

การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย*

The Development of Entrepreneurship for a Small and Medium Enterprise of Organic Agricultural Producers and Distributors under The Standard of Organic Thailand's Brand

จันทรเพ็ญ ฤทธิรงค์ (Junpen Rittirong)**

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย (Vuttichat Soonthonsmai)***

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาความเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กร(Opportunity-based Firm Behavior) และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นผู้ประกอบการ และเสนอวิธีการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 108 ราย (ตารางจำนวนประชากร และจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan) เก็บข้อมูลจำแนกตามภูมิภาค คือ ภาคกลาง ภาคตะวันตก และภาคตะวันออก แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีความเชื่อมั่นและความถูกต้องอยู่ในระดับสูง คือ .86 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอ้างอิง คือ การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีLSD และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความเป็นผู้ประกอบการตามพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้จากพฤติกรรมของความเป็นผู้ประกอบการทั้ง 6 ด้าน พบว่ามุมมองเชิงกลยุทธ์ เป็นด้านที่ผู้ประกอบการมีความเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด และด้านปรัชญาการให้รางวัล เป็นด้านที่มีความเป็นผู้ประกอบการ น้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าความเป็นผู้ประกอบการตามพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กรพบว่า แตกต่างกันตาม อายุ และความรู้เฉพาะทางธุรกิจ ประเภทกิจการ ลักษณะการ

* บทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการเขียนเพื่อเผยแพร่ผลการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย

** ผู้วิจัย จันทรเพ็ญ ฤทธิรงค์ สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คณะการจัดการและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา Email : rittirong.j@hotmail.com

Junpen Rittirong (Major Small and Medium Enterprise Management, Faculty of Management and Tourism, Burapha University)

*** อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชชาติ สุนทรสมัย สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยบูรพา Email : vutmba@yahoo.com

Thesis Adviser : Assoc Prof Vuttichat Soonthonsmai (Major Marketing , Faculty of Management and Tourism, Burapha University)

ดำเนินกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ เงินลงทุนเมื่อเริ่มกิจการ ประเภทลูกค้า พื้นที่ทำการผลิตการ
ถ่ายทอดเทคนิคการตลาด และการจัดจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรายอื่น

มีการอภิปราย และข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย คือ 1) ผู้ประกอบการควรมีการให้รางวัลพนักงาน
และแรงงานทั้งด้านตัวเงิน และไม่ใช้ตัวเงิน 2) รัฐบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการทำโมเดลศูนย์รวมการ
ทำเกษตรอินทรีย์ครบวงจรในแต่ละชุมชนหรือ จังหวัด / ส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ โดย
การรวมกลุ่มผลิตภัณฑ์ เดียวกัน และการรวมกลุ่มข้ามผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มจุดเด่นและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ
ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร /ควรส่งเสริมการขอมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล และ มีการเพิ่มตรารับรอง หรือการ
ประกวด ให้แก่ สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีความโดดเด่น เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้กับผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์
ไทย/รวมไปถึงจัดตั้งศูนย์การกระจายสินค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นต้น

คำสำคัญ : ความเป็นผู้ประกอบการ/ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม/ ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

Abstract

The aim of this research is to study owner's behavior based on the theory of Opportunity-based Firm Behavior, and to identify the factors affecting the development of entrepreneurship of organic agricultural producers and distributors under the standard organic Thailand's brand. 108 samples were randomly collected in various regions in Thailand. Data were collected by questionnaires and results yielded a high level of reliability of .86 and validity. The analytic tools of descriptive statistics, such as percentage, arithmetic mean and standard deviation were employed. For inferential statistics, hypotheses were tested using the t-test ,the F-test (one-way ANOVA). By using the method of LSD to compare the match and examine the relationship by using Pearson Product Moment Correlation Coefficient at the .05 significance level.

The findings revealed that most of the respondents' overall entrepreneurship was rated at the 'high' opportunity-based Firm Behavior level. Among six aspects of an entrepreneurship behavior, it was found that Strategic Orientation was rated the highest and Reward Philosophy having the lowest score, was rated as average 'medium' level.

The hypothesis testing results showed that there were differences in their overall opportunity-based Firm behavior entrepreneurship in terms of age and innovative-based knowledge on business, types of characteristics of business operations, periods of business operations, levels of start-up capital, customer types, product types, marketing techniques and distribution channels to other organic product entrepreneurs.

Many recommendations and discussions from a number of research state that 1) companies should provide their own employee incentive programmer to reward employees who achieve company goals. The incentive could be financial incentive or holiday incentive etc. 2) Government and other relevant organizations should have a center for organic agriculture industry by linking communities and provinces together. The mentioned organizations can support organic agriculture traders and also add value to products by combining multiple similar or same products. Additionally they are able to support an application for the ownership of international organic certificate and arrange product contests for new and innovative organic agriculture products as well as setting up products distribution centers.

Key Words: Entrepreneurship/ Small and Medium Enterprises/ Organic Agricultural Products

บทนำ

ภาคเกษตรถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยอย่างยิ่ง นับตั้งแต่มีการใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรกในปีพ.ศ. 2504 เป็นต้นมาประเทศไทยเน้นทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยการพัฒนาเกษตรกรรม ขานรับอิทธิพลกระแส “ปฏิวัติสีเขียว” ของชาติตะวันตก (ศิริพร วันพูน, 2547) โดยเกษตรกรต้องมีการขยายพื้นที่เพื่อการผลิต และพึ่งพาเทคโนโลยีสมัยใหม่ จึงทำให้มีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดในการทำเกษตรแบบดั้งเดิมมาเป็น “การทำเกษตรแบบสมัยใหม่” (กิริติ เขียวตฤณวาทและคณะ, 2557) เน้นการใช้เครื่องจักรและสารเคมี เพื่อบรรเทาตลาดการค้า ประชากรในประเทศไทยจึงหันมาประกอบอาชีพเกษตรกรรมจำนวนมากและมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะพบว่าเป็นอาชีพที่มั่นคง มีอิสระ พึ่งพาตัวเอง คนที่หันมาเป็นเกษตรกรในปัจจุบัน ไม่ได้มาเป็นแค่เพียงชาวไร่ชาวนา เหมือนในอดีตแต่มาเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ที่ทำเกษตรกรรมอย่างมีเป้าหมาย มีแบบมีแผน ใช้ความรู้ใช้ปัญญา (เสรี พงศ์พิศ, 2556) ต่อมาการทำเกษตรสมัยใหม่ หรือเกษตรเคมีส่งผลให้เกิดปัญหาผลผลิตล้นตลาดทำให้ราคาตกต่ำ เกิดการแข่งขันสูง สารเคมีตกค้างที่ส่งผลคุกคามต่อสุขภาพของเกษตรกร ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับนักวิชาการ พบว่าประเทศไทยมีการนำเข้าสารเคมีป้องกันกำจัดศัตรูพืชมาใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มผลผลิตสูงขึ้นจนเป็นผลให้ปริมาณนำเข้าสารเคมีทางการเกษตรมีเพิ่มขึ้นทุกปี (สุภาสินี นุ่มเนียม, 2558) ทำให้ผู้ประกอบการที่ทำเกษตรสมัยใหม่ เริ่มรับความเสี่ยงต่อไปไม่ไหว จึงพยายามตอบสนองต่อความต้องการใหม่ๆ คือ ด้านความปลอดภัยของสินค้าเกษตร รวมถึงระบบการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยที่เชื่อถือได้ เรียกว่า “เกษตรอินทรีย์”

เกษตรอินทรีย์ถือเป็นโอกาสในระยะยาว สำหรับผู้ประกอบการเกษตรสมัยใหม่ที่มีมองเห็นโอกาสจึงเกิดความคิดในการพัฒนาเป็นเกษตรอินทรีย์ การทำแปลงเกษตรอินทรีย์ต้องมีระยะเวลาในการเปลี่ยนจากเกษตรสมัยใหม่ที่ใช้สารเคมีมาเป็นเกษตรอินทรีย์ โดยผู้ประกอบการต้องอาศัย ความรู้ ประสบการณ์ และทักษะ จึงเริ่มไปหาความรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์ จากกรมวิชาการเกษตร หน่วยงานต่างๆของภาครัฐ หรือไปเรียนรู้กับ

