

## การสำรวจความต้องการของชุมชนด้านการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีทาง การเกษตรและเทคนิคการตลาดเพื่อการพัฒนารายได้ของเกษตรกร

### Surveying community needs regarding the use of agricultural technology innovations and marketing techniques to improve farmers' income

กรยุทธ ตะพานน้ำ<sup>1</sup>, สมบัติ เชียงคำ<sup>2</sup>, บัณฑูร พิทักษ์วงศ์<sup>3</sup>

<sup>1</sup>คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี/วิศวกรรมเครื่องกล, มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่, kornyuth@northcm.ac.th

<sup>2</sup>คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี/วิศวกรรมเครื่องกล, มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่, sombatch @northcm.ac.th

<sup>3</sup>คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี/วิศวกรรมไฟฟ้า, มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่, bantoon@northcm.ac.th

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความต้องการของเกษตรกรในด้านการส่งเสริมด้านนวัตกรรมและการถ่ายทอดเทคโนโลยี รวมทั้งเทคนิคการตลาดของเกษตรกรในพื้นที่ทดสอบที่ร่วมโครงการ โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นแบบเฉพาะเจาะจงได้แก่เกษตรกรในพื้นที่บ้านวากหมู 5 ตำบลออนกลาง อำเภอมะออน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกเฉพาะกลุ่มเกษตรกรที่เป็นชาวไร่พื้นที่ติดกับเชิงเขาเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีพื้นที่ในการดำเนินการ เลือกลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิงทุกช่วงอายุ จำนวน 33 คน ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาความต้องการของชุมชนเมื่อใช้แบบทดสอบที่มีกิจกรรมด้านการดำเนินงานสำรวจความต้องการของเกษตรกรที่ร่วมโครงการหุ้ส่วนเกษตรกรด้านการส่งเสริมการตลาด ในหัวข้อย่อยที่ 1)-5) ผลการศึกษาความต้องการของชุมชน พบว่า ความต้องการใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.61$ ) ในด้านความต้องการใช้การจัดการตลาดอยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.55$ ) ในด้านความต้องการใช้เครือข่ายการตลาดอยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.63$ ) ความต้องการด้านนวัตกรรมในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.60$ ) ความพร้อมในด้านศักยภาพของพาร์ทเนอร์ผู้ร่วมโครงการอยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.57$ )

**คำหลัก:** กลยุทธ์ทางการตลาด, การสร้างมูลค่าเพิ่ม, ความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล

## Abstract

The purpose of this study is to explore the needs of farmers in agricultural innovation and technology transfer, including the marketing skills of farmers in the experimental area. The target group is specific groups, namely farmers in five counties in the middle of Ma 'an County, Chiang Mai Province. Only the farmers group, that is, the area at the foot of the mountain, is selected because it is a group with room for action. The sample group consisted of 33 male and female farmers of all ages, and a five-level questionnaire survey is conducted by using research tools. The statistical data used in analyzing the data include the average value and standard deviation, and Cronback is used,

Results of the study of community needs when using a test that included operational activities to survey the needs of farmers participating in the Agricultural Partnership Project for marketing promotion. In subtopics 1)-5), the results of the study of community needs It was found that the demand for the use of advertising and public relations was at the "high" level (average 3.61), the demand for marketing management was at the "high" level ( $\bar{X} = 3.55$ ), the demand for the use of marketing networks was at the "high" level. “Very high” ( $\bar{X} = 3.63$ ). The need for innovation in adding product value is at the “high” level ( $\bar{X} = 3.60$ ). The readiness in terms of potential of project partners is at the “high” level ( $\bar{X} = 3.57$ ).

**Keywords:** Marketing strategy, adding value, competitiveness in the digital age

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการศึกษาสภาพทางกายภาพของ บ้านวากหมู5อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะเป็นที่ราบเชิงเขาสูงจากระดับน้ำทะเล 550 เมตร ประชากร ประกอบด้วย ชาวไทยลื้อและชาวเขาและประชากรบางส่วนเป็นอิสลามที่อพยพมาจากอำเภอสันกำแพงเพื่อเลี้ยงสัตว์ ประชากรบ้านวาก หมู 5 ตำบลออนกลาง อำเภอแม่ออนใต้ เป็นหมู่บ้านเล็กๆ ตั้งชุมชนอยู่ริมเขาใกล้กับแม่น้ำที่มีชื่อว่าแม่น้ำแม่วาก เป็นแม่น้ำสายหนึ่งที่ไหลผ่านตัวหมู่บ้าน ซึ่งเป็นที่เหมาะแก่การตั้งรกรากถิ่นฐานในการทำการเกษตร และเลี้ยงสัตว์ โดยลักษณะภูมิประเทศ เป็นหมู่บ้านติดป่าเขา อาศัยน้ำจากลำน้ำวาก เพื่อใช้ในการเพาะปลูกซึ่งเป็นชุมชนโดยรอบอาศัยรายได้ทางเดียวจากการปลูกพืชเศรษฐกิจหลักๆเช่น ข้าว,ลำไย,ข้าวโพด,มันสำปะหลังและใบยาสูบ ซึ่งเป็นพืชตามฤดูกาลซึ่งพืชเหล่านี้มีต้นทุนในการผลิตในด้านปุ๋ยเคมี สารกระตุ้น

