

ความพร้อมและความต้องการในการพัฒนาทักษะของเกษตรกรในการปรับตัวสู่นโยบายประเทศไทย 4.0

อนุพงศ์ อวิรุทธา^{1*} ศุภลักษณ์ ไชยสิทธิ์² รังสีจันทร์ สุวรรณสทิศกร³ มณฑล ทองพั่ง⁴ จำปี เพชรชุม⁵
วรกัญญา สิริพิเดช⁶ ชลธิดา รักฤทธิ์⁷ วิรัตน์ ใจสา⁸

บทคัดย่อ

เพื่อนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรให้มีความเข้มแข็ง ปรับตัวได้สามารถแข่งขันได้ภายใต้สภาพการแข่งขันที่รุนแรง การบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศกับเทคโนโลยีดิจิทัลมีส่วนช่วยส่งเสริมการคิดค้นและพัฒนานวัตกรรม เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรทั้งห่วงโซ่ เพื่อขับเคลื่อนการผลิตสินค้าเกษตรให้มีศักยภาพ ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความพร้อมของเกษตรกรในการเข้าสู่ประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาความต้องการของเกษตรกรในการพัฒนาทักษะเพื่อการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 และ 3) เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการสร้างแนวทางการพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนการทำธุรกรรมทางดิจิทัลของประเทศต่อไป และเพื่อทราบถึงทักษะที่จำเป็นต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการในการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 การศึกษาในครั้งนี้เก็บข้อมูลจากเกษตรกรใน 5 จังหวัด จำนวน 160 คน ด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เกษตรกรจำนวน 30 คน พบว่า ความพร้อมในการปรับตัวเข้าสู่การเป็นเกษตรกรยุคดิจิทัล (Smart Farmer) อยู่ในระดับมาก ยกเว้นในด้านความพร้อมด้านข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่อยู่ในระดับปานกลาง และเกษตรกรต้องการให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องช่วยเหลือในความคิดเชิงระบบ ความคิดเชิงออกแบบ และ ความรู้และความเข้าใจในด้านสารสนเทศ

คำสำคัญ : เกษตรกรยุคดิจิทัล ประเทศไทย 4.0 เศรษฐกิจดิจิทัล

¹ หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

² คณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

³ หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

⁴ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

⁵ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจดิจิทัล คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

⁶ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

⁷ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

⁸ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

*ผู้นิพนธ์หลัก

THE READINESS AND THE NEEDINESS TO ENHANCE THE THAI FARMERS' SKILLS FOR THE THAILAND 4.0 POLICY

Anupong Avirutha^{1*} Supalux Chaiyasi² Rangsrichan Suwansatiskorn³ Monton Tongpanung⁴
Jumpee Petchum⁵ Worakanya Siripide⁶ Cholthida Rakyut⁷ Virat Jhaisa⁸

Abstract

In order to improve the agricultural industry, be able to compete under strong competitive environment, the integration of digital technology is a crucial for new invention and innovation. Therefore, the objectives of the study are 1) to study the level of the readiness of the Thai farmers for Thailand 4.0 policy; 2) to study the neediness of the skill training of the Thai farmers for Thailand 4.0; and 3) to provide the information for those departments or organizations are involving the Thailand 4.0 policy to manage their supports. The samples of this study consists 160 sampling, conducting by survey, additionally with in-depth interview for 30 sampling. The results show that the overall readiness of the Thai farmers is a high level. Except, the readiness of the information for decision making, which is at the neutral level. The Thai farmers mostly need the skills, regarding the system thinking skill, design thinking skill, and information literacy skill.