ผู้ประกอบการที่ทำเกษตรอินทรีย์อยู่แล้ว เป็นการพัฒนาที่เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับกิจการ ทั้งนี้พื้นที่พืชมุ่งที่สำคัญที่สุดของกิจการคือ ผู้ประกอบการ การจะทำให้เกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยยั่งยืน ควรเริ่มจากตัวผู้ประกอบการ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ

ปัญหาหลักของการพัฒนากิจการประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) คือ การขาดซึ่งจิตวิญญาณของความเป็นผู้ประกอบการ (Lack of Entrepreneurship) อาทิเช่น (สารคดีดี.คอม, ม.ป.ป) ผู้ประกอบการมักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริหารที่มีระบบใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลัก อาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงานการบริหารภายใน ลักษณะนี้แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลทั่วถึง (หากธุรกิจไม่ใหญ่นัก) แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหาเกิดขึ้นได้

ผู้ประกอบการที่ทำเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทย ถือเป็นผู้ประกอบการ ที่ใช้โอกาสในการดำเนินกิจการ ข้อมูลจากกรมวิชาการเกษตร (2557) พบว่า ปริมาณผู้ประกอบการที่ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย (Organic Thailand) ในประเทศไทยทั้งหมดมี จำนวน 755 ราย แบ่งเป็น 6 ภาค ได้แก่ ภาคกลางจำนวน 30 ราย ภาคตะวันตกจำนวน 78 ราย ภาคตะวันออกจำนวน 40 รายภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 450 ราย ภาคใต้จำนวน 59 ราย และภาคเหนือจำนวน 98 ราย

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย (Organic Thailand) ใน 3 ภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก ซึ่งเป็นแหล่งการผลิต ผัก และ ผลไม้ที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย มีการขอการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยจำนวน 148 ราย ซึ่งนับว่ามีจำนวนน้อยราย โดยที่สำนักงานพาณิชย์จังหวัดชลบุรี (2557) ศูนย์ส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์ภาคกลางและภาคตะวันออก รับผิดชอบดูแลพื้นที่ ใน 3 ภาค ได้แก่ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคตะวันตก (ตามการแบ่งภูมิภาคของกรมวิชาการเกษตร) ได้มีแผนส่งเสริมตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ตามกระทรวงพาณิชย์ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ดังนี้ กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาผู้ประกอบการด้านการตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ (Capacity Building) กลยุทธ์ที่ 2 การขยายตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศและต่างประเทศ (Market Expansion) กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์และผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด (Value Creation) และกลยุทธ์ที่ 4 การสนับสนุนการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางการค้า (Trade Facilitation) เมื่อเทียบกับแนวโน้มโอกาสทางการตลาดของเกษตรอินทรีย์ที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ผู้ประกอบการใน 3 ภาคดังกล่าว ส่วนใหญ่ยังไม่มี การรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากลสำหรับส่งออก ประกอบกับแผนการส่งเสริมในกลยุทธ์ที่ 1 ของกระทรวงพาณิชย์ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพที่สูงขึ้น

จากที่กล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องมีการเตรียมตัว มีความพร้อมทั้งตัวเอง ความรู้ และประสบการณ์ด้านการจัดการ ซึ่งความสามารถนี้เรียกว่า ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ในปี 1983 สตีเวนสัน (Stevenson ต่อมาในปี 2001 บราวน์และคณะ (Brown, et al., 2001) ได้พัฒนาเครื่องมือจากทฤษฎีพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กร (Opportunity-based Firm Behavior) ให้ออกมาในเชิงปฏิบัติการ ต่อมาในปี 2010 คูห์นและคณะ (Kuhn, et

al., 2010) ได้นำแนวคิดนี้มาทำการทดสอบอีกครั้ง และมีการเพิ่มคำถามในแบบสอบถามพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กร

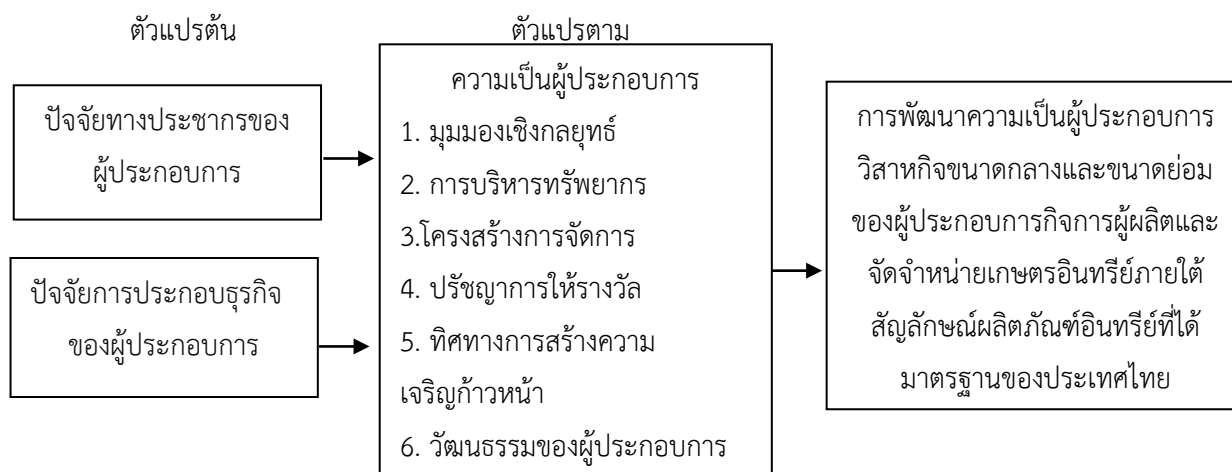
ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย (Organic Thailand) ถือเป็นผู้ใช้โอกาสในการดำเนินกิจการ ซึ่งตรงกับทฤษฎีพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กร ตามแนวคิดของสติเวนสัน (Stevenson, 1983) ทั้งนี้ความเป็นผู้ประกอบการ ส่งผลต่อศักยภาพของผู้ประกอบการโดยตรง ทำให้มีการจัดการที่มีศักยภาพ ช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน การศึกษาความเป็นผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ใน 3 ภาค จะทำให้สามารถทราบพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งแสดงออกมาในรูปแบบของระดับความเป็นผู้ประกอบการทำให้ทราบถึงระดับความเป็นผู้ประกอบการว่าเป็นอย่างไร และปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการ เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาผู้ประกอบการจากความเป็นผู้ประกอบการที่มีอยู่ ให้มีมาตรฐานสูงขึ้นและดำเนินกิจการได้อย่างเหมาะสม ยั่งยืนต่อไป เกิดประโยชน์ทั้งกับตัวผู้ประกอบการ องค์กร และเศรษฐกิจของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย
3. เพื่อเสนอการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการต่างกัน ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย แตกต่างกัน
2. ปัจจัยการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการต่างกัน ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย แตกต่างกัน

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดหลักด้านความเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดของ Stevenson นิยามความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) คือ ผู้ที่แสวงหาโอกาสโดยไม่คำนึงถึงข้อจำกัดของทรัพยากร (The pursuit of opportunity without regard to resources currently controlled) โดยพฤติกรรมประกอบการ (Entrepreneurial Behavior) สามารถอธิบายใน 6 ด้านดังนี้ 1. มุมมองเชิงกลยุทธ์ (Strategic Orientation) 2. มุ่งมั่นในการสร้างโอกาส (Commitment to Opportunity) 3. คำมั่นถึงทรัพยากร (Resource Commitment Process) 4. แนวคิดการควบคุมทรัพยากร (The Concept of Control over Resources) 5. แนวคิดการบริหารจัดการ (The Concept of Management) และ 6. นโยบายค่าตอบแทน (Compensation Policy)

