

(บทความพิเศษ)

กลไกการขับเคลื่อนระบบเครือข่ายและกระบวนการของวิสาหกิจชุมชน
ในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร

Drive Mechanism Network System and Process of Community Enterprise in
Agricultural Extension and Development

ดิเรก ฤกษ์หรรษา

Direk Rerkrai

ศาสตราจารย์สาขาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900

Professor, Agricultural Extension, Kasetsart University, Jatujak, Bangkok. 10900

*Corresponding author: drerkrai@gmail.com

บทคัดย่อ

เครือข่ายวิสาหกิจในชุมชนเสมือนหนึ่งเป็นการเติบโตในขั้นที่ 2 ของแนวทางเกษตรทฤษฎีใหม่ได้ หากมีระบบกลไกการขับเคลื่อนขององค์กรที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาการพึ่งพาตนเองอย่างได้ผล ที่ก่อให้เกิดการตอบโต้ของ “การตลาดนำการผลิต และนวัตกรรมนำการจัดการ” “การเกษตรแม่นยำ” รวมทั้งการ “ทำน้อยได้มากด้วยระบบเกษตรครบวงจร” การวิเคราะห์กลไกการขับเคลื่อนในรูปแบบปัจจัยหลัก ปัจจัยเสริม ตอบโต้ว่า “อะไร” และ “ทำไม” ในการกำจัดปัญหาดังกล่าวด้วยเหตุปัจจัย ในรูปแบบของ “ทำอย่างไร” ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเห็นภาพของ “โมเดลที่น่าเสนอ” ในรูปแบบของความเป็นไปได้มากที่สุด จึงวิเคราะห์หาเหตุปัจจัยของกลไกการขับเคลื่อนที่น่าจะเกี่ยวข้องมากที่สุด เพื่อหาข้อสรุปว่า “ทำอย่างไร” ให้กลไกการขับเคลื่อนด้วยการใช้ประโยชน์จากเหตุปัจจัยที่มี ทั้งที่ “รู้และไม่รู้โดยเกษตรกร” จึงจะสามารถตอบโต้ได้มากที่สุด ด้วยตัวเกษตรกรเอง จากการสนับสนุนของเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

คำสำคัญ: เครือข่าย กลไกการขับเคลื่อนเครือข่าย องค์ประกอบเครือข่าย วิสาหกิจชุมชน

Abstract

Network of Community Enterprise compared as the 2nd development stage of “New Theory Agriculture” in Thailand. Drive Mechanism Network System and Process of Community Enterprise. Therefore, it needed to have the stimulation of drive mechanism network system for the increasing the ability in-depth for self-reliance development for the solution of the concept of “Marketing leads for the production, Innovations lead for management system in Agriculture”, “Precision Agriculture”, and “The power of less for agricultural integration system”. Analysis needed for drive mechanism network system of “community enterprise” of “what” and “why” in getting the solution and then “how to” stimulate this process of making to make the collaborative advantage for eliminate ignorance by the organization, the extension worker supported.

Keywords: Networking, Drive Mechanism Network System, Networking Components, Community Enterprise

บทนำ

ประเด็นปัญหา วิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร ในปี 2563 มีรวมทั้งสิ้น 86,611 แห่ง เป็นผลงานที่เป็นความพยายามในการเกิดเครือข่ายทางธุรกิจ โดยมีประชากรประมาณ 8.095 ล้านครัวเรือน 9.37 ล้านราย อายุเฉลี่ยช่วง 52-53 ปี จระดับประถมศึกษาเป็นส่วนใหญ่ ได้บรรลุเป้าหมายในแนวทางเกษตรทฤษฎีใหม่จากการพัฒนาพึ่งตนเอง (self-reliance development) สู่ขั้นที่สอง ที่มีตัวชี้วัดคือ 1) การเข้าเป็นสมาชิกในเครือข่ายเกิดจากพื้นฐานของ “ปัญหาร่วม ความต้องการร่วม ความสนใจร่วม ความพึงพอใจร่วม ตลอดจนการยกระดับคุณค่าของตนเองและของลูกค้า” 2) มีการแบ่งงานกันทำตามความถนัด เพื่อเกิดการประสานและเสริมพลัง (synergy) จากการแลกเปลี่ยนความถนัดของแต่ละรายต่อกันอย่างมีระบบ และ 3) มีผลประโยชน์ร่วมกันและแบ่งรายได้ตามความสามารถ และ “หุ้น” ของกองทุนร่วม เป้าหมายของการประกอบการของเครือข่ายการส่งเสริมและการพัฒนาการเกษตร จึงเกี่ยวข้องกับประเด็นหลักของกลไกการขับเคลื่อนสำคัญ แนวทางคือ 1) การตลาดนำการผลิต และนวัตกรรมนำการจัดการ 2) ทำน้อยได้มาก 3) การทำเกษตรแม่นยำ และ 4) การประกอบการแบบครบวงจรในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ ตั้งแต่บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม มีการคัดเกรดสินค้า มาตรฐานสินค้าตามเกณฑ์สากล และมีแบรนด์ มีการดำเนินการตลาดหลากหลายรูปแบบ ทั้งออนไลน์ ที่มี “ร้านเสมือนจริง” ด้วย กลไกในการขับเคลื่อนที่ต้องมีการประเมินจึงต้องมีรูปแบบที่เหมาะสมหลายรูปแบบ ที่จะเพิ่มโอกาสในการประกอบการขององค์กรเครือข่ายในชุมชนที่ประกอบการหลักทางด้านธุรกิจ คือ ในฐานะผู้ผลิตที่แค่เคยทำการผลิตเป็นหลัก มาเริ่มจากการตลาดนำการผลิต เกษตรกรที่เคยมีสถานะ “หลังสู้ฟ้า หน้าสู้ดิน” ก็จะเปลี่ยนไป ทั้งต้องการดึงคนที่ทำธุรกิจ หรือสร้างคนสมัครใจ เข้ามาร่วมระบบการจัดการให้เกิดผลลัพธ์ในเชิงธุรกิจ ไม่ใช่แค่การผลิตด้วยระบบธรรมชาติ หรือแม้ระบบเกษตรอินทรีย์ แต่ขายสินค้าแค่ราคาเกษตรเกณฑ์มาตรฐานที่ใช้สารเคมีอัตราที่เหมาะสม ดังนั้น การปรับตัวอด (adapt) และปรับสมดุลยืดหยุ่น (resilience) อย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเกษตรยุคใหม่ ที่ระบบเครือข่ายเกษตรกรรมรุ่นใหม่ประกอบการ เช่น มี “เครือข่ายคู่ค้า” และเครือข่ายรูปแบบอื่นๆ ที่เน้นการประกอบการแปรรูป เพื่อเป็นอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development)

วัตถุประสงค์และการดำเนินการวิเคราะห์สังเคราะห์

จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์ เพื่อตอบโจทย์ในเรื่อง “อะไร (what) ” และ “ทำไม (why) ” ในประเด็น ต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ภาพรวมที่เป็นองค์รวมของกลไกการขับเคลื่อนระบบเครือข่ายและกระบวนการของวิสาหกิจชุมชนในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
2. สังเคราะห์เน้นตอบโจทย์ในเรื่อง “ทำอะไร (how to)” ประเด็นหลักของเหตุปัจจัยของกลไกการขับเคลื่อนและระบบเครือข่ายของวิสาหกิจชุมชนในการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร
3. เสนอโมเดล (proposal model) เพื่อให้เห็นแนวทางการสรุปสาระอย่างมีเหตุผลที่เป็นไปได้ ที่เน้นเหตุปัจจัยหลักสำคัญในการปรับระบบของกลไกการขับเคลื่อนและระบบเครือข่ายฯ ที่เน้นวิสาหกิจชุมชน

