

รูปแบบการจัดการห่วงโซ่คุณค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย*

A MANAGEMENT PATTERN AFTER MAIZE HARVESTING, USING A VALUE CHAIN MODEL IN THE NORTHERN PART OF THAILAND

นที เทพโกชน์

Natee Theppot

วิชิต อุ๋อัน

Vichit Uon

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Sripatum University, Thailand

E-mail: natee.theppot@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การจัดการที่มีอิทธิพลต่อห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศไทย 2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านกลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การจัดการ และห่วงโซ่คุณค่าที่มีต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่าในประเทศไทย และ 3) สร้างแบบจำลองการจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศไทย ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ ในกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง นำมาใช้วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อสร้างแบบจำลอง และใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง และเชิงคุณภาพ ใช้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง ผู้นำกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในจังหวัดที่เป็นแหล่งปลูกสำคัญ จำนวน 9 ท่าน ทำการสัมภาษณ์เพื่อยืนยันผลที่ได้ในเชิงปริมาณสำหรับแบบจำลอง ผลการวิจัย พบว่า 1) กลยุทธ์การผลิตด้านการวางแผนและด้านการดำเนินการพัฒนาบุคลากรเพื่อการผลิต กลยุทธ์การตลาดด้านราคา และกลยุทธ์การจัดการด้านคน อยู่ในระดับสูงที่สุด 2) กลยุทธ์การผลิต การตลาด และการจัดการส่งผลทางตรงต่อห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และส่งผล

* Received 15 March 2021; Revised 27 August 2021; Accepted 31 August 2021



ทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่า และ 3) แบบจำลองการจัดการห่วงโซ่คุณค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

คำสำคัญ: แบบจำลอง, รูปแบบการจัดการ, ห่วงโซ่คุณค่า, ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์

Abstract

The objectives of this research article were 1) to study the factors of production strategy, marketing strategy and management strategies influencing the value chain of maize husk and husk management. 2) to study the influence of factors on production strategy, marketing strategy, management strategy and the value chain towards the performance of post-harvest value additions of maize using the value chain in Thailand and 3) to create a post-harvest value chain management model in the northern area of Thailand using a blended research method during the quantitative research the topographic sampling among 400 maize farmers in Thailand was used to analyze the structural equation model to create a model and using structural relationship analysis and qualitative use specific groups of key contributors nine leaders of maize growers in the major cultivating provinces conducted interviews to confirm the quantitative results of the model. The results of the study revealed that 1) production strategy, personnel development planning for production and the implementation of personnel development for production are at the highest level. Marketing strategy the price is at the highest level. Management strategy people at the highest level. 2) production strategy, marketing strategy and management strategy have a direct impact on the value chain of maize husk and stalk management in Thailand and indirectly affect the performance of post-harvest value additions of maize using the value chain and 3) the model was consistent with empirical data

Keywords: Model, Management Model, Value Chain, Maize

บทนำ

ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เป็นพืชเศรษฐกิจรองมาจากข้าว และกว่าร้อยละ 90 ของการปลูกข้าวโพดของไทยเป็นการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ (สิทธิเดช พงศ์กิจวรสิน, 2558) ดังนั้นความต้องการเพาะปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จะมีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น เหตุผลคือในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ได้ใช้ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เป็นวัตถุดิบประมาณ 40 เปอร์เซ็นต์ของอาหารสัตว์ทั้ง



ประเทศ (สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร, 2559) เนื่องจากข้าวโพดเลี้ยงสัตว์มีคุณค่าทางอาหารที่ดีกว่าวัตถุดิบอื่น ๆ โดยสถิติของกรมส่งเสริมการเกษตร ได้จัดทำสถิติปริมาณการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปี พ.ศ. 2559/60 (2560) เนื้อที่เพาะปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ทั้งประเทศของประเทศไทยอยู่ที่ 6,489,813 ไร่ ส่วนใหญ่เพาะปลูกทางภาคเหนือมีพื้นที่เพาะปลูกทั้งสิ้น 4,470,802 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 68.89 ของพื้นที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ทั้งประเทศ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562)