การแตกดอกและขยายพันธุ์ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายหลักในการผลิตพืชผลทางการเกษตรซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายหลักของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ในการผลิตแต่ครั้งเมื่อหักต้นทุนการผลิตแล้วเหลือรายได้ต่อปีไม่เพียงพอในการใช้จ่ายในฤดูกาลผลิตในปีต่อไปทำให้เกษตรกรมีแนวคิดในการหารายได้เสริมจากฤดูทำสวนเพื่อหารายได้จากช่วงเวลาที่ว่างเว้นจากการทำงาน ผู้วิจัยได้รับการติดต่อจากเกษตรกร บ้านวากหมู่ที่ 5 ตำบลอนกลาง อำเภอมะเอนจันจังหวัดเชียงใหม่ ในการให้ความรู้ในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อหารายได้เสริมตลอดจนหาแหล่งขายและช่องทางการตลาดที่เหมาะสมกับเกษตรกร

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยได้วางแผนการทำงานโดยตรวจสอบสมรรถนะความพร้อมของเกษตรกรพร้อมทั้งสำรวจความต้องการของชุมชนด้านการใช้นวัตกรรมทางการเกษตรร่วมกับเทคนิคด้านการตลาด ทำการทดสอบกลุ่มตัวอย่างจำเพาะเจาะจงเป็นเกษตรกรชาวไร่ในพื้นที่เชิงเขาในพื้นที่บ้านวากหมู่ 5 ตำบลอนกลาง อำเภอมะเอนจันจังหวัดเชียงใหม่ ทุกช่วงอายุจำนวน 33 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้นในการวิเคราะห์ความพร้อมและความต้องการที่แท้จริงของเกษตรกร โดยใช้แบบทดสอบความต้องการ 5 ระดับ ใช้ตรวจสอบความพร้อมและศักยภาพของเกษตรกรในพื้นที่ที่มีความต้องการในด้านใดบ้างและมีศักยภาพในด้านใดบ้าง ในแบบทดสอบจะประเมินความต้องการพื้นฐานในด้านเทคโนโลยีความถนัดในวิชาชีพและระบบการตลาดที่เกษตรกรต้องการ เพื่อต่อยอดโครงการไปสู่การผลิตสินค้าแปรรูปทางการเกษตรเชิงพาณิชย์ในลำดับต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจความต้องการของเกษตรกรด้านการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการเกษตรและด้านการตลาด
2. เพื่อประเมินศักยภาพของเกษตรกรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปเพื่อเพิ่มรายได้

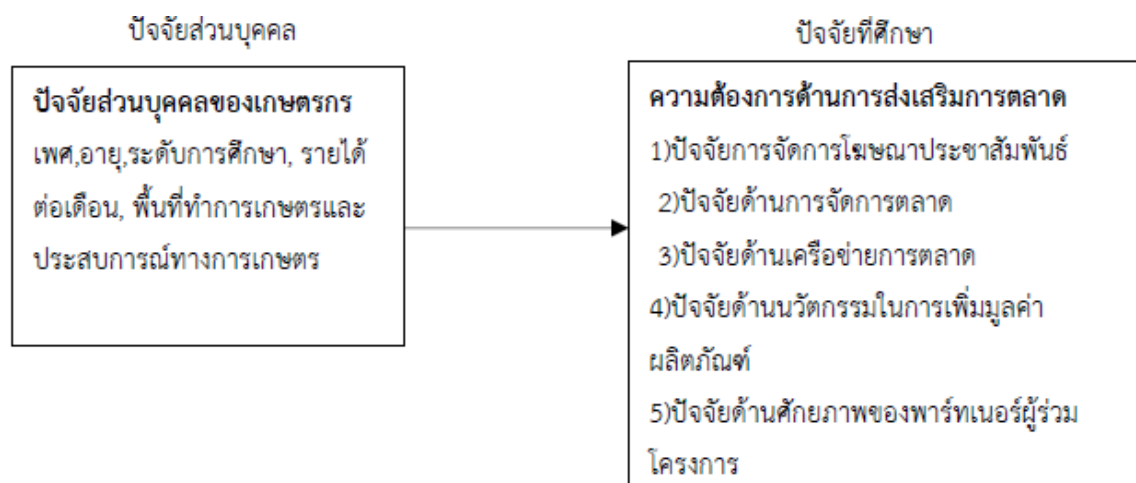
### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อมูลความต้องการของเกษตรกรเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาสินค้าที่สร้างความต้องการของผู้บริโภค โดยวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรมีหลายรูปแบบเช่น การสร้างแบรนด์เพื่อให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ การหาทางเลือกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ทางเกษตรรวมทั้ง การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยอาศัยเทคโนโลยีและแนวคิดสร้างสรรค์ เป็น กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์กลุ่มหุ้นส่วนทางการเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล
2. เพื่อเป็นแนวทาง ให้กับผู้ประกอบการได้นำเอากลยุทธ์ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ ให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับเศรษฐกิจยุคดิจิทัล และการเติบโต อย่างยั่งยืนในอนาคต

## กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดการวิจัยคณะทำงานได้สร้างกรอบแนวคิดต่อยอดโครงการในขั้นตอนที่ 2 คือ การกำหนดโจทย์ทางธุรกิจโดยเพื่อบ่งชี้และจำแนกปัจจัยที่คาดว่าจะเป็นการต้องการด้านการตลาดของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ (แสดงไว้ในภาพที่ 1) ที่แสดงถึงการตรวจสอบการความต้องการด้านการตลาดของเกษตรกรในปัจจุบันดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยการจัดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์กลุ่มหุ้นส่วนทางการเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล
2. ปัจจัยด้านการจัดการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์กลุ่มหุ้นส่วนทางการเกษตร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล
3. ปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้าง มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์กลุ่มหุ้นส่วนเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล
4. ปัจจัยด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มหุ้นส่วนทางการเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล
5. ปัจจัยด้านศักยภาพของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์กลุ่มหุ้นส่วนทางการเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดในยุคดิจิทัล



ภาพ 1 กรอบแนวคิดความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาดของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ

## วิธีดำเนินการวิจัย

ในขั้นตอนการดำเนินการวิจัยมีการรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. คุณลักษณะกลุ่มเป้าหมาย  
กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยเป็นแบบเฉพาะเจาะจงให้แก่เกษตรกรในพื้นที่บ้านวาก หมู่ 5 ตำบลออนกลาง อำเภอมะออน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกเฉพาะกลุ่มเกษตรกรที่เป็นชาวไร่แถบเชิงเขา

เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ได้รับปัญหาด้านค่าใช้จ่ายในการเกษตรและต้องการเพิ่มรายได้ตามที่ผู้นำชุมชนร้องขอความช่วยเหลือ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างในทุกช่วงอายุ เพศชายและหญิง จำนวน 33 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามความพึงพอใจแบบมาตราประมาณค่า

ลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งมีระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ ในขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย คณะผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบสอบถามด้วยการสังเคราะห์และประยุกต์ใช้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ส่วนการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 4 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม 2 ท่าน จากสาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องกล และผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมศาสตร์จำนวน 2 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และทำการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) ของครอนบาคโดยใช้ระเบียบวิธีของ สุรพงษ์ คงสัตย์ และธีรชาติ ธรรมวง (2558, หน้า 92) คือ มีการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งไม่ใช่เกษตรกรกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาก่อนนำแบบสอบถามไปใช้งานจริง และในการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ใช้ค่าความสอดคล้อง IOC ของผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัยซึ่ง IOC คือค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence (IOC)) โดยนำชุดคำถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ 4 คนในการตรวจสอบนำมาคำนวณหาค่าดัชนีความเชื่อมั่น IOC ตามสูตรและคำนวณโดยใช้เกณฑ์ดังต่อไปนี้ ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง “ใช้ได้” ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ต้องปรับปรุงแบบสอบถามซึ่งในการทดสอบแบบสอบถามในโครงการ ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถามทดสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 4 คน คำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องโดยใช้โปรแกรม “ไมโครซอฟท์ เอ็กเซล” ปรากฏว่าได้ค่าความสอดคล้องของชุดคำถามมีค่าเท่ากับ “0.85-1.00” แปลความว่าแบบสอบถามมีค่าความเที่ยงตรงสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผลได้

## 3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะทำงานดำเนินการเก็บแบบสอบถามด้วยตัวเองโดยขอความร่วมมือเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงเป็นเกษตรกรชาวไร่อาศัยแถบเชิงเขา ในหมู่ที่ 5 บ้านวาก ตำบลอนกลาง อำเภอมะเอนก จังหวัดเชียงใหม่ เพศชายและหญิงทุกช่วงอายุตอบแบบสอบถามในวันที่ 17-21 มกราคม พ.ศ. 2568 ใช้แบบทดสอบ 33 ชุดโดยก่อนตอบแบบสอบถามคณะผู้วิจัยให้ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมและวิธีใช้งาน นำเสนอไปพร้อมกับตอบข้อซักถามของเกษตรกรไปด้วย และให้เกษตรกรตอบความรู้สึกของตัวเองด้วยปากกาในกระดาษคำถามที่มีความพึงพอใจในระดับคำตอบคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ

น้อยที่สุด ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยหาค่าความถี่ (frequency) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$  : Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน SD (Standard Deviation)

#### 4. การแปลผลแบบสอบถาม

การแปลผลแบบสอบถาม Ratis Scale เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม และนำค่าที่ได้จากแบบสอบถาม ไปวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยของคำถาม ( $\bar{X}$ ) จะสามารถแปลผลความพึงพอใจหรือความเห็นด้วยของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแนวคิด Rating Scales ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.500 ถึง 5.000 หมายความว่า มีความเห็นด้วยในระดับ “มากที่สุด”

ค่าเฉลี่ย 3.500 ถึง 4.490 หมายความว่า มีความเห็นด้วยในระดับ “มาก”

ค่าเฉลี่ย 2.500 ถึง 3.490 หมายความว่า มีความเห็นด้วยในระดับ “ปานกลาง”

ค่าเฉลี่ย 1.500 ถึง 2.490 หมายความว่า มีความเห็นด้วยในระดับ “น้อย”

ค่าเฉลี่ย 1.000 ถึง 1.490 หมายความว่า มีความเห็นด้วยในระดับ “น้อยที่สุด”

#### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแสดงไว้ 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะประชากรในด้าน สังคม เศรษฐกิจ ของกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทดสอบเป็นกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจงได้แก่เกษตรกรในพื้นที่บ้านวาก หมู่ 5 ตำบลอนกลาง อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกเฉพาะกลุ่มเกษตรกรที่เป็นชาวไร่เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีพื้นที่ในการดำเนินการ เลือกกลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิงทุกช่วงอายุโดยคุณลักษณะกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษาในด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อปี ประสบการณ์เกษตรกร พื้นที่ทำเกษตร