ภาพองค์รวมเฉพาะที่เกี่ยวข้องเหตุปัจจัยหลักของกระบวนการขับเคลื่อนเครือข่าย ของประเทศไทยด้านการเกษตร

ภาพองค์รวมเฉพาะที่เกี่ยวข้องเหตุปัจจัยหลักของกระบวนการขับเคลื่อนเครือข่ายของประเทศไทยด้านการเกษตร ประกอบด้วย

1. เครือข่าย การสร้างเครือข่าย และกลไกการขับเคลื่อน

1.1 เครือข่าย (network) ในทางวิชาการมีคุณลักษณะที่สำคัญ ได้แก่

1.1.1 กลุ่มคนที่มีปัญหาร่วม ความต้องการร่วม ความสนใจร่วม สมัครใจเข้ามาทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองตนเองและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (target group) ในด้านการตอบโจทย์ด้านความพึงพอใจ และการเพิ่มคุณค่า

1.1.2 องค์กรมีการจัดระเบียบโครงสร้างที่ทุกคนที่เข้าร่วมในเครือข่ายมีความเป็นอิสระ (autonomous) เท่าเทียมกัน ให้เกียรติกันและกัน และเอื้อเพื่อเอื้ออาทร (caring & sharing) ในการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ทั้งข้อมูลที่ตนถนัด ทั้งความคิดเห็น ในการทำกิจกรรมที่พึงประสงค์ร่วมกันในห้วงเวลาหนึ่งๆ ตามความจำเป็นในการประกอบการ (ปรับจาก ดิเรก ฤกษ์ห่วย, 2563ก)

1.2 การสร้างเครือข่าย (networking) เป็นเรื่องจำเป็นที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ในการทำงานร่วมกัน (collaborative advantage) ในการเปิดรับสถานการณ์ที่แปรผันตลอด โดยเฉพาะช่วงที่มีการก้าวกระโดดของนวัตกรรม

1.3 แนวคิดสำคัญของการจัดการกลไกขับเคลื่อนองค์กรเครือข่าย เพื่อผลลัพธ์ของประโยชน์การทำงานร่วมกัน กลไกการขับเคลื่อนนั้น ต้องมีพื้นฐานของ

1.3.1 กลไกด้านสังคมและจิตวิทยา (1) มีความตื่นตัว (awareness) ด้านความเข้าใจปัญหาร่วม ความต้องการร่วม ความสนใจร่วม แล้วกำหนดเป็น ภาพรวมอนาคต (scenario) ทั้งทางบวกและทางลบ แต่เน้นการทำงานเชิงรุก (proactive) (2) ปฏิสัมพันธ์ (interaction) ในการทำงานร่วมกัน รูปแบบที่เหมาะสมที่สุดคือ ระบบ Interactive Participatory Approach เพื่อชวนำในการคิดและตัดสินใจอย่างมีเหตุผล ที่เน้นการ “พบกันครึ่งทางที่ยืดหยุ่นสมดุล” (3) มีระดับของความปรารถนาแรงกล้าสูง ก็จะตอบโจทย์ได้ดีกว่าการตอบโจทย์การทำงานที่มาร่วมกันในอนาคตที่มีรากฐานของการทำงานที่เอื้อเพื่อเอื้ออาทรกันในปัจจุบันของกลุ่มคนที่มีระดับสติปัญญาไม่แตกต่างกัน แม้โอกาสไม่เท่าเทียมกัน (4) ความสามารถในการควบคุมอารมณ์ร่วมของการทำงานให้เอื้อกันและกันให้ตอบโจทย์ ขึ้นอยู่กับระดับการพัฒนาหรือการเจริญเติบโต ที่เกิดจากการฝึกอบรมและฝึกฝนกับ “best practice” ในเรื่องของ “How to” ที่ก่อให้เกิดสภาวะที่จะเป็นการสร้างงานใหม่ (S-curve) ในห้วงเวลาที่พึงปรารถนา (ดิเรก ฤกษ์ห่วย, 2564)

1.3.2 จุดแข็งขององค์กรในวิธีการในการคิด (หนุ่มเมืองจันท์, 2562) คือ มีจุดเน้นในเรื่องของ (1) “กล้าที่จะเปลี่ยนแปลง” เช่น กรณีการเลี้ยงไก่กระทง ที่เดิมราคาแพงและเป็นเรื่องยาก ก็จัดระบบให้เป็นเรื่องง่าย ที่ใช้เครือข่ายเกษตรกรผลิตที่ฝึกอบรมเปลี่ยนพฤติกรรมเลย ไม่ต้องผ่านการเปลี่ยนความรู้ ทัศนคติมาก่อน ให้เป็นเรื่องง่ายๆ ที่สามารถเปลี่ยนไก่ที่เดิมราคาแพงกว่าหมู ให้ถูกสุด เพราะรวมกันผลิตเป็นจำนวนมากและลดต้นทุนได้ แต่ที่สำคัญตามมา คือ (2) “ทำอะไรก่อนรายอื่นๆ” ที่แม้บางครั้งมีอุบัติเหตุสุดสุดขาดตนเอง ก็ยังสามารถลุกขึ้นเร็วกว่า และ (3) การดำเนินการในโลจิสติกส์ของการขนส่งของสด ทั้งเนื้อสัตว์ ผักและผลไม้

1.3.3 การขายของทางออนไลน์ และออฟไลน์ (จุฬารัตน์ อนุเกียรติยศกุล, 2563) อ้างถึงข้อมูลจาก สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ว่า ในปี 2561 ประเทศไทยเป็นอันดับหนึ่งในการซื้อของผ่านทางออนไลน์มากที่สุด 24.7 พันดอลลาร์สหรัฐฯ ที่มีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 14.04 คนไทยร้อยละ 40 เคยซื้อสินค้าผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียมากที่สุดในประเทศที่มีการซื้อ หลักการ 5 วิธีการ ที่กรุงเทพธุรกิจแนะนำการขายของทางออนไลน์ที่จะทำให้แบรนด์เป็นที่นิยม ได้แก่ (1) สร้างตัวตน ด้วยการสร้างแบรนด์เป็นธุรกิจ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือเป็นอันดับแรก ทั้งผลพลอยได้ คือ จะได้ข้อมูลเล็กๆ ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นำมาหาวิธีการกระตุ้นลูกค้าได้ดีกว่า (2) สร้างเนื้อหา ที่เป็นเอกลักษณ์ที่มีข้อมูลเกี่ยวข้องครบ มีการโพสต์เนื้อหาอย่างสม่ำเสมอและครบถ้วนและเข้าใจง่าย เพื่อการเติบโตของแบรนด์เต็มขึ้นตลอดต่อเนื่อง คือ คนที่เข้ามาดูแอคเคาท์ (account) ก็จะสามารถรับรู้ ทั้งเป็นไปได้ที่จะตัดสินใจสั่งซื้อทันที (3) การมีส่วนร่วมของลูกค้า

ในการเข้ามาดูแอคเคาท์ จะนำธงในการพัฒนาเนื้อหา แม้กระทั่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองความพึงพอใจและเพิ่มคุณค่าแก่ลูกค้า (4) มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรงให้มากที่สุด โดยเฉพาะการตอบกลับตามข้อสงสัยและข้อเสนอแนะ ที่จะทำให้เกิดความพอกพูนความไว้วางใจเต็มตลอด (5) การมีช่องทางออนไลน์หลายช่องทาง เสมือนเป็นการสร้างชุมชนของแบรนด์เนมมากขึ้น ทั้งนี้ต้องไม่ลืม “ใช้ประโยชน์จากแฮชแท็ก (hashtag)” ที่ทำให้การค้นหาในอินเทอร์เน็ตง่ายขึ้น และผูกสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมในการสร้างแบรนด์

