

การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม และความสามารถในการจัดการนวัตกรรม
ของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออก
ในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา

THE INCREASING POTENTIAL COMPETITION, VALUE-ADDED AND INNOVATION
MANAGEMENT OF AGRICULTURAL PRODUCTS, MANGOES FOR EXPORT
IN CHACHOENGSARO PROVINCE.

สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์*

Sudarat Pimonrattanak

(Received : October 08, 2020 ; Revised : December 09, 2020 ; Accepted : December 09, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับความสามารถในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันมูลค่าเพิ่ม และความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออกในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ทั้งนี้ผลที่ได้รับจากการศึกษาจะนำไปเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออก ระเบียบวิธีวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา ผู้ให้ข้อมูลหลักคือเกษตรกรหรือประธานวิสาหกิจชุมชน จำนวน 15 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม รวมทั้งข้อมูลจากเอกสาร ข้อมูลที่ได้รับนำมาตรวจสอบแบบสามเส้า การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพการแข่งขันมีความสำคัญและมีผลต่อความสามารถจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วง 2) การสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญและมีผลต่อความสามารถจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วง 3) ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมมีความสำคัญและมีผลต่อผลการดำเนินงานของเกษตรกร ประโยชน์ที่ได้ทำให้เกิดนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์ของภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อกลุ่มเกษตรกรเพื่อให้พร้อมรับต่อภาวะฉุกเฉินด้วย

คำสำคัญ : ศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม

*อาจารย์ประจำวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

Instructor , College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University.

e-mail : sudarat.pi@ssru.ac.th

Abstract

The objective of research was to elevate the potentiality competitiveness, value-added and innovation management of agricultural products, mangoes for export in Chachoengsao Province. The research findings will be proposed as a policy recommendations and innovative management guidelines of agricultural products, mangoes for export. The research method was qualitative research that employed phenomenological approach. The main informants were 15 farmers or the president of community enterprise, selected by the purposive sampling technique. Research tools consisted of in-depth interviews and non-participant observation together with data from documents. Then the obtained data were triangulated and analyzed using content analysis method. The findings from the content analysis were as follows. 1) The potentiality of competitiveness is crucial and affects the innovation management of local wisdoms in agricultural products, mangoes. 2) The value-added creation is essential and affects the innovation management of local wisdoms in innovation management of agricultural products, mangoes. 3) The innovation management is essential and affects the farmer performance. The benefits have resulted in creative innovation of local wisdoms to farmers in order to be prepared for emergency situations.

Keywords : Potential competition, Value-added, Innovation management

บทนำ

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดทำบนพื้นฐานของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ซึ่งเป็นแผนหลักของการพัฒนาประเทศและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 ที่ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9-11 ซึ่งเป็นการเตรียมพร้อมด้านกำลังคนและการพัฒนาศักยภาพของประชากร มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพทุนมนุษย์ของประเทศ เพื่อส่งผลให้การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืนได้อย่างมั่นคงยั่งยืน และหนึ่งในแนวทางการดำเนินการคือ เพิ่มการใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นเครื่องมือหลักในการขับเคลื่อนพัฒนาประเทศในทุกภาคส่วนของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) และหนึ่งในหลักการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศ คือ ผู้ประกอบการสินค้าเกษตรที่ผู้ประกอบการรายย่อยในประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นผู้ผลิตมะม่วงเป็นอันดับ 3 ของโลก ประมาณ 2.6 ล้านตัน ปริมาณผลผลิตในลำดับที่ 3 ปริมาณผลผลิตต่อไร่เพียง 1.01 เมตริกตันต่อไร่ ซึ่งในขณะที่ประเทศอื่นมีผลผลิตได้สูงถึง 1.97 – 1.35 เมตริกตันต่อไร่ (แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา ปี พ.ศ. 2561-2564, 2563) พื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิตสำคัญของไทยคือจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและสร้างรายได้ให้กับประเทศ อีกทั้งจังหวัดฉะเชิงเทรายังอยู่ในพื้นที่ที่อยู่ในโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor, EEC) เพื่อยกระดับพื้นที่ให้เป็นเขตเศรษฐกิจชั้นนำของเอเชีย พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับการเชื่อมโยงภูมิภาค การพัฒนาเมืองและสิ่งแวดล้อม จำเป็นต้องสร้างองค์ความรู้และพัฒนาบุคลากรทุกระดับที่เป็นฐานสำคัญในการสนับสนุน รวมถึงการยกระดับชุมชน รวมถึงกลุ่มวิสาหกิจเริ่มต้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และกำลังคนความรู้สูง จำเป็นต้องมีแผนการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพตั้งแต่ต้นทาง ผู้ผลิตวัตถุดิบพัฒนาวัตถุดิบ กลางทาง การแปรรูปเพิ่มมูลค่า และปลายทาง การพัฒนาคนสู่ธุรกิจและอุตสาหกรรมแห่งอนาคต ให้เชื่อมโยงกันตามห่วงโซ่คุณค่าต้นทาง กลางทาง ปลายทาง ตามแนวทางประชารัฐแบบบูรณาการและความต้องการของผู้ประกอบการ ภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงศักยภาพของพื้นที่ในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศได้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560). ซึ่งจังหวัดฉะเชิงเทราเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีเกษตรกรทำสวนมะม่วงกำลังประสบปัญหาคือด้านศักยภาพและการควบคุมคุณภาพในการผลิตให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้จากการวิเคราะห์สัดส่วนการส่งออกและมูลค่าการส่งออกของผลิตภัณฑ์มะม่วง มีแนวโน้มเป็นไปได้ว่าผลิตภัณฑ์มะม่วงของประเทศไทยในมุมมองของตลาดโลก ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และยกระดับคุณภาพของมะม่วงของไทย

