่ใจคือ ด้านการบริหารพันธมิตร โดยสิ่งสำคัญคือเกษตรกรต้องไม่อาศัยพ่อค้าคนกลางมากนัก โดยเฉพาะเกษตรกรอินทรีย์นั้นต้องเน้นให้ผู้ผลิตพึ่งพาตนเองได้ สามารถหาตลาดได้ด้วยตนเอง เพราะถ้าอาศัยพ่อค้าคนกลางมากเกินไปผู้ผลิตจะกลายเป็นเพียงแรงงาน ที่มีทรัพยากรเป็นของตนเอง แต่รายได้ที่ได้รับจะขึ้นผู้รับซื้อผลผลิตทางการเกษตรไปจำหน่ายต่อ แต่สิ่งที่เป็นพันธมิตรที่สำคัญคือเครือข่ายองค์ความรู้ของเกษตรกร และการสร้างพันธมิตรที่ให้เกษตรกรเข้าถึงตลาดออนไลน์ได้ ถือเป็นแนวทางหนึ่งในการทำให้เกษตรกรเข้าถึงแหล่งจำหน่ายได้ด้วยตนเอง และทำให้ผลผลิตทางการเกษตรที่มีคุณภาพและหลากหลายถึงมือผู้บริโภคโดยตรง และมีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง อันส่งผลให้คุณภาพชีวิตของชาวเกษตรกรดีขึ้นสอดคล้องกับแนวทางของ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ [2]

การพัฒนาด้านการตลาด ในด้านการบริหารการตลาดนั้น สิ่งสำคัญคือ ต้องพัฒนาในเรื่องของการวางกลยุทธ์ทางการตลาด โดยการวางกลยุทธ์ทางการตลาดในผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ในการทำการตลาดออนไลน์นั้น การที่เกษตรกรสร้างช่องทางจำหน่ายด้วยตนเอง เช่น การสร้างเพจ เล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์การเกษตรของตน ถือเป็น การเชื่อมโยงคุณค่าให้ผู้บริโภคได้รับรู้โดยการสร้างเรื่องราว (Story telling) ที่บ่งบอกถึงความใส่ใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต อาจเป็นเรื่องราวการปลูกอย่างใส่ใจเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ที่ดี ด้วยการนำเสนอที่น่าสนใจ ในขณะเดียวกัน การบริหารโลจิสติกส์ถือเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเช่นกัน เพื่อจะนำสินค้าทางการเกษตรถึงมือผู้บริโภคที่ยังคงความสดใหม่ และส่งถึงมือผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว รวมถึงมีการจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพทำให้เกิดต้นทุนที่ต่ำลงสร้างความคุ้มค่าให้กับ





ผู้บริโภคได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chriatopher [15] และ Logistics Coner, [16] โดยประการสำคัญอีกประการหนึ่งในการบริหารการตลาดคือ การบริหารการจัดจำหน่าย โดยการจัดจำหน่ายต้องมีความใส่ใจลูกค้า ต้องพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของ การมุ่งสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ ที่เน้นพืชท้องถิ่นหาไม่ได้จากถิ่นอื่น และการปลูกพืชที่มุ่งลูกค้า โดยทำความเข้าใจในรายละเอียดต่างๆของผลิตภัณฑ์รวมไปถึงรสชาติที่ผู้บริโภคชื่นชอบ และการสร้างความคุ้มค่าให้กับผู้บริโภคที่เน้นต้นทุนที่ต่ำ โดยอาศัยพึ่งพาปัจจัยการผลิตของตนเองให้มากที่สุด เพื่อลดต้นทุนการจัดหาวัตถุดิบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Porter [17] โดยสิ่งเหล่านี้ถือเป็นแนวทางการจัดการระบบนิเวศที่จะนำไปสู่ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ยั่งยืน