โดยมีการอธิบายถึงความแตกต่างกับการจัดการแบบดั้งเดิม (Traditional Management) โดยการกำหนดพฤติกรรมระหว่าง 2 ฝ่าย โดยแยกพฤติกรรมทั้งสองออกเป็น ผู้ก่อตั้งองค์กร (Promoter) แสดงให้เห็นถึงผู้ประกอบการที่เข้าถึงและกระทำตามโอกาส โดยไม่คำนึงถึงข้อจำกัดของทรัพยากร และตรงข้ามคือ ผู้ดูแลองค์กร (Trustees) จะพยายามใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (ตาม “ข้อกำหนด” ที่เป็นส่วนรับผิดชอบจากงานที่ได้รับมอบหมาย) ต่อมาในปี 1985 สตีเวนสันได้เพิ่มเติม 2 ด้าน คือ 1. วัฒนธรรมของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Culture) 2. ทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า (Growth Orientation)

ต่อมาในปี 2001 มีนักวิจัย 3 ท่าน คือ เทเรนซ์ อี. บราวน์ เปอ. ดาวิสสัน และ โจฮาน วิลกลุนด์ (Terrence E. Brown, Per Davidsson, Johan Wiklund, 2001) ได้จัดทำบทความเรื่อง An Operationalization of Stevenson's Conceptualization of Entrepreneurship as Opportunity-based Firm Behavior ขึ้นซึ่งบทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเครื่องมือจากทฤษฎีพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กร (Opportunity-based Firm Behavior) ให้ออกมาในเชิงปฏิบัติการ โดยมีการจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวัดระดับความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ผ่านพฤติกรรมประกอบการ (Entrepreneurial Behavior) ตามแนวคิดของสตีเวนสัน โดยมีการใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ถึง 1,200 + ในประเทศสวีเดน ผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่ามีผลการทดสอบที่มีความถูกต้อง และมีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูงถึงปานกลาง มีทั้งหมด 6 ด้าน ที่สามารถที่จะแทน 8 ด้านเดิมของแนวคิดสตีเวนสันได้ทั้งหมด นอกจากนี้เครื่องมือทั้ง 6 ด้าน ยังมีความเกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) และเปิดโอกาสให้นักวิจัยนำไปใช้เพื่อประเมินระดับความเป็นผู้ประกอบการได้

และในปี 2010 นักวิจัย 3 ท่าน คือ เบิร์ท คูห์น, ซีน แพทริก แซสแมนชวเซิน, โรแซนน์ โซลลิน (Birte Kuhn, Sean Patrick Sassmannshausen, Roxanne Zollin, 2010) ได้ทำบทความเรื่อง “การจัดการประกอบการ” เป็นกลยุทธ์ทางเลือกในพฤติกรรมของกิจการ :เชื่อมโยงกับผลการปฏิบัติงาน (“Entrepreneurial Management” as a Strategic Choice in Firm Behavior: Linking it with Performance) ศึกษาถึงเรื่อง การจัดการประกอบการ ซึ่งได้นำแนวคิดของสตีเวนสันที่ถูกนำมาพัฒนาเชิงปฏิบัติการโดย บราวน์และคณะ (Brown, et al., 2001) มาทำการทดสอบอีกครั้ง โดยมีการเพิ่มเติมเครื่องมือที่ขึ้นจำนวน 8 คำถาม ทำการวิจัย ในประเทศออสเตรเลีย ผลสรุปคือ แบบสอบถามของบราวน์และคณะที่มีการปรับปรุงและพัฒนาโดย คูห์น และ คณะ (Kuhn, et al., 2010) จากแนวคิดของสตีเวนสัน (Stevenson, 1983) มีความน่าเชื่อถือ แต่การทดสอบ ความสัมพันธ์ของการจัดการประกอบการ (Entrepreneurial Management) ที่มีต่อผลการดำเนินงานของ องค์กร(Firm Performance) ล้มเหลวเนื่องจากขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็น มีความหลากหลาย และ เป็นกลุ่ม ย่อยๆ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการ แนวคิดของ กิลมอร์ (Gilmore, 1972) (อ้างถึงในวีรดา เรืองรุ่ง , 2550) ได้ตรวจสอบทฤษฎีที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการ ผลการศึกษาปรากฏว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีส่วนเพิ่ม ทักษะในการประกอบการส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร

นอกจากนี้ยังพบว่าแนวคิดของ บอม (Baum, 1994) อ้างถึงในปรัชนันท์ กังวานปิยศักดิ์ (2550) พบว่า ความสามารถด้านองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการดำเนินงาน ปัจจัยด้านองค์กร และส่งผลให้ องค์กรดำเนินกิจการในรูปแบบที่แตกต่างกันไป ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของกิจการ

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยมีขอบเขตวิจัยจำนวน 4 ด้าน คือ (1) **ด้านเนื้อหา** ศึกษาทฤษฎีพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กร(Opportunity-based Firm Behavior) ตามแนวคิดของสตีเวนสัน(Stevenson, 1983) คือ ความเป็นผู้ประกอบการ(Entrepreneurship) พัฒนาเชิงปฏิบัติการโดย บราวน์และคณะ (Brown, et al., 2001) และพัฒนาต่อโดยคูห์นและคณะ (Kuhn, et al., 2010) รวมไปถึงปัจจัยทางประชากร และปัจจัยการประกอบธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการ (2) **ด้านประชากร** คือ ผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย จำแนกตามภูมิภาคในภาคกลาง ภาคตะวันตก ภาคตะวันออก รวม 148 ราย (กรมวิชาการเกษตร, 2557) โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยให้ ภูมิภาคของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทยเป็นชั้นภูมิ (Stratum) จากนั้นใช้วิธีเปิดตารางจำนวนประชากร และจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 108 ตัวอย่าง (3) **ด้านพื้นที่** คือภูมิภาคในภาคกลาง ภาคตะวันตก ภาคตะวันออก (4) **ด้านระยะเวลา** ระหว่างวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ถึง วันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2557 รวมระยะเวลา 4 เดือน

เครื่องมือวิจัย คือ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และตัวแปรที่เกี่ยวข้องพัฒนามาจากการทบทวนวรรณกรรม ที่ได้พัฒนามาจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถจำแนกได้เป็น 4 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ปัจจัยทางประชากร ส่วนที่ 2 ปัจจัยการประกอบธุรกิจ ส่วนที่ 3 ความเป็นผู้ประกอบการ แปลเป็นภาษาไทย จากบทความของคุห์นและคณะ (Kuhn, et al., 2010) ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการให้รัฐบาลมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรอินทรีย์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติสถิติอ้างอิง คือ การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ถ้าพบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัย

ปัจจัยทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 46 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรี จบการศึกษาด้านบริหารธุรกิจ ภูมิลำเนาเดิมคือภาคตะวันตก ไม่มีเครือข่ายทางธุรกิจ และความรู้เฉพาะทางธุรกิจ พบว่า มีความรู้เฉพาะทางธุรกิจ ด้านการผลิตเกษตรอินทรีย์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความรู้ด้านสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ของประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ปัจจัยการประกอบธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทำเลที่ตั้งสถานประกอบการอยู่ในภาคตะวันตก โดยมีกิจการอยู่ในประเภทเจ้าของคนเดียว มากที่สุด ซึ่งมีการดำเนินกิจการในลักษณะแหล่งผลิต (ผู้ผลิต หรือเพาะปลูก) มากที่สุดถึง ระยะเวลาในการดำเนินกิจการปัจจุบัน 9 ปี ขึ้น จำนวนเงินลงทุน และที่มาของเงินลงทุนเมื่อเริ่มต้นกิจการนั้นส่วนใหญ่ต่ำกว่า 100,000 บาท และเป็นเงินส่วนตัว จำนวนพนักงานประจำของกิจการ น้อยกว่า 10 คน ประเภทลูกค้าร้อยละ 60 ขึ้นไป เป็นชาวไทย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีพื้นที่ทำการผลิตปัจจุบันเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง ด้านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ พบว่าผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ Organic Thailand's Brand (กรมวิชาการเกษตร) และใน 3 ปีที่ผ่านมา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทผักแปรรูป ออกสู่ตลาด ส่วนใหญ่เคยมีการได้รับการถ่ายทอด เทคโนโลยีการผลิต มาจากหน่วยงานรัฐบาล นอกจากนั้นยังเคยมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต ให้กับผู้ประกอบการรายอื่น โดยเป็นการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต ให้กับประชาชนมากที่สุด ด้านการได้รับการถ่ายทอดเทคนิคการตลาด และการจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่พบว่า ไม่เคยได้รับ และด้านการถ่ายทอดเทคนิคการตลาด และการจัดจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรายอื่นส่วนใหญ่ พบว่าไม่เคยถ่ายทอด

