

เอกสารคำสอน

ชุดวิชา 94465 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรและสหกรณ์

หน่วยที่ 1 แนวคิดการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาวัต เจียมจิณณวัตร

สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด

จังหวัดนนทบุรี

โทรศัพท์ 02 504 8046 – 9

คำนำ

ชุดวิชาการพัฒนาธุรกิจการเกษตรและสหกรณ์เป็นชุดวิชาในหมวดวิชาเฉพาะสำหรับนักศึกษาในหลักสูตรเกษตรศาสตรบัณฑิต (การจัดการการเกษตร) วิชาเอกธุรกิจการเกษตร หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2560 ของสาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ ประกอบด้วยเนื้อหา 15 หน่วย แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 เล่ม เอกสารเล่มที่ 1 ประกอบด้วยเนื้อหาหน่วยที่ 1-5 โดยกล่าวถึงแนวคิด หลักการจัดการ หลักสหกรณ์ การจัดการองค์การ และกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจการเกษตร เอกสารเล่มที่ 2 ประกอบด้วยเนื้อหาหน่วยที่ 6-10 กล่าวถึงหลักการด้านนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาธุรกิจการเกษตร นวัตกรรมด้านการผลิต การแปรรูป การตลาด และกระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ ส่วนเอกสารเล่มที่ 3 ประกอบด้วยเนื้อหาหน่วยที่ 11-15 ซึ่งกล่าวถึงข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ และภูมิปัญญาทางธุรกิจการเกษตร การจัดการความรู้ และการวิจัยเพื่อการพัฒนาธุรกิจการเกษตร รวมทั้งกรณีตัวอย่างของการพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยฐานความรู้ และด้วยสหกรณ์

โดยเนื้อหาในหน่วยที่ 1 เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดการพัฒนาธุรกิจการเกษตร ตั้งแต่ความหมาย ความสำคัญ และหลักการพัฒนาธุรกิจการเกษตร การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยการจัดการองค์การ การจัดการตามกระบวนการและหน้าที่การดำเนินงาน การจัดการเชิงกลยุทธ์ การจัดการความรู้และการวิจัย และการพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรม ประกอบด้วยนวัตกรรมการผลิต นวัตกรรมการแปรรูป และนวัตกรรมการตลาด ดังนั้นเนื้อหาในหน่วยที่ 5 นี้ จึงเหมาะสำหรับผู้เรียน นักศึกษา เกษตรกร ผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตร ตลอดจนผู้สนใจทั่วไปที่ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

สารบัญ

คำนำ.....	2
สารบัญ	3
รายละเอียดชุดวิชา.....	4
แผนผังแนวคิดหน่วยที่ 1.....	6
แผนการสอนประจำหน่วย	7
แบบประเมินผลตนเองก่อนเรียนหน่วยที่ 1	9
ตอนที่ 1.1 ความหมาย ความสำคัญ และหลักการพัฒนาธุรกิจการเกษตร	12
ตอนที่ 1.2 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยการจัดการ.....	19
ตอนที่ 1.3 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรม	25
แนวตอบกิจกรรมหน่วยที่ 1	32
แบบประเมินผลตนเองหลังเรียนหน่วยที่ 1.....	35
เฉลยแบบประเมินผลตนเองหน่วยที่ 1	38
บรรณานุกรม	39

รายละเอียดชุดวิชา

ชุดวิชา 94465 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรและสหกรณ์ (Agribusiness and Cooperatives Development)

คำอธิบายชุดวิชา

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจการเกษตรอันนำไปสู่การได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน การวิจัยและพัฒนา การนำนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจการเกษตร การจัดการความรู้ ซึ่งเป็นกระบวนการในการได้มาซึ่งความรู้ การจัดการความรู้ การถ่ายทอดความรู้เพื่อให้เกิดการพัฒนาในธุรกิจการเกษตร การสร้างวัฒนธรรมองค์การและการพัฒนาผู้นำองค์การเพื่อนำพาธุรกิจการเกษตรให้เติบโตอย่างยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์ อุดมการณ์สหกรณ์ หลักการสหกรณ์ การจัดตั้งสหกรณ์ ประเภทสหกรณ์ การดำเนินธุรกิจทางสหกรณ์ การนำหลักสหกรณ์มาพัฒนาธุรกิจการเกษตร

ผลลัพธ์การเรียนรู้ของชุดวิชา

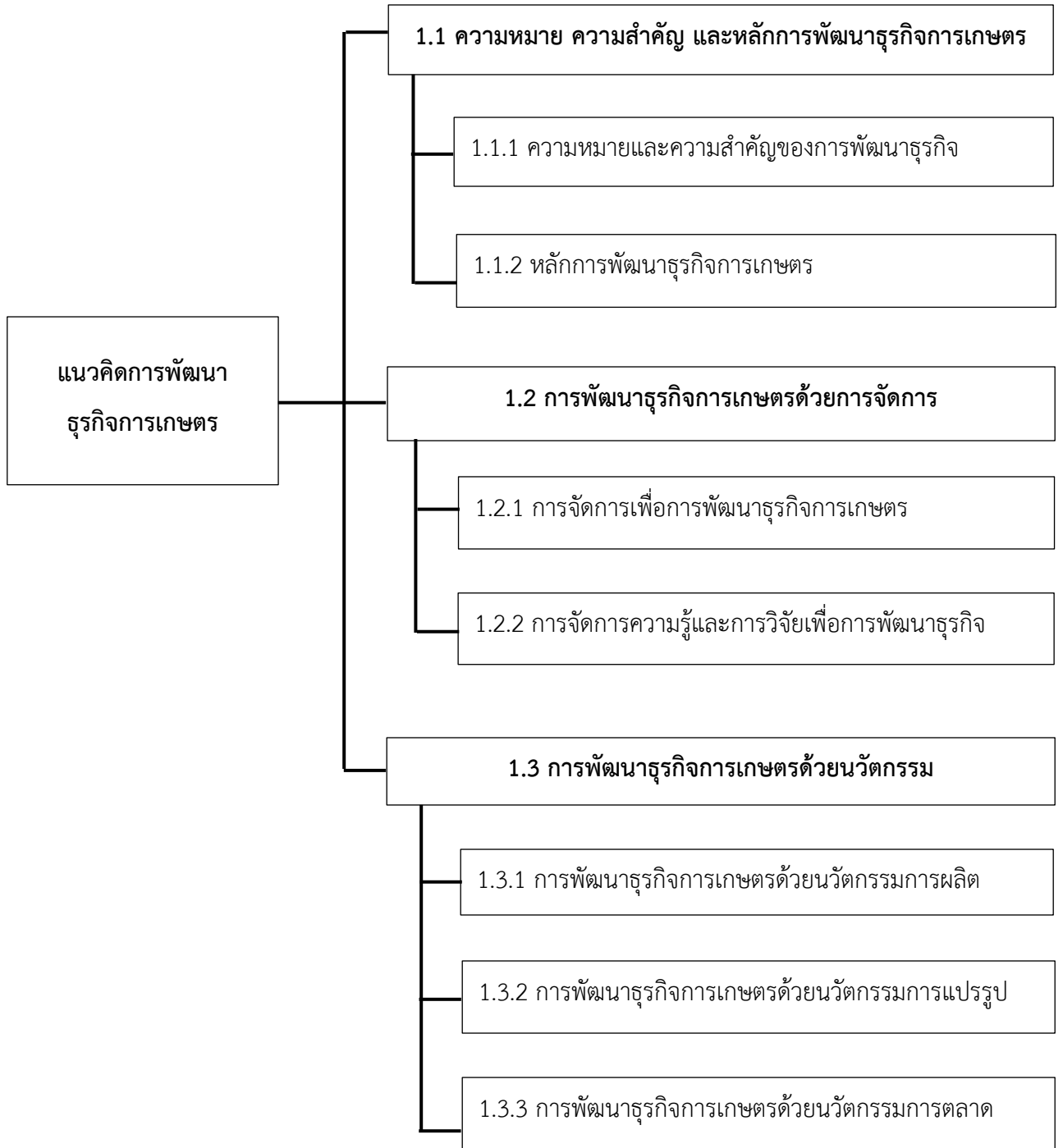
1. เพื่อให้มีความรู้เกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาธุรกิจการเกษตร
2. เพื่อให้สามารถวิเคราะห์วิธีการพัฒนาที่เหมาะสมกับธุรกิจการเกษตร
3. เพื่อให้สามารถประยุกต์ใช้วิธีการพัฒนาธุรกิจการเกษตรได้
4. เพื่อให้มีความรู้เรื่องหลักการและการดำเนินธุรกิจสหกรณ์
5. เพื่อให้สามารถประยุกต์ใช้วิธีการสหกรณ์ในการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

รายชื่อหน่วยการสอน

- | | |
|-------------|--|
| หน่วยที่ 1 | แนวคิดการพัฒนาธุรกิจการเกษตร |
| หน่วยที่ 2 | หลักการจัดการธุรกิจการเกษตร |
| หน่วยที่ 3 | แนวคิดการพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยสหกรณ์ |
| หน่วยที่ 4 | การจัดการองค์การเพื่อการพัฒนาธุรกิจการเกษตร |
| หน่วยที่ 5 | กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจการเกษตร |
| หน่วยที่ 6 | นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาธุรกิจการเกษตร |
| หน่วยที่ 7 | นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาผลิตผลทางการเกษตร |
| หน่วยที่ 8 | นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร |
| หน่วยที่ 9 | นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาการตลาดและบริการทางธุรกิจการเกษตร |
| หน่วยที่ 10 | นวัตกรรมเพื่อพัฒนากระบวนการดำเนินงานธุรกิจการเกษตร |
| หน่วยที่ 11 | ข้อมูล สารสนเทศ ความรู้ และภูมิปัญญาทางธุรกิจการเกษตร |

- หน่วยที่ 12 การจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาธุรกิจการเกษตร
- หน่วยที่ 13 การวิจัยเพื่อการพัฒนาธุรกิจการเกษตร
- หน่วยที่ 14 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยฐานความรู้
- หน่วยที่ 15 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยสหกรณ์

แผนผังแนวคิดหน่วยที่ 1



แผนการสอนประจำหน่วย

หน่วยที่ 1 แนวคิดการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

เค้าโครงเนื้อหา

ตอนที่ 1.1 ความหมาย ความสำคัญ และหลักการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

เรื่องที่ 1.1.1 ความหมายและความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

เรื่องที่ 1.1.2 หลักการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

ตอนที่ 1.2 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยการจัดการ

เรื่องที่ 1.2.1 การจัดการเพื่อการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