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม และความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออก ซึ่งปัญหาจากการวิจัยนี้คือด้านศักยภาพและการควบคุมคุณภาพในการผลิต ในด้านการปรับโครงสร้างการผลิตมะม่วงคุณภาพมาตรฐานที่สำคัญต่างๆ ได้แก่ GAP, GMP, GACCP ปัญหาการสร้างการสร้างความเพิ่ม ด้วยการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้มีความหลากหลายพร้อมพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในลักษณะสดแช่แข็ง และเพิ่มการส่งออกในตลาดเดิม และขยายการส่งออกในตลาดใหม่ ดังนั้นควรมีการส่งเสริมให้เกษตรกรที่ปลูกมะม่วงในจังหวัดฉะเชิงเทรา ให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาระดับศักยภาพเทคโนโลยีการผลิตในการเพิ่มปริมาณและคุณภาพผลผลิต การแปรรูปภายในชุมชน กลุ่มเกษตรกร หรือเป็นวัตถุดิบเข้าสู่โรงงานอุตสาหกรรมในการแปรรูปและส่งเสริมด้านการตลาดในการส่งออกสินค้าเกษตรมะม่วง ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจที่นับว่ามีความสำคัญอย่างหนึ่งของไทยที่จะเพิ่มมูลค่าในการส่งออกให้มีความยั่งยืนและสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อยกระดับความสามารถในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม และความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออก ในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา ค้นคว้าทฤษฎี ตลอดจนรวบรวมเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ศักยภาพการแข่งขัน

การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันเป็นโดยใช้กรอบแนวคิด Thailand Competitiveness Matrix (TCM) และการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการของโลกมาจัดกลุ่มธุรกิจบริการออกตามความน่าสนใจ (Attractiveness) ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) และแนวโน้มความต้องการและอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น แบ่งได้ 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มที่มีศักยภาพสูง เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับธุรกิจบริการอื่นๆ ทั้งในด้านความน่าสนใจและขีดความสามารถ 2) กลุ่มธุรกิจเฉพาะด้านที่มีศักยภาพ เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพปานกลางควรเพิ่มความชำนาญในบางกลุ่มที่มีศักยภาพให้โดดเด่นมากขึ้น 3) กลุ่มที่มีศักยภาพที่เน้นการให้บริการในประเทศหรือบริการสาธารณะ 4) กลุ่มธุรกิจใหม่ๆ ที่มีแนวโน้มมาแรงเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีแนวโน้มความต้องการและอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญตามปัจจัยแวดล้อมและกระแสโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงไป (กาญจนา สุคันธสิริกุล, 2558)

แนวคิดการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้แบบจำลองระบบเพชร (Diamond Model) (Porter, 1990) ในการพัฒนาโมเดลในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการทำธุรกิจตามแนวคิดแบบจำลองไดมอนด์เพื่อใช้วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมี 4 ด้าน คือ 1) ปัจจัยนำเข้า ซึ่งเป็นปัจจัยด้านทรัพยากรที่เข้าไปในส่วนของวัตถุดิบที่เข้าสู่กลุ่มอุตสาหกรรม 2) กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันขององค์กร 3) กิจกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นการมีอยู่ของธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้องกับองค์กรในกลุ่มอุตสาหกรรม 4) สภาพอุปสงค์ ได้แก่ ทัศนคติ รสนิยม และความต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่อสินค้าและบริการ (Porter, 1990)

โดยสรุปความหมายของศักยภาพการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในการประเมินศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ ในปัจจัยด้านการผลิตปัจจัยด้านอุปสงค์การแข่งขันและกลยุทธ์รวมถึงนโยบายของภาครัฐ

มูลค่าเพิ่ม

แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาดประกอบด้วยลักษณะ 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มีเยื่อหุ้มสินค้าการค้าและมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเหมาะในการจัดจำหน่าย 2) การแปรรูปผลิตภัณฑ์ บรรจุของจำหน่าย การพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมเพื่อให้เกิดความเป็นสากล 3) การจัดหาสถานที่จำหน่าย โดยมีการจัด

จำหน่ายทางสื่อออนไลน์ การออกร้านจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าและการวางจำหน่ายให้แก่ นักท่องเที่ยว 4) การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ และการใช้ช่องทางออนไลน์ที่หลากหลายในการ ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ (กัลยารัตน์ คุณชมพู่, 2554)

โดยสรุป ความหมายของการสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การจัดหาสถานที่จำหน่าย และการ ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด

ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม

ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเป็นความสามารถในการเปลี่ยนแปลงแนวคิดและองค์ ความรู้ไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ กระบวนการและระบบอันเป็นประโยชน์กับกิจการและผู้มีส่วนได้ส่วน เสียอย่างต่อเนื่อง (Lawson & Samson, 2011) ความสามารถด้านนวัตกรรมนั้นสามารถอธิบายได้ หลายมิติ ทั้งกลยุทธ์ที่ส่งเสริมนวัตกรรม กระบวนการทำงาน สินค้าและการแสวงหาตลาดใหม่ หรือใน แง่ของวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ที่สนับสนุนนวัตกรรม ความสามารถและทรัพยากรการบริหารจัดการ ความคิดสร้างสรรค์ (Zhou, K. Z., & Li, 2010)

โดยสรุป ความหมายของความสามารถในการจัดการนวัตกรรม หมายถึงการส่งเสริมให้มี การยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การมีความคิดสร้างสรรค์ วิธีการทำงานใหม่ การเปลี่ยนแปลงยอมรับความคิดและวิธีการทำงานใหม่ มีการพัฒนาการ สร้างสรรค์ช่องทางตลาดใหม่ที่หลากหลายที่เป็นนวัตกรรมทางการตลาด และการยกระดับ คุณภาพการบริการ

ผลการดำเนินงานของเกษตรกร

ระบบการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรที่มีประสิทธิภาพสามารถวัดผลได้อย่างองค์ รวมทั้ง 2 ด้าน ได้แก่การวัดผลทางด้านเศรษฐกิจ ที่มีตัววัดเช่น อัตราส่วนทางการเงิน ความสามารถ ในการสร้างกำไร การเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด และการวัดผลด้านการสร้างความพึงพอใจแก่ ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน ผลประกอบการ ด้านสังคม และผลประกอบการด้านสิ่งแวดล้อม (Huang, 2012; Santos, J. B. & Brito, 2012)

ดังนั้น ความหมายของผลการดำเนินงานของเกษตรกร หมายถึง ผลการดำเนินงานของ เกษตรกรในด้านผลการดำเนินงานที่เป็นตัวเงิน ได้แก่ กำไร ยอดขาย รายได้ ในการดำเนินงาน และ ผลการดำเนินงานที่ไม่เป็นตัวเงิน ซึ่งได้แก่ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ลูกค้าเก่ากลับมาซื้อซ้ำ หรือการมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพวิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา ซึ่งเป็นวิธีการแสวงหา ความรู้ ความจริงจากการศึกษาปรากฏการณ์และประสบการณ์ชีวิตของมนุษย์ โดยมุ่งทำความเข้าใจ

ความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบเป็นหลัก (ชาย โพรธิสตา, 2556) ตลอดจนความรู้ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออกในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยดำเนินการศึกษาตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เกษตรกรหรือประธานวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยเลือกประชากรตัวอย่างในงานวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 15 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีความหลากหลายที่ให้มุมมองและการตอบคำถามที่สามารถตอบได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีคุณสมบัติต่างๆ ที่เป็นตัวอย่างที่ดีในการศึกษาได้ (ชาย โพรธิสตา, 2556) กำหนดเกณฑ์การเลือก คือ เป็นเจ้าของสวนเกษตรมะม่วงที่มีความหลากหลายมีความแตกต่างกันตามจำนวนเนื้อที่การเพาะปลูก คือ 10-20 ไร่ 21-30 ไร่ และมากกว่า 30 ไร่

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยวิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา ตามแนวคิดปรากฏการณ์วิทยาตามแนวทางของ Heidegger ที่เน้นการทำความเข้าใจโดยการมองผ่านจากสิ่งที่ปรากฏ ไปยังความหมายที่อยู่เบื้องหลังของสิ่งนั้นเพื่อมุ่งทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบเป็นหลัก โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ช่วยให้สามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า พิสูจน์ว่าข้อมูลนั้นได้มาถูกต้องหรือไม่ โดยการตรวจสอบแหล่งของข้อมูลและแหล่งที่มา เพื่อนำมาพิจารณาในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ได้แก่ การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี การตรวจสอบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล เป็นการใช้อยู่ข้อมูลจากหลายแหล่งภายใต้วิธีการเดียวกันด้วยการสัมภาษณ์ การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล คือการใช้วิธีการเก็บข้อมูลมากกว่า 1 วิธี โดยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับวิธีการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อเป็นการยืนยันและหาข้อมูลเพื่อความชัดเจน

การเก็บรวบรวมข้อมูล ศึกษาจากบทความ เอกสาร หนังสือ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับโดยใช้แนวคิดความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของอุตสาหกรรมเกษตรเพื่อให้ทราบถึงความหมายและหลักการของแนวคิดนี้ โดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้ ขั้นตอนที่หนึ่ง ดำเนินการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 5 คน ได้แก่ เจ้าของสวนเกษตรมะม่วง ขั้นตอนที่สอง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีที่หลากหลายโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ขั้นตอนที่สาม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ตัวผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นผู้ที่ออกแบบแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างทำหน้าที่ในการสัมภาษณ์ ขั้นตอนที่สี่ การพิทักษ์สิทธิ์ผู้ให้ข้อมูลหลักผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อมูลโดยใช้นามสมมุติของผู้ให้ข้อมูลหลักโดยไม่เปิดเผยชื่อจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ประกอบด้วย 1) การจัดระเบียบข้อมูล เป็นการทำให้ข้อมูลมีความเป็นระบบเพื่อสะดวกในการจัดเก็บและนำไปใช้งานสามารถแบ่งเป็นการจัด

