STAT IN FOCUS

การส่งเสริมให้เกษตรกรไทยใช้แอพพลิเคชั่น ควรเริ่มที่ไหน

อัครพัชร์ เจริญพานิช

นักวิจัยอาวุโส กลุ่มงานพัฒนาสถิติเศรษฐกิจดิจิทัล

พฤศจิกายน 2564

ข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความนี้เป็นความเห็นของผู้เขียน ซึ่งไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับความเห็นของธนาคารแห่งประเทศไทย

คำนำ

โลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็ว **อินเทอร์เน็ตกลายเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงภาคการเกษตร** โดยเกษตรกรยุคใหม่หันมาใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น เพื่อหาข้อมูลต่าง ๆ อาทิ สภาพดินฟ้าอากาศล่วงหน้า เพื่อใช้วางแผนและลดความเสี่ยงในการเพาะปลูก รวมถึงศึกษาเทคนิควิธีการพัฒนาผลผลิตใหม่ ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของตน ตลอดจนศึกษาวิธีบริหารต้นทุนต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ เช่น การติดตั้งระบบปล่อยน้ำอัตโนมัติ เพื่อช่วยประหยัดต้นทุนค่าแรงงานและเวลาของเกษตรกร และการใช้โดรนสำรวจพื้นที่ เพื่อวางแผนเพาะปลูกให้ได้ผลผลิตมากที่สุดภายใต้พื้นที่จำกัด เป็นต้น นอกจากนั้น อินเทอร์เน็ตยังช่วยให้เกษตรกรสามารถเพิ่มช่องทางการขายสินค้าของตนผ่านตลาดออนไลน์ ลดการพึ่งพ่อค้าคนกลางเหมือนสมัยก่อน

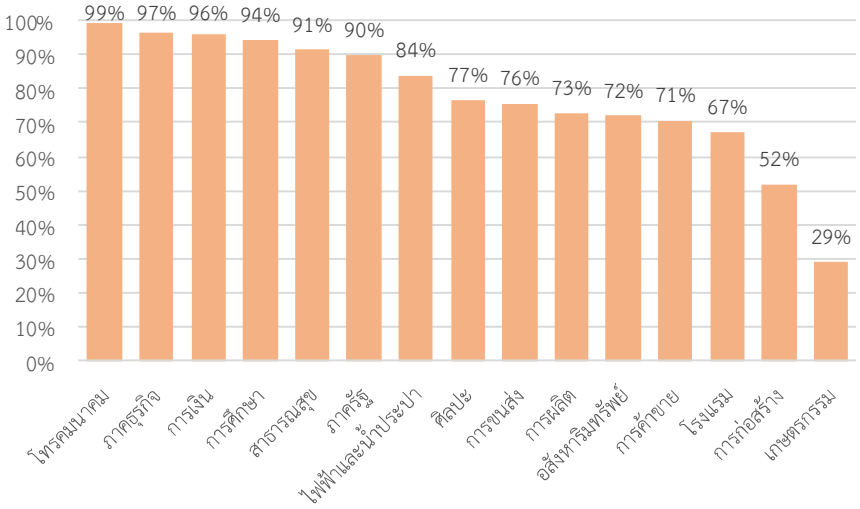
จากที่กล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่า**อินเทอร์เน็ตช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำเกษตรแทบทุกขั้นตอน ตั้งแต่ก่อนทำการเพาะปลูก จนถึงช่องทางการขายผลผลิต ทำให้เกษตรกรมีผลผลิตเพิ่มขึ้น ต้นทุนลดลง กำไรและรายได้เพิ่มขึ้น** เกษตรกรที่ใช้อินเทอร์เน็ตได้จึงมีความได้เปรียบในการทำธุรกิจและช่วยให้ชีวิตความเป็นอยู่ของตนดีขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ที่พบว่า**เกษตรกรที่ใช้อินเทอร์เน็ตจะมีรายได้สูงกว่ากลุ่มที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต** โดยรายได้เฉลี่ยของเกษตรกรที่ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่ที่ 10,398 ต่อเดือน สูงกว่าเกษตรกรที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตที่ 8,684 ต่อเดือน[1]

