

การศึกษาวิจัยปัญหาและสำรวจความต้องการในการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ไปประยุกต์ใช้กับเกษตรกรในกลุ่มชาวนา

คุณวสิน เจริญ, จงสวัสดิ์ จงวัฒน์ผล, สมिता ธนะโสภณ

ภาคอุตสาหกรรมการเกษตรโดยเฉพาะการผลิตและการค้าข้าวของไทยกำลังเผชิญกับความกดดันและความท้าทายที่สำคัญในหลายๆ ด้าน เริ่มตั้งแต่การสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดของการส่งออกข้าวไทยให้กับประเทศเพื่อนบ้านของเรา อย่างเช่น เวียดนามที่ได้รับการสนับสนุนจากนโยบายของทางภาครัฐ ทั้งในด้านการลดภาษี การเพิ่มผลผลิตข้าวและลดต้นทุนการผลิต เป็นต้น หากเปรียบเทียบผลผลิตข้าวต่อไร่โดยเฉลี่ยของไทย พบว่าจะอยู่ที่อันดับ 5 ของอาเซียนรองจากเวียดนาม อินโดนีเซีย พม่า และฟิลิปปินส์ นอกจากนี้ผลกระทบต่อของการเปิดการค้าเสรีอาเซียนจะทำให้มีการนำข้าวที่มีราคาถูกกว่าจากประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาขายที่ไทยได้ง่ายขึ้น มีผลทำให้ภาคการเกษตรต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับสภาพการแข่งขันที่จะเข้ามาในอีกไม่กี่ปีข้างหน้าอีกด้วย นอกจากนี้ปัญหาในเรื่องของการส่งออกข้าวที่ยังต้องแข่งกับประเทศเพื่อนบ้านแล้ว ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเกษตรกรชาวนาโดยตรงคือ ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ทั้งในเรื่องของแรงงาน ราคาน้ำมัน รวมถึงสินค้าเพื่อการเกษตรอื่นๆ เช่น ปุ๋ยและยาปราบศัตรูพืช เป็นต้น

หากดูจากการจัดทำร่างยุทธศาสตร์การวิจัยด้านข้าว ที่สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) รวบรวมและนำเสนอ สำหรับปี 2555-2559 พบว่า ประกอบไปด้วย 5 ยุทธศาสตร์หลัก คือ (1) ยุทธศาสตร์ด้านพันธุ์ข้าว (2) ยุทธศาสตร์ด้านการผลิต (3) ยุทธศาสตร์ด้านการเก็บเกี่ยว (4) ยุทธศาสตร์ด้านการแปรรูป และ (5) ยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจและการตลาดข้าว อย่างไรก็ตาม เมื่อทำการเจาะลึกลงไปในแต่ละยุทธศาสตร์ โดยเฉพาะในด้านการผลิตกลับพบว่า มีการมุ่งเน้นเฉพาะการเพิ่มศักยภาพผลผลิตข้าวตั้งแต่การผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าว การเตรียมดิน วิธีการปลูก การจัดการน้ำ รวมถึงการป้องกันแมลงศัตรูพืช โดยมีการปรับเปลี่ยนวิธีการทำนาให้ทันสมัยขึ้น หรือ มีการนำเครื่องจักรกลเข้ามาช่วยในแต่ละขั้นตอนของการทำนา แต่ไม่ได้มีการมุ่งเน้นถึงบทบาทและประโยชน์ของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนการผลิตข้าว ดังนั้นจุดประสงค์หลักของงานวิจัยนี้ คือการศึกษาปัญหาในการปลูกข้าวของเกษตรกรชาวนาและผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบห่วงโซ่อุปทานข้าวของชาวนาไทย และนำผลของการศึกษามาเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการพัฒนาและออกแบบระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อยกระดับการทำนาของเกษตรกรชาวนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การศึกษาวิจัยการออกแบบและขั้นตอนการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ไปประยุกต์ใช้กับเกษตรกรในกลุ่มชาวนา