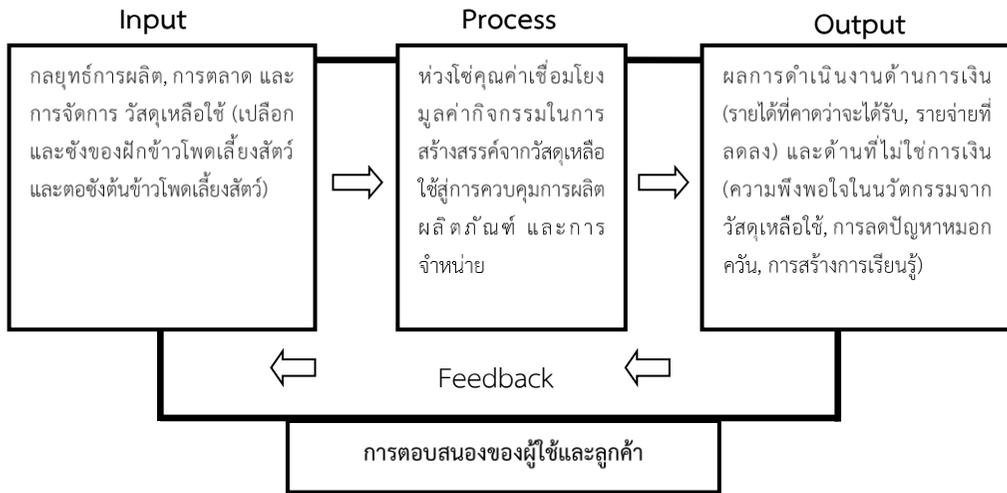
สภาพปัญหาในปัจจุบันของการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ พบว่า เกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ไทยส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาปัจจัยต่าง ๆ จากภายนอกมากขึ้น เช่น ค่าเมล็ดพันธุ์ ค่าปุ๋ย ค่าสารเคมีกำจัดวัชพืช ค่าแรงงาน ค่าเก็บเกี่ยว ค่าขนส่ง เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ทำให้มีต้นทุนในการผลิตสูงส่งผลให้ผลตอบแทนที่ลดลง ตามมาด้วยปัญหาหนี้สินของเกษตรกร (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558) และปัญหาที่สำคัญคือหมอกควันจากการเผาเพื่อเพาะปลูกพืชข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ใหม่ในพื้นที่ภาคเหนือ จากรายงานของสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปัญหาหมอกควันได้สร้างความเสียหายคิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ 20,000 ล้านบาทต่อปี ส่วนใหญ่เกิดจากการเผาเปลือกฝักและตอซังหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ทั้งนี้จากการศึกษาภาพถ่ายดาวเทียม GISTDA พบว่า ระหว่างปี 2545 - 2556 มีพื้นที่ปลูกข้าวโพดเพิ่มขึ้น 109% โดย 61% เป็นพื้นที่ป่า ทำให้ระบบนิเวศเสื่อมโทรม หน้าดินถูกชะล้าง เนื่องจากพื้นที่เพาะปลูกที่เป็นที่ดอนจึงต้องใช้วิธีเผา (ไทยโพส, 2558) ด้วยสภาพปัญหาดังกล่าวทั้งปัญหาการมีต้นทุนการผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่สูงขึ้น และปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากหมอกควัน

ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการปรับเปลี่ยนการผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ให้มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุเหลือที่เกิดขึ้นหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เพื่อที่จะช่วยให้เกษตรกรลดต้นทุนในการผลิตข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รวมไปถึงการสร้างอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรจากการแปรรูปเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และลดปัญหาหมอกควันที่เกิดจากการเผาเพื่อการเพาะปลูกใหม่ จึงได้นำแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของ Porter, M. E. ที่ได้อธิบายความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของกลุ่มกิจกรรมภายในและเกี่ยวเนื่องกันกับการสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบ เริ่มตั้งแต่การรับวัตถุดิบเข้าระบบวัตถุดิบผ่านเข้าสู่กระบวนการแปลงสภาพจนกระทั่งกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูป (Porter, M. E., 1985) ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้กับภาคการเกษตรของกลุ่มผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ได้ และสอดคล้องกับการปฏิรูปภาคการเกษตรของรัฐบาลที่กำลังดำเนินการอยู่ “ไทยแลนด์ 4.0” ที่หลายภาคส่วนให้ความสำคัญกับการใช้นวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษารูปแบบการจัดการและกระบวนการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในประเทศไทย โดยใช้ทฤษฎีเชิงระบบ (System Theory) ตามแนวคิดของ Von Bertalanffy, L. (Von Bertalanffy, L., 1968) เป็นทฤษฎีหลักที่ใช้ในการศึกษาวิจัยดังภาพที่ 1 และจากการวิจัย