อย่างไรก็ดี **เกษตรกรไทยยังมีความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (digital literacy) ค่อนข้างจำกัด** และส่วนใหญ่ยังไม่สามารถเข้าถึงและใช้แอพพลิเคชั่นได้ โดยจากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าสัดส่วนเกษตรกรที่ใช้อินเทอร์เน็ตมีเพียง 29% ของเกษตรกรทั้งหมด ถือว่าอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ (ภาพที่ 1) นอกจากนี้ หากพิจารณาการใช้อินเทอร์เน็ตของเกษตรกร พบว่ามีเพียง 57% ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการค้นหาข้อมูล[2] ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของอาชีพอื่นที่ 71% สะท้อนว่าเกษตรกรยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องการศึกษาหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ตเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการทำเกษตรมากนัก

[1] แบบสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน ปี 2561 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

[2] ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ค้นหาข้อมูลภาครัฐ และ/หรือ ค้นหาข่าวสาร

ภาพที่ 1: สัดส่วนแรงงานที่ใช้อินเทอร์เน็ต (แบ่งตามกลุ่มอุตสาหกรรม)



ที่มา: แบบสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน ปี 2561 สำนักงานสถิติแห่งชาติ คำนวณโดยผู้เขียน

ภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0[3] ภาครัฐได้ให้ความสำคัญในการผลักดันให้เกษตรกรใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น โดยมีแผนจะพลิกโฉมภาคเกษตรให้กลายเป็นเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และในช่วงที่ผ่านมา ทั้ง**ภาครัฐและเอกชน ได้พัฒนาแอพพลิเคชั่นด้านการเกษตรบนโทรศัพท์มือถือ และพยายามผลักดันให้เกษตรกรใช้แอพพลิเคชั่น**เป็นเครื่องมือช่วยเกษตรกรให้มีความรู้และเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาช่วยตัดสินใจวางแผนการทำเกษตรกรรมให้มีประสิทธิภาพผลิตและเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร แต่คำถามสำคัญ คือ ด้วยทรัพยากรทั้งเงินทุนและกำลังคนที่มีอยู่จำกัด **ภาครัฐควรเน้นส่งเสริมเกษตรกรที่ใดหรือปลูกพืชใดก่อนเพื่อให้การส่งเสริมได้ผลเร็วที่สุด (quick win)** บทความนี้ จึงต้องการ**ศึกษา digital literacy ของเกษตรกรแยกรายจังหวัด เพื่อนำมาเป็นปัจจัยคัดกรองจังหวัดที่ภาครัฐควรลงพื้นที่ส่งเสริมความรู้ด้านดิจิทัลและรณรงค์ให้เกษตรกรใช้แอพพลิเคชั่นเกษตรบนโทรศัพท์มือถือ** โดยเน้นเกษตรกรที่ปลูกพืชเศรษฐกิจ 4 ชนิดหลัก คือ ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง และอ้อย

การคัดกรองเลือกจังหวัดนำร่องเพื่อส่งเสริมให้เกษตรกรหันมาใช้แอพพลิเคชั่นมือถือ

การรณรงค์ให้เกษตรกรหันมาใช้แอพพลิเคชั่นนั้น จะต้องมีการให้ความรู้ด้านดิจิทัลและมีแผนส่งเสริมให้เกษตรกรแต่ละกลุ่มอย่างเหมาะสม **โดยในระยะสั้น ควรเน้นไปที่เกษตรกรกลุ่มที่ใช้อินเทอร์เน็ต ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่มีความรู้ด้านดิจิทัลเบื้องต้นและบางส่วนอาจมีประสบการณ์การใช้แอพพลิเคชั่นอยู่แล้ว** ทำให้แผนการส่งเสริมมีโอกาสสำเร็จได้เร็ว ส่วนแผนในระยะยาว **ควรเน้นที่กลุ่มเกษตรกรที่มีโทรศัพท์มือถือแต่กลับไม่ใช้อินเทอร์เน็ต** ซึ่งกลุ่มนี้ต้องใช้เวลาในการส่งเสริมค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความรู้ด้านดิจิทัลจำกัด ทำให้ไม่กล้าที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาใช้ดิจิทัล ภาครัฐจึงจำเป็นต้องให้ความรู้ด้านดิจิทัลก่อนส่งเสริมให้ใช้แอพพลิเคชั่นต่อไป