ผลการวิจัยได้นำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย

ตารางที่ 1 ความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการ

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

ตารางที่ 1 พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการ มีความเป็นผู้ประกอบการ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ ผู้ประกอบการมีความเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการบริหารทรัพยากร กับด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย

ปัจจัยทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สาขาที่จบการศึกษา ภูมิลำเนาเดิมหรือถิ่นที่กำเนิด เครือข่ายทางธุรกิจ และความรู้เฉพาะทางธุรกิจ

ปัจจัยการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ข้อมูลของผู้ประกอบการด้านทำเลที่ตั้ง ประเภทกิจการ ลักษณะการดำเนินกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ เงินลงทุน ที่มาของเงินลงทุน จำนวนพนักงานของกิจการ ประเภทลูกค้า พื้นที่ทำการผลิต ผลิตภัณฑ์ใหม่ใน 3 ปีที่ผ่านมา ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต การถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตให้กับผู้ประกอบการรายอื่น การได้รับการถ่ายทอดเทคนิคการตลาดและการจัดจำหน่ายจากที่อื่น การถ่ายทอดเทคนิคการตลาดและการจัดจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรายอื่น

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการ ตามปัจจัยทางประชากร และ ปัจจัยการประกอบธุรกิจ (1. มุมมองเชิงกลยุทธ์=A , 2. การบริหารทรัพยากร=B , 3.โครงสร้างการจัดการ=C , 4. ปรัชญาการให้รางวัล=D , 5. ทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า=E , 6. วัฒนธรรมของผู้ประกอบการ=F)

ปัจจัยทางประชากร และ ปัจจัยการประกอบธุรกิจ	A	B	C	D	E	F	รวม
ปัจจัยทางประชากร							
-เพศ							
-อายุ		.001*	.001*	.005*	.005*	.007*	.000*
-ระดับการศึกษา			.001*	.004*	.023*		
-สาขาที่จบการศึกษา			.043*		.030*		
-ภูมิลำเนา				.002*			
-การมีเครือข่ายทางธุรกิจ							
-ความรู้เฉพาะทางธุรกิจ	.000*	.004*					.018*
ปัจจัยการประกอบธุรกิจ							
-ทำเลที่ตั้งสถานประกอบการ							
-ประเภทกิจการ		.001*	.026*	.000*	.010*		.018*
-ลักษณะการดำเนินงาน							.017*
-ระยะเวลาในการดำเนินงาน		.011*	.010*	.000*	.003*		.000*
-เงินลงทุนเมื่อเริ่มกิจการ	.040*	.022*	.035*	.000*	.001*		.000*
-ที่มาของเงินลงทุนเริ่มต้น							
-จำนวนพนักงานประจำของกิจการ		.043*		.006*	.018*		
-ประเภทลูกค้า		.036*		.033*			.005*
-พื้นที่ทำการผลิตปัจจุบัน							.022*
-การได้รับการถ่ายทอด เทคโนโลยีการผลิต				.003*	.039*		
-การถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต ให้กับ							
ผู้ประกอบการรายอื่น		.030*					
-การได้รับการถ่ายทอดเทคนิคการตลาด และการ							
จัดจำหน่าย				.001*			
-การเคยถ่ายทอดเทคนิคการตลาด และการจัด							
จำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรายอื่น		.009*		.005*			.043*

ตารางที่ 2 พบว่า **สมมติฐานที่ 1** ความเป็นผู้ประกอบการมีความแตกต่างกันตามอายุ และความรู้เฉพาะทางธุรกิจด้านเกษตรอินทรีย์ และ**สมมติฐานที่ 2** พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการ มีความแตกต่างกันตามประเภท

กิจการ ลักษณะการดำเนินกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ เงินลงทุนเมื่อเริ่มกิจการ ประเภทลูกค้า พื้นที่ทำการผลิตปัจจุบัน และการเคยถ่ายทอดเทคนิคการตลาด และการจัดจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรายอื่นส่วนปัจจัยทางประชากรและปัจจัยการประกอบธุรกิจด้านอื่นๆไม่พบความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 เพื่อเสนอการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย

ตารางที่ 3 ความต้องการให้รัฐบาลมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม (n=88) (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

การสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ของรัฐบาล	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ด้านการตลาด/การส่งออก	58	65.91	1
ด้านการขอมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล	53	60.23	2
ด้านการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์	49	55.68	3
ด้านการจัดงานแสดงสินค้า	46	52.27	4
ด้านงานวิจัยเกษตรอินทรีย์	46	52.27	4
ด้านการเงิน/ด้านภาษี	39	44.32	5
ด้านอื่นๆ	13	14.77	6

ตารางที่ 3 พบว่า ความต้องการให้รัฐบาลมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรอินทรีย์คือ ผู้ประกอบการมีความต้องการให้รัฐบาลมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรอินทรีย์ ด้านการตลาด/ส่งออก มากที่สุด รองลงมาคือด้านการขอมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล และด้านการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ ตามลำดับ

การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และผลที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยสามารถอภิปรายผล และอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1

จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเป็นผู้ประกอบการด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือด้านการบริหารทรัพยากรกับด้านทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน พบว่าสอดคล้องกับแนวคิดหลัก คือ ทฤษฎีพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กร(Opportunity-based Firm Behavior) ตามแนวคิดของสติเวนสัน(Stevenson, 1983) เพราะ เมื่อผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ เลือกว่าจะพัฒนาจากเกษตรสมัยใหม่หรือเกษตรเคมี เป็นเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นการดำเนินกิจการตามโอกาสที่พบเจอ โดยตัวผู้ประกอบการบางคนยังไม่รู้ด้วยซ้ำว่าจะสามารถทำเกษตรอินทรีย์ได้หรือไม่ และกิจการมีทรัพยากรเพียงพอหรือเปล่า แต่ผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ไม่สนใจเลือกที่จะดำเนินกิจการตามโอกาสที่พบเจอเพราะผู้ประกอบการคิดว่าเกษตรอินทรีย์สามารถสร้างความแตกต่าง

ในเรื่องความปลอดภัย และสร้างความยั่งยืนให้กับกิจการได้ สามารถลดความเสี่ยงในธุรกิจจากการทำเกษตรเกษตรสมัยใหม่หรือเกษตรเคมีได้ ดังนั้นผู้ประกอบการอินทรีย์จึงถือเป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการตามโอกาสที่พบเจอโดยไม่คำนึงถึงข้อจำกัดของทรัพยากร ด้วยเหตุผลนี้จึงทำให้ระดับความเป็นผู้ประกอบการ ใน 3 ด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง โดยผลการศึกษาด้านมุมมองเชิงกลยุทธ์ และทิศทางการสร้างความเจริญก้าวหน้าพบมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของวีรดา เรืองรุ่ง (2550) และผลการศึกษาด้านการบริหารทรัพยากร พบว่ามีความสอดคล้องกับการวิจัยของปรีชนันท์ กังวานปิยศักดิ์ (2550)