Keywords : Smart Farmer, Thailand 4.0, Digital Economy

¹ Head of Digital Business Management Department, Faculty of Business Administration, Sripatum University

² Assistant Dean for Student Affairs

³ Head of Aviation Business Management Department, Faculty of Business Administration, Sripatum University

⁴ Lecturer, Digital Business Management Department, Faculty of Business Administration, Sripatum University

⁵ Lecturer, Marketing Department, Faculty of Business Administration, Sripatum University

⁶ Lecturer, Digital Business Management Department, Faculty of Business Administration, Sripatum University

⁷ Lecturer, Management Department, Faculty of Business Administration, Sripatum University

⁸ Lecturer, Management Department, Faculty of Business Administration, Sripatum University

*Corresponding author,

บทนำ

อุตสาหกรรมเกษตรเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าทางเกษตร โดยอาศัยเทคโนโลยีและกระบวนการทางอุตสาหกรรม เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีมูลค่าสูงขึ้น สามารถแบ่งประเภทออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) อุตสาหกรรมเกษตร (Food Industry) 2) อุตสาหกรรมเกษตรกึ่งอาหาร (Semi Food Industry) ซึ่งอุตสาหกรรมเกษตรมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากอุตสาหกรรมเกษตรทำให้เกิดความเชื่อมโยงการผลิตระหว่างภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม (รุ่งนภา พงศ์สวัสดิ์มานิต, 2552) และด้วยสถานการณ์ทางด้านเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงและผันผวนของระบบเศรษฐกิจของไทย ดังนั้น ธุรกิจส่วนใหญ่อาจได้ผลกระทบทั้งในทางบวกหรือทางลบแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความพร้อมของธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจภาคการเกษตรที่มีความจำเป็นต้องปรับตัวอย่างมาก มิฉะนั้นอาจไม่สามารถอยู่ได้ในภาวะการณ์เปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจดังกล่าวได้ ทุกภาคส่วนมีความห่วงใยในธุรกิจภาคเกษตรรวมถึงผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small & Medium Enterprises: SMEs) ของประเทศไทยว่าหากไม่สามารถปรับตัวได้ คาดว่า ธุรกิจอาจต้องปิดกิจการลงส่งผลกระทบต่อการทำงานและอาจเกิดผลเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม

เพื่อนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรให้มีความเข้มแข็ง ปรับตัวได้สามารถแข่งขันได้ภายใต้สภาพการแข่งขันที่รุนแรง การยกระดับความสามารถในการตอบสนองต่อลูกค้าและเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันตลอดห่วงโซ่อุปทาน ประกอบไปด้วย ผู้จำหน่ายปัจจัย เกษตรกร ผู้รับซื้อ ผู้ประกอบการแปรรูป ผู้จัดจำหน่าย และผู้ประกอบการส่งออก จำเป็นต้องมีการผสมผสานเอาเทคโนโลยี และระบบดิจิทัลต่าง ๆ มาบูรณาการกับลักษณะงานของธุรกิจตลอดห่วงโซ่ (Zimmermann and Foerstl, 2014) โดยให้ความสำคัญทั้งในเรื่องของคุณภาพในการบริการ การใส่ใจ การให้ความสำคัญ ความพึงพอใจ และการสร้างความประทับใจ (วรพัชร ชุมวรฐายี และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2558) และที่สำคัญเพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ และนโยบายของประเทศไทย ในการผลักดันผู้ประกอบการไปสู่ประเทศไทย 4.0 ดังนั้น วัตถุประสงค์หลักคือเพื่อศึกษาเพื่อศึกษาระดับความพร้อมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรในการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 และเพื่อศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรในการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เพื่อสนองตอบนโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy) ของรัฐบาล (Boonnoon, 2014) และเพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการสร้างแนวทางการพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนการทำธุรกรรมทางดิจิทัลของประเทศต่อไป และเพื่อทราบถึงทักษะที่จำเป็นต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการในการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพร้อมและความต้องการในการพัฒนาทักษะของเกษตรกรในการปรับตัวสู่ประเทศไทย 4.0

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology Research) โดยทำการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และศึกษาในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยเป็นแบบสอบถามที่สร้างข้อคำถามขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม โดยได้แบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน โดย ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปขององค์กรโดยใช้แบบสอบถามแบบเลือกตอบ (Check List) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพร้อมในการปรับตัวทางธุรกิจ และ ทักษะ

ของผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล และ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความต้องการของผู้ประกอบการในการปรับตัว โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิดแบบประเมินค่า (Likert Scale) ใช้ข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับ และนำข้อมูลที่ได้มาทำวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยสถิติที่ใช้ประกอบไปด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ข้อมูลที่ได้จะมีการทำสมภาษณ์เชิงลึกกับเกษตรกรกรจำนวน 30 ราย ดำเนินการถอดเทปคำสัมภาษณ์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากสัมภาษณ์เกษตรกร เพื่อยืนยันข้อมูลและความสอดคล้องกับแบบสอบถามที่ได้รับ

สรุปผลการวิจัย

จากกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 55.63 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 44.37 มีอายุระหว่าง 18-25 ร้อยละ 5 อายุระหว่าง 26-35 ร้อยละ 9.38 อายุระหว่าง 36-45 ร้อยละ 10 อายุระหว่าง 46-55 ร้อยละ 27.50 อายุระหว่าง 56-65 ร้อยละ 36.25 และอายุมากกว่า 65 ร้อยละ 11.88 ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาต่ำกว่าประถม 6 ร้อยละ 45 มีการศึกษาระดับมัธยมต้นร้อยละ 31.88 มีการศึกษาระดับมัธยมปลายร้อยละ 15.63 และ มีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 7.50

ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในการทำการเกษตร 1-5 ปี ร้อยละ 10.63 ประสบการณ์ในการทำการเกษตร 6-10 ปี ร้อยละ 30 และ ประสบการณ์ในการทำการเกษตรมากกว่า 10 ปี ร้อยละ 59.38 โดยมีพื้นที่เพาะปลูกน้อยกว่า 5 ไร่ ร้อยละ 9.38 ระหว่าง 6-10 ไร่ ร้อยละ 23.75 ระหว่าง 11-15 ไร่ ร้อยละ 20 ระหว่าง 16-20 ไร่ ร้อยละ 40 และ มากกว่า 20 ไร่ ร้อยละ 6.88 เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเจ้าของพื้นที่เพาะปลูกร้อยละ 47.50 เช่าพื้นที่ในการเพาะปลูกร้อยละ 31.25 และ เป็นพื้นที่ของผู้ประกอบการหรือโรงงานจ้างเพาะปลูกร้อยละ 21.25

เกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีภาระหนี้สินร้อยละ 3.75 มีภาระหนี้สินน้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 1.88 มีภาระหนี้สินระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 2.50 มีภาระหนี้สินระหว่าง 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 28.75 มีภาระหนี้สินระหว่าง 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 15 มีภาระหนี้สินระหว่าง 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 15 มีภาระหนี้สินระหว่าง 50,001-60,000 บาท ร้อยละ 3.75 มีภาระหนี้สินระหว่าง 70,001-80,000 บาท ร้อยละ 0.63 และ มีภาระหนี้สินมากกว่า 100,000 บาท ร้อยละ 0.63

พบว่าจากกลุ่มตัวอย่างเกษตรกรส่วนใหญ่ทราบเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0 ร้อยละ 51.88 โดยทราบข้อมูลผ่านโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 27.50 วิทยุร้อยละ 23.13 หนังสือพิมพ์ร้อยละ 15 สื่อประชาสัมพันธ์ร้อยละ 11.25 ธนาคารร้อยละ 11.25 และที่ทำการอำเภอ/อบต. ร้อยละ 11.88 โดยมีความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0 เป็นอย่างดีร้อยละ 6.88 มีความเข้าใจในนโยบายร้อยละ 19.38 พอเข้าใจร้อยละ 45 และ ไม่เข้าใจในนโยบายประเทศไทย 4.0 ร้อยละ 28.75

เกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังไม่ทราบถึงเกษตรกรยุคดิจิทัล (Smart Farmer) ร้อยละ 58.75 และ ทราบเกี่ยวกับเกษตรกรยุคดิจิทัลร้อยละ 41.25 โดยระดับความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรกรยุคดิจิทัลในระดับเข้าใจเป็นอย่างดีอยู่ที่ร้อยละ 9.38 มีความเข้าใจในการเป็นเกษตรกรยุคดิจิทัล ร้อยละ 8.75 พอเข้าใจร้อยละ 28.13 และไม่เข้าใจในการเป็นเกษตรกรยุคดิจิทัลร้อยละ 53.75