ชี้ให้เห็นว่าห่วงโซ่คุณค่าได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนที่สามารถสร้างคุณค่าในกิจกรรมต่าง ๆ (Value - Added Activities) ของชุมชน ส่งผลให้การดำเนินการของชุมชนในการผลิตสินค้าเกิดความสัมฤทธิ์ผลในแง่ของการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือวัตถุดิบที่เหลือใช้ในชุมชนได้ ในฐานะที่ผู้ศึกษาสนใจในการจัดการและกระบวนการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่า เพื่อเป็นแนวทางให้กับเกษตรกรในการลดต้นทุนในการเพาะปลูกจนถึงการเก็บเกี่ยว และวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ อันนำไปสู่ผลการดำเนินงานของชุมชนในการที่จะเพิ่มรายได้ ลดรายจ่ายให้กับครัวเรือนของเกษตรกรในชุมชน รวมถึงบรรเทาปัญหาหมอกควันในพื้นที่ แต่ยังมีขาดรูปแบบหรือแบบจำลองในการจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์เพื่อการบรรลุเป้าหมายดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะนำแนวคิดของ Porter, M. E. (Porter, M. E., 1985) มาประยุกต์ใช้กับการจัดการและกระบวนการในการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่าในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย จะมีการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ 5 กิจกรรม แบ่งเป็นกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม ตัดกิจกรรมการบริการเพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นไปได้ในเชิงของธุรกิจของนวัตกรรม และลักษณะทางกายภาพของพื้นที่และกิจกรรมสนับสนุนอีก 4 กิจกรรม เพื่อจะสร้างคุณค่าในกิจกรรมต่าง ๆ (Value - Added Activities) ของห่วงโซ่คุณค่า เริ่มตั้งแต่กิจกรรม 1) โลจิสติกส์ขาเข้า การสนับสนุนให้เกิดการรวมเป็นกลุ่มเกษตรกรเพื่อการจัดหาและรวบรวมวัตถุดิบ (เปลือกและซังของฝักข้าวโพดเลี้ยงสัตว์) 2) การปฏิบัติการ ด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการแปรรูปวัสดุเหลือใช้ 3) โลจิสติกส์ขาออก การจัดตั้งศูนย์รวบรวม เก็บรักษา กระจาย และวางแผนการจัดส่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้แก่ลูกค้าที่ต้องการ 4) การตลาดและการขาย การร่วมกันฝึกอบรมให้ความรู้/วิชาการการจัดการด้านการตลาดและการขายแก่กลุ่มเกษตรกร รวมถึงการจัดสรรช่องทางการจัดจำหน่าย และ 5) กิจกรรมสนับสนุนต่าง ๆ ในด้านบัญชี ด้านการจัดการทั่วไป การบริหารทรัพยากรบุคคล การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ การจัดหา/จัดซื้อวัตถุดิบเพื่อรอการแปรรูปตามแผนการผลิต ร่วมกับการศึกษาตัวแปรกลยุทธ์การผลิต (Zhang, Y. et al., 2019) กลยุทธ์การตลาด (Daniel, C. O., 2018) และกลยุทธ์การจัดการ (Maziti, L. et al., 2018) ที่สนับสนุนห่วงโซ่คุณค่า (Suphatranon, S. et al., 2018) ของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยจากการศึกษาครั้งนี้จะช่วยให้ทราบถึงตัวแปรต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานจากการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุเหลือที่เกิดขึ้นหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ด้วยห่วงโซ่คุณค่า อีกทั้งยังทำให้ได้โมเดลที่ก่อให้เกิดแนวทางในการจัดการและกระบวนการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่า ผ่านปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ประสบผลสำเร็จบรรลุเป้าหมายในการลดต้นทุนในการเพาะปลูกที่ได้จากการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่ก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย และบรรเทาปัญหาหมอกควันในพื้นที่ได้



ภาพที่ 1 แสดงการนำทฤษฎีระบบมาประยุกต์ใช้ในการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การจัดการที่มีอิทธิพลต่อห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านกลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การจัดการ และห่วงโซ่คุณค่าที่มีต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่าในประเทศไทย
3. เพื่อสร้างแบบจำลองการจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของการจัดการเลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้วิธีการวิจัยเชิงผสม (Mixed Methods Research) ของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร จำนวน 238,757 ครัวเรือน คือ เกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย (ฐานข้อมูลเกษตรกรกลาง, 2562)
2. กลุ่มตัวอย่าง ได้มาโดยใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ในกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง (Yamane, T.,



1973) โดยการสุ่มจำแนกตามจังหวัดที่ปลูก ซึ่งมีจำนวนเพียงพอและมากกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM)

เครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การวิจัยเชิงปริมาณเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 6 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แหล่งเงินทุน ภาระหนี้สิน และประสบการณ์ในการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ลักษณะคำถามเป็นแบบตัวเลือก (Checklist) ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การผลิต ประกอบด้วย ความจำเป็นในการพัฒนาบุคลากรเพื่อการผลิต การวางแผนพัฒนาบุคลากรเพื่อการผลิต การดำเนินการพัฒนาบุคลากรเพื่อการผลิต และการประเมินการพัฒนาบุคลากรเพื่อการผลิต ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย ผลิตรถยนต์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการ ประกอบด้วย คน งบประมาณ วัสดุทรัพยากร และการบริหาร ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่า ประกอบด้วย โลจิสติกส์ขาเข้า การปฏิบัติการ โลจิสติกส์ขาออก การตลาดและการขาย และกิจกรรมสนับสนุน ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ประกอบด้วย ด้านการเงิน และด้านที่ไม่ใช่การเงิน ซึ่งในส่วนที่ 2, 3, 4, 5 และ 6 ผู้วิจัยใช้มาตรวัดจากงานวิจัยของ Day, G. (Day, G., 2002) เป็นมาตรวัดแบบ Five - point Likert - type Scale Ranging และทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 9 ท่าน โดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item Objective Congruence) ซึ่งผลการประเมินมีค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.67 - 1.00 และนำไปวิเคราะห์ความเที่ยง (Reliability) โดยนำแบบสอบถาม ไปทดลองใช้ (Try out) และหาค่าความเที่ยงโดยวิธีการของ ครอนบาค (Cronbach) โดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.976