[3] ดร. สุวิทย์ เมษินทรีย์ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีในขณะนั้น ได้เปิดเผยแนวคิดเรื่อง Thailand 4.0 ต่อสาธารณชนครั้งแรกเมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2558

ในการเลือกจังหวัดนำร่อง พิจารณาจากสัดส่วนเกษตรกรที่ใช้อินเทอร์เน็ต และไม่ใช้อินเทอร์เน็ต ของเกษตรกรที่ปลูกพืชเศรษฐกิจแต่ละจังหวัด โดยตารางที่ 1 เรียงลำดับจังหวัดที่มีสัดส่วนมากที่สุด 5 อันดับแรกของประเทศ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีเพียงเกษตรกรปลูกยางพาราที่กระจุกตัวในภาคใต้ (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1: Top 5 จังหวัดที่มีเกษตรกรที่ใช้อินเทอร์เน็ต และไม่ใช่อินเทอร์เน็ต (แต่มีโทรศัพท์มือถือ)

กลุ่มเกษตรกร	ข้าว	ยางพารา	มันสำปะหลัง	อ้อย
ใช้อินเทอร์เน็ต	1. อุดรธานี (8%) 2. ร้อยเอ็ด (6%) 3. สกลนคร (6%) 4. ยโสธร (5%) 5. นครราชสีมา (5%)	1. สุราษฎร์ธานี (13%) 2. นครศรีธรรมราช (13%) 3. สงขลา (10%) 4. ยะลา (6%) 5. ตรัง (6%)	1. อุบลราชธานี (22%) 2. กำแพงเพชร (10%) 3. นครราชสีมา (7%) 4. บุรีรัมย์ (7%) 5. กาญจนบุรี (5%)	1. นครราชสีมา (15%) 2. ลพบุรี (11%) 3. ขอนแก่น (11%) 4. ชัยภูมิ (9%) 5. อุดรธานี (7%)
ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (แต่มีโทรศัพท์มือถือ)	1. สกลนคร (8%) 2. อุดรธานี (7%) 3. เชียงราย (7%) 4. ร้อยเอ็ด (6%) 5. นครราชสีมา (5%)	1. นราธิวาส (13%) 2. นครศรีธรรมราช (9%) 3. สุราษฎร์ธานี (8%) 4. ยะลา (8%) 5. บึงกาฬ (8%)	1. อุบลราชธานี (17%) 2. นครราชสีมา (11%) 3. กำแพงเพชร (7%) 4. สกลนคร (7%) 5. บุรีรัมย์ (6%)	1. ชัยภูมิ (15%) 2. นครราชสีมา (13%) 3. ขอนแก่น (8%) 4. ลพบุรี (7%) 5. บุรีรัมย์ (7%)

หมายเหตุ: ( ) คือ สัดส่วนเกษตรกรในแต่ละจังหวัดที่ใช้ (ไม่ใช้) อินเทอร์เน็ต ต่อ จำนวนเกษตรกรที่ปลูกพืชนั้น ๆ ที่ใช้ (ไม่ใช้) อินเทอร์เน็ตทั้งหมด โดยแยกตามประเภทพืชที่ปลูก

ที่มา: แบบสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน ปี 2561 สำนักงานสถิติแห่งชาติ คำนวณโดยผู้เขียน