ดนุวสิน เจริญ, จงสวัสดิ์ จงวัฒน์ผล, สมिता ธนะโสภณ

งานวิจัยนี้ศึกษาปัญหาและสาเหตุของปัญหาของชาวนา จากการสัมภาษณ์พบว่าสาเหตุที่ชาวนามีรายได้น้อยมากจากการที่มีผลผลิตที่ต่ำและต้นทุนในการประกอบการที่สูง งานวิจัยนี้ได้ทำการวิเคราะห์กรณีศึกษาทั้งจากในประเทศและต่างประเทศต่อการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) มาใช้ในการแก้ปัญหาความยากจนให้กับชาวนา ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของการเพิ่มผลผลิต หรือลดต้นทุน

ระบบการทำนาแบบอัจฉริยะ (Mobile-Farming Intelligence) บนมือถือ ที่นำมาใช้จะต้องช่วยให้ชาวนาทำนาให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยเริ่มตั้งแต่การวางแผนทำการปลูกข้าวของชาวนาไปจนกระทั่งการเก็บเกี่ยวข้าวและการขายข้าวเปลือกให้กับโรงสีหรือพ่อค้าข้าว รายละเอียดของส่วนต่างๆ ของระบบมีดังนี้ จากการวิเคราะห์หลากหลายแนวทาง นักวิจัยพบว่า IT สามารถนำมาใช้ในการแก้ปัญหาความยากจนให้กับชาวนาได้ด้วย 4 รูปแบบ คือ สร้างการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ (Communication) สร้างเนื้อหาและองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อชาวนาในการเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุน (Content) สร้างตลาดกลางให้ชาวนาได้ประกาศซื้อประกาศขาย พร้อมทั้งให้บริการการทำธุรกรรม (Commerce) และ สร้างชุมชนเพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มของชาวนา (Community) บริษัทต่างๆ ที่ต้องการสร้างระบบ IT ในการให้บริการหรือทำธุรกิจกับชาวนาสามารถนำผลวิจัยนี้ในการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบ เพื่อแก้ปัญหาความยากจนให้กับชาวนา และสร้างผลกำไรให้กับบริษัทต่อไปได้

จุดมุ่งหมายสูงสุดของระบบนี้คือการพัฒนาชาวนาให้เป็นชาวนายุคใหม่ ซึ่งชาวนายุคใหม่ควรจะมีความอายุน้อยขึ้น มีการเติบโตอย่างชาญฉลาด มีความคิดเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur) รู้ว่าการเติบโตของธุรกิจการทำนาเป็นอย่างไร ไม่ต้องทำนาเองแต่จ้างผู้เชี่ยวชาญในกิจกรรมต่างๆของการทำนาทำกิจกรรมเหล่านั้นให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น พื้นที่ในการทำนามีความสมบูรณ์ มีการรวบรวมพื้นที่ในการทำนาให้ใหญ่ขึ้น โดยมุ่งหวังให้พื้นที่นาของเกษตรกรมีขนาดใหญ่ (50 – 300 ไร่) เนื่องจากจะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยลดลงเนื่องจากมีการทำกิจกรรมต่างๆในการทำนาอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สามารถรวบรวมความรู้ในการปลูกพืชและการประกอบการมาสร้างเป็นฐานข้อมูลสำหรับส่งต่อความรู้ให้คนอื่นได้ มีความรู้ความสามารถทางเทคโนโลยีและข่าวสาร เพื่อจะเข้าแข่งขันในตลาดที่ใหญ่ขึ้นได้ และเป็นนักต่อรองเจรจา

Press Release

บทความวิชาการ เรื่อง ผู้นำการจุดประกายที่สร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงผ่านกับการกระทำที่นำไปสู่การขับเคลื่อนประโยชน์ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

Transpirational Leader on Socio-Economic Benefit-Driven Action)