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลตามแบบจำลองที่สร้างขึ้น ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศไทย จำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อสร้างแบบจำลองการจัดการและกระบวนการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่าในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย และเพื่อวิเคราะห์และตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองการจัดการและกระบวนการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่าในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ และความถูกต้องก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม AMOS โดยใช้เทคนิคสถิติ Structural Equation Modeling (SEM)



การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การวิจัยเชิงคุณภาพทำการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง ผู้บริหารหรือผู้นำกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในจังหวัดที่เป็นแหล่งปลูกสำคัญ จำนวน 9 ท่าน

เครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การวิจัยเชิงคุณภาพเครื่องมือที่ใช้เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เพื่อให้ได้ข้อมูลยืนยันแบบจำลองและสร้างแบบสอบถามที่มีข้อความที่ครอบคลุมรายละเอียดของตัวแปรที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดที่สร้างขึ้นการวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการและกระบวนการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในเขตพื้นที่ภาคเหนือ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารหรือผู้นำกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ จำนวน 9 ท่าน เพื่อยืนยันผลที่ได้จากการศึกษาในเชิงปริมาณสำหรับแบบจำลองการจัดการและกระบวนการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่าในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย และเสนอแนวทางเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยนำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาเขียนบรรยายสรุป โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อยืนยันผลที่ได้จากการศึกษาในเชิงปริมาณหรือแบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การจัดการที่มีอิทธิพลต่อห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศไทย

1.1 กลยุทธ์การผลิต (X1) ประกอบด้วย ความจำเป็นในการพัฒนาบุคลากรเพื่อการผลิต การวางแผนพัฒนาบุคลากรเพื่อการผลิต การดำเนินการพัฒนาบุคลากรเพื่อการผลิต และการประเมินการพัฒนาบุคลากรเพื่อการผลิต มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศไทย โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.27 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



1.2 กลยุทธ์การตลาด (X2) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ประเทศไทย โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.28 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 กลยุทธ์การจัดการ (X3) ประกอบด้วย คน งบประมาณ วัสดุทรัพยากร และการบริหาร มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ประเทศไทย โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.36 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. ผลการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านกลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การจัดการ และห่วงโซ่คุณค่าที่มีต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่าในประเทศไทย พบว่า

2.1 กลยุทธ์การผลิต (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่าในประเทศไทย มีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.18 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 กลยุทธ์การตลาด (X2) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่าในประเทศไทย มีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.14 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 กลยุทธ์การจัดการ (X3) มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่าในประเทศไทย มีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.18 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2.4 ห่วงโซ่คุณค่า (Y1) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่าในประเทศไทย โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.51 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. ผลการสร้างแบบจำลองการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย

ผลการพัฒนาแบบจำลองรูปแบบการจัดการห่วงโซ่คุณค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย ดังแสดงในตารางที่ 1 และ ภาพที่ 2

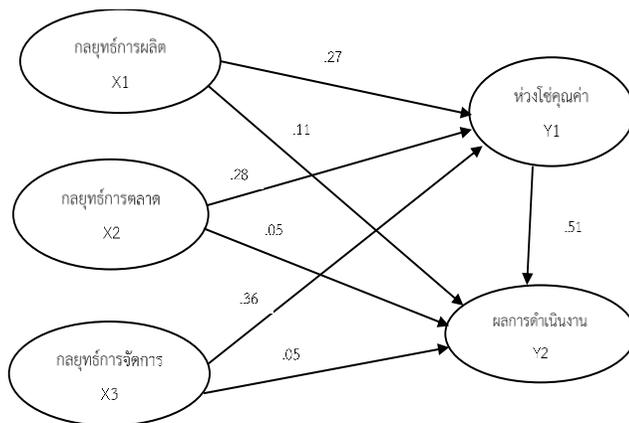
ตารางที่ 1 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดองค์ประกอบของกลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การจัดการ ห่วงโซ่คุณค่า และผลการดำเนินงาน

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ				R ²
	สัมประสิทธิ์	SE	T	คะแนนองค์ประกอบ	
ด้านความจำเป็นในการพัฒนาบุคลากร	0.49	-	-	0.08	0.24
ด้านการวางแผนพัฒนาบุคลากร	0.58	0.18	6.642**	0.10	0.33
ด้านการดำเนินการพัฒนาบุคลากร	0.59	0.22	5.888**	0.09	0.35
ด้านการประเมินการพัฒนาบุคลากร	0.57	0.20	5.644**	0.10	0.33



ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ				R ²
	สัมประสิทธิ์	SE	T	คะแนนองค์ประกอบ	
ด้านผลิตภัณฑ์	0.56	-	-	0.13	0.32
ด้านราคา	0.55	0.18	6.408**	0.05	0.30
ด้านการจัดจำหน่าย	0.68	0.17	7.314**	0.14	0.46
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.66	0.19	6.977**	0.16	0.44
ด้านคน	0.70	-	-	0.30	0.49
ด้านงบประมาณ	0.73	0.13	7.940**	0.29	0.53
ด้านวัสดุทรัพยากร	0.52	0.15	6.031**	0.04	0.27
ด้านการบริหาร	0.63	0.13	7.001**	0.20	0.39
ด้านโลจิสติกส์ขาเข้า	0.58	-	-	0.12	0.34
ด้านการปฏิบัติการ	0.67	0.11	7.994**	0.17	0.45
ด้านโลจิสติกส์ขาออก	0.60	0.11	8.211**	0.11	0.36
ด้านการตลาดและการขาย	0.60	0.12	7.768**	0.10	0.36
ด้านกิจกรรมสนับสนุน	0.60	0.11	8.185**	0.10	0.36
ด้านการเงิน	0.69	-	-	0.24	0.47
ไม่ใช่ด้านการเงิน	0.77	0.14	7.461**	0.38	0.59