เรื่องที่ 1.2.2 การจัดการความรู้และการวิจัยเพื่อการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

ตอนที่ 1.3 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรม

เรื่องที่ 1.3.1 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการผลิต

เรื่องที่ 1.3.2 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการแปรรูป

เรื่องที่ 1.3.3 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการตลาด

แนวคิด

1. ความหมายของการพัฒนาธุรกิจการเกษตรเกี่ยวข้องกับการสร้างคุณค่าในระยะยาวโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตลาดตลอดจนการสนับสนุนการสร้างคุณค่าเพื่อการเติบโตอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาธุรกิจการเกษตรมีความสำคัญทั้งต่อองค์การและโซ่อุปทานธุรกิจการเกษตร ตลอดจนเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยรวม หลักการพัฒนาธุรกิจการเกษตรประกอบด้วย 1) หลักการสร้างการเติบโต 2) หลักการนำเสนอคุณค่า 3) หลักการคิดเชิงออกแบบ และ 4) หลักการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน

2. ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการ ได้แก่ การจัดการองค์การ การจัดการตามกระบวนการและหน้าที่การดำเนินงานภายในองค์การ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาธุรกิจการเกษตรได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้การพัฒนาธุรกิจการเกษตรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ยังต้องอาศัยการจัดการความรู้และการวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

3. การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมมีทั้ง 1) นวัตกรรมกรรมกรการผลิต ซึ่งพิจารณาได้จากปัจจัยการผลิตทางการเกษตร กระบวนการผลิต และผลผลิตทางการเกษตรทั้งพืช ปศุสัตว์ และสัตว์น้ำ 2) นวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพืช ผลิตภัณฑ์จากปศุสัตว์ และผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ และ 3) นวัตกรรมการตลาดที่เน้นวิธีการตลาดแบบใหม่ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ผลลัพธ์การเรียนรู้หน่วยที่ 1

เมื่อศึกษาหน่วยที่ 1 จบแล้ว นักศึกษาสามารถ

1. ระบุความหมายและความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจการเกษตรได้
2. อธิบายหลักการพัฒนาธุรกิจการเกษตรได้
3. อธิบายการพัฒนาระบบธุรกิจการเกษตรด้วยการจัดการได้
4. อธิบายการพัฒนาระบบธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมได้

กิจกรรมระหว่างเรียน

1. ทำแบบประเมินผลตนเองก่อนเรียนหน่วยที่ 1
2. ศึกษาเอกสารการสอนตอนที่ 1.1 – 1.3
3. ปฏิบัติกิจกรรมตามที่ได้รับมอบหมายในเอกสารการสอน
4. ฟังรายการซีดีเสียงประกอบชุดวิชา (ถ้ามี)
5. ชมรายการสอนเสริมทางไกลผ่านดาวเทียมและอินเทอร์เน็ต (ถ้ามี)
6. ทำกิจกรรมประจำชุดวิชา (ถ้ามี)
7. ทำแบบประเมินผลตนเองหลังเรียนหน่วยที่ 1

สื่อการสอน

1. เอกสารการสอน
2. แบบฝึกปฏิบัติ
3. รายการซีดีเสียง (ถ้ามี)
4. รายการสอนเสริมทางไกลผ่านดาวเทียมและอินเทอร์เน็ต (ถ้ามี)
5. กิจกรรมประจำชุดวิชา (ถ้ามี)
6. สื่ออื่น ๆ (ถ้ามี)

การประเมินผล

1. ประเมินผลจากแบบประเมินผลตนเองก่อนเรียนและหลังเรียน
2. ประเมินผลจากกิจกรรมและแนวตอบท้ายเรื่อง
3. ประเมินผลจากกิจกรรมประจำชุดวิชา (ถ้ามี)
4. ประเมินผลจากการสอบไล่ประจำภาคการศึกษา

เมื่ออ่านแผนการสอนแล้ว ขอให้ทำแบบประเมินผลตนเองก่อนเรียนหน่วยที่ 1
ในแบบฝึกปฏิบัติแล้วจึงศึกษาเอกสารการสอนต่อไป

แบบประเมินผลตนเองก่อนเรียนหน่วยที่ 1

วัตถุประสงค์ เพื่อประเมินความรู้เดิมของนักศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง “แนวคิดการพัฒนาธุรกิจการเกษตร”

คำแนะนำ ขอให้นักศึกษาอ่านคำถามแล้วเขียนวงกลมล้อมรอบข้อคำตอบที่ถูกต้องที่สุด

1. การพัฒนาธุรกิจการเกษตรเกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตลาด และข้อใดอีก
 - ก. การกำหนดราคาสูงสุด
 - ข. การสร้างรายได้สูงสุด
 - ค. การสร้างความมั่งคั่งสูงสุด
 - ง. การสร้างคุณค่าในระยะยาว
 - จ. การสร้างผลประโยชน์ในระยะยาว
2. เหตุใดการพัฒนาธุรกิจการเกษตรจึงมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ
 - ก. เพราะกิจการมีกำไร
 - ข. เพราะเกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและการขยายตลาด
 - ค. เพราะเกิดการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่
 - ง. เพราะเกิดการใช้เทคโนโลยี
 - จ. เพราะกิจการมีความมั่นคงเนื่องจากต้นทุนลดลง
3. ข้อใดเป็นการสร้างการเติบโตโดยการเจาะตลาด
 - ก. การส่งออกผลิตภัณฑ์นมไปยังประเทศเพื่อนบ้าน
 - ข. การส่งเสริมให้ผู้บริโภคเพิ่มความถี่ในการดื่มนม
 - ค. การพัฒนาผลิตภัณฑ์นมโดยการเสริมคุณค่าอาหาร
 - ง. การผลิตเครื่องดื่มผักผลไม้ นอกเหนือจากนมพร้อมดื่ม
 - จ. ถูกทุกข้อ
4. ในกระบวนการคิดเชิงออกแบบ หลังจากกำหนดโจทย์แล้ว จะดำเนินขั้นตอนอะไรต่อไป
 - ก. ทำความเข้าใจลูกค้า
 - ข. ระดมความคิด
 - ค. ระดมทุน
 - ง. สร้างต้นแบบ
 - จ. ทดสอบ

5. ข้อใดเป็นเป็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการองค์การที่ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารควรมี
- ก. พฤติกรรมองค์การและภาวะผู้นำในองค์การ
 - ข. กระบวนการจัดการธุรกิจ
 - ค. การดำเนินงานตามหน้าที่ภายในองค์การ
 - ง. การจัดการทรัพยากรมนุษย์
 - จ. การสร้างกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันและความร่วมมือ
6. เหตุใดในการพัฒนาธุรกิจการเกษตรจึงต้องอาศัยการวิจัย
- ก. เพื่อจัดการความรู้ที่มีอยู่เดิมให้เป็นระบบ
 - ข. เพื่อสร้างความสามารถทางวิชาการ
 - ค. เพื่อให้บุคลากรรู้จักการคิดวิเคราะห์
 - ง. เพื่อให้ทราบคำตอบในการแก้ปัญหาการพัฒนาธุรกิจ
 - จ. เพื่อให้การจัดการความรู้มีประสิทธิผล
7. การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการผลิตสามารถพิจารณาได้จากปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิต และข้อใดอีก
- ก. พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์
 - ข. เครื่องมือ เครื่องจักร
 - ค. ผลผลิต
 - ง. ระบบการจัดการ
 - จ. การแปรรูป
8. ข้อใดจัดเป็นนวัตกรรมกระบวนการผลิตพืช
- ก. การปรับปรุงพันธุ์พืชให้ได้ผลผลิตสูง
 - ข. การพัฒนาวัสดุปลูกคุณภาพสูง
 - ค. การคิดค้นเครื่องจักรในการเก็บเกี่ยวที่มีประสิทธิภาพสูง
 - ง. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลผลิตพืชที่ชะลอการสุก
 - จ. การคิดค้นระบบการพยากรณ์การระบาดของศัตรูพืชที่แม่นยำ
9. ข้อใดจัดเป็นการพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการแปรรูป
- ก. การเก็บเกี่ยวผลผลิตด้วยเครื่องจักรที่ทันสมัย
 - ข. การใช้ความเย็นในการเก็บรักษาเมล็ดพืช
 - ค. การแช่แข็งเนื้อสัตว์เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา
 - ง. การสกัดสารอาหารจากสาหร่ายเพื่อใช้เลี้ยงสัตว์น้ำ
 - จ. ถูกทุกข้อ

10. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นนวัตกรรมการตลาดในด้านใด
- ก. ผลิตภัณฑ์
 - ข. ราคา
 - ค. การจัดจำหน่าย
 - ง. การส่งเสริมการตลาด
 - จ. การส่งเสริมการขาย

ตอนที่ 1.1

ความหมาย ความสำคัญ และหลักการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

โปรดอ่านหัวเรื่อง แนวคิด และวัตถุประสงค์ของตอนที่ 1.1 แล้วจึงศึกษารายละเอียดต่อไป

หัวเรื่อง

1.1.1 ความหมายและความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

1.1.2 หลักการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

แนวคิด

1. การพัฒนาธุรกิจการเกษตรหมายถึง การสร้างคุณค่าในระยะยาวเพื่อให้ธุรกิจการเกษตรได้รับโอกาสการเติบโต โดยการพัฒนาผลิตผลและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร การพัฒนาตลาดและบริการเพื่อตอบสนองต่อผู้ใช้และผู้บริโภคสินค้าเกษตร ตลอดจนการพัฒนากระบวนการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการสร้างคุณค่าเพื่อการเติบโตของธุรกิจการเกษตรอย่างยั่งยืน การพัฒนาธุรกิจการเกษตรมีความสำคัญทั้งต่อองค์การธุรกิจการเกษตร โซ่อุปทานในธุรกิจการเกษตร เศรษฐกิจของประเทศ สังคมและสิ่งแวดล้อม

2. หลักของการพัฒนาธุรกิจการเกษตรประกอบด้วย 1) หลักการสร้างการเติบโต เพื่อให้ธุรกิจขยายตัวบนพื้นฐานของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและการพัฒนาตลาดสินค้าเกษตร 2) หลักการนำเสนอคุณค่าสู่ลูกค้าหรือผู้บริโภคสินค้าเกษตรที่เหมาะสม 3) หลักการคิดเชิงออกแบบที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม และ 4) หลักการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนเพื่อให้ธุรกิจเติบโตในระยะยาว

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตอนที่ 1.1

เมื่อศึกษาตอนที่ 1.1 จบแล้วนักศึกษาสามารถ

1. ระบุความหมายของการพัฒนาธุรกิจการเกษตรได้
2. อธิบายความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจการเกษตรได้
3. อธิบายหลักการพัฒนาธุรกิจการเกษตรได้