โดย รองศาสตราจารย์ ดร. ผลีน ภูัจจุญ **NIDA Business School**
National Institute of Development Administration (NIDA)

ธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมาก และเป็นการแข่งขันบนพื้นฐานการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันระหว่างกันเพื่อแย่งชิงความเป็นที่หนึ่งในอุตสาหกรรมที่ตนเองดำเนินธุรกิจอยู่ โดยไม่ใส่ใจกับการเร่งใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดของโลกในทุกๆ วิธีทาง ซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรจำนวนมากมหาศาลที่ต้องแลกกับสภาพของสังคมโดยรวมที่เสื่อมโทรมลงทั้งในด้าน สิ่งแวดล้อม มลภาวะ ความเหลื่อมล้ำของโอกาส ความไม่เท่าเทียมกันทางรายได้ และความยากจน การดำเนินธุรกิจในลักษณะดังกล่าวจึงเป็นเสมือนหนึ่งว่าองค์กรธุรกิจเป็นผู้ทำลายมากกว่าเป็นผู้สร้าง

ในการแก้ไขเพื่อนำองค์กรก้าวสู่เปลี่ยนแปลงให้ธุรกิจกลายเป็นผู้สร้างจึงเป็นหน้าที่สำคัญของผู้นำในทางวิชาการนั้นทฤษฎีในเรื่องผู้นำ เป็นหนึ่งในสาขาที่มีการศึกษาอย่างแพร่หลายมาก แต่แนวคิดส่วนใหญ่เกิดขึ้นในบริบทของนักวิชาการทางตะวันตก การมาประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติจึงอาจมีความไม่เหมาะสมภายใต้บริบทของไทย หรือของอาเซียน

บทความนี้นำเสนอแนวคิด ผู้นำการจุดประกายที่สร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Transpirational leader) ที่พัฒนาต่อจากองค์ความรู้เรื่องผู้นำ โดยหรือปรับและทบทวนบทบาทของผู้นำในมิติของชาติตะวันตกและปรับให้เหมาะสมกับบริบทของชาติตะวันออก ทั้งนี้เป็นการคิดทบทวนใหม่ถึงวัตถุประสงค์และเหตุผลในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งส่งผลต่อการสรรหา การใช้ทรัพยากรและการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้การจัดการเกิดประสิทธิภาพที่ไม่มุ่งผลเฉพาะแต่ประโยชน์ในทางธุรกิจเท่านั้น แต่เป็นการชี้นำการจัดการธุรกิจที่มุ่งประโยชน์ต่อสังคมในบริบทที่ส่งเสริมความเป็นปึกแผ่นโดยรวมของอาเซียน

ความจำเป็นในการปรับแนวคิดการพัฒนาผู้นำจาก ผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transaction Leader) เป็นผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง (Transformational Leader) เพื่อมาสู่ผู้นำแบบจุดประกายที่สร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Transpiration Leader) รูปแบบการจัดการของผู้นำทั้ง 3 แบบมีดังนี้ คือ

Transaction Leader	Transformation Leader	Transpirational Leader
1. ผู้นำเชิงรับ (Reactive) 2. ให้รางวัลหรือลงโทษ (Reward and punishment) 3. จูงใจด้วยการตอบแทนที่ตรงความต้องการ (Motivate by address their own interest) 4. รักษาความสมดุลด้วยการรักษาสถานภาพเดิม (Maintain status quo)	1. ผู้นำเชิงรุก (Proactive) 2. มีความคิดและให้ความสำคัญกับ (Idea and moral values) 3. ให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีม (Promoting Teamwork) 4. กระตุ้นด้วยทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อสร้างนวัตกรรม (Intellectual-stimulation to create innovation) 5. ให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน (Focus on economic benefit value to create competitiveness)	1. ผู้นำแบบเพิ่มพลัง (Energetic) 2. จุดประกายให้เกิดการเปลี่ยนแปลง (Inspire on change) 3. จูงใจด้วยการตระหนักรู้และเข้าใจตนเอง (Self-realization incentive) 4. กระตุ้นผ่านจิตวิญญาณที่จะยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่บนพื้นฐานใหม่ (Spiritual-Stimulation to shift standard of living in new platform) 5. เปลี่ยนผ่านเหตุผลในการดำเนินธุรกิจสู่การให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจพร้อมกับประโยชน์ทางสังคมเพื่อเสริมสร้างการเติบโตแบบยั่งยืน (Transforming business purpose to socio-economic benefit of promoting Sustainable growth)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ผู้นำการจุดประกายที่สร้างการเปลี่ยนแปลงผ่าน (Transpirational Leader) เป็นผู้นำที่มีคุณลักษณะพิเศษเพิ่มเติมจากผู้นำแบบเปลี่ยนผ่านที่สำคัญ คือ

