

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

จากการเปลี่ยนแปลงในกระแสโลกาภิวัตน์ การพัฒนาเทคโนโลยีสู่เศรษฐกิจให้ทันต่อการเติบโตของเศรษฐกิจยุคใหม่ที่อาศัยการผสมผสานเทคโนโลยีต่างๆ ให้กลายเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) รัฐบาลได้กำหนดนโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy) เป็นนโยบายที่สำคัญเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม การขับเคลื่อนเข้าสู่ความเป็นดิจิทัลมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในทุก ๆ ด้าน โดยเฉพาะการพัฒนาธุรกิจการสื่อสารของประเทศไทยในอนาคตที่จำเป็นต้องมุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลโดยมีเป้าหมายการครอบคลุมทุกพื้นที่ การมีขนาดที่พอเพียงกับการใช้งานมีเสถียรภาพที่มั่นคงในราคาที่เหมาะสม เพื่อเป็นพื้นฐานไปสู่การต่อยอดกิจกรรมการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีประสิทธิภาพสูงสุด (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2561) รัฐได้มีการสร้างระบบนิเวศดิจิทัลอย่างครบวงจร มีผู้ประกอบการดิจิทัลเกิดใหม่จำนวนมาก และปรับเปลี่ยนวิธีการทำธุรกิจของผู้ประกอบการไทยในด้านต่าง ๆ เพื่อไปสู่การแข่งขันเชิงการสร้างคุณค่าของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคพอใจสูงสุด โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์บริการด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และให้ผู้ประกอบการ SMEs, ให้ที่มีความทันสมัยและสะดวกในการปรับเปลี่ยนกระบวนการทางธุรกิจเพื่อส่งเสริมธุรกิจไทยโดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กตลอดจนการสร้างให้เกิดธุรกิจใหม่ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2561) ผู้ผลิตสินค้าท้องถิ่นมักมีปัญหาด้านการกระจายสินค้าสู่ตลาดเนื่องจากขาดทักษะในการบริหารจัดการและการหาช่องทาง รูปแบบวิธีและแนวทางเจรจาต่อรองในการจำหน่ายสินค้า ปัจจุบันจึงนำระบบสารสนเทศเข้าไปช่วยสนับสนุนการทำงาน ทำให้เกิดการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและการดำเนินการด้านการตลาดให้ดีขึ้น ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และสามารถทำการตลาดเองได้กว้างขวางขึ้น (อรจิต สิงคาลวณิช, 2556) การสร้างนวัตกรรมต้องอาศัยความรู้กิจกรรมสร้างความมั่งคั่งจากความรู้ นั้น โลกยุคปัจจุบันเป็นโลกยุคสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ ทุกสังคมจะต้องมีความสามารถในการนำความรู้มาสร้างนวัตกรรม สำหรับใช้เป็นพลังขับเคลื่อนการพัฒนาสังคมความรู้และนวัตกรรมที่สร้างขึ้นนั้น จะต้องก่อประโยชน์ต่อสังคมส่วนต่าง ๆ ที่มีความแตกต่างหลากหลายอย่างทั่วถึง และขับเคลื่อนทั้งเศรษฐกิจเพื่อการแข่งขันและเศรษฐกิจพอเพียงอย่างสมดุล (วิจารณ์ พานิช, 2552)

ปัจจุบันการประกอบธุรกิจโดยใช้สังคมออนไลน์มีความนิยมกันมาก ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว โดยผู้ใช้งานสามารถเข้ามาแบ่งปันความรู้ ข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ ให้แก่กันได้อย่างอิสระและสามารถโต้ตอบแสดงความคิดเห็นกันได้อย่างทันทีทันใด สื่อออนไลน์จะผ่านช่องทางเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ในรูปแบบ ๆ ไม่ว่าจะเป็นบนเครื่องคอมพิวเตอร์ทั่วไป เครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา โทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ได้ การสื่อสารผ่านช่องทางเหล่านี้จะช่วยให้การทำการตลาดเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น การทำตลาดดิจิทัล ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในรูปร่างของเศรษฐกิจโลก ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามเทคโนโลยี โลกาภิวัตน์หรือสิ่งแวดล้อม การทำตลาดบนโลกออนไลน์โดยใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีและเครือข่ายสังคมออนไลน์ผสมผสานกันเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดซึ่งขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ที่จะการสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจยุทธวิธีที่ทันสมัย รัฐบาลได้เล็งความสำคัญของเศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการปฏิรูปกระบวนการผลิต การดำเนินธุรกิจ การค้า การบริการ รวมทั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม การทำตลาดออนไลน์หรือตลาดดิจิทัล จะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าไทย ทั้งนี้ มีเป้าหมายหลักในการขับเคลื่อนพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าไทยผ่านรูปแบบการค้าใหม่นี้ให้กับธุรกิจขนาดกลาง ขนาดเล็ก และสร้างธุรกิจเกิดใหม่ด้วยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับภาคธุรกิจในการปรับเปลี่ยนแนวคิดและกระบวนการทางธุรกิจบนพื้นฐานของเทคโนโลยีดิจิทัลที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจ โดยมุ่งเน้นระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาเทคโนโลยีสู่เศรษฐกิจให้ทันต่อการเติบโตของเศรษฐกิจยุคใหม่ที่อาศัยการผสมผสานเทคโนโลยีต่าง ๆ ให้กลายเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

ลำไยเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรของไทย พื้นที่ปลูกลำไยส่วนใหญ่อยู่ทางภาคเหนือตอนบน จังหวัดลำพูนเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการปลูกลำไยเป็นจำนวนมาก (สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร, 2561) ผลผลิตลำไยสามารถออกผลได้ทั้งในฤดูและการบังคับให้ลำไยสามารถออกดอกและผลนอกฤดูได้ จากปัญหาสภาวะผลผลิตลำไยในฤดูล้นตลาดทำให้ราคาตกต่ำเกษตรกรจึงหันมาปลูกลำไยนอกฤดูกันมากขึ้น ข้อมูลสถิติการผลิตลำไยจังหวัดลำพูนปี พ.ศ. 2558 พบว่า สัดส่วนผลผลิตลำไยในฤดูมีจำนวน 90,028 ตัน ซึ่งสูงกว่าผลผลิตลำไยนอกฤดูที่มีจำนวน 59,387 ตัน คิดเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าร้อยละ 34 ปัจจุบันในปี พ.ศ. 2561 ข้อมูลผลผลิตลำไยในฤดูมีจำนวน 125,120 ตัน เมื่อเปรียบเทียบกับลำไยนอกฤดูมีจำนวน 125,966 ตัน ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกันซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐที่ส่งเสริมให้เกษตรกรมีการผลิตลำไยนอกฤดูกันมากขึ้นโดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีแหล่งน้ำพอเพียงสำหรับฤดูแล้ว ในจังหวัดลำพูนพื้นที่ที่ผลิตลำไยนอกฤดูมากที่สุดคือ พื้นที่ในอำเภอบ้านโฮ่ง (สำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูน, 2561) ถึงแม้ว่ามีการส่งเสริม

เกษตรกรให้หันมาปลูกลำไยนอกฤดูกันมากขึ้นโดยเฉพาะในช่วงเดือนธันวาคม - เดือนมกราคม ซึ่งเป็นช่วงก่อนเทศกาลตรุษจีนเพื่อออกสู่ความต้องการของตลาด แต่ก็ยังประสบปัญหาเรื่องราคาผลผลิตต่ำเนื่องจากราคาจะถูกกำหนดจากตลาดต่างประเทศ เกษตรกรไม่สามารถทราบราคาล่วงหน้าก่อนทำการเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ การซื้อเหมาสวนพ่อค้าคนกลางถึงแม้จะทำข้อตกลงและวางเงินค้ำมัดจำล่วงหน้าแต่ก็พบปัญหาว่าพ่อค้าคนกลางทิ้งเงินค้ำมัดจำ เกษตรกรต้องนำไปจำหน่ายเองซึ่งอาจไม่คุ้มค่าจ้างแรงงานที่มีราคาแพง หากเกษตรกรได้มีการวางแผนการผลิตให้เหมาะสมก็จะช่วยเรื่องผลผลิตล้นตลาดและวางแผนเรื่องแรงงานในการเก็บเกี่ยวได้ (สำนักงานเกษตรจังหวัดลำพูน, 2561) ผลผลิตของลำไยในปี 2561 นี้มีการจำหน่ายบริโภคสดคิดเป็นร้อยละ 28 โดยเป็นตลาดในประเทศคิดเป็นร้อยละ 9 และต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 19 และนำมาแปรรูปในรูปแบบผลไม้กระป๋องและอบแห้งคิดเป็นร้อยละ 72