Chi-Square = 110.134, df = 98, p-value = 0.189, RMSEA = 0.021, GFI = 0.963, AGFI = 0.928, **p ≤ 0.01



Chi-square = 106.090, df = 101, p = .345, CMIN/DF = 1.050, RMSEA = .013, CFI = .997, GFI = .964, AGFI = .932, RMR = .021

ภาพที่ 2 แสดงแบบจำลองการจัดการห่วงโซ่คุณค่า ของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย

ผู้วิจัยพัฒนาแบบจำลอง โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลโดยรวมหลังจากที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาแบบจำลอง พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 6 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือค่าดัชนี $\chi^2/df = 1.050$, RMSEA = 0.013, RMR = 0.021, CFI = 0.997, GFI = 0.964 และ AGFI = 0.932 และผลการสัมภาษณ์ผู้นำกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์สามารถสรุปและยืนยันผลของ



โมเดลรูปแบบการจัดการและกระบวนการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่า พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับโมเดล เนื่องจากได้ผ่านการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องตามหลักวิชาการ และตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ในภาพรวมจะมีผลต่อการสนับสนุนและส่งเสริมห่วงโซ่คุณค่า และจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มได้ แต่ทั้งนี้จะต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องจึงจะเกิดความเป็นไปได้ในเชิงของการสร้างรายได้ และลดรายจ่ายให้กับเกษตรกร และเห็นด้วยกับตัวแปรแต่ละตัว โดยในด้านกลยุทธ์การผลิต มีอิทธิพลต่อห่วงโซ่คุณค่าและผลการดำเนินงานของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ซึ่งการดำเนินการพัฒนาบุคลากรด้วยการให้ความรู้แก่เกษตรกรเกี่ยวกับการแปรรูป จะช่วยให้กระบวนการในห่วงโซ่คุณค่าการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในด้านปฏิบัติการมีประสิทธิภาพมากขึ้นเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม ส่วนของกลยุทธ์การตลาด มีอิทธิพลต่อห่วงโซ่คุณค่าและผลการดำเนินงานของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยเห็นว่าการดำเนินการด้านการจัดจำหน่าย ด้วยการสนับสนุนให้ได้มีการแปรรูป และที่สำคัญคือการดำเนินการด้านการส่งเสริมการตลาด จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ได้จากการแปรรูป ส่วนกลยุทธ์การจัดการ มีอิทธิพลต่อห่วงโซ่คุณค่าและผลการดำเนินงานของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยมีความเห็นว่าคน และงบประมาณเป็นสิ่งสำคัญมากที่จะสนับสนุนให้การดำเนินการในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุเหลือจากการปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจจะต้องมีการรวมกันเป็นกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และมีเจ้าหน้าที่ของภาครัฐ หรือเอกชนเข้ามาให้การอบรมโดยอาจจะจัดตั้งศูนย์การแปรรูป ขึ้นมาบริหาร โดยภาครัฐ หรือภาคเอกชนในพื้นที่ซึ่งจะต้องเข้ามาทำงานร่วมกับเกษตรกรเพื่อช่วยมีความมั่นคงทางรายได้ และลดปัญหาหมอกควันจากการเผาเศษวัสดุเหลือจากข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในพื้นที่ในระยะยาว

อภิปรายผล

การศึกษาปัจจัยด้านกลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การจัดการที่มีอิทธิพลต่อห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศไทย

1. กลยุทธ์การผลิต มีอิทธิพลทางตรงต่อห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและนวัตกรรมด้วยการพัฒนาบุคลากรทั้งในด้านของการวางแผนการดำเนินการ และประเมินผลการบรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนาบุคลากรในเชิงของการใช้เทคโนโลยีการผลิตและผลิตรายการเพื่อเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มีอิทธิพลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากความสำเร็จของห่วงโซ่คุณค่าจะถูกขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมด้านสินค้า (Blokland & Santema, 2016) และนวัตกรรมทางเทคโนโลยีและการปรับปรุงและการพัฒนา



ผลิตภัณฑ์ใหม่โดยใช้เทคโนโลยีใหม่ยังนับเป็นกระบวนการทางธุรกิจที่สนับสนุนห่วงโซ่คุณค่าเชิงรุก ฉะนั้นกระบวนการทางธุรกิจ นวัตกรรมจึงมีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่คุณค่าในการผลิต (Moller, C., 2015)