ตอนที่ 1.1

ความหมาย ความสำคัญ และหลักการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

1.1.1 ความหมายและความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

1. ความหมายของการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

การพัฒนาธุรกิจการเกษตร (agribusiness development) หมายถึง การสร้างคุณค่าในระยะยาวเพื่อให้ธุรกิจการเกษตรได้รับโอกาสการเติบโต โดยการพัฒนาผลผลิตและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร การพัฒนาตลาดและบริการเพื่อตอบสนองต่อผู้ใช้และผู้บริโภคสินค้าเกษตร ตลอดจนการพัฒนากระบวนการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการสร้างคุณค่าเพื่อการเติบโตของธุรกิจการเกษตรอย่างต่อเนื่อง

2. ความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

2.1 ความสำคัญต่อองค์การธุรกิจการเกษตร เมื่อองค์การธุรกิจการเกษตรมีความเจริญก้าวหน้าย่อมส่งผลดีต่อผลประโยชน์และฐานะของกิจการ ธุรกิจมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มคุณค่าให้แก่องค์การในแง่ของมูลค่าทางการเงินของกิจการ และการสร้างคุณค่าในระยะยาว

2.2 ความสำคัญต่อโซ่อุปทานในธุรกิจการเกษตร การดำเนินธุรกิจการเกษตรเพื่อให้ประสบผลสำเร็จนั้นจะต้องคำนึงถึงการพัฒนาเชิงระบบเพื่อให้ได้รับโอกาสการเติบโตของธุรกิจ ทั้งผู้ที่ทำหน้าที่การผลิต ผู้แปรรูป และผู้จำหน่ายสินค้าเกษตร เพื่อที่จะสร้างความสามารถในการส่งมอบคุณค่าไปสู่ผู้ใช้และผู้บริโภคสินค้าเกษตร

2.3 ความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ การเติบโตของธุรกิจการเกษตรและระบบธุรกิจการเกษตรเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ก่อให้เกิดการพัฒนาสินค้าเกษตรให้มีคุณภาพดีและได้มาตรฐาน

2.4 ความสำคัญต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาธุรกิจการเกษตรมีจุดมุ่งหมายในการสร้างการเติบโตโดยผ่านกระบวนการสร้างคุณค่าในระยะยาว โดยมุ่งสร้างการเติบโตบนฐานของความยั่งยืน คำนึงถึงทรัพยากรที่ใช้และกระบวนการดำเนินงานที่ไม่ส่งผลทางลบต่อสิ่งแวดล้อม

1.1.2 หลักการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

1. หลักการสร้างการเติบโต

การพัฒนาธุรกิจการเกษตรเพื่อการเติบโตนั้นมีหลักในการพิจารณาใน 2 ด้าน กล่าวคือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (products) และ 2) ด้านตลาด (markets) แนวทางกลยุทธ์การเติบโตตามแนวคิดเมตริกซ์ของแอนซอฟ (Ansoff's matrix) มี 4 ประการ ดังภาพที่ 1.1

	ผลิตภัณฑ์เดิม	ผลิตภัณฑ์ใหม่
ตลาดเดิม	การเจาะตลาด	การพัฒนาผลิตภัณฑ์
ตลาดใหม่	การพัฒนาตลาด	การกระจายธุรกิจ

ภาพที่ 1.1 เมตริกซ์การเติบโตของผลิตภัณฑ์และตลาด

1.1 การเจาะตลาด (market penetration) เป็นกลยุทธ์การเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้กับลูกค้าปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดลูกค้าเดิมให้เพิ่มการซื้อหรือใช้ในปริมาณที่มากขึ้น

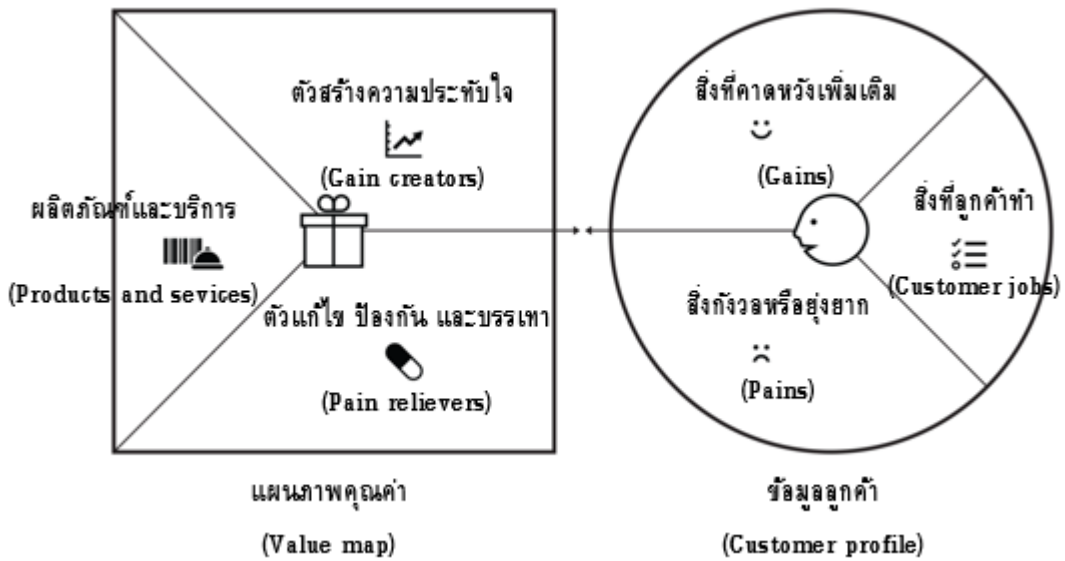
1.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (product development) เป็นการคิดค้นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองหรือเติมเต็มความต้องการของลูกค้ากลุ่มเดิมที่มีอยู่

1.3 การพัฒนาตลาด (market development) เป็นการขยายกิจการโดยการนำสินค้าที่มีอยู่เดิมไปจำหน่ายในตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ ซึ่งกิจการจะเน้นการศึกษาตลาดใหม่ๆ เพื่อทราบถึงโอกาสหรือศักยภาพของตลาดเป็นสำคัญ

1.4 การกระจายธุรกิจ (diversification) เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อจำหน่ายไปยังตลาดใหม่ ซึ่งธุรกิจที่ขยายไปยังตลาดใหม่ๆ อาจเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเดิมหรือไม่ก็ได้

2. หลักการนำเสนอคุณค่า

Alexander Osterwalder ได้นำเสนอกรอบแนวคิดเกี่ยวกับแม่แบบการนำเสนอคุณค่า หรือ Value Proposition Canvas เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างคุณค่าและการนำเสนอคุณค่านั้นไปสู่ลูกค้า เครื่องมือนี้ประกอบด้วย 2 ส่วนสำคัญ ได้แก่ 1) ข้อมูลลูกค้า (customer profile) และ 2) แผนภาพคุณค่า (value map) ดังภาพที่ 1.2



ภาพที่ 1.2 องค์ประกอบของแม่แบบการนำเสนอคุณค่า

ที่มา: ปรับปรุงจาก Osterwalder et. al. (2014, p.8-9)

3.1 ข้อมูลลูกค้า (customer profile) เกี่ยวข้องกับการอธิบายถึงส่วนตลาดหรือกลุ่มลูกค้า (customer segment) ที่เฉพาะเจาะจง ตลอดจนการระบุถึงรายละเอียดเกี่ยวกับลูกค้าใน 3 องค์ประกอบ ได้แก่

3.1.1 สิ่งที่ลูกค้าทำ (customer jobs) เพื่อระบุถึงการดำเนินชีวิตในมุมมองของลูกค้า และมีสิ่งใดบ้างที่กลุ่มลูกค้าทำ

3.1.2 สิ่งที่กังวลหรือความยุ่งยาก (pains) หรือปัญหาต่างๆ ที่ลูกค้ากำลังเผชิญอยู่ เป็นการระบุสิ่งที่ลูกค้าไม่ชอบและไม่ต้องการให้เกิดขึ้นในการใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจเป็นประสบการณ์ที่ไม่ดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาด ตลอดจนความกลัวที่อยู่ในใจของลูกค้า

3.1.3 สิ่งที่คาดหวังเพิ่มเติม (gains) เป็นการระบุถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังที่จะเป็นประโยชน์เพิ่มเติม นอกเหนือจากความต้องการพื้นฐาน หรือมีความพิเศษเหนือผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในตลาด ซึ่งการระบุถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังเป็นพิเศษ

3.2 แผนภาพคุณค่า (value map) เป็นการอธิบายถึงคุณลักษณะที่เฉพาะเจาะจงในการนำเสนอคุณค่า ซึ่งจะต้องลงรายละเอียดใน 3 องค์ประกอบ ได้แก่

3.2.1 ผลิตภัณฑ์และบริการ (products and services) ในส่วนนี้จะระบุถึงคุณค่าอะไรบ้างที่กิจการจะกำหนดลงไปในตัวผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเป็นการตอบโจทย์สิ่งที่ลูกค้าทำ (customer jobs)

3.2.2 ตัวแก้ไข ป้องกัน และบรรเทา (pain relievers) เป็นการระบุถึงสิ่งที่จะมาช่วยแก้ไขปัญหากับสิ่งที่ลูกค้ากังวลหรือความยุ่งยาก

3.3.3 ตัวสร้างแรงบันดาลใจ (gain creators) ในส่วนนี้จะระบุถึงสิ่งที่ลูกค้าประทับใจในสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นการนำเสนอสิ่งดีๆ ที่เหนือกว่าสิ่งที่เป็นคุณประโยชน์พื้นฐานของผลิตภัณฑ์ จากการพิจารณาถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังพิเศษจะทำให้ทราบว่าลูกค้าจะประทับใจผลิตภัณฑ์ของกิจการในส่วนตัว

3. หลักการคิดเชิงออกแบบ

กระบวนการคิดเชิงออกแบบได้ถูกพัฒนาโดย Hasso Plattner Institute of Design แห่งมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังภาพที่ 1.3



ภาพที่ 1.3 กระบวนการคิดเชิงออกแบบ

2.1 การทำความเข้าใจลูกค้า (empathize) เริ่มจากทำความเข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้งถึงสาเหตุของการกระทำต่างๆ ของลูกค้า ความต้องการ และคุณค่าที่ลูกค้าให้ความสำคัญ โดยการหาข้อมูล ติดตาม สังเกตเพื่อให้ทราบถึงปัญหา ความคิด ความรู้สึก และการกระทำของบุคคลต่อสภาวะแวดล้อม