จากทิศทางการพัฒนาประเทศไทยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเกษตรกรให้เป็นศูนย์กลางการพัฒนาอย่างสมดุล ผลักดันให้สามารถดำเนินงานในรูปของธุรกิจเกษตรที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรม 20 ปี สร้างเสริมให้ความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรและสถาบันเกษตรกรมีกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อใช้ในการผลิตและการตลาด การพัฒนาระบบข้อมูลเพื่อคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงทิศทางของตลาดให้ทันเหตุการณ์ต่อความต้องการของตลาดและมูลค่าสูง โครงการวิจัยนี้เป็นการบูรณาการเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการตลาดของผลผลิตลำไยโดยสร้างรูปแบบโมเดลธุรกิจการตลาดที่เหมาะสมกับชุมชน การพัฒนาระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัล การประชาสัมพันธ์สินค้าจากผลผลิตลำไยด้วยช่องทางเทคโนโลยีตลาดดิจิทัล และการสร้างคนในชุมชนให้เป็นนักการตลาดดิจิทัล ในทุกระบวนการเกษตรกรชุมชนจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเลือกกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงจากเกษตรกรที่มีผลผลิตลำไยนอกฤดูในอำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน การดำเนินงานเริ่มตั้งแต่การจัดเวทีชุมชนเพื่อระดมสมองสร้างโมเดลธุรกิจที่เป็นอัตลักษณ์ของตน นำโมเดลธุรกิจเป็นต้นแบบในการสร้างระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัล การบริหารจัดการระบบด้วยกลยุทธ์ตลาดดิจิทัล การใช้เครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ตลาดดิจิทัลให้เป็นที่รู้จักผลผลิตลำไยนอกฤดู การใช้โซเชียลมีเดีย การจัดอบรมเพื่อสร้างนักการตลาดที่ดีต่อชุมชนเพื่อให้สามารถบริหารจัดการข้อมูลได้ การประเมินติดตามและสรุปผลโครงการ ผลที่ได้จากโครงการโดยภาพรวมคือสามารถเพิ่มมูลค่าของผลผลิตลำไยนอกฤดูให้ชุมชนได้ด้วยการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลทำให้มีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรในการบริหารจัดการด้านการตลาดได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 สร้างโมเดลธุรกิจตลาดดิจิทัลของผลผลิตลำไยนอกฤดู อำเภอบ้านโฮ้ง จังหวัดลำพูน
- 1.2.2 พัฒนาระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลสำหรับผลผลิตลำไยนอกฤดู
- 1.2.3 ประชาสัมพันธ์ช่องทางการตลาดด้วยระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัล
- 1.2.4 ถ่ายทอดความรู้ด้านการผลิตลำไย ช่องทางการตลาดดิจิทัล และการบริหารจัดการระบบ เทคโนโลยีดิจิทัลให้กับเกษตรกรในชุมชน

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรในชุมชน ทีมนักวิจัย ผู้นำชุมชนท้องถิ่น นำไปพัฒนางานวางแผนการผลิตลำไย การวางแผนและสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด การเพิ่มช่องทางการตลาดให้ยกระดับรายได้ของเกษตรกรผู้ปลูกลำไยนอกฤดู ขอบเขตงานวิจัยมีดังนี้

- 1) ขอบเขตด้านพื้นที่ ดำเนินการวิจัยในพื้นที่อำเภอบ้านโฮ้ง จังหวัดลำพูน
- 2) ประชากร คือ กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตลำไยนอกฤดู กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน ตัวแทนผู้สนใจ ตัวแทนหน่วยงานด้านเกษตร กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตลำไยนอกฤดู กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน ตัวแทนผู้สนใจ ตัวแทนหน่วยงานด้านเกษตร โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง
- 3) กิจกรรมที่ศึกษา คือ ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาบริบทชุมชนโดยการสัมภาษณ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้นำชุมชน จัดเวทีแลกเปลี่ยนการเรียนรู้โดยมีประเด็นคำถามเกี่ยวข้องกับองค์ความรู้การผลิตลำไยนอกฤดู การวางแผนการผลิตลำไยนอกฤดู การตลาดและช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชน อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับทิศทางรูปแบบตลาดดิจิทัลแก่ชุมชนและการสร้างโมเดลธุรกิจตลาดดิจิทัลจากแผนการวิเคราะห์ SWOT, BMC, Digital CRM พัฒนาระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลโดยยึดหลักทฤษฎีการพัฒนาระบบ SDLC (System Development Life Cycle) พัฒนาสื่อวีดิทัศน์ในการส่งเสริมคุณค่าผลิตภัณฑ์ ทดสอบ ติดตั้ง และการนำไปใช้งานจริงจากหลักการพัฒนาระบบ ประเมินจากความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญและผู้ใช้งาน การโปรโมทชิ้นสินค้าด้วยระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลและการใช้โซเชียลมีเดีย จัดอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและความรู้ทางธุรกิจ เพื่อให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการด้วยตนเองได้ ประเมินประสิทธิผลของโครงการและสรุปผล
- 4) หน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และวิสาหกิจชุมชนในอำเภอบ้านโฮ้ง จังหวัดลำพูน