ตาราง 1 แสดงข้อมูลคุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษา

คุณลักษณะ	ช่วงอายุ															
	เพศชาย								เพศหญิง							
	น้อยกว่า 30ปี (คน)	ร้อยละ	31-40 ปี (คน)	ร้อยละ	41-50 ปี (คน)	ร้อยละ	51 ปีขึ้นไป (คน)	ร้อยละ	น้อยกว่า 30ปี (คน)	ร้อยละ	31-40 ปี (คน)	ร้อยละ	41-50 ปี (คน)	ร้อยละ	51 ปีขึ้นไป (คน)	ร้อยละ
<b>1.ระดับการศึกษา</b>																
1.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	3	9.09	4	12.12	6	18.18	8	24.24	2	6.06	5	15.15	4	12.12	1	3.03
1.2 ปริญญาตรี	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.3 สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>2.รายได้ต่อเดือน(บาท)</b>																
2.1 ไม่มีรายได้	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	3.03
2.2 น้อยกว่า 10,000	2	6.06	4	12.12	5	15.15	8	24.24	2	6.06	5	15.15	4	12.12	-	-
2.3 10,000-15,000	1	3.03	-	-	1	3.03	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.4 15,000-20,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2.5 20,000ขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>3.ประสบการณ์เกษร</b>																
3.1 น้อยกว่า 5ปี	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.2 6-10ปี	1	3.03	-	-	-	-	-	-	2	6.06	-	-	-	-	-	-
3.3 11-15ปี	2	6.06	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.4 มากกว่า15ปี	-	-	4	12.12	6	18.18	8	24.24	-	-	5	15.15	4	12.12	1	3.03
<b>4.จำนวนพื้นที่ทำเกษตร</b>																
4.1-น้อยกว่า 5-ไร่	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0
4.2-5-10-ไร่	30	9.090	40	12.120	50	15.150	70	21.210	20	6.060	40	12.120	40	12.120	10	3.030
4.3-10-200	-0	-0	-0	-0	10	3.030	10	3.030	-0	-0	10	3.030	-0	-0	-0	-0
4.4-20ไร่ขึ้นไป	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0	-0

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ทั้ง 33 คน ประกอบด้วยเพศชาย 21 คน เพศหญิง 12 คน ประชากรร้อยละ 74 อายุต่ำกว่า 51 ปี ประชากรร้อยละ 26 อายุตั้งแต่ 51 ปี ขึ้นไป ประชากรทั้งหมดมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เมื่อคิดรวมทั้งสองเพศ พบว่า ร้อยละ 91 มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และประชากรกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 6 มีรายได้ 10,000-15,000 ต่อเดือน

และร้อยละ 3 ไม่มีรายได้ ในด้านประสบการณ์ทำการเกษตร พบว่า เกษตรกรร้อยละ 85 มีประสบการณ์ เกษตรมากกว่า 15 ปี เกษตรกรร้อยละ 6 มีประสบการณ์เกษตร 11-15 ปี และพบว่า เกษตรกรร้อยละ 9 มีประสบการณ์เกษตร 6-10 ปี จากการตรวจสอบพื้นที่ทำการเกษตรพบว่า เกษตรกรร้อยละ 91 มีที่ดินทำ การเกษตร 5-10 ไร่ เกษตรกรร้อยละ 9 มีที่ดินนำทำการเกษตร 10-20 ไร่

ส่วนที่ 2 ความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาดและนวัตกรรมของกลุ่มหุ้นส่วนทาง การเกษตรแสดงผลไว้ใน

ตาราง 2 แสดงข้อมูลความต้องการใน 5 ด้านของกลุ่มเป้าหมายในด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่ม หุ้นส่วนทางการเกษตร

รายการ	$\bar{x}$	SD	แปลความระดับความ ต้องการ
1. ประเด็นสอบถามในด้านปัจจัยการจัดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้าง มูลค่าเพิ่ม ผลผลิตกลุ่มหุ้นส่วนทางการเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล			
1.1 สสำรวจความต้องการของผู้บริโภคเพื่อนำเป็นข้อมูล ประกอบในการแปรรูปผลิตภัณฑ์	3.67	0.77	มาก
1.2 นำเทคโนโลยีมาใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความ หลากหลายเพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย	3.61	0.81	มาก
1.3 โฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อ ในลักษณะ ออนไลน์	3.55	0.70	มาก
1.4 วิเคราะห์โอกาสในการขึ้นชอบผลิตภัณฑ์ของ กลุ่มเป้าหมายใช้เป็นข้อมูลประกอบในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เกษตร	3.58	0.65	มาก
1.5 ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการจำหน่ายเพื่อตอบสนอง ความต้องการของตลาดโดยใช้ช่องทางออนไลน์	3.67	0.77	มาก

รวม	3.61	0.74	มาก
2.ประเด็นสอบถามผู้ร่วมโครงการ ปัจจัยด้านการจัดการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์กลุ่มหุ้นส่วน ทางการเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล			
2.1 สร้างแนวร่วมการกระจายสินค้ากับชุมชนอื่นๆ	3.36	0.73	ปานกลาง
2.2 สร้างความร่วมมือกับภาคเกษตร ธุรกิจการค้าและ ภาคอุตสาหกรรมเพื่อการแปรรูปสินค้าและผลิตภัณฑ์	3.48	0.61	ปานกลาง
2.3 สร้างเครือข่ายด้านวิชาการกับสถาบันการศึกษาหรือ องค์กรวิชาชีพเพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้านการตลาด	3.52	0.61	มาก
2.4 สร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อการ จัดหาวัตถุดิบและ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับธุรกิจในกลุ่มเดียวกัน	3.70	0.58	มาก
2.5 การสร้างเครือข่ายกับกลุ่มทุนเพื่อการพัฒนาศักยภาพ ทางการบริหารและการตลาด	3.67	0.68	มาก
รวม	3.55	0.64	มาก
3.ประเด็นสอบถามปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้าง มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์กลุ่มหุ้นส่วนเกษตรเพื่อ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล			
3.1 เลือกรูปแบบในการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความ เหมาะสมกับรูปแบบธุรกิจการค้าทางการเกษตร	3.55	0.78	มาก
3.2 สร้างความร่วมมือกับภาคธุรกิจการค้ากลุ่มอื่นๆหรือ ภาคอุตสาหกรรมที่ต้องการเป็นพาร์ทเนอร์ในระบบแปรรูป สินค้าทางการเกษตร	3.42	0.75	ปานกลาง
3.3 สร้างเครือข่ายด้านวิชาการกับสถาบันการศึกษา/องค์กร วิชาชีพเพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้านคลังสินค้า	3.61	0.65	มาก
3.4 สร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อการ จัดหาวัตถุดิบและ การแลกเปลี่ยนการเรียนรู้กับธุรกิจในกลุ่มเดียวกัน	3.61	0.65	มาก
3.5 การสร้างเครือข่ายกับกลุ่มทุนเพื่อการพัฒนาศักยภาพ ทางการบริหารและการตลาด	3.70	0.63	มาก
รวม	3.63	0.874	มาก
4.ประเด็นสอบถามผู้ร่วมโครงการในหัวข้อปัจจัยด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ของ กลุ่มหุ้นส่วนทางการเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล			
4.1 เลือกรูปแบบในการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่มีรูปแบบ การทำงานคล้ายกับรูปแบบของกลุ่มหุ้นส่วนทางธุรกิจ	3.55	0.82	มาก
4.2 สร้างความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมธุรกิจการค้าเพื่อ การแปรรูปสินค้าและผลิตภัณฑ์	3.70	0.80	มาก
4.3 สร้างเครือข่ายด้านวิชาการกับสถาบันการศึกษา/องค์กร วิชาชีพเพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้าน การกระจายสินค้า	3.70	0.58	มาก
4.4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อการจัดหาวัตถุดิบ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กับธุรกิจในกลุ่มเดียวกัน	3.52	0.66	มาก