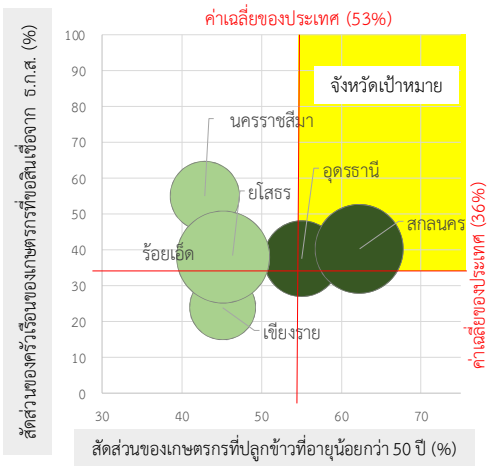
นอกจากพิจารณาเรื่องจำนวนเกษตรกรในแต่ละจังหวัดแล้ว **เพื่อให้สามารถเจาะจงจังหวัดนำร่องที่มีศักยภาพได้ชัดเจนขึ้น จึงเพิ่มปัจจัยคัดกรองเพิ่มเติม คือ อายุของเกษตรกร และจำนวนเกษตรกรที่ขอสินเชื่อจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)** เนื่องจากเกษตรกรที่มีอายุน้อยมีโอกาสปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้ง่าย โดยบทความนี้จะพิจารณาจากสัดส่วนเกษตรกรที่มีอายุต่ำกว่า 50 ปี[4] ส่วนเกษตรกรที่ขอสินเชื่อจาก ธ.ก.ส. จะมีโอกาสยอมปรับตัวมาใช้แอพพลิเคชั่นได้ง่าย หากภาครัฐมีการเสนอแรงจูงใจ เช่น การให้ดอกเบี้ยต่ำกับเกษตรกรที่ใช้แอพพลิเคชั่นเกษตร เป็นต้น

เมื่อนำจังหวัดนำร่องในตารางที่ 1 มาคัดกรองเพิ่มเติม พบว่า**ภาครัฐควรลงพื้นที่จังหวัดอุดรธานี สกลนคร สำหรับข้าว สราษฎร์ธานี สงขลา บึงกาฬสำหรับยางพารา อุบลราชธานี กาญจนบุรี สกลนครสำหรับมันสำปะหลัง และนครราชสีมา อุดรธานี บุรีรัมย์สำหรับอ้อย** (ภาพที่ 2) นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาแยกเกษตรกรที่ใช้อินเทอร์เน็ตและไม่ใช้อินเทอร์เน็ต สามารถสรุปจังหวัดที่ควรส่งเสริมในระยะสั้น และระยะยาวได้ตามตารางที่ 2 ซึ่งมีข้อน่าสังเกตคือ จังหวัดอุดรธานี และ สกลนคร เป็นจังหวัดที่ควรลงพื้นที่ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว รวมถึงเป็นจังหวัดที่ครอบคลุมเกษตรกรที่ปลูกพืชหลายชนิด (ข้าว มันสำปะหลัง และ อ้อย) ดังนั้น **ภาครัฐอาจพิจารณาจังหวัดอุดรธานี และ สกลนคร เป็นจังหวัดแรกๆ ในการลงพื้นที่สนับสนุน**

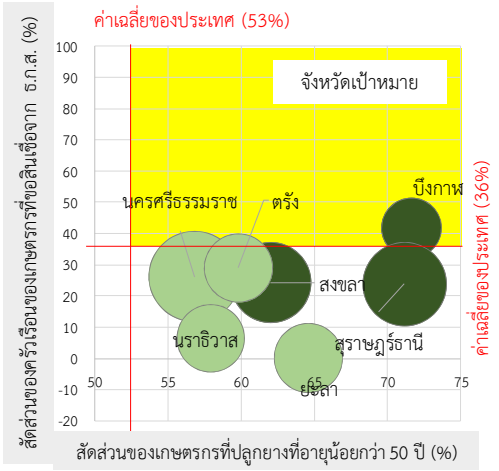
[4] การกำหนดเกณฑ์อายุที่ 50 ปี เนื่องจากอายุเฉลี่ยของเกษตรกรไทยอยู่ที่ประมาณ 50 ปี และ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กำหนดอายุของเกษตรรุ่นใหม่ (young smart farmer) ซึ่งเป็นกลุ่มที่ปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีได้ง่าย อยู่ที่ต่ำกว่า 50 ปีเช่นกัน (17-45 ปี)

ภาพที่ 2: สัดส่วนเกษตรกรแต่ละจังหวัด แยกตามอายุของเกษตรกร และการขอสินเชื่อจาก ธ.ก.ส.