1.4 เทคโนโลยีชีวภาพการเกษตรจำเป็นต้องมีนวัตกรรมเกิดต่อเนื่องสม่ำเสมอ ให้เกิดผลทางธุรกิจอุตสาหกรรม เกษตรและอาหารไทย มาสนองตอบกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในด้านสนองความต้องการ ความพึงพอใจ และการเพิ่มคุณค่าในการประยุกต์ ดังนี้

1.4.1 ความหลากหลายทางชีวภาพทางการเกษตรมาประยุกต์ เน้นอาหารปลอดภัย ที่ลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต

1.4.2 เกษตรดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันทางการเกษตร ที่มีการใช้อัลกอริทึม เซ็นเซอร์ ในแปลงปลูกพืช เลี้ยงสัตว์

1.4.3 การจัดการฟาร์มรูปแบบใหม่ ทั้งการปลูกพืช (ในฟาร์มและแนวตั้ง) เลี้ยงสัตว์ ประมง ใช้เครื่องจักรกล เกษตร หุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ โดรนการเกษตร

1.4.4 บริการทางการเกษตร ที่มีทั้งแพลตฟอร์มการตลาด ในการขายทางออนไลน์ ระบบขนส่งอัตโนมัติในการส่งสินค้าเกษตรและอาหารแบบเร่งด่วน

1.4.5 การจัดการหลังการเก็บเกี่ยวและการขนส่ง เช่น ระบบการแช่แข็งผลไม้ของ ปตท. ที่รักษาความสดและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1.4.6 ธุรกิจ “ไบโอรีไฟเนอรี (biorefinery)” ที่แปรรูปเศษวัสดุ ของเหลือใช้ด้วยการใช้จุลินทรีย์ แบคทีเรีย ยีสต์ เอนไซม์ ช่วยย่อยสลายให้ได้คืนมาในรูปของทรัพยากรที่ใช้ใหม่ได้ระดับหนึ่ง (บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน), 2563)

2. ภาพรวมสถานะการเกษตรไทยที่เอื้อต่อการขับเคลื่อนระบบเครือข่าย

ด้วยเกษตรกรที่มีความหลากหลายในอาชีพและมีทั่วทุกภูมิภาคของไทย จึงเอื้อต่อการขับเคลื่อนระบบเครือข่าย ดังนี้

2.1 ขีดความสามารถของไทยด้านอาหารและสินค้าใหม่สร้างรายได้

2.1.1 การส่งออกสินค้าอาหาร ไทยส่งออกสินค้าอาหารเป็นอันดับที่ 11 ของโลก ในปี 2562 ในทวีปเอเชีย แอฟริกา ยุโรป จีน ด้วยมูลค่า 33,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (Ngmarbiab, 2020) ในปี 2564 คาดว่าจะเป็นโอกาสทองของเกษตรกรประเทศไทย ที่ต่างประเทศจะมีการนำเข้าอาหาร โดยเฉพาะปศุสัตว์ และผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีการระวังควบคุมโรคติดต่ออย่างต่อเนื่อง

2.1.2 สินค้าใหม่สร้างรายได้ ปี 2560 (ธเนต, 2560) 10 อันดับอาชีพเกษตรสร้างรายได้ที่ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรุ่นใหม่ที่ผันมาจากอาชีพอื่น หรือทำเป็นอาชีพเสริม ที่ต่อมาทำเงินมากกว่าอาชีพหลัก เรียงตามลำดับ คือ (1) การเพาะเลี้ยงไส้เดือนแอฟริกันที่ไซดินในแนวตั้งเหมือนการพรวนดิน เอามาใช้ทำปุ๋ยอินทรีย์จากไส้เดือน (2) ทุเรียนนนท์ที่ราคาแพงกว่าทุเรียนพันธุ์เดียวกันแต่ปลูกที่อื่น (3) โกชิลด์กีและโกโปลแลนด์ที่ทำเงิน (4) กุ้งแคโรไพซ์ที่เกษตรกรหน้าใหม่จากอาชีพอื่นลงมือทำอย่างง่าย ๆ (แม้มีการต่อต้านจากนักวิชาการที่ไม่รู้ เหมือนที่เคยต่อต้านการปลูกต้นสักของอาจารย์ดีพร้อม ไชยวงศ์เกียรติ) (5) กบเนื้อที่นครศรีธรรมราชสามารถปรับระบบได้จากที่สมัยก่อนเลี้ยงไม่รอดไม่คุ้ม (6) ปลูกผักสลัดระบบไฮโดรโปนิคส์สร้างรายได้ (7) ปลูกต้นหม่อนมัลเบอร์รี่แซมช่องว่างของแปลงทุเรียน (8) ปลูกมะพร้าว น้ำหอมแล้วแปรรูป

จำหน่าย (9) การปลูกเมล่อนในภาคกลาง อีสาน และใต้ (10) อินทผลัมพันธุ์โกเลกแมโจที่มีดอกตัวผู้ตัวเมียในต้นเดียวกัน

2.2 สินค้าเด่นๆ ที่ใช้พื้นที่แต่ละชนิดแค่ 5-8 แสนไร่ แต่ทำเงินเกินครึ่งของการส่งออกข้าว (ปลูก 60 ล้านไร่ ส่งออกแค่ 1.5-1.7 แสนล้านบาท) ได้แก่ กล้วย ที่เลี้ยงทั่วไทย และที่สำคัญคือทุเรียน (ผ่านมาตรฐาน GAP GMP ใหม่ และปลูกที่ภาคอีสานได้ดี เพราะอากาศของการปลูกยางพาราภาคนี้เกินสิบล้านไร่ ที่มีผลทำให้ความชื้นเกิด และดินอีสานเพิ่มความสามารถในการดูดน้ำใต้ดิน โดยเฉพาะทุ่งกุลาร้องไห้ ที่มีน้ำใต้ดินดีที่สุดในโลก) มีการวิจัยกลุ่มอาหารเพื่อพัฒนาสู่อนาคตที่แข็งแรง รวมทั้งโครงการวิจัยด้านชีวภาพปราศศัตรูพืชของพืชกลุ่มสมุนไพร และดอกไม้ไทย ที่เพิ่งริเริ่ม แต่น่าชื่นชม