ผลการวิเคราะห์ระดับความพร้อมในการเป็นเกษตรกรยุคดิจิทัล (Smart Farmer) โดยภาพรวมของความพร้อมโดยจำแนกออกเป็น 6 ด้านดังนี้ ความพร้อมด้านความรู้ในเรื่องที่ทำอยู่ อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ความพร้อมด้านข้อมูลประกอบการตัดสินใจ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71 ความพร้อมด้านการบริหารจัดการผลผลิตและการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ความพร้อมด้านความตระหนักถึงคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ความพร้อมด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม/สังคม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ความพร้อมด้านความภูมิใจในความเป็นเกษตรกร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผลการวิเคราะห์ความต้องการในการพัฒนาทักษะในการประกอบการในยุคดิจิทัล โดยภาพรวมของความพร้อมโดยจำแนกออกเป็น 5 ด้านดังนี้ ความต้องการในการพัฒนาทักษะทางด้านการคิดเชิงระบบ อยู่ในระดับมาก ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ความต้องการในการพัฒนาทักษะทางด้านการคิดเชิงออกแบบ อยู่ในระดับมาก ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ความต้องการในการพัฒนาทักษะทางด้านความรู้และความเข้าใจในด้านสารสนเทศ อยู่ในระดับมาก ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความต้องการในการพัฒนาทักษะทางด้านความรู้และความเข้าใจดิจิทัล อยู่ในระดับปานกลาง ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 ความต้องการในการพัฒนาทักษะทางด้านความรู้และความเข้าใจความเป็นสากล อยู่ในระดับมาก ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความพร้อมและความต้องการในการพัฒนาทักษะของเกษตรกรในการปรับตัวสู่นโยบายประเทศไทย 4.0 พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0 และการเป็นเกษตรกรยุคดิจิทัล (Smart Farmer) ในระดับที่ไม่สูงนัก แม้ว่าการเข้าถึงข้อมูลและการประชาสัมพันธ์จากทางภาครัฐจะทำให้เกษตรกรได้รับข้อมูลก็ตาม แต่การทำความเข้าใจเป็นสิ่งที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายประเทศไทย 4.0 และ เกษตรกรยุคดิจิทัล (Smart Farmer) ควรมีการออกแบบรูปแบบและเนื้อหา โดยคำนึงถึงความง่ายของข้อมูลในการถ่ายทอดเป็นสำคัญ เพื่อให้เกษตรกรมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้และสามารถปรับตัวและเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรองรับยุทธศาสตร์ของประเทศไทยอย่างแท้จริง

ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกร มีภาระหนี้สินเฉลี่ย 30,000 – 60,000 บาทต่อครัวเรือน / ปี ซึ่งภาระหนี้สินจะเป็นภาระหนี้สินระยะยาว เนื่องจากเกษตรกรบางส่วนเมื่อได้รับเงินจากผลผลิตในปีเพาะปลูกปัจจุบัน (ในกรณีที่ผลผลิตดี ราคาดี) มีแนวโน้มในการขยายพื้นที่เพาะปลูกเพิ่มในฤดูกาลเพาะปลูกถัดไป สืบเนื่องจากความต้องการและค่านิยมในการขยายพื้นที่เพาะปลูก แทนที่การใช้พื้นที่เพาะปลูกให้เกิดประสิทธิภาพ ทำให้เกษตรกรเลือกลงทุนและกู้เงินเพื่อการลงทุนในการซื้อหรือขยายพื้นที่ในการเพาะปลูก ทำให้เกิดขยายตัวด้านการใช้ ปัจจัยการผลิตในด้านที่ดินและแรงงานมากกว่าการใช้เทคโนโลยี จากกรณีดังกล่าว การที่จะปรับเปลี่ยนจากเกษตรกรเพาะปลูกเป็นเกษตรกรยุคดิจิทัล (Smart Farmer) ยังคงเป็นประเด็นที่ไม่ง่ายนัก