4.5 การสร้างเครือข่ายกับกลุ่มทุนเพื่อการพัฒนาศักยภาพ การบริหารและการตลาด	3.55	0.82	มาก
รวม	3.60	0.73	มาก
5. ประเด็นสอบถามผู้ร่วมโครงการ ปัจจัยด้านศักยภาพของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ ผลิตภัณฑ์กลุ่มหุ้นส่วนทางการเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดในยุคดิจิทัล			
5.1 ความสามารถในการหาความร่วมมือ กับพาร์ทเนอร์ที่ท่า ธุรกิจในรูปแบบเดียวกัน	3.42	0.95	ปานกลาง
5.2 ความสามารถในการวางแผนการออกแบบผลิตภัณฑ์ เกษตรที่แปรรูปแล้วใช้งานง่ายและมีบรรจุภัณฑ์สวยงาม	3.45	0.82	ปานกลาง
5.3 สร้างเครือข่ายด้านวิชาการกับสถาบันการศึกษา/องค์กร วิชาชีพเพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้าน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ สินค้า	3.42	0.78	ปานกลาง
5.4 ความสามารถในการปรับใช้เทคโนโลยี สมัยใหม่เพื่อการ แปรรูปและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เกษตร	3.75	0.61	มาก
5.5 สร้างศูนย์ถ่ายทอดข้อมูลวิสาหกิจชุมชนเพื่อดึงผู้มี ความรู้ในสาขาต่างๆมาถ่ายทอดความรู้	3.79	0.73	มาก
รวม	3.57	0.78	มาก

จากตาราง 2 แสดงข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ผลจากการตอบแบบสอบถามของเกษตรกร ในพื้นที่บ้านวาก หมู่ 5 ตำบลอนกลาง อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 33 คน โดยเกณฑ์การประเมินค่าเฉลี่ยที่กำหนด คือ ค่าเฉลี่ย 4.50 ถึง 5.0 คือ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.50 ถึง 4.49 คือ ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 2.50 ถึง 3.49 คือ ปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.50 ถึง 2.49 คือ น้อย ซึ่งข้อมูลจะเอาค่าเฉลี่ยในแต่ละหัวข้อไปสรุปไว้ในตาราง 3

จากตาราง 2 พบว่า โดยสรุปภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเป็นประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ประเด็นสอบถามในด้านปัจจัยการจัดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์กลุ่มหุ้นส่วนทางการเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล

พบว่า เกษตรกรมีต้องการสูงสุดเท่ากันทั้งสองหัวข้อได้แก่ หัวข้อที่ 1.1 สสำรวจความต้องการของผู้บริโภคเพื่อนำเป็นข้อมูลประกอบในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และหัวข้อที่ 1.5 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการจำหน่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโดยใช้ช่องทางออนไลน์ ความต้องการทั้งสองรายการอยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.67$ )

ประเด็นที่ 2 ประเด็นสอบถามผู้ร่วมโครงการ ปัจจัยด้านการจัดการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์กลุ่มหุ้นส่วนทางการเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล

พบว่า เกษตรกรมีต้องการสูงสุดในหัวข้อที่ 2.4 สร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อการ จัดหา วัตถุดิบและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับธุรกิจในกลุ่มเดียวกันความต้องการอยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.70$ )

ประเด็นที่ 3 ประเด็นสอบถามปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการ สร้าง มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์กลุ่มหุ้นส่วนเกษตรกรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล

พบว่า เกษตรกรมีต้องการสูงสุดในหัวข้อที่ 3.5 การสร้างเครือข่ายกับกลุ่มทุนเพื่อการพัฒนา ศักยภาพทางการบริหารและการตลาด ความต้องการอยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.70$ )

ประเด็นที่ 4 ประเด็นสอบถามผู้ร่วมโครงการในหัวข้อปัจจัยด้านนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความ สำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มหุ้นส่วนทางการเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถใน การแข่งขันยุคดิจิทัล

พบว่า เกษตรกรมีต้องการสูงสุดเท่ากันทั้งสองหัวข้อได้แก่หัวข้อ 4.2 สร้างความร่วมมือกับ ภาคอุตสาหกรรมธุรกิจการค้าเพื่อการแปรรูปสินค้าและผลิตภัณฑ์และหัวข้อที่ 4.3 สร้างเครือข่ายด้าน วิชาการกับสถาบันการศึกษา/องค์กรวิชาชีพเพื่อเพิ่มพูนความรู้ด้านการกระจายสินค้าความต้องการทั้ง สองรายการอยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.70$ )