2.3 การปรับสภาพการผลิตและการตลาดหลายรูปแบบด้วยแอปพลิเคชันที่เหมาะสม มีแอปพลิเคชันมากมายในประเทศไทย ที่มีการติดต่อสื่อสาร ทั้งกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พัฒนาแอปพลิเคชันที่เกี่ยวกับสหกรณ์ เช่น “SmartAcc” โปรแกรมบัญชีรายบุคคลให้เกษตรกร และคนทั่วไปบันทึกบัญชีรายได้รายจ่าย สร้างวินัยทางการเงินและสนับสนุนการออมอย่างมีระบบ แอปพลิเคชัน “One2MOAC” สามารถค้นหาเบอร์โทรของเจ้าหน้าที่ทุกองค์กรในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ แอปพลิเคชัน “เกษตรดิจิทัล” เป็นเส้นทางการปรับเปลี่ยนวิถีการเกษตรดั้งเดิมสู่เกษตรดิจิทัลที่มีบริการความรู้ ข่าวสาร ราคาสินค้า และเชื่อมโยงบริการด้านการเกษตร แอปพลิเคชัน “OAE Ag-Info” ที่เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลสารสนเทศและข่าวสารเศรษฐกิจ แอปพลิเคชัน “OAE RCMO” ที่คำนวณต้นทุนการผลิตสินค้าเกษตรจากการคำนวณจากต้นทุนเฉลี่ย เพื่อประกอบการตัดสินใจปรับต้นทุน (Niyompong, 2562) แอปพลิเคชันทางการเกษตรที่สำคัญด้วยฝีมือการวิจัยของมหาวิทยาลัยในประเทศ เช่น แอปพลิเคชัน “การเลี้ยงปลาใน” ด้วยการดู “ข้อมูลเซ็นเซอร์” ผ่านโทรศัพท์มือถือ ทั้งยังมีแอปพลิเคชันของเอกชนจำนวนมากกว่าร้อยละแอปพลิเคชัน เช่น “ฟาร์มแม่นยำ” ของบริษัท รักบ้านเกิด ที่มีภาพถ่ายจากดาวเทียม เป็นผู้ช่วยเกษตรกรที่เสนอในรูปแบบง่ายๆ ตามข้อมูลของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ แนะนำการปลูก ลดความเสียหาย สะดวก พยากรณ์อากาศเฉพาะพื้นที่ได้แม่นยำระดับรายแปลง (บริษัทรักบ้านเกิด, 2561) แอปพลิเคชัน “โรคพืชและศัตรูพืช (ProtectPlants)” “ประมวลผลนับจำนวนเพลี้ยกระโดดในแปลงนา (InsectShot)” “เตือนภัยสภาพอากาศและการระบาดของศัตรูพืช (Rice Pest Monitoring)” “เทคโนโลยีการผลิตข้าว (Rice Production Technology)” “รู้ไว้ใช้ดินเป็น” “กระดานเศรษฐกิจเกษตรกรมีโอกาส” เพื่อการคำนวณต้นทุนการผลิตสินค้าเปรียบเทียบกับต้นทุนการผลิตเฉลี่ยของสำนักงาน และมีข้อมูลการตลาดเพื่อเลือกผลิต “ปฏิทินการผลิตสินค้าและแหล่งรับซื้อสินค้า (OAE OIC)” (บมจ. ธนาการกรุงเทพ, 2563)

2.4 เครื่องมือการเกษตร เช่น “คอมเมอร์เชียลโดรนการเกษตร” ที่มี DJI ภาคพื้นเอเชีย-แปซิฟิก ที่ทำตลาดได้ผลมาแล้วในจีน (จีนมีโดรนเพื่อการเกษตรเกิน 1.6 หมื่นตัว มีพื้นที่การเกษตรใช้งานแล้วเกิน 37.5 ล้านไร่ ที่การพนาร์ร้อยไร่ แคว้นเดียวเสร็จ) ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เข้ามาเริ่มการลงทุน เดือนสิงหาคม ปี 2561 ประเดิมตลาดอาเซียน ทั้งนี้ รวมทั้งสตาร์ทอัพเพื่อสร้างเซอร์วิสโดรนและสร้างอีโคซิสเต็มที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร (prachachat.net, 2561)

2.5 การปรับการขับเคลื่อนภาคการเกษตรที่เป็นโครงสร้างพื้นฐาน ในด้านที่เป็นปัจจัยหลัก ปัจจัยเสริม ที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายการเกษตรของไทย มีประเด็นหลัก ได้แก่

2.5.1 การบริหารจัดการทั่วไป การบริหารจัดการแหล่งน้ำทั้งระบบ สร้างแหล่งน้ำขนาดต่างๆ และแก้มลิงเพื่อเพิ่มพื้นที่ชลประทาน 1.23 ล้านไร่ มีการทำฝนหลวง ขุดสระน้ำในไร่นานอกเขตชลประทานขนาด 1.25 พันลูกบาศก์เมตร 4 หมื่นบ่อ

2.5.2 ด้านประมง จะนำเรือออกนอกกระบะ 2.77 พันลำ (จากจำนวน 3.37 หมื่นลำ ถ้ารวมเรือประมงพื้นบ้านก็อีกประมาณหมื่นลำ) เพื่อการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน เพิ่มจำนวนวันทำการประมงพาณิชย์ ด้วยการจัดสรรวันมากขึ้น ทั้งอ่าวไทยและอันดามัน แต่ต้องใช้เครื่องมือที่กำหนดและเหมาะสม ทั้งจัดระบบเพิ่มความเข้มแข็งแก่ประมง จังหวัด

ชายทะเล 22 จังหวัด 144 ชุมชน ที่มีการจดทะเบียนเรือ การฟื้นฟูทรัพยากรสัตว์น้ำในแหล่งน้ำธรรมชาติให้คงความอุดมสมบูรณ์ การพัฒนาอาชีพประมงทุกระดับ รวมทั้งตั้งกองทุนประมงแห่งชาติ

2.5.3 การส่งเสริมอาชีพและการจัดหาตลาด

2.5.4 การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าแก่เกษตรกร เช่น การจ้างงานในภาคฤดูแล้งของกรมชลประทานที่จะก่อสร้างแหล่งน้ำ ระบบขนส่งเพื่อชุมชน แก้มลิง การจัดทำที่ดินทำกิน “สปก.” แก่เกษตรกร การตรวจสอบที่ดินถือครองให้เข้าทำประโยชน์

2.5.5 การส่งเสริมการเลี้ยงปศุสัตว์ที่ตลาดต้องการ และมีแผนธุรกิจที่ชัดเจนในเรื่องศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ ธุรกิจการขนส่งและกระจายสินค้า ฯ การควบคุมและป้องกันโรคสัตว์

2.5.6 จัดทำข้อมูลสารสนเทศด้านการเกษตรแห่งชาติ พัฒนฐานข้อมูลด้านการเกษตรแห่งชาติ จาก “ศูนย์ Big Data ด้านการเกษตร” ฐานข้อมูลเกษตรกลาง ศูนย์เทคโนโลยีเกษตรและนวัตกรรม ที่จะพัฒนามุ่งไปสู่การทำ “การเกษตรแม่นยำ” รวมทั้ง “หลักการตลาดนำการเกษตร”

2.5.7 ตรวจสอบศักยภาพเพื่อใช้แผนที่ทางการเกษตร ทำโซนนิ่ง

2.5.8 พัฒนาศูนย์เรียนรู้และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าเกษตร 882 ศูนย์หลัก

2.6 อาสาสมัครหมู่บ้านกลไกสำคัญของชุมชนเกษตร อาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน (อกม.) ที่ถูกคัดเลือกวาระละ 4 ปี จากหมู่บ้านละ 1 คน (รวม 75,155 ราย) ที่มีเครือข่าย อกม. 16 สาขา รวมทั้งผู้แทนเกษตรกรระดับหมู่บ้าน จะรวบรวมรายงานข้อมูลพื้นฐานการเกษตรของหมู่บ้านตนร่วมกับกรรมการหมู่บ้าน ทำแผนพัฒนาเกษตรระดับหมู่บ้าน ติดตามสถานการณ์ในหมู่บ้าน ประสานการถ่ายทอดความรู้และการแก้ไขปัญหาของเกษตรกรในหมู่บ้าน ทั้งรายงานสถานการณ์ฉุกเฉินแก่หน่วยงานเกี่ยวข้อง ทั้งปฏิบัติการรูปแบบจิตอาสา เช่น ในสถานการณ์โรคระบาด รวมทั้งการตรวจสอบความถูกต้องของเอกสาร ที่ถือว่าเป็นการเสียสละเพื่อชุมชนและสังคม ในการสร้างชุมชนเข้มแข็งในการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Kaset1009.com, 2020)

2.7 ลดต้นทุนการผลิต เช่น ดินและปุ๋ย ที่ส่งเสริมให้เกิดการผลิตปุ๋ยใช้เอง พัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2563)