จากผลการศึกษาในด้านประเด็นความพร้อม แม้ว่าจะระดับความพร้อมมีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับที่ปานกลางถึงมาก แต่อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการไม่ได้มีความกังวลในเรื่องของการผลิต แต่จะเป็นกังวลและไม่แน่ใจเกี่ยวกับการทำการตลาด เนื่องจากโดยทั่วไปแล้วในการขายผลผลิตผลทางการเกษตรของเกษตรกรส่วนใหญ่ นั้น ไม่ได้มีการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพใน กล่าวคือ ผู้รับซื้อรายใดให้ราคาที่สูงกว่าราคาที่ติดๆ ก็จะนำไปขายให้กับผู้รับซื้อรายดังกล่าว (Humphreys, Li, and Chan, 2004) ซึ่งผลการศึกษาที่สอดคล้องในประเด็นเรื่องของความพร้อมในความพร้อมด้านข้อมูลประกอบการตัดสินใจ (Giunipero,

Handfield, and Eltantawy, 2006) ซึ่งข้อมูลมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเพิ่มประสิทธิภาพในห่วงโซ่อุปทาน ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดและการคาดการณ์ปริมาณการผลิต ช่องทางการจัดจำหน่าย การควบคุมต้นทุนต่าง ๆ แม้ว่าจะมีหน่วยงานต่าง ๆ ที่ให้การสนับสนุนทางด้านข้อมูลเหล่านี้แล้วก็ตาม ไม่ว่าจะเป็น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เพื่อการเกษตร ที่มีเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ในการให้คำแนะนำ หรือตัวแทนจากหน่วยงานภาคการศึกษา ดังนั้น การขาดข้อมูลข่าวสารการตลาดเพื่อการตัดสินใจในการทำการเกษตรอย่างยั่งยืนเกษตรกรส่วนใหญ่มักใช้ ราคาผลผลิตในฤดูกาลนั้นเพื่อการตัดสินใจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการลงทุนและการบริหารสินค้าคงคลัง ศรายุทธ ตรียศิริลำนันท์ (2554) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถทางการตลาดและการกระจายสินค้า เกษตรกรรายย่อยส่วนใหญ่อยู่กระจัดกระจายตามแหล่งผลิตซึ่งห่างไกล จากแหล่งซื้อขายหลัก และเกษตรกรมักจำหน่ายสินค้าเกษตรทันทีหลังเก็บเกี่ยวทำให้โอกาสที่จะขายได้ตาม ราคาตลาดในขณะนั้น (กรรณิ์ ล้ำลักษณ์เลิศ, 2549)

อีกหนึ่งปัจจัยที่มีความน่าสนใจ คือ ความพร้อมด้านความตระหนักถึงคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยของผู้บริโภค ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 3.00 แม้ว่าจะอยู่ในเกณฑ์ที่มีความพร้อมมากก็ตาม แต่เมื่อพิจารณาถึงความพร้อมและการพัฒนาให้ผลผลิตมีคุณภาพและพร้อมต่อการแปรรูปยังถึงได้ว่ามีประเด็นที่ต้องสังเกต ในตลาดการรับซื้อผลผลิตทางการเกษตรปัจจุบันนอกเหนือจากขนาดและความสมบูรณ์ของผลผลิตแล้วนั้น ในการรับซื้อผลผลิตจากโรงงานแปรรูปยังคงคำนึงถึง ปริมาณสารเคมี และสารเคมีตกค้าง โดยมาก เกษตรกรจะใช้ปุ๋ยเคมีและสารเคมีเพื่อการเพิ่มผลผลิตและกำจัดศัตรูพืชโดยได้รับข้อมูลสรรพคุณจากสื่อโฆษณา ซึ่งเกษตรกรจะซื้อปัจจัยการผลิตและรับความรู้ในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ จากพ่อค้าจำหน่ายปัจจัยการผลิต จากตัวแทนจำหน่ายปัจจัย การผลิตของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายปัจจัยการผลิต ทำให้ต้องมีการลงทุนที่สูงขึ้น ศรายุทธ ตรียศิริลำนันท์ (2554) จากการสัมภาษณ์ผู้รับซื้อผลผลิตทางการเกษตรพบว่าใช้สารเคมีที่ค่อนข้างสูง ทำให้มีสารเจือปนในผลผลิต เมื่อมีการตรวจเช็ค ทำให้ผลผลิตที่ได้ไม่สามารถนำไปจำหน่ายได้ และต้องนำจำหน่ายในตลาดล่าง ซึ่งราคารับซื้อจะต่ำลง