ระเบียบทางกายภาพข้อมูล 2) การแสดงข้อมูล เป็นการนำเอาข้อมูลที่ใส่รหัสแล้วนั้นกลับเข้ามา
รวมกันใหม่ให้เป็นกลุ่ม โดยจำแนกตามประเด็นหัวข้อในการวิเคราะห์ 3) การหาข้อสรุป ดีความ
และตรวจสอบประเด็นความถูกต้องของผลงานวิจัย 4) การนำเสนอผลการวิจัยใช้วิธีการพรรณนา
วิเคราะห์ เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และ
เรียบเรียงเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (ชาย โปธิสิตา, 2556)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ศักยภาพการแข่งขัน ลักษณะด้านศักยภาพการแข่งขัน ความสามารถในการแข่งขันทาง
ธุรกิจ ในการประเมินศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ สามารถสรุปเป็น 4 ประเด็น คือ 1) ด้านปัจจัย
นำเข้า 2) ด้านปัจจัยอุปสงค์ 3) ด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ 4) ด้านนโยบายภาครัฐ แสดงให้เห็นว่า
ศักยภาพการแข่งขัน ด้านปัจจัยนำเข้าโดยการที่เกษตรกรมีการคัดเลือกผลมะม่วงที่มีคุณภาพ
เกษตรกรมีความความรู้ความสามารถในการในด้านการใช้เครื่องมือในการแปรรูปมะม่วง ด้านปัจจัย
อุปสงค์ เกษตรกรมีเงินทุนสำรองที่เพียงพอแต่สัดส่วนของยอดขายจะน้อยกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับปี
ที่ผ่านมาเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 และสำหรับด้านการแข่งขันและกลยุทธ์
เกษตรกรมีการวางกลยุทธ์ในการนำผลิตภัณฑ์มะม่วงลงสู่สื่อออนไลน์เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก เป็นต้น และ
ด้านนโยบายภาครัฐโดยที่หน่วยงานภาครัฐได้มีการส่งเสริมและพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น เกษตรจังหวัด
กรมส่งเสริมการเกษตร กรมวิชาการเกษตร และมหาวิทยาลัย ได้มีการนำองค์ความรู้ต่างๆ ในด้านการ
ผลิต การแปรรูป การสร้างและการใช้แอปพลิเคชันในการพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ที่หลากหลาย

2. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ลักษณะการสร้างมูลค่าเพิ่ม สรุปเป็น 4 ประเด็น คือ 1) การแปรรูป
ผลิตภัณฑ์ 2) การออกแบบผลิตภัณฑ์ 3) การจัดหาสถานที่จำหน่าย 4) การประชาสัมพันธ์ แสดง
ให้เห็นว่าการสร้างมูลค่าเพิ่ม เกษตรกรมีการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน มีการแปรรูป
ผลิตภัณฑ์ และได้ทำการเพิ่มศักยภาพให้กับกลุ่มเกษตรกรโดยการแปรรูป ด้านการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์มีการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าโดยเน้นความสะดวก สวยงาม ความ
ทันสมัย และออกแบบแบรนด์โลโก้ของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทให้สะดุดตา สวยงาม เพื่อสร้างการ
รับรู้ในผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดหาสถานที่จำหน่าย เป็นการนำผลิตภัณฑ์มะม่วงที่ผ่านการแปรรูปแล้ว
และผ่านการออกแบบแพคเกจผลิตภัณฑ์ มาทำการจำหน่ายในช่องทางโซเชียลมีเดียที่เป็นแอปพลิเคชัน
ในการพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ที่หลากหลาย และด้านการประชาสัมพันธ์เป็นการนำ
ผลิตภัณฑ์มะม่วงที่ผ่านการแปรรูปแล้วและผ่านการออกแบบแพคเกจผลิตภัณฑ์มาทำการ
ประชาสัมพันธ์กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อทำการสร้างการรับรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สินค้า
เกษตรมะม่วง

3. ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม ลักษณะของความสามารถในการจัดการนวัตกรรม เป็นการส่งเสริมให้มีการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ สรุปรูปเป็น 4 ประเด็น คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านกระบวนการ 3) ด้านการตลาด 4) ด้านการบริการ แสดงให้เห็นว่าการนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการรวมถึงการสร้างความแตกต่างเพิ่มบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและที่สำคัญได้มาซึ่งผลกำไรของที่เพิ่มขึ้นหรือผลการดำเนินงานของเกษตรกรที่ดีขึ้น โดยด้านผลิตภัณฑ์ มีการพัฒนาคิดค้นการดูแลรักษามะม่วงรักษาคุณภาพเพื่อนำเสนอที่ดียิ่งขึ้นโดยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ออกแบบบรรจุภัณฑ์เอง เพื่อเป็นการยกระดับการจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออก รวมถึงการสร้างอัตลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่นของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงด้านกระบวนการ กลุ่มเกษตรกรมีการใช้อุปกรณ์เครื่องมือมาช่วยอำนวยความสะดวกในกระบวนการผลิตและกระบวนการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้เครื่องฟุ้งที่มีประสิทธิภาพและการจัดหาทุ่นห่อที่มีคุณภาพซึ่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์มะม่วงมีผิวสวยและที่สำคัญเป็นการลดการใช้ยาฆ่าแมลงและลดการใช้สารเคมี ด้านการตลาดกลุ่มเกษตรกรมีการใช้แอปพลิเคชันของสื่อออนไลน์ในการพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ที่หลากหลาย เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม เป็นต้น และด้านการบริการมีการให้คำปรึกษาแก่เกษตรกรหรือผู้ที่สนใจโดยการใช้การจัดการความรู้ (KM: Knowledge Management) เชิงสร้างสรรค์ โดยเป็นการแบ่งปันความรู้และช่วยเหลือกันในกลุ่ม มีการรวมกลุ่มเพื่อปรึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นในเรื่องการรับรองมาตรฐาน เรื่องการขออนุญาตส่งออก การวิเคราะห์แหล่งน้ำ มีการแบ่งปันในอุปกรณ์เครื่องมือการเกษตร การถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับกลุ่มเกษตรกร รวมถึงการให้บริการและการเอาใจใส่ต่อลูกค้า

4. ผลการดำเนินงานของเกษตรกร ลักษณะของผลการดำเนินงานของเกษตรกร เป็นความสามารถในการสร้างผลกำไร การมีส่วนร่วมทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายฐานลูกค้ารายใหม่และการสร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้า สามารถสรุปได้ 2 ประเด็น คือ 1) ผลการดำเนินงานทางการเงิน 2) ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงิน แสดงให้เห็นว่ามีผลการดำเนินงานของเกษตรกร ซึ่งถ้าเป็นผลการดำเนินงานทางการเงินจะเป็นรายได้ในรูปแบบความสามารถในการทำกำไรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นรายได้ที่มาจากส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสำหรับผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ด้านการเงินจะเป็นในรูปแบบการขยายฐานลูกค้ารายใหม่ที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าในระยะยาว

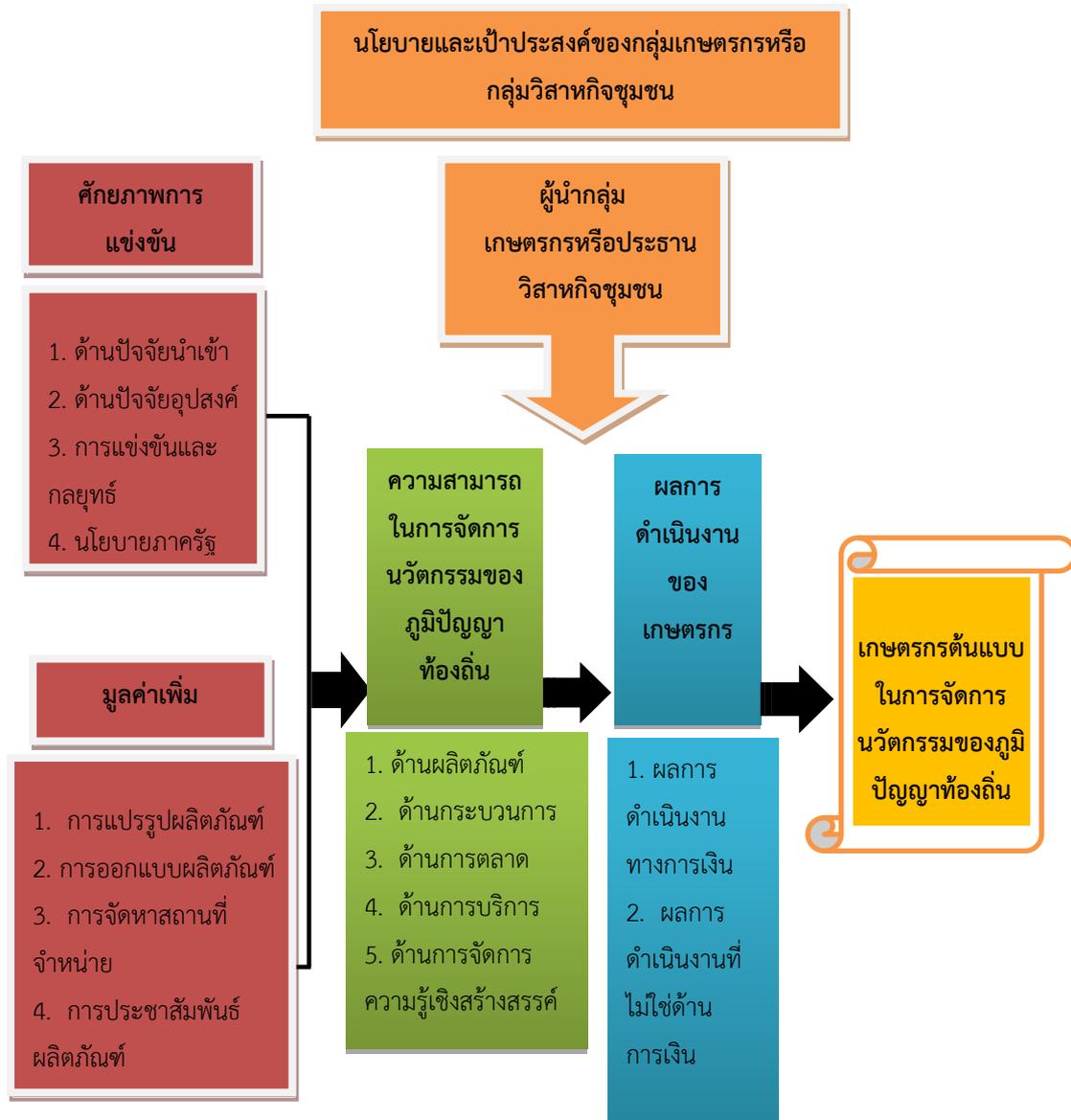
5. การส่งออกผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์มะม่วงของไทย เพื่อให้สามารถส่งออกไปต่างประเทศ ต้องอาศัยความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อพัฒนาในด้านคุณภาพของมะม่วงให้ถูกต้องตามเกณฑ์มาตรฐานการส่งออก และเกษตรกรต้องมีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำไปสู่การส่งออกไปยังต่างประเทศให้มากขึ้นกว่าเดิม