ประเด็นที่ 5 ประเด็นสอบถามผู้ร่วมโครงการ ปัจจัยด้านศักยภาพของผู้ประกอบการที่ส่งผล ต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์กลุ่มหุ้นส่วนทางการเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันทางการตลาดในยุคดิจิทัล

พบว่า เกษตรกรมีต้องการสูงสุดในหัวข้อที่ 5.5 สร้างศูนย์ถ่ายทอดข้อมูลวิสาหกิจชุมชนเพื่อ ดึงผู้มีความรู้ในสาขาต่างๆ มาถ่ายทอดความรู้ความต้องการอยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.79$ )

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลจากผลของการดำเนินงานสำรวจความ ต้องการของเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายในด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวม

ลำดับ	ความต้องการ	$\bar{x}$	SD	แปลความระดับ ความต้องการ
1.	ประเด็นสอบถามในด้านปัจจัยการจัดการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ที่ส่งผลต่อ ความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์กลุ่ม หุ้นส่วนทางการเกษตรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ แข่งขันยุคดิจิทัล	3.61	0.74	มาก
2.	ประเด็นสอบถามผู้ร่วมโครงการ ปัจจัยด้านการจัดการ ตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์กลุ่มหุ้นส่วนทางการเกษตรเพื่อเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล	3.55	0.64	มาก
3.	ประเด็นสอบถามปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือที่	3.63	0.87	มาก

	ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้าง มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ กลุ่มหุ้นส่วนเกษตรเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ยุคดิจิทัล			
4.	ประเด็นสอบถามผู้ร่วมโครงการในหัวข้อปัจจัยด้าน นวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้แก่ผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มหุ้นส่วนทางการเกษตรเพื่อ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล	3.60	0.73	มาก
5.	ประเด็นสอบถามผู้ร่วมโครงการ ปัจจัยด้านศักยภาพ ของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการสร้าง มูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์กลุ่มหุ้นส่วนทางการเกษตร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดใน ยุคดิจิทัล	3.57	0.78	มาก
ค่าเฉลี่ย		3.59	0.75	มาก

จากตาราง 3 แสดงข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ผลจากการตอบแบบสอบถามของเกษตรกรในพื้นที่บ้านวาก หมู่ 5 ตำบลออนกลาง อำเภอมะออน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 33 เมื่อพิจารณาในหัวข้อที่ 1)-5) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับองค์ประกอบใน ด้านเครือข่ายความร่วมมือที่ส่งผลต่อ ความสำเร็จในการสร้าง มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์กลุ่มเกษตรกรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุค ดิจิทัลอยู่ในระดับ“มาก” ( $\bar{X} = 3.63$ ) และด้านภาพรวมด้านความต้องการด้านการส่งเสริมการตลาดใน หัวข้อที่1)-5)อยู่ในระดับ“มาก” ( $\bar{X} = 3.59$ )

ที่มา: ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ผลจากการตอบแบบสอบถามของเกษตรกรในพื้นที่บ้านวาก หมู่ 5 ตำบลออนกลาง อำเภอมะออน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 33 คน

### สรุปและอภิปรายผล

จากการสำรวจพื้นที่เป้าหมายเบื้องต้นในด้าน เศรษฐกิจ สังคม พบว่าในพื้นที่เป้าหมายเป็นเขต พื้นที่เชิงเขาที่มีไร่สำหรับทำสวนน้อย ประชากรส่วนใหญ่เป็นครอบครัวใหญ่มีฐานะยากจน ประชากร ส่วนใหญ่ร้อยละ91 มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน และประชากรร้อยละ 91 มีที่ดินทำการเกษตร เพียง 5-10ไร่ และที่ดินส่วนใหญ่ไม่มีเอกสารสิทธิเนื่องจากเป็นที่ป่าสงวนจากการสอบถามเบื้องต้นพบว่า เกษตรกรมีประเด็นที่ต้องการความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วนในประเด็นดังต่อไปนี้

1. ความต้องการเพิ่มรายได้จากโครงการ หุ้นส่วนทางการเกษตรสำรวจความต้องการของ ชุมชนด้านการส่งเสริมการตลาด
2. เกษตรกรต้องการหุ้นส่วนทางการเกษตรเพื่อสร้างรายได้เสริมหลังฤดูเก็บเกี่ยว จาก ข้อมูลเบื้องต้น สำหรับโครงการเพิ่มรายได้พบว่าเกษตรกรมีความต้องการและความพร้อมในการ

ปฏิบัติงานที่ต่างกัน บางกลุ่มต้องการเพิ่มรายได้ในกิจกรรมที่ตัวเองถนัด เมื่อใช้แบบทดสอบที่มีกิจกรรมด้านการดำเนินงานสำรวจความต้องการของเกษตรกรที่ร่วมโครงการหุ้นส่วนเกษตรด้านการส่งเสริมการตลาด ในหัวข้อย่อยที่ 1)-5) ผลการศึกษาความต้องการของชุมชน พบว่า