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลักดันเกษตรกรสู่การเป็นเกษตรกรยุคดิจิทัล (Smart Farmer) จำเป็นต้องมีการรวมศูนย์ในการบริหารจัดการโดยเฉพาะเรื่องการทำเข้าใจ เข้าถึงและนำไปใช้ประโยชน์ได้ ทั้งข้อมูลพื้นฐาน ข้อมูลเพื่อการพัฒนาเพื่อเป็นธุรกิจต่อไป ไม่ใช่เพียงแต่การสร้างการรับรู้ เพื่อให้เกษตรกรสามารถมีแนวทางในการปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นรูปธรรม

2. การนำเสนอข้อมูลสารสนเทศ ควรมีการบูรณาการข้อมูลทางการตลาด งานวิจัย โดยเสนอในรูปแบบที่เข้าใจง่ายและภาษาที่ง่ายต่อความเข้าใจ และมีข้อเสนอแนะทางการตลาด ราคาสินค้าทางการเกษตร ปริมาณความต้องการผลิตผล โดยสามารถจำแนกได้ออกเป็นพื้นที่ ประเทศ หรือ กลุ่มลูกค้าเป็นต้น อาทิเช่น การพยากรณ์แนวโน้มและความต้องการ โดยเกษตรกรจะปลูกเพื่อให้ได้ผลผลิตตามสัญญากับบริษัทธุรกิจการเกษตร ขณะที่บริษัทเองก็จะมีข้อมูลความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น จึงมีการควบคุมปริมาณ การผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการ ปัญหาอุปสงค์ส่วนเกินหรือปัญหาการล้นตลาด (อุปทาน ส่วนเกิน) ลดน้อยลง ราคาสินค้าเกษตรกรขายได้จะไม่ผันผวนมากเท่ากับราคาในตลาดจร (Spot Market)

3. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสถาบันเกษตรกรควรให้การสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของกลุ่มหรือชุมชนทางการเกษตร ได้แก่ การประสานงานด้านการสนับสนุนการผลิตจนถึงการจำหน่าย รวมทั้งควร บูรณาการภารกิจระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของภาคการเกษตรให้ เข้มแข็ง สนับสนุนให้ผู้จำหน่ายปัจจัย อาทิเช่น ปุ๋ยเคมีและผลิตปุ๋ยอินทรีย์ที่มีคุณภาพเพื่อจำหน่ายให้แก่ เกษตรกร

4. การประสานงานเชิงการตลาด (Synergy Marketing) ผู้เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุตสาหกรรมการเกษตร ไม่ว่าจะเป็นผู้จำหน่ายปัจจัย เกษตรกร แผงรับซื้อ คนกลาง โรงงาน ผู้ประกอบการแปรรูป และสถาบันการเงิน เป็นต้น จำเป็นต้องสร้างความร่วมมือและประสานงานไม่ว่าจะเป็นข้อมูลด้านความต้องการของสินค้าในระดับตลาดของตนเอง เพื่อเป็นการป้อนข้อมูลและการใช้ข้อมูลร่วมกันให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด นำไปซึ่งการวางแผนกำลังการผลิต การปลูก การว่าจ้างแรงงาน การวางแผนกำหนดการช่วงเวลาในการเพาะปลูก เป็นต้น เนื่องจากการประสานงานและการใช้ข้อมูลร่วมกันจะทำให้กระบวนการตลอดห่วงโซ่คุณค่ามีประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวมของตลาด และสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ดียิ่งขึ้น

5. เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐทางด้าน Digital Economy และ Thailand 4.0 ทางหน่วยงานกลางหรือศูนย์กลางควรมีการรวบรวมผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมบนระบบออนไลน์ โดยจำแนกเป็นกลุ่ม (Cluster) เพื่อเป็นฐานข้อมูลและช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านออนไลน์ และเป็นช่องทางสำหรับการติดต่อกับบริษัทผู้ซื้อในต่างประเทศ