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยทางประชากรของผู้ประกอบการต่างกันส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทยแตกต่างกัน จากการศึกษาวิจัยพบว่าปัจจัยทางประชากร ทางด้านอายุของผู้ประกอบการที่ต่างกัน มีความเป็นผู้ประกอบการในภาพรวมแตกต่างกันและด้านความรู้เฉพาะทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความเป็นผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในส่วนแรกในผลการศึกษาด้านอายุ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี มีความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านภาพรวมสูงกว่า ผู้ประกอบการที่มีอายุ 36-45 ปี และ 46 ปีขึ้นไป ผู้วิจัยมองว่าเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญที่ผลักดันให้กลุ่มผู้ประกอบการที่มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี มีความเป็นผู้ประกอบการสูง เพราะคนกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่ม Generation Y ซึ่งเติบโตมากับเทคโนโลยี จะใช้ชีวิตกับเทคโนโลยีอยู่ในโลกออนไลน์ การสื่อสารต่าง ๆ มีทำให้เข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการได้ไวและง่ายมาก ฉะนั้นคนกลุ่มนี้สามารถเรียนรู้หาข้อมูลที่เป็นปัจจัยที่นำไปสู่ทั้งความสำเร็จ และล้มเหลว ได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับข้อมูลของศูนย์วิจัยฯไทยพาณิชย์ (2557) ด้วยอิทธิพลของเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตทำให้ Generation Y มีคุณลักษณะที่แตกต่างไปจากเจนเนอเรชันก่อนหน้านี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ ตี๋ มณีนี (2555) พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีส่วนทำให้ประสิทธิผลในการบริหารจัดการธุรกิจแตกต่างกันโดยผู้ประกอบการ กลุ่มอายุ 30-40 ปี มีประสิทธิผลการบริหารจัดการธุรกิจ ด้านการผลิตสูงกว่า กลุ่มอายุ 41-50 ปี

ส่วนผลการศึกษาด้านความรู้เฉพาะทางธุรกิจ พบว่า ปัจจัยการประกอบธุรกิจ ด้านความรู้เฉพาะทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความเป็นผู้ประกอบการโดยมีความสัมพันธ์กันทางบวก และมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย การทำการเกษตรแบบเกษตรอินทรีย์นั้นมีความแตกต่างจากการทำเกษตรแบบดั้งเดิมอยู่มาก เกษตรแบบเกษตรอินทรีย์ต้องมีขั้นตอนกระบวนการตรวจสอบในสวน ทุกขั้นตอนต้องปราศจากสารเคมี ผลผลิตต้องสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ จึงถือได้ว่าเป็นระบบการผลิตที่เกษตรกรจะต้องยึดถือปฏิบัติตามมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ที่กำหนด ต้องได้รับการรับรองจากองค์กรที่มีหน้าที่ตรวจให้มาตรฐานการรับรองจึงได้รับอนุญาตให้ติดตราเพื่อแสดงว่าเป็นสินค้าเกษตรมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (ชมรมเกษตรอินทรีย์แห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) จะเห็นได้ว่าการทำเกษตรแบบเกษตรอินทรีย์ต้องใช้ความรู้และประสบการณ์อย่างมากในการดำเนินธุรกิจ จึงทำให้มีความสัมพันธ์กับความเป็นผู้ประกอบการ สอดคล้องกับแนวคิดของ ฮิลล์ และคณะ (Hills, et al., 1997 อ้างถึงใน วิฑูรย์ เจียมจิตต์ตรง, 2553) ที่กล่าวว่า การตื่นตัวในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจเกิดมาจากความสามารถในการรู้คิดที่มีอยู่ในความเป็นผู้ประกอบการ ส่วนในเรื่องความสัมพันธ์ระดับน้อยนั้น อาจเพราะปัญหาและข้อจำกัดของ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในเรื่องการรับรู้ข่าวสารข้อมูล ผู้ประกอบการยังค่อนข้างมีจุดอ่อนในการรับรู้ข่าวสารด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจของตนเอง เช่น นโยบายและมาตรการของรัฐ รวมไปถึงข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด ฯลฯ ซึ่งส่งผลไปยังพฤติกรรมประกอบการธุรกิจทำให้ไม่สามารถดำเนินกิจการตามโอกาสในยุคปัจจุบันได้ทัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการต่างกัน ส่งผลต่อความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ของผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย แตกต่างกัน จากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยการประกอบธุรกิจด้านประเภทกิจการ ลักษณะการดำเนินกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการปัจจุบัน เงินลงทุนเมื่อเริ่มกิจการประเภทลูกค้า พื้นที่ทำการผลิตปัจจุบัน และการเคยถ่ายทอดเทคนิคการตลาดและการจัดจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรายอื่น ความเป็นผู้ประกอบการในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ในผลการศึกษาปัจจัยการประกอบธุรกิจ ด้านประเภทกิจการ พบว่าผู้ประกอบการที่มีกิจการประเภทเจ้าของคนเดียว ความเป็นผู้ประกอบการสูงกว่า ผู้ประกอบการที่มีกิจการประเภทวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มสมาชิก และ ผู้ประกอบการที่มีกิจการประเภทห้างหุ้นส่วน ความเป็นผู้ประกอบการสูงกว่า ผู้ประกอบการที่มีกิจการประเภทกลุ่มสมาชิก ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการรวมตัวกัน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยการมีวิสัยทัศน์ไปในทิศทางเดียวกัน พึ่งพาซึ่งกันและกัน ทำให้การตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจบางอย่างต้องขึ้นอยู่กับมติในการประชุมของกลุ่ม เช่นเดียวกับกลุ่มสมาชิกที่มีลักษณะไม่ต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีกิจการประเภทเจ้าของคนเดียว และห้างหุ้นส่วน นั้นเป็นธุรกิจของตนเอง มีอิสระในการตัดสินใจต่าง ๆ ทำให้มีความเป็นผู้ประกอบการสูงกว่าผู้ประกอบการประเภทวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มสมาชิก

ในด้านลักษณะการดำเนินกิจการ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีลักษณะการดำเนินกิจการเป็นแหล่งผลิต (ผู้ผลิต หรือเพาะปลูก) ความเป็นผู้ประกอบการแตกต่างกับผู้ประกอบการที่ไม่ได้ลักษณะการดำเนินกิจการเป็นแหล่งผลิต (ผู้ผลิต หรือเพาะปลูก) เกษตรอินทรีย์นั้นต้องใช้ทั้งทักษะประสบการณ์ ความรู้ ความสามารถ พื้นที่ ทำเกษตรอินทรีย์ต้องเป็นพื้นที่ซึ่งไม่เคยทำเกษตรกรรมที่มีการใช้สารเคมีมาไม่น้อยกว่า 3 ปี โดยมีระยะปรับเปลี่ยนจากการทำการเกษตรทั่วไปไปสู่เกษตรอินทรีย์แตกต่างกันตามชนิดของพืชที่เพาะปลูกโดยใช้เวลาประมาณ 12-18 เดือน (ศูนย์วิจัยกสิกรรม, 2551) ทำให้ผู้ประกอบการที่มีลักษณะการดำเนินกิจการเป็นแหล่งผลิต (ผู้ผลิต หรือเพาะปลูก) ต้องปรับตัว และแสวงหาความรู้ใหม่ๆ ซึ่งอาจเป็นผลทำให้มีความเป็นผู้ประกอบการมีความแตกต่างกัน

ด้านระยะเวลาในการดำเนินกิจการปัจจุบัน พบว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการปัจจุบันน้อยกว่า 3 ปี ความเป็นผู้ประกอบการสูงกว่า ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการปัจจุบันมากกว่า 3 ปี ถึง 6 ปี มากกว่า 6 ปีถึง 9 ปี และ 9 ปี ขึ้นไปซึ่งในส่วนนี้ผู้วิจัยมองเห็นว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการปัจจุบันน้อยกว่า 3 ปี อาจยังเป็นช่วงเริ่มต้นกิจการธุรกิจยังไม่มีคามมั่นคง ยังไม่อยู่ตัว ดังนั้นมีส่วนทำให้จะต้องเร่งพัฒนาธุรกิจของตนเอง มีความไฟแรงทำให้มีความเป็นผู้ประกอบการสูงกว่า

และในด้านเงินลงทุนเมื่อเริ่มกิจการ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเมื่อเริ่มกิจการต่ำกว่า100,000 บาท ความเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านภาพรวมต่ำกว่า ผู้ประกอบการที่มีเงิน