2.8 กระบวนการเกษตรแปลงใหญ่ (collaborative farm) โครงการนี้หลายกรมของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์รับผิดชอบอยู่เป็นหลัก มีทั้งกรมการข้าว กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กรมพัฒนาที่ดิน ในปี 2563 มีการปรับยกระดับแปลงใหญ่ด้วยเกษตรสมัยใหม่ และเชื่อมโยงตลาด ที่มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุนการผลิตให้กับเกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย สนับสนุนสมาชิกแปลงใหญ่จัดหาปัจจัยการผลิต ส่งเสริมคุณภาพ การตลาด วัสดุอุปกรณ์ มีกลุ่มเป้าหมายแปลงใหญ่ 5.25 พันแปลง ที่มีเกษตรกรเข้าร่วม 2.63 แสนราย ในพื้นที่ 5.003 แสนไร่ ที่ประเมินว่า จากการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ มีโอกาสเพิ่มประสิทธิภาพ เป็นมูลค่าเพิ่ม จากด้านการเพิ่มรายได้ และลดต้นทุนรวม 11.14 หมื่นล้านบาท (จากกรอบวงเงินสนับสนุน 13.9 หมื่นล้านบาท) (สำนักข่าวอินโฟเควสท์, 2563)

2.9 ใช้ระบบตลาดนำการผลิตและเกษตรแม่นยำ ขยายช่องทางการตลาด เปลี่ยนเกษตรกรจากผู้ผลิตให้ค้าออนไลน์มีอาชีพ สร้างการตลาดออนไลน์ร่วมกับ LAZADA Thailand พัฒนาเกษตรกรปราชญ์เบื่อง ในการนำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการนวัตกรรมเกษตร รวม 8.4 หมื่นราย เสริมความเข้มแข็งแก่วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ ส่งเสริมการแปรรูปสินค้าเกษตร เพื่อเพิ่มมูลค่าและขยายโอกาสทางการตลาด **กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตามนโยบายตลาดนำการเกษตร ปี 2563 ร่วมกับ “ลาซาด้า”** กรมส่งเสริมการเกษตรเดินทางการตลาดนำการเกษตร ผลักดันมุ่งให้เกิดโอกาสร่วมการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้ทันและรองรับต่อการปรับเปลี่ยนของโลกด้านเทคโนโลยีให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืน มีการ

จัดกิจกรรมอบรมให้เกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย ที่ถือว่าเป็นมิติใหม่ ด้วยการเริ่มมีโมเดลที่จะเป็นต้นแบบจากกลุ่มเป้าหมายสมัครใจ ที่จะเปิดร้านค้าด้วย “แพลตฟอร์มลาซาต้า” ด้วยการอบรม “ทักษะ” (คือเปลี่ยนพฤติกรรมเลย ไม่ต้องมานั่งเรียนรู้) ในด้านเทคนิคการโปรโมทสินค้า ตกแต่งร้านค้าให้โดดเด่น ถ่ายภาพและทำคลิปวิดีโอการบรรจุภัณฑ์และขนส่ง เพื่อกระตุ้นยอดขาย ที่มีกลุ่มเป้าหมายที่จะสมัครเป็นผู้ขาย จากระบบส่งเสริมเกษตรแบบแปลงใหญ่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน (8.6 หมื่นแห่ง) สหกรณ์การเกษตร (กว่า 3 พันแห่ง) กลุ่ม Young Smart Farmer (กว่า 1.1 หมื่นราย) ให้เป็นผู้จำหน่ายสินค้าด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์ ที่เสมือนเป็นร้านค้าเสมือนจริง ที่ลดความเหลื่อมล้ำ โดยไม่มีค่าใช้จ่ายแต่อย่างใด ในการสนองความต้องการของตลาด ในราคาที่เหมาะสม ซึ่งมีความหลากหลายทั้งพืช ผัก สมุนไพร ไม้ผล ไม้ดอก ปศุสัตว์ ประมง แมลงเศรษฐกิจ ฯลฯ ที่พร้อมที่จะรองรับการพัฒนา และแปรรูปขายสู่มือกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค โดยไม่ต้องตั้งร้านค้าเองที่จะเป็นขั้นแรกในการพัฒนาการพึ่งพาตนเองด้านการตลาดของการผลิตสินค้าของแต่ละราย ทั้งนี้เป้าหมายจะขยายไปสู่แหล่งซื้อปิ้งออนไลน์รายอื่นๆ ที่มีผู้ประกอบการออนไลน์เป็นบริษัทของคนไทย เช่น อตก. (Torzkrub, 2019)

2.10 สตาร์ทอัพการเกษตร จะเน้นสตาร์ทอัพทางการเกษตร ตั้งแต่ปี 2563 ประเทศไทยเริ่มต้นเรื่องนี้ขึ้นเนื่องจากความไม่สะดวกในการจดทะเบียน คนไทยหลายรายจึงไปจดทะเบียนประเทศเพื่อนบ้าน ที่ตั้งมาเฉพาะสตาร์ทอัพได้แก่ (1) “ฟาร์มโตะ” ที่ช่วยเกษตรกรให้สามารถขายสินค้าเสมือนหนึ่งเป็นผู้ประกอบการการเกษตรเต็มที่ ในการส่งสินค้าถึงมือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ที่จะได้กำไรไปเต็มที่ ไม่โดนกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง (2) “FARMBOOK ทะเบียนเกษตรกรดิจิทัล” สำหรับผู้ประกอบการเกษตรที่มีข้อมูลมากมาย ที่เป็นข้อมูลถูกต้องและทันสมัย ใช้ในการดำเนินการเกษตรให้มีการปรับเปลี่ยนข้อมูลอย่างต่อเนื่องในการดำเนินการตัดสินใจ (3) “Gaorai (เก๋าไร่)” จัดระบบการเกษตรที่เป็นพื้นที่เล็กๆ แต่วิธีการดูแลทันสมัย สนองตอบการเพิ่มผลผลิตที่ทำกำไรมากกว่าด้วยระบบปฏิบัติการเทคโนโลยี ที่มีการใช้เซ็นเซอร์วัด ใช้อัลกอริทึมประมวลผล ใช้โดรนการเกษตรฉีดพ่น เริ่มต้นที่พืชหลัก คือ ข้าว มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวโพด ที่สามารถลดค่าใช้จ่ายถึงร้อยละ 30 ของวิธีการแบบดั้งเดิมที่ล้าสมัยใช้แรงงาน (4) “Eden AgriTech” ที่มีนวัตกรรมยืดอายุผลผลิตให้คงความสดนานกว่าเดิม เพื่อสตาร์ทอัพที่ผ่านการขนส่งทางไกล (SME Startup, 2020)

2.11 กัญชากัญชง จัดเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่ยังไม่ชัดเจนนัก โดยมีการจัดระบบให้ (1) กัญชง (ที่มีการปลูกในพื้นที่ควบคุมใช้ประโยชน์ด้านการเกษตรอยู่แล้ว) สามารถเอาผลผลิตมาดำเนินการได้ด้วย เช่น การทดลองแปรรูปกัญชงเป็นอาหารสัตว์ การสกัดสาร มีการทดลองด้านกัญชง ส่วน (2) กัญชา หน่วยงานรัฐ เช่น กรมการแพทย์แผนไทย โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และองค์การเภสัชกรรม มีการทดลองร่วมกับหน่วยงานปลูกกัญชา เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ทดลองปลูกกัญชาพันธุ์ทั้งไทยและต่างประเทศ ทดลองสกัดน้ำมันกัญชาจากดอก และทดลองใช้รักษาคนไข้ในบางโรค มาระดับหนึ่งแล้ว ทั้งนี้ วิสาหกิจชุมชนที่มีการรวมตัวกันตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป ทำสัญญาร่วมกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล และหน่วยงานรัฐตามที่ระบุมาแล้วข้างต้น รวมทั้งอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านที่มีกว่าล้านคนของกระทรวงสาธารณสุข สามารถรวมตัวจดทะเบียนในนามวิสาหกิจชุมชน สามารถปลูกกัญชาในการควบคุมจำนวนร้อยละ 6 ต้น เพื่อส่งให้โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (กระทรวงสาธารณสุข, 2564)