การทำการเกษตรอินทรีย์ที่คำนึงถึงระบบนิเวศของผู้บริโภคนั้นต้องใส่ใจรายละเอียดตั้งแต่ต้น เริ่มตั้งแต่กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ เพื่อทำการผลิต ถ้าวัตถุดิบที่ใช้นั้นเป็นวัตถุดิบที่ชุมชนได้ทำการผลิตด้วยตัวเอง อาศัยการเพาะเมล็ดพันธุ์และการทำปุ๋ยหมักด้วยตัวชุมชนเองจะทำให้ผู้ผลิตสามารถลดต้นทุนได้อย่างมาก จากการลดการพึ่งพาจากภายนอก อีกทั้งผู้ผลิตสามารถควบคุมคุณภาพได้ด้วยตัวเอง และในกระบวนการผลิตนั้น เกษตรกรต้องมีการควบคุมคุณภาพการผลิตให้ได้ โดยผลผลิตทางการเกษตรแต่ละแปลงต้องมีคุณภาพมาตรฐานเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกดีกับผลิตภัณฑ์ของตน โดยมาตรฐานของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์นั้น ควรมีมาตรฐานการรับรองแบบมีส่วนร่วม (PGS) เพื่อเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของกลุ่มเกษตรกร โดยอ้างอิงมาตรฐาน Organic Thailand หรือมาตรฐานสากลเพื่อพัฒนาและยกระดับการผลิตเข้าสู่มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ในระดับที่สูงขึ้นในระดับถัดไป สิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยแนวทางการจัดการเชิงระบบนิเวศเข้ามาดำเนินการอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดผลผลิตที่ปลอดภัย มีความเป็นเกษตรอินทรีย์ตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ โดยผลผลิตจะเน้นไปยังกลุ่มคนใส่ใจสุขภาพ และมีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากอุตสาหกรรม และสังคมเมืองเติบโตมากขึ้น ทำให้มีการปนเปื้อนของสารพิษอย่างมาก บริโภคจึงต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อสุขภาพ อย่างครบวงจรที่อยู่กับวิถีชีวิตให้ได้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของการพักผ่อนตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงฟาร์ม ที่ได้สัมผัสอากาศบริสุทธิ์ หรือการรับประทานอาหารผู้บริโภคจะเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเกษตรอินทรีย์ หรือออร์แกนิกมากขึ้น เพื่อเสริมสร้างสุขภาพที่ดีให้กับร่างกาย และการสร้างการรับรู้ถึงข้อดีของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์นั้น ภาครัฐควรส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาใส่ใจสุขภาพ และรับรู้ถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดภัยยิ่งขึ้น โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิเชียร [18] และงานวิจัยของ วุฒิ [19] ที่กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคเกิดได้จากการกระตุ้นการรับรู้ของผู้บริโภค

### ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

- 1) ด้านวิชาการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ต้องมีการจัดการแบบครบวงจร ตั้งแต่เริ่มต้นผลิต การตลาดและการจัดจำหน่าย เพื่อผู้ผลิตจะได้ไม่ต้องเผชิญกับภาวะผันผวนของราคาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยการจัดการแบบครบวงจรเกษตรกรต้องอาศัยแนวทางการจัดการเชิงระบบนิเวศเข้ามาดำเนินการอย่างเป็นระบบ
- 2) ด้านผู้ประกอบการ ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เกษตรชุมชน ต้องทำความเข้าใจเรื่องของการทำการเกษตรอินทรีย์ที่ต้องใช้องค์ความรู้เป็นอย่างมากเพื่อลดการพึ่งพาสารเคมี และเกษตรกรควรหันมาตลาดเพื่อจัดจำหน่ายผลผลิตด้วยตนเอง เพื่อลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง และผู้ผลิตสามารถเป็นผู้กำหนดราคาได้ด้วยตนเอง
- 3) ด้านหน่วยงานภาครัฐ ภาครัฐควรมีการส่งเสริมทั้งในแง่องค์ความรู้ให้กับเกษตรกร และการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ รวมถึงมีการอุดหนุนส่งเสริมเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอินทรีย์สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีอยู่เดิมในท้องตลาดได้



### ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรอินทรีย์ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถทำการตลาดได้ตอบรับกับผู้บริโภคยิ่งขึ้น
- 2) ควรศึกษาแนวทางในการสร้างเครือข่ายทางการเกษตรให้กับเกษตรกร เพื่อให้ชาวเกษตรกรมีความเข้มแข็งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรยิ่งขึ้น
- 3) ควรศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมทางการเกษตรที่สามารถมาใช้ให้เกษตรกรประโยชน์กับเกษตรกรอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้กับเกษตรกร

### กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีโดยได้รับความกรุณาจากบุคคลหลายๆ ท่าน ผู้วิจัยขอขอบคุณ ดร. รัชนี้พร พุกยาภรณ์ พุกกะมาน อธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่ได้อนุมัติทุนสนับสนุนการวิจัยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิภา อัครจินดานนท์คณบดีคณะบริหารธุรกิจรองศาสตราจารย์ดร.สุบิน ยุระรัช ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย ที่ได้สนับสนุนงานวิจัย และคณะกรรมการพัฒนางานวิจัยทุกท่าน ที่ช่วยเหลือและประสานงานในด้านต่างๆ ของงานวิจัยตลอดจนให้คำปรึกษาและคอยชี้แนะช่วยเหลืองานวิจัยจนสำเร็จ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ท้ายสุดนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ดร. ชีระวัฒน์ จันทิกผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้เสียสละเวลาเพื่อให้คำแนะนำปรึกษาตรวจปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอันมีค่าที่ทำให้งานวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณประโยชน์ที่บังเกิดจากรายงานการวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่ทุกท่านที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น รวมถึงบิดามารดา ผู้ให้การศึกษาแก่ผู้วิจัย ตลอดจนครู-อาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัย ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานการวิจัยฉบับนี้จะมีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจได้ตามสมควร

### เอกสารอ้างอิง

- [1] Ministry of Agriculture and Cooperatives. (2016). About the Ministry [Online]. Retrieved 21 January 2023, from: <https://www.moac.go.th/about-mission>.
- [2] National Statistical Office, (2023). Annual Report 2022, National Statistical Office. Bangkok: Thana Press Co., Ltd.
- [3] Wariphat Chiampanyarat, 2017. Factors Affecting the Sustainability of Thai Organic Farmers: Lessons Learned from Smallholder Farmers. Social Science Journal Srinakharinwirot University Vol. 20 (2017), 199-215.
- [4] UNESCO. (2017). UNESCO Thesaurus [Online]. Retrieved November 22, 2022, from: <http://vocabularies.unesco.org/browser/thesaurus/en/>
- [5] Jill, Eck. (2006) An analysis of the effectiveness of storytelling with adult learners in supervisory management. The Graduate School University of Wisconsin-Stout Menomonie, WI.
- [6] Aditya Phongprom et al. (2014). Land, water and forest resource management development in Thailand. Bangkok: Agricultural Land Reform Office.



- [7] Moazed, Alex and Johnson, Nicholas L. (2016). *Modern Monopolies: What It Takes to Dominate the 21st-Century Economy*. New York: St. Martin's Press.
- [8] Kanlaya Wanichbuncha. (2014). *Structural equation analysis (SEM) using AMOS*. Bangkok: Samlada.
- [9] Hair, J. F., Black, B., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*, New Jersey, USA: Pearson Education Inc.
- [10] Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* 5th ed. New York: Harper Collins. Publishers. pp.202-204.
- [11] Pokchat Chutivisut. (2019). Organic Agriculture. Yasothon way of life...Agricultural practices from the prototype organic farming city of Thailand. *Environmental Journal* , 23 (2), 1-13.
- [12] Lambert M. Douglas, James R. Stock, and Lisa M. Ellram. 1998. *Fundamentals logistics management*. International editions. Boston: McGraw-Hill.
- [13] Chaipattana Foundation, (2022). Chaipattana Foundation December issue 2022. Chaipattana Foundation Journal. Chaipattana Foundation Office.
- [14] Lawal AK, et al. (2014). Lean management in health care: definition, concepts, methodology and effects reported (systematic review protocol). *systematic reviews*.3:103.
- [15] Christopher, M. (1998). *Logistics and Supply Chain Management*. 2nd ed. Pitman London.
- [16] Logistics Corner. (2009, Jul.). *Integrated Logistics Management* [Online]. Retrieved Mar 25, 2022, from: Available: <http://logidticscorner.com /Docfiles/logistics/integratedlogistics.pdf>
- [17] Porter, Michael E. (1985). *Competitive Advantage*. New York: Free Press.
- [18] Wichien Wittayaudom. (2012). *New Organizational Theory*. 2nd edition. Bangkok: Thanathat printing.
- [19] Wuthi Sukcharoen, (2016). *Consumer Behavior*. 2nd edition. Bangkok: GP Cyberprint.