ลงทุนเมื่อเริ่มกิจการ 100,000-500,000 บาท และ 500,001 – 1,000,000 บาท การทำเกษตรอินทรีย์ถือเป็นการพัฒนาที่เป็นแนวคิดใหม่ ๆ ต้องใช้เงิน ใช้เวลาในการฟื้นฟูดิน และทรัพยากรในสวน ให้ปราศจากสารเคมี การทดลองทำเมล็ดพันธุ์ของตัวเอง เพื่อไม่ต้องพึ่งพาเมล็ดที่ไม่สามารถระบุที่มาได้ว่าปนเปื้อนสารเคมีหรือไม่ ทำให้อาจจะมีต้องการลงทุนประมาณหนึ่ง ในตอนเริ่มต้นกิจการเกษตรอินทรีย์ การที่ผู้ประกอบการที่มีจำนวนเงินลงทุนเมื่อเริ่มกิจการ 100,000 บาท - 1,000,000 บาท มีความเป็นผู้ประกอบการสูงกว่า อาจเพราะผู้ประกอบการมีการดำเนินงานที่พัฒนาสิ่งใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา เพราะเกษตรอินทรีย์คือการเอาชนะธรรมชาติ ด้วยธรรมชาติ แต่ก่อนจะเอาชนะได้ ก็ต้องมีการศึกษา หาความรู้ ลองผิดลองถูก ซึ่งการกระทำในส่วนนี้อาจมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ ชัยพร พรหมพันธ์ (2555) กล่าวถึง แนวคิดที่พึ่งตัวเองก่อนพึ่งคนอื่น จึงทำเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย ยาไล่แมลงแบบเกษตรอินทรีย์ด้วยตัวเอง ทำให้กิจการของเขายั่งยืน สามารถพึ่งพาตัวเองได้ และประสบความสำเร็จในที่สุด เพราะการทำเกษตรอินทรีย์ไม่ใช่การทำเกษตรแบบเดิม แต่เป็นการพึ่งพาตนเอง และก่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว เริ่มแรกที่ทำเกษตรอินทรีย์ จึงต้องมีการ แสวงหา ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ต่าง ๆ เพื่อมาทดลอง และปรับใช้กับกิจการเกษตรอินทรีย์ในแปลงของตนเอง ในส่วนนี้จึงต้องมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีเงินลงทุนเริ่มต้นจำนวนหนึ่งเพื่อความคล่องตัวในการดำเนินกิจการ จึงอาจส่งผลให้ผู้ประกอบการที่มีจำนวนเงินลงทุนเมื่อเริ่มกิจการ 100,000 บาท - 1,000,000 บาท มีความเป็นผู้ประกอบการสูงกว่า ทั้ง 3 ด้านที่กล่าวมานั้นพบว่ามีความสอดคล้องกับการวิจัยของวีรดา เรืองรุ่ง (2550) ที่พบว่า ผู้ประกอบการที่มีลักษณะของกิจการ และประเภทของอาหาร และทุนจดทะเบียนต่างกัน ส่งผลต่อผลประกอบการร้านอาหารขนาดย่อมแตกต่างกัน

สำหรับประเภทลูกค้า พบว่า ผู้ประกอบการที่มีประเภทลูกค้า ต่างกัน มีความเป็นผู้ประกอบการในภาพรวมแตกต่างกัน เนื่องจากผู้ประกอบการกิจการผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเกษตรอินทรีย์ภายใต้สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ได้มาตรฐานของประเทศไทย ได้รับการรับรองมาตรฐานที่ไม่สามารถส่งออกได้ จึงทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ เป็นชาวไทย ด้วยความแตกต่างทางด้านประเภทลูกค้าที่เป็นชาวไทย กับชาวต่างชาติ นั้นบ่งบอกถึงมาตรฐาน วัฒนธรรม และรสนิยมที่แตกต่างกันของแต่ละชาติ แต่ละศาสนา รวมทั้งกฎระเบียบ ข้อบังคับกฎหมายของแต่ละประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการ ต้องพัฒนาตนเองให้สามารถเข้ากับกลุ่มตลาดเป้าหมายของตนเองได้เพื่อการเติบโต และสามารถครอบครองกลุ่มตลาดนั้น ๆ รวมถึงการพัฒนาตนเองให้ได้รับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือด้วย ในส่วนของพื้นที่ทำการผลิตปัจจุบัน เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเองมีความเป็นผู้ประกอบการในภาพรวมแตกต่างกับผู้ประกอบการที่มีพื้นที่ทำการผลิตปัจจุบันที่ไม่ได้เป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง การมีพื้นที่ทำการผลิตปัจจุบันเป็นกรรมสิทธิ์ของตนเอง อาจทำให้มีความคล่องตัวในการเปลี่ยนแปลงตามโอกาสที่พบเจอมากกว่า เพราะหากเช่าที่คนอื่นมาอาจทำให้ผู้ประกอบการ ไม่มีความคล่องตัวในการตัดสินใจอย่างเต็มที่ สำหรับทั้ง 3 ด้านที่กล่าวมาข้างต้นยังไม่พบหลักฐานอ้างอิงที่แน่ชัดในการยืนยันความแตกต่างนี้

และด้านการเคยถ่ายทอดเทคนิคการตลาด และการจัดจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรายอื่น พบว่า ผู้ประกอบการที่มีการเคยถ่ายทอดเทคนิคการตลาด และการจัดจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรายอื่น ต่างกันมีความเป็นผู้ประกอบการในด้านการบริหารทรัพยากร และด้านปรัชญาการให้รางวัล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยผลการศึกษาดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมลวิภา เกตุเทียน (2557) ที่พบว่า นวัตกรรม

มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ นวรัตน์ ชนาพรณ (2550) ได้กล่าวว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักจะไม่ค่อยพอใจกับสภาพที่เป็นอยู่ โดยบุคคลเหล่านี้เชื่อว่า ยังมีวิธีการใหม่ๆ และดีกว่าเดิมในการสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์อยู่ตลอดเวลา รู้ถึงปัจจัยต่างๆ อย่างลึกซึ้ง และมองเห็นโอกาสที่จะหยิบมาสร้างสรรค์ได้เสมอ จากความสอดคล้องดังกล่าวผู้วิจัยเห็นว่าผู้ที่สามารถถ่ายทอดเทคนิคการตลาด และการจัดจำหน่ายให้กับผู้ประกอบการรายอื่น จะต้องเป็นผู้ประสบความสำเร็จแล้วประมาณหนึ่ง ฉะนั้น คนกลุ่มนี้จะมีความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ต่อการเปลี่ยนแปลงต่างได้ดี

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3

ความต้องการให้รัฐบาลมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรกรอินทรีย์ ของผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถาม มากที่สุด คือ ด้านการตลาดและการส่งออก รองลงมาคือ ด้านการขอมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์สากล และด้านการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเกษตรกรอินทรีย์ ซึ่งสอดคล้องกับวิฑูรย์ ปัญญากุล (2556) พบว่า รัฐบาลได้พยายามดำเนินงานตามกรอบของแผน ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรกรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2551-2554 และแผนปฏิบัติการพัฒนาเกษตรกรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ. 2551-2554 แต่ผลการดำเนินงานตามแผนไม่ประสบความสำเร็จเท่าไรนัก จากปัญหาดังกล่าว ทำให้แผนการสนับสนุนจากรัฐบาลมีความล่าช้า ขาดช่วงในการสนับสนุน สอดคล้องกับคำกล่าวของไพบูลย์ สลักฤทัย ที่บอกเล่าให้ผู้วิจัยได้ฟังว่า “สิ่งที่ผู้ประกอบการเกษตรกรอินทรีย์ไทยต้องการมากที่สุด คือตลาด” เช่นเดียวกับ เจ้าของโครงการและผู้บุกเบิกทนายทฤษฎีสวนสามพราน อย่าง คุณอรุณ นวราช จากผู้จัดการออนไลน์(2557) พบปัญหาสำคัญที่เกษตรกรของไทยได้พบ ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของสามพรานโมเดล คือ เกษตรกรไม่ยอมผลิตเกษตรกรอินทรีย์ เพราะไม่มีตลาดรองรับ