6. สนับสนุนในการร่วมลงทุนกับเกษตรกรหรือกลุ่มเกษตรกรที่มีความพร้อมและศักยภาพในการยกระดับความสามารถทางการตลาดและการขยายช่องทางในการจัดจำหน่าย โดยการร่วมลงทุนหรือให้เงินทุนสนับสนุนในลักษณะของ FIN TECH หรือ Startup เพื่อกระตุ้นให้เกิด Smart Farmer ตามนโยบาย Thailand 4.0

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการระบุขนาดของเกษตรกรในภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อได้ข้อคิดเห็นจากจำนวนตัวอย่างที่เพิ่มมากขึ้น
2. การศึกษาครั้งต่อไปอาจมีการเปรียบเทียบประเภทของการทำการเกษตรว่าเป็นผลผลิตประเภทใด
3. จะเลือกหรือการสนทนากลุ่มระหว่างผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการบริหารความสัมพันธ์ เพื่อเป็นประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารความสัมพันธ์

เอกสารอ้างอิง

- กรรณิ ล้ำลักษณ์เลิศ. (2549). ปัจจัยหลักที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและซัพพลายเออร์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา (2560). Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2560 ที่ <http://www.libarts.up.ac.th/v2/img/Thailand-4.0.pdf>
- ดวง อันทะไชย (2559). ทิศทางการศึกษาไทย. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2560 ที่ https://www.cpw.ac.th/CPW_Document/knowledge-147201721320160824134013.pdf
- ถวิล อรัญเวศ (2560). ไทยแลนด์ 4.0 คืออะไร สืบค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2560 ที่ <https://thawin09.blogspot.com/2017/05/thailand-40.html>
- ภูมิศักดิ์ ราชศรี (2559). การเตรียมความพร้อมภาคเกษตร Smart Farmer กับการเข้าสู่ “ไทยแลนด์ 4.0”. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2560 ที่ http://www.oae.go.th/ewt_news.php?nid=23177&filename=index

รุ่งนภา พงศ์สวัสดิ์มานิต (2552). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเกษตร. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วรพัชร ชุมวรรฐายี และ วิโรจน์ เกษภูมิลักษณ์. (2558). อิทธิพลของคุณลักษณะงานที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการผ่านการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญของผู้ให้บริการลูกค้า บมจ.ธนาคารกรุงไทย ในเขตจังหวัดนครปฐม. Veridian E-Journal, Silpakorn University, 8 (2), 1001-1018.

ศรายุทธ ตระยศิริกันนธ์ (2554). “ความสัมพันธ์ห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับผู้ซื้อในอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดนครราชสีมา.” วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2560). การขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ พัฒนาเกษตรไทยสู่ 4.0. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2560 ที่

https://www.kehakaset.com/newsactivities_details.php?view_item=253

Avirutha, A. (2017). The Effectiveness of the Digital Business transformations of the Thai Small and Medium Enterprises. E-Veridia, Srilapakorn Journal.

Boonnoon, J. (2014). “Govt Unveils Themes for Digital Economy Plan.” Retrieved September 29, 2015, from <http://www.nationmultimedia.com/business/Govt-unveils-themes-for-digital-economy-plan-30247713.html>

Giunipero, L., Handfield, R.B. and Eltantawy, R. (2006). "Supply management's evolution: key skill sets for the supply manager of the future". International Journal of Operations & Production Management, 26: 822-844.

Gordon, K. T. (2007). "The Power of Social Shopping Networks." Retrieved September 29, 2014, from <http://www.entrepreneur.com/marketing/onlinemarketing/article174746.html>.

Humphreys, P. K., Li, W.L. and Chan, L.Y. (2004). “The Impact of Supplier Development on Buyer-Supplier Performance.” Omega-the International Journal of Management Science 32(2): 131 – 143.

Van, A. B., Van, W. D., and Overmeer, W. (2014). "Unlocking the ICT growth potential in Europe: Enabling people and businesses Using Scenarios to Build a New Narrative for the Role of ICT in Growth in Europe", a study prepared for the European Commission (DG CNECT) by The Conference Board.

Zimmermann, F. and Foerstl, K. (2014). “A Meta-Analysis of the “Purchasing and Supply Management Practice– Performance Link.” Journal of Supply Chain Management. 50(3): 37-54.