2.2 การกำหนดโจทย์ความต้องการของลูกค้า (define) เป็นความพยายามระบุถึงสิ่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรมหรือข้อของลูกค้า ซึ่งได้จากการเชื่อมโยงประเด็นต่างๆ ที่ได้จากการทำความเข้าใจลูกค้า

2.3 การระดมความคิด (ideate) เป็นการระดมสมองจากคนหลายๆ กลุ่ม เพื่อหาแนวทางในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และวิธีการที่ตอบโจทย์ความต้องการหรือความรู้สึกนึกคิดของลูกค้า

2.4 การสร้างต้นแบบ (prototype) ขั้นตอนนี้เป็นการนำความคิดที่เลือกมาจากขั้นตอนที่แล้วมาพัฒนาให้อยู่ในรูปแบบที่ลูกค้าสามารถเข้าใจหรือจับต้องได้ ทำให้เห็นภาพรวมหรือผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน

2.5 การทดสอบ (test) เป็นการนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปทดสอบกับลูกค้า หรือให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้รับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบนั้น

4. หลักการพัฒนารูจอยอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์อีกประการหนึ่งของการพัฒนารูจอยการเกษตรก็คือ การสร้างคุณค่าในระยะยาว หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการเติบโตที่ยั่งยืน

4.1 องค์ประกอบของการพัฒนารูจอยการเกษตรอย่างยั่งยืน

4.1.1 ด้านเศรษฐกิจ กิจการจะพิจารณาถึงความสามารถในการทำกำไร ซึ่งการที่กิจการจะมีความสามารถในการทำกำไรได้นั้นกิจการสามารถดำเนินการได้โดยการเพิ่มผลิตภาพ (productivity)

4.1.2 ด้านสังคม การพัฒนารูจอยการเกษตรจะต้องควบคู่กับการใส่ใจดูแลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

4.1.3 ด้านสิ่งแวดล้อม กิจการจะตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

4.2 กลยุทธ์ในการพัฒนารูจอยการเกษตรอย่างยั่งยืน

4.2.1 การผลิต การนำเทคโนโลยีสะอาดหรือระบบการผลิตที่เน้นการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ มีความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของต้นทุนการผลิตและต้นทุนสิ่งแวดล้อม

4.2.2 การตลาด การใช้กลไกตลาดสามารถช่วยให้เกิดการพัฒนาย่างยั่งยืนได้ โดยความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (green products) เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภค

4.2.3 การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมแก่ผู้บริโภคได้ในรูปแบบต่างๆ

4.2.4 การสร้างความร่วมมือของภาคีธุรกิจ การดำเนินงานเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยการร่วมมือและขยายผลไปยังกิจการรายอื่นๆ

กิจกรรม 1.1

1. จงระบุความหมายของการพัฒนาธุรกิจการเกษตร
2. การพัฒนาธุรกิจการเกษตรมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศอย่างไร
3. จงระบุกลยุทธ์เพื่อการเติบโตตามแนวคิดเมตริกซ์ของแอนซอฟ (Ansoff's matrix)
4. จงอธิบายองค์ประกอบของแม่แบบการนำเสนอคุณค่า
5. จงอธิบายกระบวนการคิดเชิงออกแบบมาพอสังเขป
6. องค์ประกอบของการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน มีอะไรบ้าง จงอธิบาย

บันทึกคำตอบกิจกรรม 1.1

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 1.2

การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยการจัดการ

โปรดอ่านหัวเรื่อง แนวคิด และวัตถุประสงค์ของตอนที่ 1.2 แล้วจึงศึกษารายละเอียดต่อไป

หัวเรื่อง

- 1.2.1 การจัดการเพื่อการพัฒนาธุรกิจการเกษตร
- 1.2.2 การจัดการความรู้และการวิจัยเพื่อการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

แนวคิด

1. ในการพัฒนาธุรกิจการเกษตรผู้ประกอบการหรือผู้บริหารจะต้องมีความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการ ได้แก่ การจัดการองค์การ การจัดการตามกระบวนการและหน้าที่การดำเนินงานภายในองค์การ และการจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งหลักการจัดการจะช่วยสนับสนุนให้การดำเนินงานทั้งในด้านการผลิต การแปรรูป และการตลาด เกิดการพัฒนาได้อย่างเต็มที่

2. การจัดการความรู้ก่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเนื่องจากความรู้เดิมที่มีอยู่อาจไม่เพียงพอหรือไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นองค์การธุรกิจการเกษตรจึงจำเป็นต้องพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ โดยอาศัยกระบวนการวิจัยซึ่งต้องมีการเตรียมการ ออกแบบ ลงมือทำ และนำเสนอ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตอนที่ 1.2

- เมื่อศึกษาตอนที่ 1.2 จบแล้วนักศึกษาสามารถ
1. อธิบายหลักการจัดการเพื่อสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจการเกษตรได้
 2. อธิบายกระบวนการจัดการความรู้และขั้นตอนการวิจัยเพื่อการพัฒนาธุรกิจการเกษตรได้

ตอนที่ 1.2

การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยการจัดการ

1.2.1 การจัดการเพื่อการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

1. การจัดการองค์การ

ความรู้ความเข้าใจในการจัดการองค์การ ซึ่งเกี่ยวข้องกับ ลักษณะและพฤติกรรมองค์การ วัฒนธรรมองค์การ และภาวะผู้นำในองค์การ

1.1 ลักษณะและพฤติกรรมองค์การ องค์การแต่ละแห่งมักมีลักษณะหรือระบบระเบียบที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้ประกอบการหรือผู้บริหารสามารถเลือกที่จะทำให้องค์การของตนมีลักษณะเฉพาะและเข้าใจความสัมพันธ์ของพฤติกรรมมนุษย์กับองค์การ เพื่อการเพิ่มผลิตภาพและความพึงพอใจของบุคลากร อันจะนำมาซึ่งประสิทธิผลขององค์การโดยภาพรวม

1.2 วัฒนธรรมองค์การ แบบแผนการปฏิบัติภายในองค์การซึ่งเรียกว่าวัฒนธรรมองค์การนั้นมีบทบาทต่อประสิทธิผลขององค์การ ทำให้บุคลากรในองค์การเกิดความผูกพันและมีส่วนร่วมในองค์การ

1.3 ภาวะผู้นำในองค์การ เป็นจุดเริ่มต้นของการนำพาองค์การให้ประสบความสำเร็จ การส่งเสริมให้เกิดภาวะผู้นำขึ้นในองค์การช่วยให้บุคลากรมีความเต็มใจ กระตือรือร้น และมีแรงบันดาลใจในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ

2. การจัดการตามกระบวนการและหน้าที่การดำเนินงาน

2.1 กระบวนการจัดการ

2.1.1 การวางแผน (planning) โดยการกำหนดขอบเขตของธุรกิจ ในด้านเป้าหมายและวิธีการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น

2.1.2 การจัดองค์การ (organizing) การกำหนดโครงสร้างองค์การและหน้าที่ต่างๆ ในแต่ละส่วนงาน และจัดสรรทรัพยากรภายในองค์การเพื่อให้เหมาะสมกับแผนงาน

2.1.3 การนำ (leading) การขับเคลื่อนองค์การโดยการอำนวยความสะดวกซึ่งต้องอาศัยภาวะผู้นำและการจูงใจภายในองค์การเพื่อให้เกิดความมุ่งมั่นและทุ่มเทในการทำงานให้บรรลุผล

2.1.4 การควบคุม (controlling) การติดตามความผิดปกติที่อาจเกิดขึ้น เพื่อจะได้แก้ไขได้ทันเวลา ผลจากการควบคุมการดำเนินงานยังใช้เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการดำเนินงานในระยะต่อไป

2.2 หน้าที่การดำเนินงาน

2.2.1 การจัดการการตลาด (marketing management) เป็นหน้าที่ที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตลาด โดยการวิเคราะห์ทางการตลาดและการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดเป้าหมาย

2.2.2 การจัดการการเงินและบัญชี (financial management and accounting) มีบทบาทสำคัญต่อการบริหารทรัพยากรขององค์กร ช่วยให้กิจการทราบถึงความสามารถขององค์กรและการตัดสินใจในกลยุทธ์ทางธุรกิจ

2.2.3 การจัดการการปฏิบัติการ (operations management) เป็นหน้าที่ในการใช้วิธีการผลิตเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพและปริมาณตามที่ตลาดต้องการ โดยคำนึงถึงประสิทธิภาพด้านต้นทุนและระยะเวลา

2.2.4 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (human resource management) การดำเนินงานในการจัดหาบุคลากรให้เพียงพอต่อความต้องการในการดำเนินงานตามหน้าที่ต่างๆ การพัฒนาและจูงใจทรัพยากรมนุษย์ให้ทำงานเพื่อตอบสนองต่อภารกิจขององค์กร

3. การจัดการเชิงกลยุทธ์

3.1 การสร้างกลยุทธ์ การดำเนินการใน 2 ส่วนหลัก ได้แก่

3.1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง (factor analysis) ประกอบด้วย 1) ความต้องการขององค์กร 2) สภาพแวดล้อมภายนอก และ 3) สภาพแวดล้อมภายใน

3.1.2 การวิเคราะห์กลยุทธ์ (strategy analysis) การกำหนดทางเลือกกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจการเกษตร โดยการระบุถึงกลยุทธ์ทางเลือก (alternative strategies) ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจการเกษตรเพื่อการเติบโตตั้งแต่สองทางเลือกขึ้นไป และเลือกกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจที่เหมาะสม

3.2 กลยุทธ์การแข่งขัน

3.2.1 การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (cost leadership) เป็นความสามารถของกิจการในการออกแบบ ผลิต และทำการตลาดผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่ง ทำให้มีต้นทุนที่ต่ำ

3.2.2 การสร้างความแตกต่าง (differentiation) เป็นความสามารถของกิจการในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่งโดยมีคุณค่าที่สูงกว่า

3.2.3 การมุ่งเฉพาะเจาะจง (focus) เป็นความสามารถของกิจการในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปสู่กลุ่มผู้ซื้อเฉพาะหรือส่วนตลาดที่มีขนาดเล็กที่มีความเฉพาะ (niche markets)

3.3 กลยุทธ์ความร่วมมือ

3.3.1 การเชื่อมโยงแนวตั้ง (vertical linkage) เป็นความร่วมมือขององค์กรต่างระดับในโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมเดียวกัน

3.3.2 การเชื่อมโยงแนวนอน (horizontal linkage) เป็นความร่วมมือระหว่างองค์กรระดับเดียวกันในโซ่คุณค่าอุตสาหกรรม

1.2.2 การจัดการความรู้และการวิจัยเพื่อการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

1. การจัดการความรู้

1.1 กระบวนการจัดการความรู้

1.1.1 การได้มาซึ่งความรู้ เป็นการแสวงหาความรู้ซึ่งองค์กรจะได้รับจากแหล่งต่างๆ ทั้งจากภายนอกและภายในองค์กร แหล่งภายนอก

1.1.2 การจัดการความรู้ที่ได้มา โดยมีการบ่งชี้ความรู้ที่มี สร้างสรรค์และต่อยอดความรู้ที่มีอยู่ จำแนกและจัดเก็บเป็นข้อมูลฐานความรู้ กลั่นกรองประมวลเนื้อหาความรู้ให้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย สนับสนุนให้สมาชิกขององค์กรเข้าถึงฐานความรู้ที่ สนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยน แบ่งปัน หรือถ่ายทอดความรู้ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ทั่วทั้งองค์กร

1.1.3 การถ่ายทอดความรู้ โดยการระบุและประเมินความรู้ที่จะถ่ายทอด ตรวจสอบและบันทึกความรู้ตามกลุ่มเนื้อหาและผู้ใช้ เผยแพร่และแบ่งปันความรู้ผ่านช่องทางต่างๆ นำเนื้อหาความรู้ที่ได้รับจากการถ่ายทอดไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน

1.1.4 การจัดเก็บความรู้ โดยรวบรวมความรู้ที่ได้มาจัดเก็บในฐานความรู้เพื่อใช้อ้างอิง ทำให้ผู้สืบค้นฐานความรู้กระทำได้อย่างรวดเร็ว

1.1.5 การสร้างสรรค์ความรู้ใหม่ โดยการเข้าถึงและตีความความรู้ให้ชัดเจน นำความรู้มาปรับใช้ เรียนรู้จากการใช้ สร้างความรู้ใหม่จากความรู้เดิมและยกระดับเพื่อปรับใช้

1.1.6 การจัดการการเปลี่ยนแปลง การเตรียมการเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง มีการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในทุกระดับ สนับสนุนด้านกระบวนการและเครื่องมือในการจัดการความรู้ที่ทันสมัย ผูกอบรมเพื่อเติมเต็มความรู้ ติดตามและประเมินผล

1.2 เทคนิคการถอดบทเรียนเพื่อพัฒนาความรู้

1.2.1 การถอดบทเรียนจากการเล่าเรื่อง เป็นการเชื่อมโยงประเด็นความรู้ต่างๆที่ได้จากประสบการณ์ของผู้เล่าไปยังผู้ฟังในลักษณะการปฏิสัมพันธ์ ถ่ายทอดความรู้แบบตรงไปตรงมา

1.2.2 การถอดบทเรียนจากโครงการ เป็นการเรียนรู้จากการดำเนินโครงการตั้งแต่เริ่มต้นวางแผน ดำเนินงาน และควบคุม โดยการถอดบทเรียนจากโครงการเพื่อประยุกต์ในการดำเนินงานโครงการอื่นๆ ต่อไป

1.2.3 การถอดบทเรียนจากการปฏิบัติงาน เป็นการเรียนรู้จากความสำเร็จและความล้มเหลวจากการปฏิบัติงาน เพื่อใช้ในการสร้างมาตรฐานการปฏิบัติ และเรียนรู้เพื่อประสบความสำเร็จในการทำงานในอนาคต

2. การวิจัยเพื่อการพัฒนาธุรกิจการเกษตร

2.1 การเตรียมการ ประกอบด้วยการศึกษาปัญหาที่กิจการกำลังเผชิญอยู่และต้องการคำตอบจากการวิจัย และกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อแยกแยะประเด็นที่จะทำการวิจัย

2.2 การออกแบบการวิจัย เป็นขั้นของการค้นคว้าข้อมูลจากทฤษฎีและแนวคิด แล้วนำมาเป็นองค์ประกอบในการกำหนดรูปแบบและวิธีการวิจัยภายใต้ประเด็นปัญหาการวิจัยหรือหัวเรื่องที่กำหนด

2.2.1 วิธีวิจัย เป็นส่วนที่ต้องระบุวิธีวิจัยหรือประเภทของงานวิจัยที่จะใช้ ซึ่งในการวิจัยเรื่องหนึ่งๆ อาจใช้วิธีใดวิธีหนึ่งหรือหลายวิธีร่วมกันก็ได้

2.2.2 แหล่งข้อมูล ระบุถึงแหล่งข้อมูลที่จะใช้

2.2.3 ประชากรที่จะศึกษา กำหนดคุณลักษณะของประชากรที่จะศึกษาอย่างชัดเจน

2.2.4 ขนาดตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง ระบุขนาดตัวอย่างที่จะเกิดความน่าเชื่อถือของผลการศึกษา และระบุถึงวิธีการสุ่มตัวอย่างนั้น

2.2.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เลือกรูปแบบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เหมาะสม และเครื่องมือวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2.6 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล กำหนดวิธีการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

2.3 การลงมือทำจริง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และศึกษาตัวแปรต่างๆ ที่ต้องการศึกษา พัฒนาเครื่องมือวิจัยที่ใช้วัดตัวแปร ทดสอบเครื่องมือเพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงและแม่นยำ อาจมีการศึกษานำร่อง (pilot study) ก่อนการออกรวบรวมข้อมูลจริง เมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนแล้วจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามวิธีที่กำหนดไว้

2.4 การเสนอผลการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงรายละเอียดเกี่ยวกับประเด็นการวิจัย การออกแบบการวิจัย นำเสนอผลการวิจัย มีการตีความหมายของข้อค้นพบอย่างถูกต้องสมเหตุสมผล อภิปรายผลการวิเคราะห์ ระบุข้อจำกัดของการวิจัย ตลอดจนการสรุปผลและข้อเสนอแนะ

กิจกรรม 1.2

1. ในการสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจการเกษตร ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการในด้านใดบ้าง จงอธิบายมาพอสังเขป
2. การจัดการความรู้และการวิจัยช่วยสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจการเกษตรอย่างไร

บันทึกคำตอบกิจกรรม 1.2

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 1.3

การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรม

โปรดอ่านหัวเรื่อง แนวคิด และวัตถุประสงค์ของตอนที่ 1.3 แล้วจึงศึกษารายละเอียดต่อไป

หัวเรื่อง

- 1.3.1 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการผลิต
- 1.3.2 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการแปรรูป
- 1.3.3 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการตลาด

แนวคิด

1. การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการผลิตมีทั้งนวัตกรรมการผลิตพืช นวัตกรรมการผลิตปศุสัตว์ และนวัตกรรมการผลิตสัตว์น้ำ โดยการสร้างนวัตกรรมสามารถพิจารณาได้จากปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิต และผลผลิตทางการเกษตรในระดับฟาร์ม

2. การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการแปรรูปมีทั้ง นวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพืชซึ่งจำแนกได้ตามกลุ่มพืชและการใช้ประโยชน์ นวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปศุสัตว์เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพิ่มมูลค่า และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และนวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำเพื่อเป็นอาหารสุขภาพ และเป็นการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ

3. การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการตลาดเป็นวิถีทางการตลาดแบบใหม่ที่เน้นการออกแบบเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคาตามความต้องการของผู้ซื้อ การจัดจำหน่ายที่เน้นช่องทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และนวัตกรรมการกระจายสินค้า ตลอดจนการส่งเสริมการตลาดที่ใช้การสื่อสารออนไลน์และรูปแบบกิจกรรมการตลาดใหม่ๆ

ผลลัพธ์การเรียนรู้ตอนที่ 1.3

เมื่อศึกษาตอนที่ 1.3 จบแล้วนักศึกษาสามารถ

1. อธิบายการพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการผลิตได้
2. อธิบายการพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการแปรรูปได้
3. อธิบายการพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการตลาดได้

ตอนที่ 1.3

การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรม

1.3.1 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการผลิต

1. นวัตกรรมการผลิตพืช

1.1 นวัตกรรมปัจจัยการผลิตพืช เกี่ยวข้องกับปัจจัยการผลิตพืช มีดังนี้

1.1.1 พันธุ์พืช นวัตกรรมมุ่งไปสู่พันธุ์ที่ให้ผลผลิตสูง และมีคุณสมบัติและคุณภาพตามความต้องการของตลาด โดยการนำพันธุ์พืชที่อยู่ในธรรมชาติมาปรับปรุงด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้พืชมีการเจริญเติบโตดี แข็งแรง และให้ผลผลิตดี มีลักษณะโดดเด่นสามารถใช้ในการสร้างความแตกต่างในเชิงธุรกิจได้

1.1.2 ดิน ปุ๋ย และวัสดุปลูก เช่น นวัตกรรมการปรับปรุงแก้ไขดินให้เหมาะสม การใช้ปุ๋ยที่เหมาะสมกับพืชแต่ละชนิด และการผลิตวัสดุต่างๆ ที่ใช้ปลูกพืชโดยไม่ต้องใส่ปุ๋ย

1.1.3 โรงเรือนปลูกพืช นวัตกรรมโรงเรือนสามารถควบคุมสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมต่อการผลิตพืชได้

1.1.4 เครื่องจักรและอุปกรณ์การปลูกพืช ช่วยให้การปลูกพืชมีความสะดวกรวดเร็ว

1.2 นวัตกรรมกระบวนการผลิตพืช

1.2.1 การให้ปุ๋ย น้ำ และแสง นวัตกรรมในการจัดการด้านการให้ปุ๋ย หรือให้น้ำผสมปุ๋ยร่วมกัน สามารถใช้การวิเคราะห์ข้อมูลผ่านแอปพลิเคชัน การควบคุมการให้น้ำแบบอัตโนมัติซึ่งทำให้ประหยัดแรงงานคน การปลูกพืชในโรงเรือนที่ควบคุมการให้แสงสว่างได้ ทำให้สามารถผลิตพืชได้ตามที่ต้องการ

1.2.2 การอารักขาพืช การป้องกันและกำจัดศัตรูพืชมีประสิทธิภาพสูงขึ้น มีการวินิจฉัยศัตรูพืช และการพยากรณ์การระบาดของศัตรูพืชด้วยนวัตกรรมดิจิทัล และการใช้อากาศยานไร้คนขับในการฉีดพ่นสารเคมีทางการเกษตรแทนแรงงานคน