บทสรุป

เหตุปัจจัยหลักที่ทำให้เกิด “โมเดลการขับเคลื่อนบรรลุผลตอบใจไทยได้” เกี่ยวข้องกับเหตุปัจจัยหลักที่สำคัญใช้เกณฑ์หลักในการวิเคราะห์ คัดสรรมาสรุปว่า 1. ตัวแปรอะไรที่เป็นเหตุปัจจัยหลักที่มีคุณลักษณะเหมือนมีความสัมพันธ์สูงในการตอบใจไทย คือ เป็นกลุ่มแรกๆ ที่เสมือน เหตุปัจจัยหลัก ร้อยละ 20 แรกอะไรบ้าง ที่จะตอบใจไทย ในการที่มีความเป็นไปได้ในการแก้ไขปัญหาหลักได้ร้อยละ 80 ที่เป็นปัญหาที่แท้จริง (real needs ไม่ใช่ felt needs) คือ กระทบเกี่ยวข้อง

กับเกษตรกรโดยรวม 2. องค์การวิสาหกิจชุมชนสามารถเอามาดำเนินการให้เกิดผลลัพธ์ทางการตลาดนำการผลิต
นวัตกรรมนำการจัดการ เกษตรแม่นยำ และการประกอบการครบวงจร และทำน้อยได้มากด้วย 3. เกษตรกรที่เน้น
วิสาหกิจชุมชนต้องเป็นผู้กระทำร่วมกัน ไม่ใช่การแบมือขอ จึงโฟกัสที่ภาพรวมขององค์กรทั้งหมด แล้วสกัดเหตุปัจจัยหลัก
ออกมาเพื่อดำเนินการสร้าง “โมเดลที่เสนอ (proposal model)” ที่รอการทดสอบในพื้นที่ของนักวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อก่อตั้ง
เป็นอนาคตทฤษฎีด้านการขับเคลื่อนองค์กรเครือข่าย/วิสาหกิจชุมชน

เหตุปัจจัยหลัก ดังกล่าว อาจสรุปได้ว่าต้องเน้นในเรื่องต่อไปนี้มากที่สุด คือ 1. แนวคิดสำคัญของการจัดการกลไก
ขับเคลื่อนองค์กรเครือข่าย เพื่อผลลัพธ์ของประโยชน์การทำงาน 2. เทคโนโลยีชีวภาพการเกษตรจำเป็นต้องมีนวัตกรรม
เกิดขึ้นต่อเนื่องสม่ำเสมอ ให้เกิดผลทางธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรและอาหารไทย มาสนองตอบกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในด้าน
สนองความต้องการ ความพึงพอใจและการเพิ่มคุณค่า 3. การปรับสถานภาพการผลิตและการตลาดหลายรูปแบบด้วย
แอปพลิเคชันที่เหมาะสม เพื่อระบบ “เกษตรแม่นยำ” 4. เครื่องมือการเกษตร เช่น คอมเมอเชียลโดรนการเกษตร 5. การ
ปรับขับเคลื่อนภาคการเกษตรโดยรวมด้าน “โครงสร้างพื้นฐาน” 6. อาสาสมัครหมู่บ้านกลไกสำคัญของชุมชนเกษตร 7.
ปรับลดต้นทุนการผลิตให้เกิดผล 8. กระบวนการเกษตรแปลงใหญ่ 9. ใช้ระบบตลาดนำการผลิต ขยายช่องทางการตลาด
เปลี่ยนเกษตรกรจากผู้ผลิตให้ค้าออนไลน์มีอาชีพ 10. เร่งพัฒนาสนับสนุนสตาร์ทอัพการเกษตร เพื่อสร้างพลังทาง
การเกษตรด้านการผลิต และการจัดจำหน่าย 11. กฎกติกายุ่ง

เหตุปัจจัยสนับสนุนให้กลไกของเหตุปัจจัยหลักทำงานบรรลุเป้าหมาย จะเกี่ยวข้องกับปัจจัยเสริม 2 ปัจจัย คือ

1. การปรับตัวของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในฐานะผู้กระทำ ไม่ใช่ผู้ถูกกระทำ เพื่อเครือข่ายที่มีประสิทธิภาพ ด้วย

1.1 การปรับความคิด (และความเชื่อ) พื้นฐานส่วนตัว ด้านกระบวนทัศน์ (paradigm) ทางพุทธศาสนา คือ
“มนุษย์ทุกคนเท่าเทียมกันในการกำหนดชะตาชีวิตของตนเอง โดยไม่ต้องหวังพึ่งพระเจ้าหรือเทพเจ้า” ที่แม้คน “มามีต
(ตามวิบากกรรมสัดส่วน 1/3) ก็ไปสว่าง” ได้ “คนมาสว่างก็ไปมืด” ได้ ตามการกระทำในภพปัจจุบัน ที่จะปรับ “ความจริง/
สัจธรรม (truth)” ในอริยสัจ 4 คือ จัดระบบชีวิตด้วยการมีภาพรวมอนาคต (นิโรธ) การวิเคราะห์เหตุปัจจัย (สมุทัย) ของ
ปัญหาหลัก (ทุกข์) เป็นด้วยกลยุทธ์ (มรรค) ทางสายกลาง (ยึดหยุ่นพอดี) ที่นำไปสู่การตอบโจทย์ที่เหมาะสม

1.2 การสร้างสรรค์วัฒนธรรมขององค์กร ในประเด็นของ 1) มีปฏิสัมพันธ์เชิงบวกต่อกัน และยอมรับ
วัฒนธรรมการทำงานเชิงรุก คือ กำหนดอนาคตขององค์กรเอง 2) การแบ่งปันข้อมูลที่ตนเองถนัดและมีทักษะ เพื่อเพิ่มขีด
ความสามารถซึ่งกันและกัน และเพื่อประโยชน์ของการทำงานร่วมกัน 3) การรับฟังเหตุและผลของกันและกัน ที่แม้บางครั้ง
ฉันทานุมติ (consensus) ก็อาจจะไม่ถูกต้องทั้งหมดเสมอไป 4) ความรับผิดชอบต่อกันที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้งาน
โดยรวมเดินหน้าได้ดี 5) การยกย่องให้เกียรติกันและกัน ด้วยการใช้ทักษะและประสบการณ์ร่วมกันในการทำงานกลุ่ม
โดยเฉพาะ “focus group”

**2. บทบาทเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรที่เน้นการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้วยการใช้วัฒนธรรมใหม่และองค์
ความรู้ใหม่เพื่อ “เกษตรแม่นยำ” ด้วยการมีบทบาทเป็นผู้สนับสนุนเกษตรกรที่เป็น “ผู้กระทำ” ที่มีการสนับสนุนจาก
พันธมิตร เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในบทบาทสำคัญ คือ**