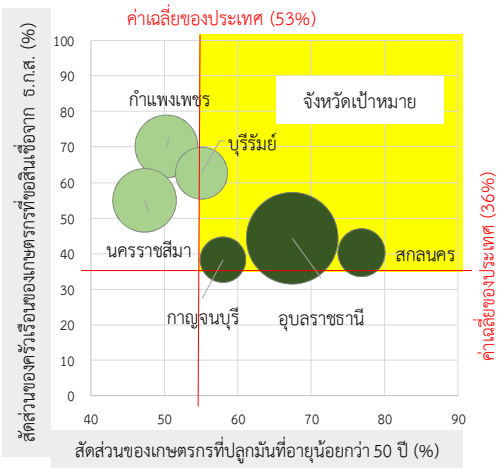
ข้าว



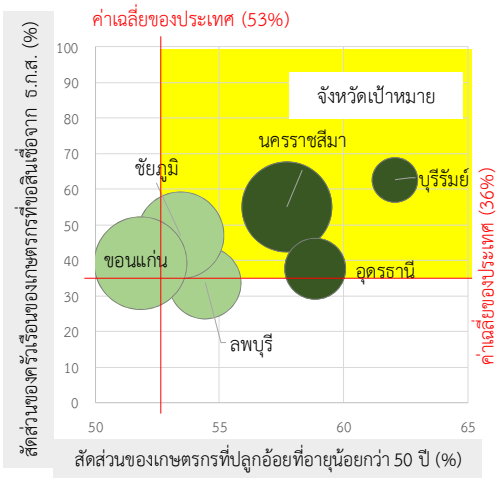
ยางพารา



มันสำปะหลัง



อ้อย



หมายเหตุ: ขนาดของวงกลมแสดงถึงจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพืชนั้น ๆ ในแต่ละจังหวัด
ที่มา: แบบสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน ปี 2561 และแบบสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน ปี 2562 สำนักงานสถิติแห่งชาติ คำนวณโดยผู้เขียน

ตารางที่ 2: จังหวัดนำร่องที่ควรส่งเสริมให้เกษตรกรใช้แอพพลิเคชั่นเกษตรบนโทรศัพท์มือถือ

ลักษณะการส่งเสริม	ข้าว	ยางพารา	มันสำปะหลัง	อ้อย
ระยะสั้น	- อุดรธานี - สกลนคร	- สุราษฎร์ธานี - สงขลา	- อุบลราชธานี - กาญจนบุรี	- นครราชสีมา - อุดรธานี
ระยะยาว	- อุดรธานี - สกลนคร	- สุราษฎร์ธานี - บึงกาฬ	- อุบลราชธานี - สกลนคร	- นครราชสีมา - บุรีรัมย์

ที่มา: แบบสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน ปี 2561 สำนักงานสถิติแห่งชาติ คำนวณโดยผู้เขียน
หมายเหตุ: เกณฑ์พิจารณา คือ 1. สัดส่วนเกษตรกรที่ใช้ / ไม่ใช้อินเทอร์เน็ต (แต่มีโทรศัพท์มือถือ) โดย ระยะสั้น เน้นจังหวัดที่มีสัดส่วนเกษตรกรที่ใช้อินเทอร์เน็ตสูง ส่วนระยะยาวเน้นจังหวัดที่มีสัดส่วนเกษตรกรที่ไม่ใช้อินเทอร์เน็ตสูง 2. สัดส่วนเกษตรกรที่มีอายุน้อย (ต่ำกว่า 50 ปี) สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ และ 3. สัดส่วนของครัวเรือนเกษตรที่ขอสินเชื่อจาก ธ.ก.ส. สูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ (ยกเว้นกรณีของ ยางพารา ที่ผ่อนคลายเกณฑ์นี้ลงเล็กน้อย เนื่องจากครัวเรือนที่ปลูกยางพารามีสัดส่วนการขอสินเชื่อจาก ธ.ก.ส. ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับพืชเศรษฐกิจชนิดอื่น)