1.2.3 การบังคับพืช นวัตกรรมการบังคับให้พืชสามารถให้ผลผลิตตามความต้องการ สามารถมีผลออกนอกฤดู การบังคับให้ต้นพืชตั้งตรงเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีลักษณะตรงตามความต้องการของตลาด

1.2.4 ระบบการจัดการผลิตพืช เป็นนวัตกรรมกระบวนการจัดการที่ดูแลการผลิตพืชโดยองค์รวมตั้งแต่การวิเคราะห์ วางแผน ดำเนินงาน และควบคุม มีความแม่นยำสูง

1.3 นวัตกรรมผลิตผลพืช

1.3.1 การเก็บรักษาผลิตผลพืช นวัตกรรมการจัดการผลิตผลพืชให้สามารถเก็บได้นานขึ้น โดยการลดอุณหภูมิซึ่งจะช่วยรักษาความสดของผลิตผล และเชื่อมโยงสู่การขนส่งด้วยระบบโซ่ความเย็น (cool chain) คลังสินค้าหรือศูนย์กระจายสินค้าที่ใช้วิธีเก็บรักษาด้วยความเย็น

1.3.2 การบรรจุผลผลิตพืช นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์ช่วยลดอุปสรรคอันเกิดจากลักษณะของสินค้าพืช เช่น ป้องกันไม่ให้เกิดการเหี่ยวหรือการเน่าเสียเร็ว และการเกิดกลิ่นที่ไม่ต้องการ ชะลอการหายใจและการสุกของผลผลิตพืช

2. นวัตกรรมการผลิตปศุสัตว์

2.1 นวัตกรรมปัจจัยการผลิตสัตว์

2.1.1 พันธุ์สัตว์ นวัตกรรมในการคัดเลือกสายพันธุ์ที่ให้ผลผลิตที่ดี ได้ลูกสัตว์ที่แข็งแรง โตไว และเนื้อมีรสชาติดี

2.1.2 อาหารสัตว์ นวัตกรรมในการจัดการคุณภาพของอาหารสัตว์ให้มีโภชนาการครบถ้วนเหมาะสมต่อสัตว์แต่ละชนิดและแต่ละระยะของการเลี้ยง ช่วยให้สัตว์สามารถให้ผลผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนในการผลิตต่อหน่วยต่ำ

2.1.3 โรงเรือนสัตว์และอุปกรณ์การเลี้ยงสัตว์ นวัตกรรมที่ช่วยให้การผลิตสัตว์มีความสะดวกสบายในด้านการจัดการและการสุขาภิบาลสัตว์ ประหยัดแรงงาน ช่วยให้สัตว์มีความเป็นอยู่ที่สบายจึงสามารถเลี้ยงได้หนาแน่นมากยิ่งขึ้น

2.2 นวัตกรรมกระบวนการผลิตสัตว์ นวัตกรรมการให้อาหารสัตว์ การดูแลสุขภาพสัตว์ และการบันทึกข้อมูลการเลี้ยงสัตว์ และระบบการจัดการการผลิตสัตว์โดยองค์รวม ระบบการจดบันทึกข้อมูลฟาร์มด้วยคอมพิวเตอร์ การจัดการของเสียในฟาร์ม กระบวนการผลิตที่สอดคล้องกับระบบมาตรฐานการปฏิบัติที่เป็นสากลและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

2.3 นวัตกรรมผลิตผลจากปศุสัตว์ นวัตกรรมในการจัดการผลิตผลจากปศุสัตว์ ได้แก่ เนื้อสัตว์ นํ้านม และไข่ มีคุณภาพดีเป็นที่ต้องการของตลาดแล้ว

3. นวัตกรรมการผลิตสัตว์น้ำ

3.1 นวัตกรรมปัจจัยการผลิตสัตว์น้ำ

3.1.1 พันธุ์สัตว์น้ำ นวัตกรรมที่ช่วยให้ผลผลิตสัตว์น้ำเพิ่มสูงขึ้นซึ่งเป็นแหล่งโปรตีนที่สำคัญสำหรับผู้บริโภค การปรับปรุงพันธุ์ การคัดเลือกสายพันธุ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการผสมพันธุ์สัตว์น้ำ ตลอดจนการวิเคราะห์ข้อมูลด้านพันธุกรรม

3.1.2 อาหารสัตว์น้ำ นวัตกรรมในการใช้วัตถุดิบจากทรัพยากรทางทะเลที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม การใช้เอ็นไซม์หรือจุลินทรีย์ช่วยย่อย การใช้กรดอะมิโนสังเคราะห์ที่มาจากแหล่งโปรตีนอื่น และการใช้สาหร่ายบางชนิดที่สามารถสร้างกรดไขมันเพื่อทดแทนน้ำมันปลา

3.1.3 บ่อเพาะเลี้ยง นวัตกรรมในด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ในการปรับสภาพแวดล้อมที่ดีและเหมาะสมต่อสัตว์น้ำ ช่วยให้สัตว์น้ำแข็งแรงและเจริญเติบโตได้ดี มีระบบควบคุมเครื่องเติมอากาศสำหรับการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ โดยมีการตรวจวัดปริมาณออกซิเจนที่ละลายในน้ำ

3.2 นวัตกรรมกระบวนการผลิตสัตว์น้ำ นวัตกรรมกระบวนการในการจัดการฟาร์มเพาะเลี้ยงสัตว์ที่เพื่อรักษาคุณภาพน้ำที่เหมาะสมกับชนิดสัตว์น้ำ มีสภาพนิเวศแวดล้อมที่ถูกต้องตามพฤติกรรมของสัตว์น้ำแต่ละชนิด และมีอาหารที่มีคุณค่าตรงกับความต้องการของสัตว์น้ำในแต่ละช่วงระบบน้ำเวียนเพื่อคงสภาพทางกายภาพและทางเคมีของน้ำทะเลให้มีความสมดุลอยู่เสมอ

3.3 นวัตกรรมผลิตผลสัตว์น้ำ นวัตกรรมในการพัฒนาผลิตผลสัตว์น้ำตามความต้องการของผู้บริโภค ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตผลสัตว์น้ำ

1.3.2 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการแปรรูป

1. นวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพืช

1.1 นวัตกรรมการแปรรูปแบ่งตามกลุ่มพืช

1.1.1 ผลิตภัณฑ์จากผักและผลไม้ นวัตกรรมที่นำผลิตผลผักและผลไม้มาแปรรูป การนำสารสกัดจากผักและผลไม้ นำมาเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์ต่างๆ

1.1.2 ผลิตภัณฑ์จากไม้ดอกและไม้ประดับ นวัตกรรมที่นำผลิตผลไม้ดอกและไม้ประดับมาแปรรูปเพื่อเพิ่มความสวยงามและแปลกใหม่ และการสกัดน้ำมันหอมระเหยจากดอกไม้

1.1.3 ผลิตภัณฑ์จากพืชไร่อุตสาหกรรม นวัตกรรมที่นำผลิตผลพืชไร่อุตสาหกรรมมักนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยเฉพาะอ้อย กาแฟ ยางพารา นวัตกรรมแปรรูปส่วนที่เหลือจากการแปรรูปพืชไร่อุตสาหกรรมยังใช้ประโยชน์เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่มอื่นๆ และเป็นการรักษาสิ่งแวดล้อมด้วย

1.1.4 ผลิตภัณฑ์จากธัญพืชและพืชอาหารสัตว์ นวัตกรรมในการแปรรูปผลิตผลในกลุ่มนี้ที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว สามารถนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างหลากหลาย ทำเป็นผลิตภัณฑ์พร้อมรับประทาน (ready-to-eat products) การสกัดน้ำมันจากรำข้าว และทำเป็นเครื่องสำอาง

1.1.5 ผลิตภัณฑ์จากพืชสมุนไพร นวัตกรรมการแปรรูปเป็นยาสมุนไพรทั้งเป็นยาใช้ภายนอกและภายใน ทำเป็นอาหารเสริม และผลิตภัณฑ์เสริมความงาม

1.2 นวัตกรรมการแปรรูปแบ่งตามการใช้ประโยชน์

1.2.1 ผลิตภัณฑ์อาหารและอาหารเสริมสุขภาพ นวัตกรรมแปรรูปจากพืชสามารถนำมาใช้บริโภคเป็นอาหารในชีวิตประจำวันแล้วยังจัดว่าเป็นอาหารที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพด้วย

1.2.2 ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์จากพืชยังสามารถนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ได้หลากหลายชนิด เช่น อาหารสำหรับผู้ป่วยที่เป็นเบาหวาน และวัสดุเย็บแผลย่อยสลายได้ที่ผลิตจากแป้งข้าว ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยการดูดซึมตัวยาและเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษา

1.2.3 ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและเครื่องหอม ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มนี้ได้แก่ แป้งฝุ่น แป้งพับ ลิปสติก ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากข้าว เจลป้องกันรังสียูวี และครีมต่อต้านอนุมูลอิสระ

1.2.4 ผลิตภัณฑ์จากวัสดุชีวภาพ นวัตกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ เครื่องประดับได้ วัสดุชีวภาพที่กลับมาใช้เป็นวัสดุปลูกพืช

1.2.5 ผลิตภัณฑ์ที่ให้พลังงานทดแทนและชีวมวล เป็นการนำของเหลือจากอุตสาหกรรมการแปรรูปพืชมาใช้ประโยชน์ โดยแปรรูปเป็นพลังงานทดแทนและชีวมวล

2. นวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปศุสัตว์

2.1 ผลิตภัณฑ์เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา นวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปศุสัตว์จะช่วยยืดอายุการเก็บรักษาได้นานยิ่งขึ้น และมีความปลอดภัยต่อการบริโภค

2.2 ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค นวัตกรรมที่ช่วยความสะดวกสบายในการบริโภคผลิตภัณฑ์จากสัตว์ อาหารพร้อมรับประทาน ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์บรรจุในบรรจุภัณฑ์ปิดสนิทพร้อมรับประทาน

2.3 ผลิตภัณฑ์มูลค่าเพิ่ม นวัตกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสัตว์มูลค่าเพิ่ม ให้คุณประโยชน์เพิ่มเติม และช่วยแก้ปัญหาให้กับผู้บริโภค ซึ่งสามารถจำหน่ายในมูลค่าที่เพิ่มขึ้น

2.4 ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์จากสัตว์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

3. นวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำ

3.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำเพื่อสุขภาพ หรือเรียกว่า อาหารฟังก์ชัน (functional foods) เป็นอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ ช่วยป้องกันโรคหรืออาการเจ็บป่วย บางอย่างสามารถช่วยชะลอวัย ฟื้นฟูสภาพร่างกาย เช่น การใช้ประโยชน์แปปไทด์จากก้าง กระดูก เนื้อ และหนังปลา การใช้ประโยชน์จากกรดไขมันไม่อิ่มตัว เป็นต้น