รัฐบาลควรจัดหาตลาดรองรับให้กับสินค้าเกษตรกรอินทรีย์ ทั้งใน และต่างประเทศ วางรากฐานเพื่อให้ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรอินทรีย์อย่างแท้จริง โดยการสร้าง “โมเดลศูนย์รวมการทำเกษตรอินทรีย์ครบวงจรในแต่ละชุมชนหรือจังหวัด” เพื่อส่งเสริมเกษตรกรอินทรีย์ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และแหล่งการเรียนรู้เกษตรกรอินทรีย์ เพิ่มโอกาสให้กับสินค้าเกษตรกรอินทรีย์ และเกษตรกรผู้ผลิตและจัดจำหน่ายเกษตรกรอินทรีย์ ช่วยสร้างงาน และสร้างรายได้ให้แต่ละชุมชน เกิดประโยชน์ทั้งในแง่ เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับเกษตรกรอินทรีย์ของประเทศไทย ในโมเดลนี้จะเป็นศูนย์รวมการทำเกษตรอินทรีย์ครบวงจรในแต่ละชุมชนหรือจังหวัด เช่น ตลาดสำหรับจำหน่ายสินค้าเกษตรกรอินทรีย์ราคาถูก สวนเกษตรกรอินทรีย์ ร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบจากสวนเกษตรกรอินทรีย์ โฮมสเตย์ที่พัก โปรแกรมเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น

นอกจากนั้นรัฐบาลควรส่งเสริมการขอมาตรฐานเกษตรกรอินทรีย์สากลให้กับผู้ประกอบการเกษตรกรอินทรีย์ไทยและจัดตั้งศูนย์การกระจายสินค้าเกษตรกรอินทรีย์ที่กรุงเทพฯและปริมณฑล รวมไปถึงสนามบินต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อเป็นจุดกระจายสินค้าภายในประเทศ และส่งออก

และจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอแนะการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการโดยอ้างอิงแนวคิด ทฤษฎีพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กร(Opportunity-based Firm Behavior) ของสตีเวนสัน (1983)

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้เสนอแนะการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการโดยอ้างอิงแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กร(Opportunity-based Firm Behavior) ของสตีเวนสัน (1983) โดยเป็นทฤษฎีฐานแนวคิดจากตะวันตก ที่มีการจัดระบบต่างๆอย่างชัดเจน มีโครงสร้างของกิจการชัดเจนกว่ากลุ่มประเทศทางตะวันออก ซึ่งมีโครงสร้างของกิจการแบบเครือข่ายพนักงานหรือแรงงานเปรียบเสมือนคนในครอบครัว มีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันและกัน จากวัฒนธรรมที่แตกต่างส่งผลให้การประยุกต์ทฤษฎีพฤติกรรมที่ใช้โอกาสเป็นพื้นฐานในการดำเนินงานขององค์กรในประเทศไทยแตกต่างไปจากแนวคิดทางตะวันตก โดยอภิปรายด้านที่มีความเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับน้อย เพราะถือว่าเป็นจุดอ่อน

ด้านปรัชญาการให้รางวัล (Reward Philosophy) ผู้ประกอบการมีความเป็นผู้ประกอบการด้านนี้อยู่ในอันดับสุดท้ายและมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น ซึ่งเกิดจากมุมมองของเกษตรกรเจ้าของสวน(ผู้ประกอบการ) เกี่ยวกับทรัพยากรบุคคล อาจเพราะแรงงานในภาคเกษตรของประเทศไทยเป็นแรงงานต่างด้าวจำนวนมาก และเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคลน้อย

ดังนั้นผู้ประกอบการควรปรับทัศนคติต่อทรัพยากรบุคคล ว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าอย่างยิ่งต่อธุรกิจสามารถสร้างมูลค่าในระยะยาวให้กับองค์กร ไม่ใช่เพียงหวังว่าเมื่อจ่ายค่าตอบแทนเป็นตัวเงินแล้วพนักงานจะต้องทำงานให้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการควรจะต้องสร้างแรงจูงใจในการทำงานต่าง ๆ แก่พนักงานด้วยรางวัลในรูปแบบของเงิน และรางวัลตอบแทนที่ไม่ใช่เงิน ซึ่งเป็นสิ่งที่มีคุณค่าทางจิตใจต่อพนักงาน บ่งบอกถึงชื่อเสียงเกียรติยศ สถานะทางสังคมของพนักงาน เช่น การปลูกแปลงสวนครัวเพื่อพนักงานหรือแรงงานให้นำกลับไปปรุงอาหารที่บ้าน การให้รางวัลโดยการส่งเสริมให้พนักงาน หรือแรงงานเป็นวิทยากร เพื่อถ่ายทอดนวัตกรรมด้านเกษตรอินทรีย์ ซึ่งพนักงาน หรือแรงงานจะได้รับเงินพิเศษเพิ่มจากการถ่ายทอดความรู้ให้แก่หน่วยงาน หรือบุคคลต่างๆ และได้การยกย่องชมเชย สร้างความภาคภูมิใจให้แก่ตัวพนักงาน และแรงงาน อ้างอิงจากข้อมูลในงานวิจัย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เคยมีการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต ให้กับผู้ประกอบการรายอื่น ร้อยละ 51.85

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการควรมีการให้รางวัลพนักงานและแรงงานทั้งด้านตัวเงิน และไม่ใช่ตัวเงิน คือการส่งเสริมให้พนักงานขึ้นเป็นวิทยากรเพื่อถ่ายทอดนวัตกรรมด้านเกษตรอินทรีย์ ซึ่งพนักงาน หรือแรงงานจะได้รับเงินพิเศษเพิ่มจากการเป็นวิทยากรในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่หน่วยงาน หรือบุคคลต่าง ๆ และได้การยกย่องชมเชย สร้างความภาคภูมิใจให้แก่ตัวพนักงาน และแรงงาน

2. รัฐบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการทำโมเดลศูนย์รวมการทำเกษตรอินทรีย์ครบวงจรในแต่ละชุมชนหรือ จังหวัด เพื่อส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ การท่องเที่ยว และศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ เป็นต้นไปพร้อม ๆ กัน เพื่อความยั่งยืนในระยะยาวของกิจการเกษตรอินทรีย์ไทย และเป็นรากฐานให้กับ ยุทธศาสตร์การพัฒนาเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2557 - 2559 วิสัยทัศน์ คือ “ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิต การค้า และการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์ในระดับสากล” (สำนวนนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตร, 2557)

3. รัฐบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ โดยการรวมกลุ่มผลิตภัณฑ์เดียวกัน และการรวมกลุ่มข้ามผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มจุดเด่นและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร สร้างอำนาจการต่อรองให้กับผู้ประกอบการ และ เป็นการสร้างโอกาสใหม่ ๆ ให้กับผู้ประกอบการอีกด้วย 3. รัฐบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมการขอมาตรฐานเกษตรอินทรีย์สากล ให้กับผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ไทยและจัดตั้งศูนย์การกระจายสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่กรุงเทพฯและปริมณฑล รวมไปถึงสนามบินต่าง ๆ ทั่วประเทศ เพื่อเป็นจุดกระจายสินค้าภายในประเทศ และส่งออก

4. รัฐบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการเพิ่มตรารับรอง หรือการประกวด ให้แก่ สินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีความโดดเด่น เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ เช่น ตรารับรองสินค้า 1-5 ดาวสำหรับนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ผู้ประกอบการคิดขึ้น หรือการนวัตกรรมต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้ว โดยอาจนำมาพัฒนาต่อหรือกระตุ้นให้เกิดการคิดค้นพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ในกิจการ อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการแข่งขันกับสินค้าจากประเทศอื่น ๆ

5. ควรมุ่งพัฒนาผู้ประกอบการ Generation Y และผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนเมื่อเริ่มกิจการ 100,000 บาท - 1,000,000 บาทก่อน เพราะ มีความเป็นผู้ประกอบการสูงกว่า โดยพัฒนาจากด้านที่ผู้ประกอบการ Generation Y ถนัด คือ ใช้เทคโนโลยีมาช่วยเรื่องของการเชื่อมโยงทุกสิ่ง รัฐบาล หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดอบรม หรือส่งเสริมให้มีการ สร้างเว็บไซต์ของแต่ละกิจการ กลุ่ม และท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการกระจายสินค้า และเข้าถึงผู้บริโภค และเว็บไซต์ยังสามารถทำให้ผู้ประกอบการได้พูดคุยกับผู้บริโภคโดยตรง สร้างความเข้าใจ มั่นใจ และสร้างฐานลูกค้าภักดีได้จากการลงทะเบียนในเว็บไซต์ นอกจากนี้ใน เว็บไซต์จะต้องมีเครื่องหมายการันตีจากหน่วยงานราชการ ว่าเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์อย่างแท้จริง เพื่อสร้างความมั่นใจ และความเข้าใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้เสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปไว้ดังนี้