1. ความต้องการใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.61$ ) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษ นฤสิทธิ์สำราญ และ ธาณินทร์ ศิลป์จาร (2564, หน้า319-335) ในหัวข้อความต้องการการโฆษณาประชาสัมพันธ์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศได้คะแนนในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 4.24$ )
2. ในด้านความต้องการใช้การจัดการตลาดอยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.55$ ) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธีรวัช ปุรินทรภิบาล, (2566, หน้า113-114) ในหัวข้อทักษะการจัดการตลาดเป็นผู้ประกอบการเกษตรได้คะแนนในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 4.32$ )
3. ในด้านความต้องการใช้เครือข่ายการตลาดอยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.63$ ) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศักดิ์ ดา อ่างวัฒนกิจ, สุกัลรัตน์ วงศ์ไพศาลลักษณ์ และ พิรญา ภูติรัตน์ ในหัวข้อความต้องการในการสร้างเครือข่ายด้วยการบริหารจัดการเชิงรุก ได้คะแนนในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 4.84$ )
4. ความต้องการด้านนวัตกรรมในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.60$ ) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษ นฤสิทธิ์สำราญ และ ธาณินทร์ ศิลป์จาร (2564, หน้า 319-335) ในหัวข้อด้านความต้องการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตได้คะแนนในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 4.240$ )
5. ความพร้อมในด้านศักยภาพของพาร์ทเนอร์ผู้ร่วมโครงการอยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.57$ ) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีศักดิ์ รูปสิงห์ และ พรรชวดี พงษ์ศิริ (2565, หน้า 473-488) ในหัวข้อศักยภาพของผู้ประกอบการ ได้คะแนนในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 4.50$ )

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการสำรวจความต้องการของเกษตรกรด้านการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการเกษตรละประเมินศักยภาพของเกษตรกรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปเพื่อเพิ่มรายได้โครงการเป็นข้อมูลจากงานวิจัยของ กรยุทธ ตะพานน้ำ (2566, หน้า 124-138) ดำเนินการเก็บแบบสอบถามด้วยตัวเองโดยขอความร่วมมือเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงเป็นเกษตรกรชาวไร่อาศัยแถบเชิงเขาในหมู่ที่5 บ้านวาก ตำบลอนกลาง อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่ เพศชายและหญิงทุกช่วงอายุตอบแบบสอบถามโดยศึกษาความต้องการของชุมชนด้านนวัตกรรม พบว่าความต้องการใช้เครื่องจักรเครื่องมือในการผลิต อยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.660$ ) ในด้านความต้องการใช้งานระบบแอปพลิเคชันและเครือข่าย อยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.653$ ) ในด้านความต้องการใช้นวัตกรรมในการผลิตภัณฑ์เหลือใช้จากวัสดุทางการเกษตรและการผลิตพืชเศรษฐกิจ อยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.610$ ) ความต้องการด้านปัจจัยความรู้ด้านการบริหารจัดการความรู้ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี อยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.600$ )

ความพร้อมในด้านปัจจัยส่วนบุคคลซึ่งก่อให้เกิดความสามารถในการจัดการนวัตกรรมและเทคโนโลยี อยู่ในระดับ “มาก” ( $\bar{X} = 3.660$ ) โครงการที่เกษตรกรส่วนใหญ่มีความต้องการในส่วนใหญ่อยู่ในระดับ “มาก” และเนื่องจากคณะทำงานมีความรู้ในด้านเทคโนโลยีในโครงการลดการใช้ปุ๋ยเคมีโดยใช้ปุ๋ยอินทรีย์ หลักการสำคัญคือทำเองใช้เองและขายเอง โดยใช้พื้นที่ไร่บางส่วนของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ ทางคณะวิจัยได้นำข้อมูลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแจ้งแก่คณะบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ เพื่อพิจารณาอนุมัติงบประมาณตั้งต้นจากโครงการ ENG Social Engagement สำหรับอบรมความรู้ด้านเทคโนโลยีทางการเกษตรเพื่อให้คณะทำงานและกลุ่มเป้าหมายมีปฏิสัมพันธ์เบื้องต้นก่อนดำเนินงานในขั้นต่อไป

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการดำเนินการต่อยอดดำเนินโครงการหาหุ้นส่วนทางธุรกิจเกษตรที่สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายหลังฤดูกาลเก็บเกี่ยว เพื่อให้เกษตรกรมีกิจกรรมหารายได้ตลอดทั้งปีทางกลุ่มวิจัยคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ จึงมีแนวคิดสร้างโครงการที่สร้างเครือข่ายการทำงานจากความร่วมมือของบุคคลภายนอกหรือสถานประกอบการภายนอกมีส่วนร่วมเป็นหุ้นส่วนของชุมชนเกษตร สร้างกิจกรรม “หุ้นส่วนทางการเกษตร” ซึ่งได้แนวคิดจากงานวิจัยของ นภนัท หอมสุต, เจตปรียา ตรีนิธิตย์ และอาริตา หนูเจริญ (2560, หน้า 403-409) ได้ทำการทดลองเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกร โดยแบ่งพื้นที่ของเกษตรกรเป็น 4 ส่วน โดยส่วนที่ 1 เป็นพื้นที่ปลูกพืชหลักเช่นไม้ยืนต้นส่วนที่ 2 ปลูกพืชรองเช่นไม้ล้มลุก ส่วนที่ 3 เป็นแปลงเกษตรสาธิตหรือแปลงเกษตรเพื่อการเรียนรู้และท่องเที่ยว ส่วนที่ 4 สำหรับให้หุ้นส่วนทางการเกษตรเช่าหรือลงทุนร่วมกันแล้วแบ่งส่วนรายได้ ปรากฏว่าเกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากค่าเช่าที่ดินและรายได้จากการขายผลผลิตจากแปลงสาธิต