3.2 นวัตกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ เป็นนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการแปรรูปสัตว์น้ำ ซึ่งทำให้เกิดการแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากกว่าการใช้เทคนิควิธีการแปรรูปแบบดั้งเดิม

1.3.3 การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการตลาด

1. นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์

1.1 การพัฒนาตัวสินค้าเกษตร การคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปให้มีคุณประโยชน์เพิ่มขึ้นกล่าวได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนานวัตกรรมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ เพราะผลิตภัณฑ์ที่ได้จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้เพิ่มมากขึ้น

1.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตร เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ทางการตลาดที่ช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ที่คำนึงถึงลักษณะของสินค้าเกษตร มีรูปแบบที่สวยงามและเหมาะสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

2. นวัตกรรมด้านราคา

2.1 การประมูลอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการกำหนดราคาตามความต้องการของผู้ซื้อ โดยผู้ขายสามารถเลือกที่จะกำหนดราคาขั้นต่ำหรือไม่ก็ได้ ทำให้เกิดความพึงพอใจของทั้งสองฝ่าย การประมูลอิเล็กทรอนิกส์เป็นนวัตกรรมที่สร้างโอกาสในการพบกับลูกค้าจำนวนมากและสะดวกรวดเร็ว

2.2 นวัตกรรมการตั้งราคา เป็นเทคนิคการกำหนดราคารูปแบบใหม่ที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ซื้อและมีความแตกต่างจากคู่แข่ง เช่น การกำหนดราคาแบบจ่ายตามอำเภอใจ (pay-as-you-wish) การกำหนดราคาแบบพลวัต (dynamic pricing) เป็นการกำหนดราคาขึ้นๆ ลงๆ ตามปริมาณสต็อกสินค้าที่มีอยู่ และการจ่ายให้คนถัดไป (pay it forward) ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สนใจของผู้บริโภค

3. นวัตกรรมด้านการจัดจำหน่าย

3.1 นวัตกรรมช่องทางการตลาด ได้แก่ พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) ซึ่งเป็นรูปแบบการซื้อขายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต การเข้าถึงลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การนำแอปพลิเคชันมาใช้เป็นช่องทางในการซื้อขาย ช่วยเพิ่มความสะดวกรวดสบายและประหยัดค่าใช้จ่าย

3.2 นวัตกรรมการกระจายสินค้า เป็นนวัตกรรมการจัดการคลังสินค้าอัจฉริยะ (smart warehouse) และการระบุและติดตามสินค้าทำให้กระบวนการควบคุมการส่งมอบสินค้าไปสู่ลูกค้าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

4. นวัตกรรมด้านการส่งเสริมการตลาด

4.1 การสื่อสารการตลาดออนไลน์ การเข้าถึงลูกค้าที่มีประสิทธิภาพทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งช่วยให้สามารถทำกิจกรรมทางการตลาดไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น

4.2 นวัตกรรมกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด นวัตกรรมในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดรูปแบบใหม่ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นการสร้างและนำเสนอเนื้อหาที่เป็นประโยชน์เพื่อสร้างความสนใจให้กับผู้บริโภค (content marketing) การให้ข้อมูลในรูปแบบไฟล์ภาพและเสียง เป็นต้น

กิจกรรม 1.3

1. นวัตกรรมปัจจัยการผลิตช่วยในการพัฒนาธุรกิจการเกษตรได้อย่างไร
2. นวัตกรรมกระบวนการผลิตช่วยในการพัฒนาธุรกิจการเกษตรได้อย่างไร
3. นวัตกรรมผลิตผลช่วยในการพัฒนาธุรกิจการเกษตรได้อย่างไร
4. นวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพืชช่วยในการพัฒนาธุรกิจการเกษตรอย่างไร
5. นวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปศุสัตว์ช่วยในการพัฒนาธุรกิจการเกษตรได้อย่างไร
6. นวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำช่วยในการพัฒนาธุรกิจการเกษตรได้อย่างไร

7. นวัตกรรมการตลาดช่วยในการพัฒนาธุรกิจการเกษตรอย่างไร

บันทึกคำตอบกิจกรรม 1.3

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

แนวตอบกิจกรรมหน่วยที่ 1

แนวตอบกิจกรรมที่ 1.1

1. การพัฒนาธุรกิจการเกษตร หมายถึง การสร้างคุณค่าในระยะยาวเพื่อให้ธุรกิจการเกษตรได้รับโอกาสการเติบโต โดยการพัฒนาผลิตผลและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร การพัฒนาการตลาดและบริการเพื่อตอบสนองต่อผู้ใช้และผู้บริโภคสินค้าเกษตร ตลอดจนการพัฒนากระบวนการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการสร้างคุณค่าเพื่อการเติบโตของธุรกิจการเกษตรอย่างต่อเนื่อง
2. การพัฒนาธุรกิจการเกษตรทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเกษตรโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และยังมีมุมมองในเรื่องการพัฒนาตลาดซึ่งจะช่วยให้สินค้าเกษตรสามารถขยายไปสู่ตลาดใหม่ๆ ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจการเกษตรมีการขยายตัวและสนับสนุนให้เศรษฐกิจของประเทศการเติบโตเพิ่มขึ้น
3. กลยุทธ์เพื่อการเติบโตตามแนวคิดเมตริกซ์ของแอนซอฟ (Ansoff's matrix) มี 4 ประการ ได้แก่ 1) กลยุทธ์การเจาะตลาด 2) กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3) กลยุทธ์การพัฒนาตลาด และ 4) กลยุทธ์การกระจายธุรกิจ
4. แม่แบบการนำเสนอคุณค่า มี 2 องค์ประกอบหลัก ที่กิจการต้องอธิบายในรายละเอียด ได้แก่
 - 1) ข้อมูลลูกค้า กิจการต้องระบุถึงสิ่งที่ลูกค้าทำ (Customer jobs) เช่น การดำเนินชีวิตประจำวัน การทำงาน ความรู้สึก หรือการอยู่ในสังคม เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องระบุรายละเอียดเกี่ยวกับปัญหาของลูกค้า (Pains) เช่น ความกังวลใจ หรือความยุ่งยากที่ลูกค้ากำลังเผชิญ ตลอดจนความคาดหวังพิเศษของลูกค้า (Gains) หรือสิ่งที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจ
 - 2) แผนภาพคุณค่า เป็นการอธิบายถึงผลิตภัณฑ์และบริการของกิจการที่ตอบสนองต่อสิ่งที่ลูกค้าทำ และยังต้องระบุถึงสิ่งที่จะช่วยแก้ไข ป้องกัน หรือบรรเทาข้อกังวลใจหรือความยุ่งยากของลูกค้า ตลอดจนสิ่งที่จะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการที่กิจการจะนำเสนอต่อไป
5. กระบวนการคิดเชิงออกแบบมี 5 ขั้นตอน โดยเริ่มจาก
 - 1) ทำความเข้าใจลูกค้าอย่างลึกซึ้งด้วยการหาข้อมูล ติดตาม สังเกตถึงปัญหา ความคิด ความรู้สึกของลูกค้า

2) กำหนดโจทย์ความต้องการของลูกค้า เมื่อเข้าใจลูกค้าอย่างดีแล้วจึงนำความเข้าใจนั้นมาเรียบเรียงให้เห็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างชัดเจนและตรงประเด็น

3) ระดมความคิดเห็นจากคนหลายๆ กลุ่ม โดยใช้โจทย์ความต้องการของลูกค้าเป็นจุดตั้งต้นเพื่อค้นหาความคิดสร้างสรรค์ที่ตอบโจทย์ความต้องการนั้นได้

4) สร้างต้นแบบ หลังจากที่ได้กลั่นกรองความคิดสร้างสรรค์มาเป็นอย่างดีแล้ว จึงสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจหรือจับต้องได้ และ

5) นำต้นแบบไปทดสอบกับลูกค้าโดยการให้ทดลองใช้และบันทึกผลตอบสนองจากลูกค้าเพื่อนำข้อมูลนั้นไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ดียิ่งขึ้น

6. องค์ประกอบของการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน มี 3 ประการ ได้แก่

1) ด้านเศรษฐกิจ กิจกรรมจะพิจารณาถึงความสามารถในการทำกำไรของกิจการ โดยการเพิ่มผลิตภาพ และเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการ

2) ด้านสังคม กิจกรรมจะพิจารณาถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการคำนึงถึงสุขอนามัยและความปลอดภัยของพนักงาน เกษตรกร ตลอดจนผู้บริโภค

3) ด้านสิ่งแวดล้อม กิจกรรมจะพิจารณาถึงการผลิตส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ตลอดจนการผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

แนวตอบกิจกรรมที่ 1.2

1. ในการสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจการเกษตรผู้ประกอบการหรือผู้บริหารควรมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการใน 3 ด้าน ได้แก่

1) การจัดการองค์การ ความเข้าใจพื้นฐานสำคัญของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารคือ การพิจารณาถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ภายในองค์การ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจการเกษตรปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถบรรลุเป้าหมายขององค์การได้ การจัดการองค์การเกี่ยวข้องกับ การพิจารณาถึงลักษณะและพฤติกรรมองค์การ วัฒนธรรมองค์การ และภาวะผู้นำในองค์การ

2) การจัดการตามกระบวนการและหน้าที่การดำเนินงาน การจัดการธุรกิจการเกษตรที่ดีจะดำเนินอย่างเป็นระบบที่เรียกว่า กระบวนการจัดการ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การชี้แนะ และการควบคุม ในกระบวนการจัดการยังต้องอาศัยการดำเนินงานจากส่วนต่างๆ ภายในองค์การ หรือหน้าที่การดำเนินงานต่างๆ ได้แก่ การตลาด การผลิต การเงิน และทรัพยากรมนุษย์

3) การจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายขององค์การ การตรวจสอบสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจ และการกำหนดวิธีการดำเนินงานที่สามารถนำพาองค์การไปสู่เป้าหมายที่กำหนดได้

2. การจัดการความรู้และการวิจัยก่อให้เกิดการสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ หรือนวัตกรรมในการพัฒนาธุรกิจการเกษตร ทำให้ได้คำตอบในการแก้ปัญหาทางธุรกิจ และทำให้การพัฒนาธุรกิจการเกษตรเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