2.1 “**ผู้กระตุ้น (stimulator)**” ให้เกษตรกรในองค์กรใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีทันสมัย (จาก “best
practice” เป็นหลัก) ปรับเชื่อมโยงให้เกิดสภาวะ “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” ที่เกิดจากการฝึกฝนร่วมกัน แล้วแลกเปลี่ยนความรู้กัน
ในที่สุด ด้วยแนวคิด “ทำเลยแล้วเรียนรู้จากการปฏิบัติ (learning by doing)” ที่จะต้องมีองค์ประกอบของ แกนนำ (core
persons) ที่มีศักยภาพ และมีความตั้งใจเข้ามาร่วมมององค์กร ที่ก่อให้เกิด “ประโยชน์ร่วมจากการทำงานร่วมกัน”
(Collaborative advantage) ดังนั้น บทบาทการดำเนินงานที่เน้น “เกษตรกรเป็นศูนย์กลางและงานวิจัยที่มีพื้นฐานของ

ชุมชน (farmer centric & Community Based Research)” เพื่อสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมโดยคนในองค์กรชุมชนเป็นผู้กระทำ

2.2 ผู้ร่วมทำปฏิกริยา (catalyst) กับเกษตรกรเป้าหมาย เพื่อให้อยู่ในกรอบของการจินตนาการทางการทำงานเชิงรุกและคิดบวก เพื่อความสำเร็จ รวมทั้ง สร้างการรับรู้ *ความเข้าใจเรื่องการพัฒนา (development) ที่เน้นการเปลี่ยนแปลงในด้านโครงสร้าง แบบแผน (pattern) ขององค์กร อย่างมีระบบ มีขั้นตอน อย่างเป็นระเบียบแบบแผน* แต่การเจริญเติบโต (growth) เป็นพื้นฐานของการพัฒนา เพราะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางด้านคุณภาพของบุคคล ทางโครงสร้าง และระบบร่างกาย (growth) คือ วุฒิภาวะ (maturation) ที่พร้อมจะประกอบกิจกรรมตามสภาวะที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (learning & behavior) การเรียนรู้ในรูปแบบที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมที่เกิดจากฝึกฝนของแต่ละคน หรือจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับการเจริญเติบโตและวุฒิภาวะ (นิรนาม, 2556) ทั้งเกษตรกรเป้าหมายที่ทำงานร่วมกันกับเจ้าหน้าที่นั้น การเรียนรู้เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เหมาะสม “Learn-Unlearn-Relearn” เป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมที่เป็นเรื่องจำเป็นคือ “การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ” ที่เป็นกระบวนการของชีวิตคนทั่วไปที่ทุกคนต้องกระทำต่อเนื่องตลอดชีวิต เพื่อพัฒนาพฤติกรรมให้เหมาะสมในการรู้เท่าทันโลก แล้ว “ไม่ยึดติดต่อสิ่งที่เรียนรู้มาก่อน” ด้วยการมีมุมมองในมิติของเวลาที่แปรเปลี่ยนไป ไม่ได้รวมถึงการละทิ้งประสบการณ์ การฝึกฝน แต่ถ้าสิ่งใดที่ไม่เหมาะสมต่อการตอบโจทย์การทำงานและชีวิต ต้องกระตุ้นตัวเราเองให้เปิดรับแนวทางใหม่ที่เหมาะสมกว่า เอาเข้ามาต่อยอดหรือแต่งเติม หรืออาจขุดรากถอนโคน ที่ล้าวนแต่เราจะประเมินว่าขีดความสามารถของเราสามารถตอบโจทย์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างไร ด้วยการ “เรียนรู้สิ่งที่เราเคยรู้ แล้วด้วยมุมมองใหม่” ที่สามารถพัฒนาทักษะของเรา เพื่อประสบการณ์ใหม่ที่น่าเชื่อถือยิ่งขึ้น (admin, 2019)

2.3 ผู้จัดการขององค์กร (organizer) เพื่อให้บรรลุวิถิแห่งการเข้าถึง “ความเข้มแข็งขององค์กรชุมชน ที่จะก่อให้เกิดการตอบโจทย์ด้วยพลังร่วมขององค์กรเกษตรกรในชุมชน (ปรับจาก WHO, 2021) ในประเด็น 1) การวินิจฉัยสังคมนาปัญหาที่แท้จริง (real needs) ไม่ใช่ ปัญหาที่รู้สึก (felt needs) ปัญหาครอบคลุมทั้งปัญหอนาคตที่น่าจะเกิดภายใต้ภาพรวมอนาคต (scenario) ด้วย ที่ต้องวิเคราะห์ “เหตุปัจจัยปัญหาหลัก” ให้ได้ รวมทั้งกลยุทธ์เน้นในเชิงรุก และเน้นทางสายกลางในแต่ละสถานการณ์ 2) วินิจฉัยเป้าหมาย รวบรวมและวิเคราะห์สังเคราะห์ประเด็นของปัจจัยเกี่ยวข้องในการตอบโจทย์ที่เหมาะสมและเป็นไปได้ในแต่ละเป้าหมาย 3) วินิจฉัยด้านพฤติกรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อรู้จักประกอบ/ระบบกระทำการเพื่อการเกิดปฏิสัมพันธ์ที่เหมาะสมในการตอบโจทย์ 4) วินิจฉัยด้านการศึกษาและรูปแบบขององค์กรเกี่ยวข้องเพื่อหาทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรม ที่เป็นปัจจัยนำ ปัจจัยเสริม และปัจจัยเอื้อที่ทำให้เกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลง 5) วินิจฉัยด้านบริหารจัดการและนโยบายเกี่ยวข้อง เพื่อการสร้างแผนงาน และแผนปฏิบัติการที่เหมาะสม 6) การสร้างโมเดล (Precede-Proceed Model) เพื่อหา (1) พฤติกรรม และประเด็นปัญหาที่รุนแรง (ที่เกิดจากเหตุปัจจัยหลักและเชื่อมโยง) และต้องแก้ไขเร่งด่วน (2) มาตรการการแก้ไขอาจต้องใช้การบูรณาการหลากหลายเพื่อตอบโจทย์ (3) การส่งเสริมและพัฒนาต้องมองภาพรวมในหลายมิติ ได้แก่ มิติของการส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร มิติของกลุ่มเป้าหมาย การเกษตร มิติของพื้นที่เป้าหมาย มิติของกลยุทธ์ในการนำการเปลี่ยนแปลงที่เหมาะสม

2.4 แหล่งหรือต้นตอชี้แนะข้อมูล (source of information) ที่เน้นการชี้แนะในเรื่อง “best practice” และแอปพลิเคชันเกษตรกรที่หลากหลาย เอามาใช้ตามความเหมาะสม

กลยุทธ์ กลยุทธ์ที่สำคัญเน้น

1. การสร้างความเข้มแข็งขององค์กรประชาชน ด้วยพื้นฐานของ *แนวทางเกษตรกรและชุมชนเป็นศูนย์กลาง (Farmer & Community Centric Approach)* จึงต้องเน้น *เกษตรกรเป็น “ผู้กระทำ”* เพื่อเพิ่มโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการทั้งการวิจัยในชุมชน ที่เกิดจากเจ้าหน้าที่ฯ ต้องเน้นการวิจัยที่มีพื้นฐานของชุมชน (Community Based Research) ที่เน้น

ปัญหาร่วม ความต้องการร่วม และความสนใจร่วมของคนในชุมชนเป็นหลัก

2. การใช้เทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยการโหลดแอปพลิเคชันการเกษตรที่เกี่ยวข้อง และนำไปใช้ประกอบการร่วมกันตลอดต่อเนื่อง

3. เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร คือ ผู้สนับสนุนเกษตรกรด้วยการใช้บทบาท 4 ด้าน ตามที่กล่าวมาแล้วเพื่อนำทางเกษตรกร จากการช่วยตนเองได้ (self help) ตามเกษตรทฤษฎีใหม่ ขยับขึ้นไปขั้น 2 ของเกษตรทฤษฎีใหม่ คือ การพัฒนาการพึ่งพาตนเอง (self-reliance development) ได้ ด้วยการเข้าเป็นสมาชิกเครือข่าย เช่น วิชากิจชุมชน ในการเป็นเจ้าของธุรกิจ ไม่ใช่แค่ผู้ผลิตเหมือนเดิม แต่เป็น “เกษตรกรแม่นยำ”