โดยหุ้นส่วนทางการเกษตรเป็นโครงการที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรที่มีพื้นที่ว่างมากพอจะแบ่งทำกิจกรรมอื่นๆ ในโครงการผลิตได้เช่น โครงการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ โครงการผลิตพืชสวยงาม ฯลฯ โดยร่วมมือกับบุคคลภายนอกหรือกลุ่มธุรกิจที่ต้องการผลผลิตทางการเกษตรแต่ไม่มีพื้นที่เพียงพอสำหรับกลุ่มที่สนใจได้แก่ กลุ่มผู้ค้าไม้สวยงาม ตลาดประชารัฐ หนองฮ่อ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นผู้อยู่ในชุมชนเมืองที่มีตลาดในการขายผลผลิตสินค้าเกษตรหรือมีหน้าร้านในการขายผลผลิต สามารถเข้าเป็นหุ้นส่วนกับเกษตรกรเพื่อผลิตผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยคณะทำงานจะประสานงานดูแลกระบวนการผลิตและช่วยในการแปรรูปเป็นสินค้าและได้รับส่วนแบ่งเมื่อจำหน่ายสินค้าตามที่ตกลงกับหุ้นส่วน หรือเกษตรกรสามารถนำส่วนแบ่งจากการผลิตไปขายเอง โดยมีกลุ่มคณะวิจัยคณะวิศวกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ ทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาโครงการ เพื่อหาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสมมาปรับใช้กับโครงการ และติดตามรายงานผลความก้าวหน้าของโครงการให้แก่หุ้นส่วนที่ร่วมลงทุน เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มซึ่งเป็น อีกแนวทางหนึ่งที่จะทำให้สินค้าเกษตรแปรรูปเป็นที่นิยมของผู้บริโภค การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรนวัตกรรม ก็คือการนำผลผลิตเกษตรมาแปรสภาพจากลักษณะเดิมไปเป็นกระบวนการ

ผลิตไม่ซับซ้อน ซึ่งอาจเกิดจากการแปรสภาพตามธรรมชาติให้ต่างไปจากเดิมเพื่อให้ตรงกับ ความต้องการของผู้บริโภค โดยวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตรมีหลายรูปแบบเช่น การสร้างตราสินค้าเพื่อให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ การหาทางเลือกใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ทางเกษตร รวมทั้ง การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยอาศัยเทคโนโลยีและแนวคิดสร้างสรรค์ เป็น กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์กลุ่ม เกษตรนวัตกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล เพื่อเป็นแนวทาง ให้กับผู้ประกอบการได้นำเอากลยุทธ์ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ ให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับเศรษฐกิจยุคดิจิทัล และการเติบโต อย่างยั่งยืนในอนาคต จากการวิเคราะห์ผลเบื้องต้นพบว่า เกษตรในชุมชนบ้านวากมีความพร้อมในการร่วมโครงการและโครงการที่เกษตรกรส่วนใหญ่สนใจได้แก่ การทดลองผลิตดินและปุ๋ยปลอดภัยเพื่อการจำหน่าย, การผลิตปุ๋ยจากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรและ วัสดุพืช ซึ่งเป็นสิ่งที่เกษตรกรสามารถปฏิบัติได้จริงและมีวัตถุดิบเป็นจำนวนมาก

### กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ อาจารย์ณัฐเบศร์ หนูใสเพชร ที่ให้คำปรึกษาด้วยดีมาตลอด ตลอดจนให้กำลังใจ ส่งเสริมงานวิจัยในครั้งนี้และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ที่ให้การสนับสนุนการนำเสนอ งานวิจัยในครั้งนี้

### เอกสารอ้างอิง

- กรยุทธ ตะพานน้ำ. (2566). การสำรวจความต้องการของชุมชนด้านการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการ พัฒนารายได้ในท้องถิ่น. *การประชุมสัมมนาวิชาการระดับชาติภายใต้เครือข่ายความร่วมมือทาง วิชาการด้านการบริหารการพัฒนาสังคม และด้านการวิจัย ครั้งที่ 7 ภายใต้หัวข้อ สังคมโลกมา เทศาภิวัตน์ เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน Glocal Society for Sustainable Development.* (124-138). มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- กฤษ นฤสิทธิ์สำราญ และ ธาณินทร์ ศิลป์จาร. (2564). แนวทางการจัดการอุตสาหกรรม เกษตรอัจฉริยะ เพื่อเพิ่มผลผลิตและคุณภาพสู่การเติบโตที่ยั่งยืน. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์, (มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์), 13(1), 319-335.*
- ทวีศักดิ์ รูปสิงห์ และ พรรชวดี พงษ์ศิริ. (2564). กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ กลุ่มเกษตรอินทรีย์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันยุคดิจิทัล. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ วัดวังตะวันตก, (คณะสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ วัดวังตะวันตก), 7(3), 473-488.*
- ธีร์ธวัช ปุรินทรภิบาล. (2566). *ความต้องการสื่อเพื่อการส่งเสริมการเกษตรสำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ (YOUNG SMART FARMERS) ในภาคเหนือตอนบนประเทศไทย.* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตรและพัฒนาชนบท ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

นภนันทน์ หอมสุต, เจตปริยา ตรีนิตย์ และอาริตา หนูเจริญ. (2560). นวัตกรรม ทางการตลาดและการจัดการของเกษตรกรอินทรีย์ยุคใหม่กรณีศึกษาฟาร์มฝัน อำเภอบางบาลจังหวัดนครราชสีมา. *การประชุมวิชาการ 4th CRCI & 2nd ISHPMNB 2017 “Innovation for Social Engagement Environment and Enterprise:3E*. (น. 403-409). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา. นวลพิศ มีเดชา, และพุฒิสรรค์ เครือคา. (2563). การรับรู้ต่อการพัฒนาการเกษตรภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของเกษตรกรในตำบลสบเปิง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร, (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)*, 37(3), 60-70.

เบญจมาศ สันต์สวัสดิ์, วีระศักดิ์ สมยานะ, ทิธา สุนทรวิภาต และ ภัทชนาวรรณ ฉันทรัตน์โยธิน. (2564). การส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรกรอินทรีย์ในชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อยกระดับให้มีศักยภาพการแข่งขันในประชาคมอาเซียน. *วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่, (มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่)*, 22(1), 179-196.