แนวตอบกิจกรรมที่ 1.3

1. นวัตกรรมปัจจัยการผลิตจะช่วยให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ ปริมาณ และความสม่ำเสมอตามความต้องการของตลาด ได้แก่ 1) พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ที่เป็นพันธุ์ที่ได้รับการพัฒนาให้มีผลผลิตสูง มีคุณสมบัติ เช่น สี กลิ่น และรสชาติที่เป็นที่ต้องการตลาด 2) ดิน ปุ๋ย และอาหารสัตว์ เป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญที่ทำให้พืชและสัตว์มีอัตราการเจริญเติบโตดี ทำให้เกิดการใช้ต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ 3) โรงเรือนและอุปกรณ์ในการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งช่วยให้การผลิตทางการเกษตรมีความสะดวกสบายและมีประสิทธิภาพ ช่วยส่งเสริมหรือควบคุมให้มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมแก่การเติบโตของพืชและสัตว์
2. นวัตกรรมกระบวนการผลิต เป็นนวัตกรรมในการจัดการการผลิต เช่น ระบบการให้น้ำและปุ๋ย การรักษาพืช การให้อาหารสัตว์ ดูแลสัตว์และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับสัตว์แต่ละชนิด นวัตกรรมกระบวนการผลิตช่วยให้การดำเนินงานตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุมการผลิตเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
3. นวัตกรรมผลผลิต ช่วยให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพ และมีความแตกต่างจากการผลิตโดยทั่วไป ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตรและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง
4. นวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากพืชช่วยให้ธุรกิจการเกษตรสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์จากพืชให้หลากหลาย เป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลผลิตพืชที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ได้แก่ การแปรรูปผลผลิตพืชเป็นอาหารอาหารและอาหารเสริมสุขภาพ ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและเครื่องหอม ผลิตภัณฑ์จากวัสดุชีวภาพ และผลิตภัณฑ์ให้พลังงานและชีวมวล
5. นวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปศุสัตว์ช่วยให้ธุรกิจการเกษตรสามารถยืดอายุการเก็บรักษาผลผลิตจากปศุสัตว์ ได้แก่ เนื้อ นม และไข่ ได้ อีกทั้งยังสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพิ่มมูลค่าให้แก่ผลผลิตปศุสัตว์ และยังเป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมด้วย
6. นวัตกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำช่วยให้ธุรกิจการเกษตรสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีมูลค่าสูงได้ เช่น การพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพ อาทิ สารต้านอนุมูลอิสระจากเนื้อปลา คอลลาเจนจากหนังปลา และน้ำมันชนิดไม่อิ่มตัวซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภค นอกจากนี้นวัตกรรมยังช่วยให้เกิดการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ เช่น การใช้ความดันในการกระบวนการแช่เย็น และแช่เยือกแข็ง ช่วยคงคุณภาพและยืดอายุการเก็บผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำได้เป็นอย่างดี
7. นวัตกรรมการตลาดช่วยในธุรกิจการเกษตรสามารถใช้กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ได้แก่
 - 1) ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคสินค้าเกษตร
 - 2) ช่วยในการกำหนดราคาที่ตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคและแตกต่างจากคู่แข่ง
 - 3) ช่วยให้การจำหน่ายสินค้าไปสู่ตลาดเป้าหมายมีความสะดวกและเกิดประสิทธิภาพในการส่งมอบสินค้า

4) ช่วยให้การสื่อสารการตลาดไปสู่ตลาดเป้าหมายได้โดยตรงและเกิดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดรูปแบบใหม่ๆ

แบบประเมินผลตนเองหลังเรียนหน่วยที่ 1

วัตถุประสงค์ เพื่อประเมินความก้าวหน้าในการเรียนรู้ของนักศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง “แนวคิดการพัฒนาธุรกิจ การเกษตร”

คำแนะนำ ขอให้นักศึกษาอ่านคำถามแล้วเขียนวงกลมล้อมรอบข้อคำตอบที่ถูกต้องที่สุด

1. การพัฒนาธุรกิจการเกษตรเป็นการสร้างคุณค่าในระยะยาวและการสร้างการเติบโตด้วยวิธีการใด
 - ก. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการกำหนดราคาสูงสุด
 - ข. การพัฒนาตลาด และการกำหนดราคาสูงสุด
 - ค. การกำหนดราคาสูงสุดเพื่อกำไรสูงสุด
 - ง. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาตลาด
 - จ. การกำหนดราคา และกำไรที่เหมาะสม
2. เหตุใดการพัฒนาธุรกิจการเกษตรจึงมีความสำคัญต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
 - ก. เพราะกิจการมีกำไรเพิ่มขึ้น
 - ข. เพราะเกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและการขยายตลาด
 - ค. เพราะเกิดการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่
 - ง. เพราะเกิดการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม
 - จ. เพราะกิจการมุ่งสร้างการเติบโตในระยะยาว
3. ข้อใดเป็นการสร้างการเติบโตโดยการพัฒนาตลาด
 - ก. การส่งออกผลิตภัณฑ์นมไปยังประเทศเพื่อนบ้าน
 - ข. การส่งเสริมให้ผู้บริโภคเพิ่มความถี่ในการดื่มนม

- ค. การพัฒนาผลิตภัณฑ์นมโดยการเสริมคุณค่าอาหาร
 - ง. การผลิตเครื่องดื่มผักผลไม้ นอกเหนือจากนมพร้อมดื่ม
 - จ. ถูกทุกข้อ
4. ในกระบวนการคิดเชิงออกแบบ หลังจากขั้นการระดมความคิดแล้ว จะดำเนินขั้นตอนอะไรต่อไป
- ก. ทำความเข้าใจลูกค้า
 - ข. กำหนดโจทย์
 - ค. สร้างต้นแบบ
 - ง. ทดสอบ
 - จ. ระดมทุน
5. ข้อใดเป็นเป็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหน้าที่การดำเนินงานที่ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารควรมี
- ก. พฤติกรรมองค์กรและภาวะผู้นำในองค์กร
 - ข. กระบวนการจัดการธุรกิจ
 - ค. การวางแผนและควบคุมการดำเนินงาน
 - ง. การจัดการทรัพยากรมนุษย์
 - จ. การสร้างกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันและความร่วมมือ
6. เหตุใดในการพัฒนาธุรกิจการเกษตรจึงต้องอาศัยการจัดการความรู้
- ก. เพื่อเก็บจัดการความรู้ที่มีอยู่เดิมให้เป็นระบบ
 - ข. เพื่อสร้างความสามารถทางวิชาการแก่บุคลากร
 - ค. เพื่อให้บุคลากรรู้จักการคิดวิเคราะห์
 - ง. เพื่อให้ทราบคำตอบในการแก้ปัญหาการพัฒนาธุรกิจ
 - จ. เพื่อให้การจัดการธุรกิจมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
7. การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการผลิตสามารถพิจารณาได้จากปัจจัยการผลิต ผลผลิต และข้อใดอีก
- ก. พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์
 - ข. เครื่องมือ เครื่องจักร
 - ค. กระบวนการผลิต
 - ง. การเก็บรักษาและขนส่ง
 - จ. การแปรรูป
8. ข้อใดจัดเป็นนวัตกรรมกระบวนการผลิตสัตว์
- ก. การปรับปรุงพันธุ์สัตว์ให้ได้ผลผลิตสูง
 - ข. การพัฒนาอาหารสัตว์คุณภาพสูง

- ค. การคิดค้นอุปกรณ์การเลี้ยงแบบอัตโนมัติ
 - ง. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลผลิตเนื้อสัตว์ที่ช่วยยืดอายุการเก็บ
 - จ. การคิดค้นระบบการบันทึกข้อมูลการเลี้ยงสัตว์โดยใช้แอปพลิเคชัน
9. ข้อใดจัดไม่ใช่การพัฒนาธุรกิจการเกษตรด้วยนวัตกรรมการแปรรูป
- ก. การเก็บเกี่ยวผลผลิตด้วยเครื่องจักรที่ทันสมัย
 - ข. การหมักผลิตภัณฑ์นมด้วยจุลินทรีย์
 - ค. การแช่แข็งเนื้อสัตว์เพื่อยืดอายุการเก็บรักษา
 - ง. การสกัดคอลลาเจนจากหนังปลา
 - จ. ถูกทุกข้อ
10. การพัฒนาคลังสินค้าเกษตรอัจฉริยะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งมอบสินค้า เป็นนวัตกรรมการตลาดในด้านใด
- ก. ผลิตภัณฑ์
 - ข. ราคา
 - ค. การจัดจำหน่าย
 - ง. การส่งเสริมการตลาด
 - จ. การส่งเสริมการขาย

เฉลยแบบประเมินผลตนเองหน่วยที่ 1

ก่อนเรียน	หลังเรียน
1. ง.	1. ง.
2. ข.	2. จ.
3. ข.	3. ก.
4. ข.	4. ค.
5. ก.	5. ง.
6. ง.	6. จ.
7. ค.	7. ค.
8. จ.	8. จ.
9. ค.	9. ก.
10. ก.	10. ค.

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. *คู่มือการพัฒนามูลค่าเพิ่ม (Value Cleation Handbook)* สืบค้นจาก <http://www.dbd.go.th/main.php?filename=index#click>
- พงศวิภา หล่อสมบูรณ์ และสุปราณี จงดีไพศาล (2547). การพัฒนาธุรกิจกับการจัดการสิ่งแวดล้อม *ประชาคมวิจัย* ฉบับที่ 58 สืบค้นจาก <https://www.trf.or.th/research-digest/960-2013-12-07-02-17-08>
- พรชนก ทองลาด ไพฑูรย์ อินตะชนัน และบัณฑิต บุชบา (2559). แนวทางการพัฒนาธุรกิจให้มีความยั่งยืน ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดลำปาง ลำพูน และเชียงใหม่. *วารสารสมาคมนักวิจัย* ปีที่ 21 ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2559 หน้า 74 – 87.
- Ansoff, I. (1965). *Corporate Strategy*. New York: McGraw-Hill.
- Davis Charles H. and Sun Elaine (2006). Business Development Capabilities in Information Technology SMEs in a Regional Economy: An Exploratory Study. *Journal of Technology Transfer*, vol. 31, n.1, pp. 145-161.
- Hasso Plattner Institute of Design at Stanford. (2010). *An Introduction to Design Thinking Process Guide*. California: Stanford University.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A. and Papadakos, T. (2014). *Value Proposition Design*. New Jersey: Wiley.
- Pollack, Scott (2012). *What, Exactly, Is Business Development?* Entrepreneurs. Forbes. March 21st, 2012. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/scottpollack/2012/03/21/what-exactly-is-business-development/#51b0e1137fdb>
- Sørensen, Hans E. (2012). *Business Development: A Market-Oriented Perspective*. John Wiley & Sons, Ltd.