1. เพื่อความต่อเนื่องควรศึกษาถึงการพัฒนาผู้ประกอบการกลุ่มตัวอย่างนี้ โดยศึกษากลุ่มประชากรให้มากขึ้น
2. จากแนวคิดของสตีเวนสัน(Stevenson, 1983) ที่พัฒนาเชิงปฏิบัติการโดยบราวน์และคณะ (Brown, et al., 2001) และพัฒนาต่อโดย คุณท์และคณะ (Kuhn, et al., 2001) ควรนำแนวคิดนี้มาศึกษาเพิ่มเติมเพื่อกำหนดตัวชี้วัดตามลักษณะของสังคมและวัฒนธรรมของไทย หรือสังคมเกษตรอินทรีย์ไทย
3. จากการศึกษาวิจัยพบว่าปรัชญาการให้รางวัล (Reward Philosophy) มีความเป็นผู้ประกอบการด้านน้อยอยู่ในอันดับสุดท้าย จึงควรศึกษามุ่งเน้นมิติที่เป็นจุดอ่อนที่สุด โดยสามารถเชื่อมโยงกับทฤษฎีจูงใจอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กรมวิชาการเกษตร. (2557). *การรับรองมาตรฐานพืชอินทรีย์*. จำนวนเกษตรกรที่ได้รับการรับรองจำแนก

ตามพื้นที่. เข้าถึงได้จาก http://gmis.doa.go.th/~organic/form/report_3_no_session.php

กิริติ เชาว์ตฤณาวงษ์ และคณะ. (2557). การประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อทาการเกษตรสู่การพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน ภายใต้ความพอเพียงของชุมชนปทุมโคก :วารสารวิชาการ

Veridian E-Journal ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน 2557 หน้า 100-110

กระทรวงพาณิชย์. (ม.ป.ป). ข้าวหอมมะลิอินทรีย์. เข้าถึงได้จาก

http://pcoc.moc.go.th/pcocsys/web_pcoc_express/home/view_cim1.1.aspx

ชมรมเกษตรอินทรีย์แห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป). เกษตรอินทรีย์. เข้าถึงได้จาก

<https://www.facebook.com/OATOrganicThailand?fref=nf>

ชัยพร พรหมพันธ์. (2555). ชวนหาเงินล้าน. เข้าถึงได้จาก [https://www.youtube.com/watch?v=B-](https://www.youtube.com/watch?v=B-l0g1lFGkE)

[l0g1lFGkE](https://www.youtube.com/watch?v=B-l0g1lFGkE)

ติ่ม มณีคำ. (2555). ศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจ

กรณีศึกษา : กิจกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแขวงบอลิคำไซสาธารณรัฐประชาธิปไตย

ประชาชนลาว : วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ปีที่ 1 ฉบับที่ 2

กรกฎาคม – ธันวาคม 2555 หน้า 82 – 99

นวรรตน์ ชนาพรรณ. (2550). การศึกษากลยุทธ์ในการดำเนินงาน ภูมิความรู้ความชำนาญ เชาว์เชิงปฏิบัติและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารแช่แข็งกลุ่มผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ. คณะศิลปศาสตร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปรีชนันท์ กังวานปิยศักดิ์. (2550). การศึกษาขีดความสามารถและความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทสถานประกอบการ สปามมาตรฐานในภาคตะวันออก.

วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ผู้จัดการออนไลน์. (2557). เปิด “สามพรานโมเดล” อาณาจักรเกษตรอินทรีย์ สดจากสวนสู่ผู้บริโภค. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9570000132939>

ไพบูลย์ สลักฤทัย. (2556) .บทสัมภาษณ์จากรายการเกษตรอินทรีย์ซื้อง่าย. เข้าถึงได้จาก

<http://www.youtube.com/watch?v=DUYCLb49UfA>

วิหุร เจียมจิตต์ตรง. (2553). ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อม. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ:

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

วิหุรย์ ปัญญากุล. (2556). ภาพรวมเกษตรอินทรีย์ไทย2554-2555. มุลนิธิสายใยแผ่นดิน: กรีนเนท.เข้าถึงได้จาก

<http://www.greenet.or.th/sites/default/files/Thai%20OA%2011-12.pdf>

วิมพิวิภา เกตุเทียน. (2557). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

วิสาหกิจขนาดกลาง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

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

ศุภชัยวิชัยกร. (2551). เกษตรอินทรีย์ไทยโอกาสก้าวไกล...หากภาครัฐเร่งยกระดับมาตรฐานการผลิต. เข้าถึงได้จาก <http://www.positioningmag.com/content/เกษตรอินทรีย์ไทยโอกาสก้าวไกลหากภาครัฐเร่งยกระดับมาตรฐานการผลิต>

ศุภชัยวิชัยกร. (2557). ศุภชัยวิชัยกรไทยพาณิชย์เผย 5 ลักษณะเด่น Gen Y และ 3 แนวทางวางกลยุทธ์มัดใจ. เข้าถึงได้จาก <http://www.brandbuffet.in.th/2014/11/how-to-attack-gen-y-scb-eic/>

ศิริพร วันพิน. (2547). *เกษตรกรรมปลอดภัยชีวิตปลอดภัย*. เข้าถึงได้จาก http://www.tei.or.th/plibai/th_plibai59_sarakadi.html

สุภาสินี นุ่มเนียม. (2558). แนวทางส่งเสริมความรู้แบบมีส่วนร่วม เรื่องการลดการใช้สารเคมี การลดรายจ่าย และเพิ่มรายได้ตามหลักการเกษตรพอเพียงแก่เกษตรกร ตำบลหน้าโคก อำเภอผักไห่ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. :วารสารวิชาการ Veridian E-Journal ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม – เมษายน 2558 หน้า 1212-1230

สาระดีดี.คอม. (ม.ป.ป). ปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(Main problems for SMEs). เข้าถึงได้จาก http://www.saradd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=199:main-problems-for-smes&catid=25:the-project&Itemid=7

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดชลบุรี. (2557). *รักอินทรีย์รักษ์โลกกับกระทรวงพาณิชย์. แผนส่งเสริมตลาดสินค้าอินทรีย์ของกระทรวงพาณิชย์*. เข้าถึงได้จาก http://pcoc.moc.go.th/wappPCOC/20/upload/File_IPD_FILE20136037.pdf

เสรี พงศ์พิศ. (2556). *เกษตรกรรมอาชีพมั่นคง*. เข้าถึงได้จาก <http://www.phongphit.com/2013/index.php/2012-12-06-11-48-33/item/500-2013-05-14-23-23-05>

ภาษาต่างประเทศ

Baum, J. R. (1994). *The relationship of traits, competencies, motivation, strategy and Structure to venture Growth*. Doctoral Dissertation, University of Maryland, College Park.

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

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

- Kuhn, B; Sassmannshausen, S. P. & Zollin, R. (2010). Entrepreneurial management as a strategic choice in firm behavior: Linking it with performance. In *High Technology Small Firms Conference (HTSF) 2010*, Netherlands. Enschede: University of Twente.
- Stevenson, H. H. (1983). A perspective on entrepreneurship, In *Harvard Business School Working Paper* (pp. 9-384-131). Boston: Harvard Business School.
- Stevenson, H. H. & Gumpert, D. (1985). The heart of entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 85, 85-94.
- Stevenson, H. H. & Jarillo, J. C. (1986). Preserving entrepreneurship as companies grow. *Journal of Business Strategy*, 6, 10-23.
- Stevenson, H. H. & Jarillo, J. C. (1990). A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management. *Strategic Management Journal*, 11, 17-27.