2. กลยุทธ์การตลาด มีอิทธิพลทางตรงต่อห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ประเทศไทย ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า กลยุทธ์ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีส่วนสำคัญต่อการส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ในห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นส่วนสำคัญต่อการสนับสนุนกิจกรรมในด้านการปฏิบัติการ โลจิสติกส์ขาออก การตลาดและการขาย เนื่องจากคุณค่าผลิตภัณฑ์ที่องค์กรสร้างขึ้นหากดำเนินการในระดับที่เหมาะสมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างแท้จริง จะส่งผลให้ลูกค้ากลับไปซื้อและทำธุรกรรมเพื่อการซื้อขายผลิตภัณฑ์และบริการอันเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่คุณค่า (Porter, M. E., 1985) และกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญ ในส่วนของการเพิ่มประสิทธิภาพในด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดด้วยการโฆษณา นับมีส่วนสำคัญต่อสร้างมูลค่าในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี (Khatun, R. et al., 2016)

3. กลยุทธ์การจัดการ มีอิทธิพลทางตรงต่อห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ประเทศไทย ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า กลยุทธ์การจัดการทั้งในด้านคนงบประมาณ วัสดุทรัพยากร และการบริหาร มีส่วนสำคัญต่อการส่งเสริมห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยเป็นส่วนสำคัญต่อการสนับสนุนกิจกรรมในด้านโลจิสติกส์ขาเข้า การปฏิบัติการ และโลจิสติกส์ขาออก เนื่องจากการใช้เทคนิคการจัดการและการเอาใจใส่ของผู้บริหารต่อข้อจำกัดบางประการที่อาจนำไปสู่การประยุกต์ใช้เทคนิคการบริหารที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้ห่วงโซ่คุณค่าหรือกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าภายในองค์กรสามารถนำไปสู่การบรรลุการแข่งขันทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพได้ (Calatayud, A. & Ketterer, J. A., 2016)

การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านกลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การจัดการ และห่วงโซ่คุณค่าที่มีต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่าในประเทศไทย

1. กลยุทธ์การผลิต ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่า แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า กลยุทธ์การผลิตจะส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานในการสร้างรายได้ ลดรายจ่ายของเกษตรกร และลดปัญหาหมอกควันได้อย่างมีนัยสำคัญนั้นจะต้องดำเนินการโดยอาศัยนวัตกรรมทางเทคโนโลยีและการปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยใช้เทคโนโลยีใหม่เป็นตัวขับเคลื่อนกระบวนการซึ่งจะต้องสนับสนุนการทำงานของห่วงโซ่คุณค่าเชิงรุกผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งในด้านโลจิสติกส์ขาเข้า



การปฏิบัติการ โลจิสติกส์ขาออก การตลาดและการขาย และกิจกรรมสนับสนุน ซึ่งจะทำให้กิจกรรมต่าง ๆ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเกษตรกรผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Moller, C., 2015)

2. กลยุทธ์การตลาดไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่า แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า กลยุทธ์การตลาดจะส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานในการสร้างรายได้ ลดรายจ่ายของเกษตรกร และลดปัญหาหมอกควัน ได้นั้นจะต้องดำเนินการโดยอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านของการจัดจำหน่าย การตลาด และการขาย ซึ่งจะทำให้กิจกรรมต่าง ๆ สร้างมูลค่าเพิ่มหรือสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในด้านของรายได้เสริม และการลดรายจ่ายของเกษตรกร การศึกษางานวิจัยของ Porter, M. E. ที่ว่า การที่องค์กรจะได้รับความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างแท้จริง และมีผลการดำเนินงานที่บรรลุเป้าหมายขององค์กร จะต้องมีการกำหนดเป้าหมายไปยังกลุ่มลูกค้าที่ถูกต้องและจะต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่มีประสิทธิภาพและกลยุทธ์ดังกล่าวจะต้องถูกสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจนผ่านกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่คุณค่า (Porter, M. E., 1985)

3. กลยุทธ์การจัดการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่า แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า กลยุทธ์การจัดการจะส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานในการสร้างรายได้ ลดรายจ่ายของเกษตรกร และลดปัญหาหมอกควัน ได้นั้นจะต้องดำเนินการโดยอาศัยกลยุทธ์ทางการจัดการในด้านของการเงินหรืองบประมาณ คน และการบริหารจัดการ เป็นตัวผลักดันหรือสนับสนุนการทำงานของกิจกรรมตลอดห่วงโซ่คุณค่าในการบริหารกิจกรรมโลจิสติกส์ขาเข้า การปฏิบัติการ โลจิสติกส์ขาออก การตลาดและการขาย และกิจกรรมสนับสนุน เพื่อสร้างมูลค่าตลอดห่วงโซ่คุณค่า อันจะทำให้บรรลุเป้าหมายในการสร้างรายได้ และลดรายจ่ายให้กับเกษตรกร การศึกษางานวิจัยของ Calatayud, A. & Ketterer, J. A. ที่ได้กล่าวถึงบทบาทของภาครัฐที่จะต้องมียุทธศาสตร์มากขึ้นที่จะทำให้ภาคเอกชนเข้าถึงแหล่งทุนอันเนื่องมาจากข้อจำกัดทางด้านการเงินเพื่อให้ภาคเอกชนสามารถเข้าถึงห่วงโซ่คุณค่า สามารถบริหารจัดการกับห่วงโซ่คุณค่า ที่ก่อให้เกิดประสิทธิผลจากการบริหารหรือการบรรลุผลการดำเนินงานองค์กรตามเป้าหมายต่อไป (Calatayud, A. & Ketterer, J. A., 2016)