ตารางที่ 1 แสดงการสรุปผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ประเด็น	สรุป
1. ศักยภาพการแข่งขัน	ศักยภาพการแข่งขันมีความสำคัญเนื่องจากกลุ่มเกษตรกรนั้นทราบถึงการเปลี่ยนแปลงในภาวะปัจจุบันต้องมีการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจ ที่ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดอย่างยั่งยืน มีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในการประเมินศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบันด้านการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์การแข่งขัน และกลยุทธ์รวมถึงนโยบายของภาครัฐ
2. การสร้างมูลค่าเพิ่ม	การสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญ เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรนั้นทราบถึงการสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถให้กับผลิตภัณฑ์ในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การจัดหาสถานที่จำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด
3. ความสามารถในการจัดการนวัตกรรม	ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมมีความสำคัญเนื่องจากการนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการรวมถึงการสร้างความแตกต่างเพิ่มบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งนวัตกรรม ที่ได้จากการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ด้านเทคโนโลยีช่วยให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและที่สำคัญได้มาซึ่งผลกำไรของกลุ่มเกษตรกรที่เพิ่มขึ้นหรือผลการดำเนินงานของเกษตรกรที่ดีขึ้น
4. ผลการดำเนินงานของเกษตรกร	ลักษณะของผลการดำเนินงานของเกษตรกรมีความสำคัญเนื่องจากเป็นความสามารถในการสร้างผลกำไร การมีส่วนร่วมทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น รวมถึงการขยายฐานลูกค้ารายใหม่และการสร้างความเชื่อมั่นกับลูกค้า

สรุปผลการวิจัย รูปแบบองค์ประกอบหลัก 3 มิติ ได้แก่ มิติที่ 1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออกในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย 1) ศักยภาพการแข่งขัน 2) การสร้างมูลค่าเพิ่ม มิติที่ 2 ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออกในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านกระบวนการ 3) ด้านการตลาด 4) ด้านการบริการ และ มิติที่ 3 ผลลัพธ์ของความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออก ในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย 1) ผลการดำเนินงานของ

เกษตรกร มิติที่ 4 เกษตรกรต้นแบบในการจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงของจังหวัดฉะเชิงเทรา สรุปได้ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม และความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออก ในบริบทพื้นที่จังหวัดฉะเชิงเทรา

อภิปรายผลและสรุป

จากผลการศึกษาพบว่าความสามารถในการจัดการนวัตกรรมนำไปสู่การสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและทางการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออก มีดังนี้

1. ศักยภาพการแข่งขันมีความสำคัญและมีผลต่อความสามารถจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วง ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรนั้นทราบถึงการ

เปลี่ยนแปลงในภาวะปัจจุบันต้องมีการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันธุรกิจที่ต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดอย่างยั่งยืนให้มีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ รวมถึงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในการประเมินศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์การแข่งขัน และกลยุทธ์รวมถึงนโยบายของภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Porter (1990) ที่แสดงให้เห็นว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ซึ่งมี 4 องค์ประกอบหลัก คือ ปัจจัยนำเข้า ซึ่งเป็นปัจจัยด้านทรัพยากรในส่วนของวัตถุดิบ ทรัพยากรมนุษย์ ความสามารถด้านเทคโนโลยี กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันขององค์กร กิจกรรมสนับสนุนและเกี่ยวข้อง และสถานะอุปสงค์ได้แก่ทัศนคติ ธรรมเนียม และความต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่อสินค้าและบริการ

2. การสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญและมีผลต่อความสามารถจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วง ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรทราบถึงการสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถให้กับผลิตภัณฑ์ในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การจัดหาสถานที่จำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัลยารัตน์ คุณชมภู (2554) โดยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด มี 4 ประการ คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยมียี่ห้อสินค้า การค้าและมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม การแปรรูปผลิตภัณฑ์บรรจุของจำหน่ายเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมเพื่อให้เกิดความเป็นสากล การจัดหาสถานที่จำหน่าย โดยมีการจัดจำหน่ายทางสื่อออนไลน์ และการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์โดยการใช้ช่องทางออนไลน์ที่หลากหลาย

3. ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมมีความสำคัญและมีผลต่อผลการดำเนินงานของเกษตรกร ทั้งนี้เนื่องจากการนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงขั้นตอนการให้บริการ รวมถึงการสร้างความแตกต่างเพิ่มบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า อีกทั้งนวัตกรรมที่ได้จากการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ด้านเทคโนโลยีช่วยให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน และที่สำคัญได้มาซึ่งผลกำไรของกลุ่มเกษตรกรที่เพิ่มขึ้นหรือผลการดำเนินงานของเกษตรกรที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Santos & Brito (2012) และ Huang, (2012) ที่ว่าผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสามารถวัดผลได้อย่างองค์รวมทั้ง 2 ด้าน ได้แก่การวัดผลทางด้าน เศรษฐกิจที่มีตัววัดเช่น อัตราส่วนทางการเงิน ความสามารถในการสร้างกำไร การเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด และการวัดผลทางด้าน การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน ผลประกอบการด้านสังคม และผลประกอบการด้านสิ่งแวดล้อม

ประโยชน์จากการวิจัย

1. ประโยชน์เชิงนโยบาย

1.1 ได้ทราบถึงศักยภาพในการแข่งขันเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มและความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงเพื่อการส่งออก โดยที่สามารถพัฒนาศักยภาพในการ

แข่งขันของท้องถิ่นให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงอย่างยั่งยืนด้วยตนเอง อีกทั้งสามารถยกระดับศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่มและความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วงอันนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อการส่งออก และได้สังเคราะห์ตัวแบบขึ้นรูปเพื่อนำตัวแบบศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่มและความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของสินค้าเกษตรมะม่วง ถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติในการยกระดับศักยภาพเพื่อส่งเสริมการส่งออกมะม่วงให้มีคุณภาพตามมาตรฐานของตลาดโลก

1.2 ได้ทราบถึงแนวทางการยกระดับศักยภาพการจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรและจัดการอบรมให้ความรู้กับเกษตรกรมะม่วงเพื่อการส่งออก ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปจัดการสำหรับชุมชนผู้ผลิตเพื่อช่วยผลักดันความสำเร็จให้กับกลุ่มเกษตรกรประกอบกับผลการวิจัยเชิงพื้นที่เชิงพรรณนาทำให้ทราบถึงบริบทของชุมชน การมีส่วนร่วมในชุมชนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนต่อไป

1.3 ได้ทราบถึงการเป็นเกษตรกรต้นแบบในการจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรของจังหวัดฉะเชิงเทรา รวมถึงประโยชน์ในการประยุกต์ใช้ในการเพิ่มศักยภาพแนวคิดและการพัฒนาที่ยั่งยืนหลักเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

2. ประโยชน์เชิงการจัดการ

ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของภูมิปัญญาท้องถิ่นในผลิตภัณฑ์สินค้าเกษตรมะม่วง นั้นทำให้เกษตรกรผู้ประกอบการและบุคลากรได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาช่องทางตลาดใหม่ในการเปลี่ยนแปลงกระบวนการที่คนการตลาดทั้งในผู้บริโภค เทคโนโลยี ข้อมูล และการสื่อสาร รวมถึงเทคโนโลยีที่จะทำให้เกิดนวัตกรรมที่มีการใช้ช่องทางออนไลน์ ซึ่งในส่วนของเกษตรกรต้องปรับตัวให้ทันร่วมเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการให้ทัดเทียมต่างประเทศ สำหรับการเปลี่ยนรูปแบบวิธีการทำงานใหม่นั้นทำให้เกษตรกรได้มีส่วนร่วมในการคิดค้นรูปแบบวิธีการทำงานใหม่ ในการออกแบบปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการทำงานให้ดีขึ้นร่วมกัน มีเทคนิควิธีที่สร้างสรรค์และหลากหลายโดยปราศจากการปิดกั้นความคิดเห็นที่ประโยชน์ และสำหรับการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์นั้นเมื่อเกษตรกรมีการควบคุมต้นทุนภายในจึงควรมีการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์วิเคราะห์หาสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตมีการลดต้นทุนการใช้วิธีการลดการสูญเสียและกำหนดเกณฑ์มาตรฐานที่เป็นสากลเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป เนื่องจากการเพิ่มผลผลิตการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ต้องเริ่มจากจุดภาคคือตั้งแต่ระดับบุคคลตั้งนั้นเกษตรกรต้องปรับบทบาทเพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยไม่ต้องรอภาครัฐซึ่งสามารถทำได้โดยการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินงานและใช้ปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น

3. ประโยชน์เชิงทฤษฎี

การศึกษานี้ช่วยยืนยันองค์ประกอบของศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของสินค้าเกษตรมะม่วงที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของเกษตรกรและปัจจัย

สาเหตุที่ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร และก่อให้เกิดประโยชน์เชิงทฤษฎี ได้แก่ การบูรณาการทางแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพในการแข่งขัน ทฤษฎีเกี่ยวกับมูลค่าเพิ่ม แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรมของ มาประยุกต์ใช้โดยพิจารณาคือความสามารถในการจัดการนวัตกรรม มาเป็นตัวแปรส่งผ่าน และในการศึกษาปัจจัยผลซึ่งในที่นี้คือการดำเนินงานของเกษตรกร โดยเป็นการศึกษาในลักษณะการวิจัยแบบ Casual Research เพื่อพิสูจน์ความสัมพันธ์และอิทธิพลระหว่างตัวแปรศักยภาพในการแข่งขัน มูลค่าเพิ่ม กับผลการดำเนินงานของเกษตรกร หน้าที่เน้นการทดสอบความเป็นตัวแปรกลางหรือตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ของความสามารถในการจัดการนวัตกรรม อีกทั้งยังเป็นการศึกษาในบริบทของเกษตรกรสินค้าเกษตรมะม่วง ซึ่งยังมีงานวิจัยไม่มากนักที่มุ่งศึกษาความสามารถในการจัดการนวัตกรรมในฐานะตัวแปรกลางหรือตัวแปรส่งผ่าน เนื่องจากในอดีตงานวิจัยส่วนใหญ่จะศึกษาความสามารถในการจัดการนวัตกรรม เป็นตัวแปรอิสระ (Antecedent Variable) ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวในเชิงวิชาการสามารถนำไปต่อยอดเพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรนี้กับตัวแปรอื่นๆ ได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 หน่วยงานที่มีหน้าที่สนับสนุนและมีส่วนเกี่ยวข้องกับความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของภูมิภาคท้องถิ่นกลุ่มเกษตรกรไทย สามารถนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในการให้ความรู้ต่อผู้นำชุมชน ประธานวิสาหกิจชุมชนในการจัดการเพื่อสร้างความเป็นนวัตกรรมในการปฏิบัติงานให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเกษตรกร โดยที่ปัจจัยที่มาจาก การสนับสนุนจากผู้นำชุมชน ประธานวิสาหกิจชุมชนนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินความสามารถในการจัดการนวัตกรรมของภูมิภาคท้องถิ่น

1.2 การกำหนดให้มีการจัดการนวัตกรรมของภูมิภาคท้องถิ่นให้กับกลุ่มเกษตรกร ภายในเครือข่ายของผู้ประกอบการสินค้าเกษตร เพื่อสร้างความร่วมมือ แลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และความคิดเห็น ควรจัดตั้งระบบฐานข้อมูลกลางเพื่อเป็นศูนย์กลาง

2. ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการ

2.1 เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้นำชุมชน ประธานวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกร มีการส่งเสริมพัฒนาด้านต่างๆ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มซึ่งทำให้ผู้นำชุมชน ประธานวิสาหกิจชุมชน ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการแปรรูปผลิตภัณฑ์ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดหาสถานที่จำหน่าย รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ เพื่อการสร้างระบบการปฏิบัติงานด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มที่มีประสิทธิภาพ

2.2 เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้นำชุมชน ประธานวิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกร ได้ทราบถึงการที่จะทำให้ชุมชนนั้นมีศักยภาพการสร้าง กระบวนการเรียนรู้จากกลุ่มเกษตรกร ในด้านกระบวนการทำงาน นวัตกรรมหรือเทคนิควิธีการทำงานต่างๆ ที่ไม่สามารถเรียนรู้ได้มากกำหนดเป็นความรู้ที่ได้รับ โดยผ่านการประมวลความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อที่จะสามารถส่งเสริมให้กลุ่มเกษตรกรประสบความสำเร็จทางธุรกิจ

2.3 เพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้บริหารและบุคลากรได้ทราบผลการดำเนินงานของเกษตรกรโดยมีความชัดเจนในสิ่งที่จะให้บรรลุ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดผลลัพธ์ การให้ความสำคัญกับผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นและการกระตุ้นใจสมาชิกในกลุ่มเกษตรกรเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

- กัลยารัตน์ คุณชมภู. (2554). *การสร้างมูลค่าราคาให้กับผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องอำเภอมะนังจังหวัดลำพูน*. (รายงานการค้นคว้าอิสระ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- กาญจนา สุคันธสิริกุล. (2558). *การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา* (รายงานผลการวิจัย). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ชาย โปธิสิตา. (2556). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- แผนพัฒนาจังหวัดฉะเชิงเทรา ปี 2561-2564. (2563). *ข้อมูลพืชเศรษฐกิจจังหวัดฉะเชิงเทรา*. สืบค้น 8 สิงหาคม 2562, จาก <http://www.cco.chachoengsao.go.th>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *สรุปสาระสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 -2564)*. สืบค้น 8 สิงหาคม 2562, จาก <http://www.nesdb.go.th>
- Huang, Par Alin. (2012). *The effect of human resource practices on firm performance in Chinese Smes : an empirical study in service sector*. (Degree of Philosophy, UNIVERSITE DU QUEBEC).
- Lawson, B., & Samson, D. (2011). Developing innovation capability in organizations: A dynamic capabilities approach. *International Journal of Innovation Management*, 5, 377.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. London: Macmillan.
- Santos, J. B., & Brito, L. A. L. (2012). *Toward a subjective measurement model for firm performance*. *Brazilian Administration Review*, 9(6), 95-117.
- Zhou, K. Z., & Li, C. B. (2010). How strategic orientations influence the building of dynamic capability in emerging economies. *Journal of Business Research*, 63(3), 224-231.