- ๑) เป็นผู้นำที่มีความสามารถในการจุดประกายพลังภายในตัวของผู้ที่บังคับบัญชาให้ใช้ (Internal Drive) ในการนำองค์กรก้าวข้ามการเปลี่ยนผ่านไปสู่ News Business Landscape ที่มองการแข่งขันเป็นการสร้างสรรค์คุณค่า
- ๒) เป็นผู้นำที่มีพลังในการขับเคลื่อนธุรกิจบนความพอดีของการใช้ทรัพยากรและการมุ่งสร้างผลตอบแทน โดยมองการเติบโตของธุรกิจไปพร้อม ๆ กับความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม
- ๓) เป็นผู้นำที่กระตุ้นสปิริตของความเป็นมนุษย์ในฐานะหน่วยหนึ่งของสังคมที่ทำหน้าที่เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกันและกันภายใต้บริบทของการจัดการองค์การในการดำเนินธุรกิจอย่างมืออาชีพ

“ความสัมพันธ์ของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า จากมุมมองด้านจิตมโนภาพ”

อาจารย์ ดร. ปิยะ งามเจริญมงคล

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

บทคัดย่อ

เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่า ตราสินค้านั้นมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง ในการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า นอกเหนือจากคุณลักษณะเฉพาะทางด้านกายภาพและคุณประโยชน์ของสินค้า โดยผู้บริโภคนั้นไม่ได้เลือกที่จะบริโภคตราสินค้าใดๆ เพียงเพราะประโยชน์ใช้สอยของสินค้าเท่านั้น แต่ยังบริโภคความหมายเชิงสัญลักษณ์ ที่สะท้อนจากภาพลักษณ์ของตราสินค้านั้นด้วย งานวิจัยทางด้านผู้บริโภคและตราสินค้าที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการศึกษาความสัมพันธ์ของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า โดยมุ่งเน้นไปในส่วนของตราสินค้าที่มีภาพลักษณ์เชิงบวกเป็นหลัก (approach behaviour) ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะชื่นชอบและเลือกที่จะใช้ตราสินค้าที่มีภาพลักษณ์สอดคล้องกันกับภาพลักษณ์ตัวตนของผู้บริโภค (image congruence) ในอีกด้านหนึ่งนั้น การศึกษาพฤติกรรมหลีกเลี่ยงการบริโภคตราสินค้าที่มีภาพลักษณ์เชิงลบ (avoidance behaviour) กลับไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร โดยมีเพียงงานวิจัยเชิงคุณภาพบางส่วนเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อจำกัดในด้านวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ในการกำหนดและคัดแยกตราสินค้าที่มีภาพลักษณ์เชิงบวกและเชิงลบที่ชัดเจนจากมุมมองของผู้บริโภคทุกกลุ่มออกจากกัน