แผนการส่งเสริม**ในระยะสั้น ควรเน้นไปที่การจูงใจให้เกษตรกรที่มีความรู้ด้านดิจิทัลอยู่แล้วหันมาใช้แอพพลิเคชั่น** อาทิ **หา influencer มาแสดงให้เกษตรเห็นถึงประโยชน์ของการใช้แอพพลิเคชั่นเหล่านี้** ภาครัฐอาจใช้วิธีจูงใจให้ปราชญ์ชาวบ้านที่เกษตรกรแต่ละพื้นที่ให้ความเคารพนับถือมาใช้แอพพลิเคชั่น แล้วเล่าประสบการณ์ว่าข้อมูลจากแอพพลิเคชั่นช่วยให้เกษตรกร เพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเพิ่มรายได้ของเกษตรกรได้อย่างไร

สถาบันการเงินภาครัฐ โดยเฉพาะ ธ.ก.ส. อาจเพิ่มบทบาทการสนับสนุนภาครัฐในการช่วยสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรหันมาใช้แอพพลิเคชั่นได้ เช่น นำการใช้แอพพลิเคชั่นในกระบวนการเกษตรกรรม หรือประวัติการชำระหนี้สินเชื่อผ่านแอพพลิเคชั่นมาเป็นปัจจัยประกอบการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อให้แก่เกษตรกรที่ใช้แอพพลิเคชั่น ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรมีช่องทางการเข้าถึงสินเชื่อได้มากขึ้นขณะเดียวกัน สถาบันการเงิน หรือ ธ.ก.ส. เอง ก็จะได้รับประโยชน์จากข้อมูลหรือหลักฐานในระบบดิจิทัล (digital footprint) เพื่อใช้ในการประเมินและติดตามความเสี่ยงจากการให้สินเชื่อด้วย

ส่วนแผน**ในระยะยาว ซึ่งเกษตรกรจะเป็นกลุ่มที่มีความรู้ด้านดิจิทัลจำกัด ภาครัฐจึงต้องส่งเสริมให้เกษตรกรกลุ่มนี้มีความรู้ด้านดิจิทัลเสียก่อนที่จะเริ่มรณรงค์ให้ใช้แอพพลิเคชั่น** เนื่องจาก influencer อาจสามารถจูงใจให้เกษตรกรรู้จักแอพพลิเคชั่นเหล่านี้ได้ แต่การใช้จริงขึ้นอยู่กับทักษะการใช้และความเชื่อมั่นของเกษตรกร หากเกษตรกรไม่มีความรู้ด้านดิจิทัล ย่อมทำให้เกิดความกลัว และไม่กล้าใช้แอพพลิเคชั่น ดังนั้น สิ่งสำคัญคือภาครัฐต้องจูงใจให้เกษตรกรกลุ่มนี้เปิดใจ ยอมปรับตัวเข้าหาดิจิทัลเสียก่อน โดยให้ความรู้และแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของการใช้ดิจิทัลว่าจะช่วยให้ชีวิตของตนเองดีขึ้นได้อย่างไร เช่น ใช้แล้วช่วยลดความเสี่ยงในการเพาะปลูก เพิ่มผลผลิต และเพิ่มรายได้ เป็นต้น

นอกจากการส่งเสริมให้เกษตรกรมีความรู้ด้านดิจิทัลแล้ว ยังมี**ความท้าทายอื่น ๆ** ที่ภาครัฐต้องเผชิญเพื่อให้การรณรงค์ประสบความสำเร็จ อาทิ **การออกแบบแอพพลิเคชั่น**ให้น่าสนใจ ใช้งานง่ายและข้อมูลมีประโยชน์ต่อเกษตรกร ครอบคลุมตั้งแต่ก่อนทำการเพาะปลูก ไปจนถึงช่องทางการขายผลผลิต **การสร้างความเชื่อมั่น**ให้เกษตรกรกล้าใช้แอพพลิเคชั่น โดยเฉพาะประเด็นเรื่องความปลอดภัยด้านข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงการเตรียมความพร้อมด้าน**โครงสร้างพื้นฐาน** ทั้งด้านความครอบคลุมของสัญญาณอินเทอร์เน็ต รวมถึง ขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการโทรคมนาคมจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายค่าบริการอินเทอร์เน็ตรายเดือนที่ไม่แพงจนเกินไป เพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงแอพพลิเคชั่นได้ง่าย