4. ห่วงโซ่คุณค่า มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า กิจกรรมโลจิสติกส์ขาเข้า การปฏิบัติการ โลจิสติกส์ขาออก การตลาดและการขาย และกิจกรรมสนับสนุน เป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้การดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์สัมฤทธิ์



ผลได้ เนื่องจากห่วงโซ่คุณค่าเป็นการเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มเกษตรกร เพื่อที่จะสร้างคุณค่าในกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มอันเป็นการเชื่อมโยงกับคู่ค้าในห่วงโซ่อุปทานด้วยการเชื่อมโยงกิจกรรมที่เกิดขึ้นทั้งภายใน และภายนอกกลุ่ม ทั้งในด้านของกิจกรรมการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ การแปรรูป การส่งมอบสินค้า การบริหารให้กับลูกค้า โดยมุ่งสร้างความสามารถในการแข่งขัน และความพึงพอใจให้กับผู้ที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ทำให้เกิดประสิทธิผลกับการดำเนินการของกลุ่มได้ (Porter, M. E., 1985) และองค์กรจำเป็นที่จะต้องค้นหาวิธีการที่องค์กรและพนักงานสามารถที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งนั่นก็คือ การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ที่จะช่วยให้องค์กรระบุวิธีที่การสร้างมูลค่าหรือคุณค่าให้กับลูกค้าผ่านผลิตภัณฑ์ที่ยอดเยี่ยม ที่เป็นผลงานของทุกคนในองค์กรได้ (Harrison, K., 2018)

การสร้างแบบจำลองการจัดการห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ในประเทศไทย

บริบทของกลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การตลาด และกลยุทธ์การจัดการ ไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่า แต่ส่งผลทางอ้อมผ่านห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ห่วงโซ่คุณค่าเป็นหัวใจหลักของการศึกษาในแบบจำลองนี้ ดังนั้นผลทางตรงในแบบจำลองของกลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การตลาด และกลยุทธ์การจัดการ ที่ส่งผลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จึงไม่ควรมี

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า บริบทของกลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การตลาด และกลยุทธ์การจัดการ กรณีศึกษาในรายงานไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่า แต่จะส่งผลทางอ้อมผ่านห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ดังนั้นห่วงโซ่คุณค่าจึงเป็นหัวใจหลักของการศึกษาในแบบจำลองนี้ ดังนั้นผลทางตรงในแบบจำลองของกลยุทธ์การผลิต กลยุทธ์การตลาด และกลยุทธ์การจัดการ ที่ส่งผลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์จึงไม่ควรมี และสำหรับการนำไปปฏิบัติ ผู้ใช้ควรนำตัวแบบโมเดลรูปแบบการจัดการและกระบวนการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่า ในเขตพื้นที่ภาคเหนือ ไปประยุกต์ใช้โดยพิจารณาระดับความสำคัญของแต่ละองค์ประกอบถึงความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และเป้าหมายการดำเนินงานในการที่จะเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย และแก้ปัญหาหมอกควันในพื้นที่ โดยมอบหมายให้ผู้บริหารของกลุ่ม โดยมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐ และเอกชนเป็นผู้ให้คำปรึกษา ให้การอบรม ร่วมกันในการวางแผนกลยุทธ์ในด้านต่าง ๆ ทั้งในด้านการผลิต การตลาด และการจัดการ เพื่อการเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่าของการจัดการเปลือกและซังข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ที่เหมาะสมกับบริบทในพื้นที่ ซึ่งทั้ง



3 ฝ่าย จะต้องร่วมกันรับผิดชอบ โดยใช้โมเดลเป็นต้นแบบ และเนื้อหาในการพัฒนา อาทิ ด้านกลยุทธ์การผลิต กลุ่มเกษตรกร เจ้าหน้าที่ภาครัฐและ/หรือเอกชนที่เกี่ยวข้อง จะต้องร่วมกันในการดำเนินการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การสำรวจความต้องการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี และการสนับสนุนด้านงบประมาณและผู้เชี่ยวชาญมาให้ความรู้แก่เกษตรกรเกี่ยวกับการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี และมีการติดตามผลการดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ และด้านกลยุทธ์ตลาด มีการสำรวจความคิดเห็นของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มเกษตรกรมีความสนใจมากที่สุด มีการหาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้แก่เกษตรกร ด้านกลยุทธ์การจัดการ มีการสนับสนุนให้เกษตรกรรวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจ และจัดตั้งคณะทำงานเพื่อการผลิตและจำหน่ายนวัตกรรมที่ได้จากการแปรรูป และมีการจัดทำแผนบริหารและแผนประกอบการ และด้านห่วงโซ่คุณค่า กลุ่มเกษตรกรทำหน้าที่จัดหาและรวบรวมวัตถุดิบ โดยหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนเทคโนโลยีด้วยการจัดหาวัสดุ และมีการวางแผนการผลิตที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า เจ้าหน้าที่ของรัฐ/เอกชนที่เกี่ยวข้อง เข้าไปทำการส่งเสริมการตลาดในพื้นที่ชุมชนด้วยการหาตลาดหรือโรงงานมารองรับผลผลิตจากการแปรรูป และควรมีการนำผลการดำเนินงานของกลุ่ม นำไปประเมินเพื่อในการแก้ไข หรือพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานของกลุ่มต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เรียบเรียงจากงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการและกระบวนการเพิ่มมูลค่าหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ โดยใช้ห่วงโซ่คุณค่าของประเทศไทยในเขตพื้นที่ภาคเหนือ ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านในการให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ ผู้บริหารหรือผู้นำกลุ่มเกษตรกร ผู้ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้การสนับสนุน เอื้ออาทรแก่ผู้วิจัยตลอดมา