งานวิจัยในครั้งนี้ใช้ตราสินค้าที่ใช้โดยกลุ่มอ้างอิง (reference group brand usage) เป็นตัวแทนภาพลักษณ์ตราสินค้าทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยมีการใช้วิธีการวัดประเมินแบบใหม่ (selves questionnaire method) ซึ่งเป็นการวัดประเมินทางอ้อมแบบเปรียบเทียบมิติภาพลักษณ์ (indirect with dimension-based approach) นอกจากความสำคัญของงานวิจัยในครั้งนี้ในด้านการมีส่วนร่วมในการต่อ ยอดองค์ความรู้ในเรื่องของการพัฒนาวิธีการดำเนินงานวิจัยแล้วนั้น ผลการศึกษาที่ได้จากงานวิจัยนี้ยังมีส่วนร่วมในการต่อ ยอดองค์ความรู้ในเชิงทฤษฎีอีกด้วย โดยผลการวิจัยในภาพรวมนั้นแสดงให้เห็นว่า ความสอดคล้องของภาพลักษณ์ตัวตนและภาพลักษณ์ตราสินค้านั้น ขึ้นอยู่กับประเภทของตราสินค้าที่ถูกนำมาประเมิน โดยเมื่อประเมินตราสินค้าที่ใช้จริง ภาพลักษณ์ตัวตนที่แท้จริงจะสอดคล้องกับภาพลักษณ์ตราสินค้ามากกว่าภาพลักษณ์ตัวตนในด้านอื่นๆ เมื่อประเมินตราสินค้าที่ปรารถนาอยากจะใช้ ภาพลักษณ์ตัวตนในอุดมคติจะสอดคล้องกับภาพลักษณ์ตราสินค้ามากกว่าภาพลักษณ์ตัวตนในด้านอื่นๆ และเมื่อประเมินตราสินค้าที่ต้องการจะหลีกเลี่ยงนั้น ภาพลักษณ์ตัวตนที่ไม่ต้องการจะเป็นจะสอดคล้องกับภาพลักษณ์ตราสินค้ามากกว่าภาพลักษณ์ตัวตนในด้านบวกอื่นๆ

Press Release

Lessons Learned from Implementing E-Collaboration with Web 2.0 Technologies

Sumonta Kasemvilas, Khon Kaen University, sumkas@kku.ac.th
Lorne Olfman, Claremont Graduate University, lorne.olfman@cgu.edu

Executive Summary

Utilizing information technology in business has moved quickly into Web 2.0 technology era. This paper will discuss how these challenges were turned into opportunities by an implementing and experimenting e-collaboration tools that focused on collaborating users' project. Collaboration among team members is one of vital factors in business processes. E-collaboration can be applied in various ways in the business environment. One example is using for communication and interaction among team members.

E-collaboration also can be applied in the private environment, such as school and study. This study concentrate on mandatory settings, that is, users have to achieve their goals in a limited amount of time, and they need clear instructions to accomplish their tasks. This study attempted to design Wiki that are able to facilitate a mandatory collaborative writing process. Wiki is considered an Web 2.0 technology. In this study, students used a standard MediaWiki for the first half of the semester to become accustomed to how MediaWiki works, and they were then introduced to a set of assisting extensions to support collaborative group writing that were employed for the rest of the semester. Individual interviews were conducted to collect users' experiences and perceptions of the tools from a qualitative perspective.

A sociotechnical approach was used to analyze interview data. Although this research study focused on design alternatives for MediaWiki for use in mandatory settings, the consideration of only technical aspects was not adequate; social aspects also played a vital role in mandatory writing collaboration. This insight also complements the findings from the study. Some users expressed that they felt disinclined to use MediaWiki in the beginning, but as time passed, they had to use MediaWiki more often and became more acquainted with it. Time, skill, and experience allowed them to become acquainted with the tool, and they changed their opinion of MediaWiki.

The use of MediaWiki in academia requires appropriate governance and proper technology. However, sharing and decentralization are the primary characteristics of Wikis. Usability repercussions further complicate the design of mechanisms to support a mandatory writing environment in MediaWiki. Thus, an approach to the design of mechanisms that can be used for many courses is challenging. Lessons learned from this study could mitigate design problems of e-collaboration Wiki tools.