4. มีกลยุทธ์พื้นฐานทางการส่งเสริมการเกษตรหมุน ได้แก่ 1) ทุกคนมีศักยภาพ เมื่อได้รับโอกาสเป็นเจ้าของธุรกิจ 2) ช่วยผู้ด้อยโอกาสในกลุ่มเครือข่ายฯ ให้พัฒนาการพึ่งตนเองได้ 3) ผลิตสินค้าที่ก้าวหน้าที่สุด ด้วยการใช้อุปกรณ์การเกษตรโหลดลงในโทรศัพท์มือถือ เพื่อช่วยในการดำเนินการลดความยุ่งยาก แต่มีความแม่นยำขึ้น ตามแนวทางของข้อมูลใหม่ที่ทันสมัยและแม่นยำ 4) การเริ่มต้นจากสิ่งที่มีอยู่ในชุมชน ผสมผสานเทคโนโลยีที่เหมาะสม ที่มีกลยุทธ์ในข้อ 4 นี้ จะบรรลุได้ก็ต่อเมื่อ องค์การวิชากิจในชุมชนนั้น มีพันธมิตรหรือคู่ค้าทางธุรกิจเกิดขึ้น ทำให้เกิดการเรียนรู้ถึงประโยชน์ของการร่วมมือกัน และประโยชน์จากการแข่งขันกัน

5. การเลือกพันธมิตรและคู่ค้าที่ต่างร่วมรักษาผลประโยชน์ของกันและกัน ทำให้เกิดความแข็งแกร่ง การต่อรองก็เกิดขึ้นดี แต่ต้องมีกฎเกณฑ์ในการทำงานร่วมกัน เพื่อลดปัญหาข้อขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2563, 3 มกราคม). การขับเคลื่อนภาคการเกษตรปี 2563. *คมชัดลึก*. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2564, จาก <https://www.komchadluek.net/news/agricultural/408233>

กระทรวงสาธารณสุข. (2564, 6 มีนาคม). สธ. ปลดล็อก ปลูกกล้วยไม้บ้านละ 6 ต้น แต่ห้ามใช้เสฟ ผิดกฎหมาย. *ประชาชาติธุรกิจ*. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2564, จาก <https://www.prachachat.net/general/news-625013>

จุฬารัตน์ อนาคตทรัพย์สกุล. (2563, 20 มกราคม). เปิด '5 สูตรเด็ด' ขายของออนไลน์ ทำยังไงให้ปัง! *กรุงเทพธุรกิจ*. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/862745>

ดิเรก ฤกษ์หรรษา. (2563, 9 กุมภาพันธ์). “การเข้าร่วมเครือข่าย” ปรัชญาพุทธหลอมจิตใจคนปัญญา. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2564, จาก <https://facebook.com/direkrerkrai>

ดิเรก ฤกษ์หรรษา. (2563, 25 ธันวาคม). “ประโยชน์ของการทำงานร่วมกัน” ปรัชญาพุทธหลอมจิตใจคนปัญญา. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2564, จาก <https://facebook.com/direkrerkrai>

ดิเรก ฤกษ์หรรษา. (2564, 25 กุมภาพันธ์). การปรับ growth mindset. สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2564, จาก www.blockdit/direkrerkrai

ธเนตร. (2017, 31 ธันวาคม). 10 อันดับอาชีพ ‘เกษตรสร้างรายได้’ สุดฮิตประจำปี 2560. *MThai News*. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2564, จาก <https://news.mthai.com/economy-news/606516.html>

นิรนาม. (2556). ความแตกต่างของคน. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <http://catlove5544.blogspot.com/>

บมจ. ธนาคารกรุงเทพ. (2563, 13 กุมภาพันธ์). แอปพลิเคชันเกษตร. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/smart-farm-appication>

บริษัท มติชน จำกัด (มหาชน). (2563, 8 ธันวาคม). เปิด 7 นวัตกรรมเกษตร เสริมศักยภาพการเกษตรไทย. *มติชนเส้นทางเศรษฐกิจ*. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2564, จาก https://www.sentangsedtee.com/today-news/article_167542

บริษัทรักบ้านเกิด. (2561, 5 ตุลาคม). "ฟาร์มแม่นยำ" พิสูจน์ใหม่ เพื่อเกษตรกรไทย. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2564, จาก <https://www.rakbankerd.com/agriculture/hilight-view.php?id=126&s=tblheight>

พสุ เดชะรินทร์. (2564, 19 มกราคม). Resilience อีกแนวคิดที่มาแรงในยุคโควิด. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/651860>

สำนักข่าวอินโฟเควสท์. (2563, 15 กันยายน). กรมเห็นชอบโครงการยกระดับแปลงใหญ่ด้วยเกษตรสมัยใหม่ วงเงิน 1.39 หมื่นลบ. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2564, จาก <https://www.infoquest.co.th/2020/36532>

หนุ่มเมืองจันท์. (2562, 19 กรกฎาคม). “ยาก” คือ “ง่าย”. *มติชนรายสัปดาห์*. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2564, จาก https://www.matichonweekly.com/column/article_212107

admin. (2019, 13 June). “Learn-Unlearn-Relearn” กับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2564, จาก <https://www.kingclass.co.th/main/learn-unlearn-relearn/>

eukeik.ee. (2020, 29 April). เกษตรกรไทยมีเท่าไรกัน. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2564, จาก <https://marketeeronline.co/archives/161682>

Kaset1009.com. (2020, 14 June). กรมส่งเสริมการเกษตร ขูาสาสมัครเกษตรกรหมู่บ้าน หนึ่งกลไกสำคัญภาคการเกษตร. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2564, จาก <https://kaset1009.com/th/articles/203080-ขูาสาสมัครเกษตรกรหมู่บ้าน-หนึ่งกลไกสำคัญภาคการเกษตร>

Niyompong, N. (2562, 12 ธันวาคม). OAE RCMO. *SMART SME Channel*. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2564, จาก <https://www.smartsme.co.th/content/230224>

Ngamrabiab, C. (2020, February 18). ไทยขึ้นแท่นผู้ส่งออกอาหารอันดับ 11 ของโลก ที่ 2 ของเอเชีย ด้วยมูลค่า 33,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2564, จาก <https://www.bltbangkok.com/news/14292/>

prachachat.net. (2561, 30 สิงหาคม). “โครงการเกษตร” คึกคัก DJI เลือกไทยประเดิมตลาดอาเซียน. ประชาชาติธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2564, จาก <https://www.prachachat.net/ict/news-211839>

SME Startup. (2020, 4 January). ส่อง 4 สตาร์ทอัพด้านเกษตรที่ต้องบอกว่าเจ๋งสุดๆ. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/startup-agritech>

Torzkrub. (2019, 10 ธันวาคม). เกษตรฯ จับมือลาซาด้า เปลี่ยนเกษตรกรเป็นผู้ค้าออนไลน์มืออาชีพ เปิดตัวต้นปี 2563. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2564, จาก <https://www.kasetkaoklai.com/home/2019/12เกษตรฯ-จับมือลาซาด้า-เปิด/>

WHO. (2021, 2 February). ตำราและงานวิจัยของสหรัฐอเมริกาและการส่งเสริมสุขภาพของ WHO. .ใน การส่งเสริมสุขภาพ. สืบค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://sites.google.com/site/sukhphaph12/kar-sng-serimsukh-phaph>