เอกสารอ้างอิง

- ฐานข้อมูลเกษตรกรกลาง. (2562). ข้อมูลจำนวนครัวเรือนที่ปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปี 2562. เรียกใช้เมื่อ 7 พฤษภาคม 2564 จาก http://farmerone.org:9502/analytics/saw.dll?Portal&PortalPath=%2Fshared%2FFarmerOne%2Fmain_corn&NQUser=big13&NQPassword=bigdata13
- ไทยโพส. (2558). ตัดวงจักรหมอกควันภาคเหนือ. เรียกใช้เมื่อ 3 กรกฎาคม 2562 จาก <http://www.risk.com.thai.org/en/news/newspaper-detail.php?id=30538&pcid=71&pcpage=962>
- ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย. (2559). ราคาสินค้าเกษตรบางตัวที่ดีขึ้น หนูนรายได้เกษตรกรปี 60 เป็นบวก 2 ปีติดต่อกัน (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 2806). เรียกใช้เมื่อ 17



- มิถุนายน 2559 จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/36030.aspx>
- สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร. (2559). ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วเหลือง ถั่วเขียว และถั่วลิสง ทิศทางพืชเศรษฐกิจไทยในอาเซียน. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พรทรัพย์การพิมพ์ จำกัด.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). ตารางแสดงรายละเอียดข้าวโพดเลี้ยงสัตว์. เรียกใช้เมื่อ 25 เมษายน 2562 จาก <http://www.oae.go.th/view/1/ตารางแสดงรายละเอียดข้าวโพดเลี้ยงสัตว์/TH-TH>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). หนี้สินของครัวเรือนเกษตร พ.ศ. 2558. เรียกใช้เมื่อ 7 สิงหาคม 2562 จาก http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/pubs/e-book/House_debt_2558/files/assets/common/downloads/publication.pdf
- สิทธิเดช พงศ์กัจจวรสิน. (2558). ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์กับการสูญเสียพื้นที่ป่า : ปัญหาและทางออก. กรุงเทพมหานคร: สถาบันคลังสมองของชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- Blokland & Santema. (2016). Value chain innovation processes and the influence of co-innovation. Retrieved February 10 , 2019, from https://www.researchgate.net/publication/27347311_Value_chain_innovation_processes_and_the_influence_of_co-innovation
- Calatayud, A. & Ketterer, J. A. (2016). Integrated Value Chain Risk Management. Retrieved February 7 , 2021, from <https://publications.iadb.org/publications/english/document/Integrated-Value-Chain-Risk-Management.pdf>
- Daniel, C. O. (2018). Effects of Marketing Strategies on Organizational Performance. International Journal of Business Marketing and Management (IJBMM), 3(9), 01-09.
- Day, G. (2002). Winning the competition for customer relationships. In Working paper, WhartonSchool of Business. University of Pennsylvania.
- Harrison, K. (2018). What Is Value Chain Analysis? Retrieved February 7, 2021, from <https://www.businessnewsdaily.com/5678-value-chain-analysis.html>
- Khatun, R. et al. (2016). Value Chain Analysis of Processed Poultry Products (Egg and Meat) in Some Selected Areas of Bangladesh. American Journal of Rural Development, 4(3), 65-70.
- Maziti, L. et al. (2018). The relationship between strategic leadership, innovation performance and competitive advantage amongst a sample of small



- businesses in South Africa. *Journal of Contemporary Management*, 15(1), 368-394.
- Moller, C. (2015). Business Process Innovation as an Enabler of Proactive Value Chains. Retrieved February 7, 2021, from https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-319-14430-6_2
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Suphatranon, S. et al. (2018). Value chain costing capability and firm performance: an empirical investigation of electronic and electrical appliance business in Thailand. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 12(29), 30-42.
- Von Bertalanffy, L. (1968). *General system theory*. New York: George Braziller.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row Publication.
- Zhang, Y. et al. (2019). The Influence of Management Innovation and Technological Innovation on Organization Performance. A Mediating Role of Sustainability. *Sustainability*, 11(2), 1-21.