สรุป

โลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างรวดเร็ว อินเทอร์เน็ตช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำเกษตรแทบทุกขั้นตอน ตั้งแต่ก่อนทำการเพาะปลูก จนถึงช่องทางการขายผลผลิต ทำให้เกษตรกรมีผลผลิตเพิ่มขึ้น รวมถึงมีกำไรและรายได้มากขึ้น ภาครัฐจึงมีแผนจะพลิกโฉมภาคเกษตรให้กลายเป็นเกษตรสมัยใหม่ที่เน้นใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต อย่างไรก็ดี แม้ภาครัฐและเอกชนต่างพัฒนาและผลักดันแอพพลิเคชั่นเกษตรบนโทรศัพท์มือถือมาให้เกษตรกรใช้ แต่คำถามสำคัญ คือ เราควรเน้นส่งเสริมเกษตรกรที่ใดหรือปลูกพืชใดก่อน เพื่อเป็น quick win ให้เกษตรกรหันมาใช้แอพพลิเคชั่นมือถือได้เร็วที่สุด

บทความนี้ได้คัดกรองจังหวัดนำร่องเพื่อลงพื้นที่สำหรับพืชเศรษฐกิจหลักของประเทศไทย โดยใช้หลากหลายตัวแปร อาทิ จำนวนเกษตรกรที่ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนเกษตรกรที่ไม่ใช่อินเทอร์เน็ต(แต่มีโทรศัพท์มือถือ) จำนวนเกษตรกรอายุน้อย (ต่ำกว่า 50 ปี) และ จำนวนครัวเรือนภาคการเกษตรที่กู้ยืมจาก ธ.ก.ส. โดยผลการศึกษา สรุปได้ว่า ภาครัฐควรเริ่มการรณรงค์ที่จังหวัดอุดรธานีและสกลนครสำหรับข้าว สุราษฎร์ธานี สงขลา และบึงกาฬสำหรับยางพารา อุบลราชธานี กาญจนบุรี และสกลนครสำหรับมันสำปะหลัง และนครราชสีมา อุดรธานี และบุรีรัมย์สำหรับอ้อย

นโยบายที่รัฐบาลใช้สนับสนุน ควรแบ่งเป็นนโยบายระยะสั้นและระยะยาว โดยในระยะสั้นมุ่งเน้นให้เกษตรกรที่ใช้อินเทอร์เน็ตอยู่แล้วหันมาใช้แอพพลิเคชั่นเกษตรที่ภาครัฐและเอกชนพัฒนาขึ้น เช่น หา influencer มาแสดงให้เกษตรเห็นถึงประโยชน์การใช้แอพพลิเคชั่นเหล่านี้ รวมถึงสถาบันการเงินภาครัฐอาจสร้างแรงจูงใจ เช่น ปล่อยสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำให้เกษตรกรที่ใช้แอพพลิเคชั่นเกษตร เป็นต้น ส่วนนโยบายระยะยาว ภาครัฐจำเป็นต้องให้ความรู้ความเข้าใจด้านดิจิทัลเพื่อเปลี่ยนความเชื่อและพฤติกรรมของเกษตรกร ก่อนส่งเสริมให้ใช้แอพพลิเคชั่นต่อไป โดยเน้นไปที่การทำให้เกษตรกรที่มีโทรศัพท์มือถืออยู่แล้วแต่ยังไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตหันมาใช้อินเทอร์เน็ตและแอพพลิเคชั่นมากขึ้น

อย่างไรก็ดี ภาครัฐยังต้องเผชิญกับความท้าทายที่หลากหลาย อาทิ การออกแบบแอพพลิเคชั่นให้ใช้ง่ายครบวงจร ตอบโจทย์เกษตรกรแต่ละกลุ่ม การสร้างความเชื่อมั่นให้เกษตรกรกล้าใช้แอพพลิเคชั่น โดยเฉพาะประเด็นเรื่องความปลอดภัยด้านข้อมูลส่วนบุคคล รวมถึงการเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ความครอบคลุมของสัญญาณอินเทอร์เน็ต และการขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการโทรคมนาคมจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายค่าบริการอินเทอร์เน็ตรายเดือนที่ไม่แพงจนเกินไป เพื่อให้เกษตรกรสามารถเข้าถึงแอพพลิเคชั่นได้ง่าย