

**การศึกษาบริบทของห่วงโซ่อุปทานแบบมีส่วนร่วมของ
กลุ่มเกษตรกรธุรกิจอุตสาหกรรมเม็ดมะม่วงหิมพานต์
เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชน
กนต์ อินทุวงศ์**

**A Study on the Context of Participatory Supply Chain of the Farmers Group
of Cashew nut Industry Business for Strengthening the Community Economy**

Gunt Intuwong

ภาควิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ 53000

Department of Industrial Technology, Faculty of Industrial Technology,
Uttaradit Rajabhat University, Uttaradit 53000

*Corresponding Author. E-mail address: jensak_k@hotmail.co.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาบริบทของห่วงโซ่อุปทานแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยใช้สถิติเป็นค่าแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมของการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของเครือข่าย มีค่าปฏิบัติงานโดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.15) และในด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับการประเมินความสำคัญของลักษณะคุณภาพของเม็ดมะม่วงหิมพานต์ ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 6 ปัจจัย ปัจจัยด้านการผลิต (Factors Conditions) ยังมีปัญหาทางด้านการขาดแคลนแรงงานถึงร้อยละ 62.5 ซึ่งมีผลกระทบต่อการกระบวนการผลิต/แปรรูป เนื่องจากเกษตรกรไม่สามารถมองเห็นจากเปลือกนอกได้ กระทั่งกะเทาะเมล็ดออกจึงพบปัญหาทำให้สิ้นเปลืองเวลาและต้นทุนการผลิต ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) การรักษาคุณภาพผลผลิตเพื่อป้องกันการปลอมปนของผลิตภัณฑ์จากที่อื่นซึ่งส่งผลให้ราคาซื้อลดลงกว่าร้อยละ 50 ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ดิบกับเม็ดมะม่วงหิมพานต์ที่ผ่านการกะเทาะเปลือกเมล็ดและลอกเยื่อออกแล้ว ผลผลิตทั้งสองจะผ่านกระบวนการผลิต/แปรรูป ปัจจัยด้านกลยุทธ์, มีลักษณะการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มให้มีอำนาจการต่อรองเรื่องราคา ปัจจัยทางรัฐบาล (Government) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีนโยบายและเห็นความสำคัญของการรักษาคุณภาพเมล็ดซึ่งมีลักษณะขนาดและรสชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น สามารถสร้างจุดแข็งให้กับเกษตรกร ปัจจัยทางโอกาส (Chance) จากเหตุการณ์ราคาผลผลิตเม็ดมะม่วงหิมพานต์ตกต่ำ อันเนื่องจากภาวะล้นตลาด และความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการขายกับปริมาณความต้องการจึงเกิดภาวะล้นตลาดและราคาตกต่ำลง จุดเด่นที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จของเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์เพื่อศึกษาการรับรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเรื่องคุณภาพ ถึงร้อยละ 68.50 ของเม็ดมะม่วงหิมพานต์

คำสำคัญ: ห่วงโซ่อุปทาน การมีส่วนร่วม เม็ดมะม่วงหิมพานต์ เศรษฐกิจชุมชน

Abstract

This study was conducted to investigate the context of participatory supply chain of the farmers group of cashew nut industry business. A set of questionnaires was used for data collection administered with 200 farmers doing the business. Obtained data were analyzed by using frequency, percentage, mean, and standard deviation. Findings showed that, as a whole, the management of the supply chain of the cashew nut business networks was found at a highest level ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.15). Regarding the relationships between factors of the community enterprise group and the importance assessment of quality characteristics of cashew nut based on 6 factors. Factors conditions still had a problem in workforce lacking (62.5%), resulting in an effect on the production/processing process. This was because the farmers could not observe the external appearance. This wasted time and production costs. Demand conditions the maintaining of yield quality to prevent adulteration of products from other places which resulted in a decreased price for more than 50 percent. Industrial factor it was sorted into 2 aspects: raw cashew nuts and shell-cracked cashew nuts. Yields of both types of cashew nuts passed the production/processing process. Strategy factor the farmers group themselves for strengthening in the negotiation in pricing. Government factor concerned agencies at the provincial level and local administrative organization had a policy and placed the importance on cashew nut quality maintaining based on its unique quality, size and taste. Chance factor based on the falling price of cashew nuts due to oversupply and the relationships between sales volume and demand, it resulted in low price and over supply of cashew nuts. However, the farmers group was successful in their business because they studied on the perception of the community enterprise about quality (68.50%). It could be said that the perception of the community enterprise on cashew nut quality was at a high level.

Keywords: Supply chain, participation, cashew nut, community economy

บทนำ

จังหวัดอุดรธานีถือว่าเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือตอนล่างที่ให้ความสำคัญกับการผลิตเม็ดมะม่วงหิมพานต์ ซึ่งการปลูกมะม่วงหิมพานต์ที่อำเภอท่าปลา จังหวัดอุดรธานี ได้มีการส่งเสริมแก่เกษตรกรโดยเริ่มต้นจากการได้รับการสนับสนุนจากโครงการไทย เยอรมัน ในการให้เงินทุนกู้ยืมดำเนินการปลูกมะม่วงหิมพานต์ในพื้นที่ ทั้งในแปลงจัดสรรและแปลงราษฎรเดิม เพราะเหตุผลที่มะม่วงหิมพานต์เป็นพืชที่มีความเหมาะสมกับพื้นที่ ตำบลร่วมจิต อำเภอท่าปลา จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นพื้นที่ภูเขาหิน เป็นดินลูกรังและมีความแห้งแล้ง การดูแลรักษาง่าย โรคแมลงไม่ค่อยรบกวน ตลาดยังมีความต้องการสูง และเพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพให้เกษตรกรในตำบลร่วมจิต สร้างตนเองให้มีรายได้พอเพียงและสามารถช่วยตัวเองได้ การส่งเสริมการปลูกมะม่วงหิมพานต์ได้เริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2514 แต่เนื่องจากมะม่วงหิมพานต์มีราคาต่ำ เกษตรกรส่วนใหญ่ได้หันมาปลูกพืชอย่างอื่นแทนเช่น ปลูกอ้อย โดยตัดโค่นมะม่วงหิมพานต์ทิ้ง แต่ยังมีเกษตรกรบางคนเหลือต้นไว้ในพื้นที่ที่ไม่สามารถปลูกพืชชนิดอื่นได้ เนื่องจากเป็นที่เนินเขา มีโชดหินแต่กลับเป็นพืชที่ทำรายได้แก่เกษตรกรที่เหลือได้ ต่อมาจึงได้มีการส่งเสริมให้ปลูกมะม่วงหิมพานต์อีกครั้งหนึ่ง โดยมีการรวมกลุ่มในการผลิตและแปรรูปมะม่วงหิมพานต์ขึ้น

ปัจจุบันเกษตรกรที่ปลูกมะม่วงหิมพานต์มีเป็นจำนวนมาก และกลุ่มที่แปรรูปมะม่วงหิมพานต์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัด

โดยในภาพรวมภาวะการณ์ของผลิตภัณฑ์เมล็ดมะม่วงหิมพานต์มีอายุผลิตภัณฑ์ที่สามารถเก็บไว้นานแต่ต้องมีการดูแลรักษาอย่างดีเพราะสามารถแตกหักได้ หากการเก็บรักษาไม่ดีพอเมล็ดมะม่วงหิมพานต์จะเกิดการเสียหายหรือเสื่อมคุณภาพได้ง่ายทั้งในระหว่างการผลิตและเก็บรักษาดังนั้น กระบวนการขนส่งและเก็บรักษาจึงมีความสำคัญต่อคุณภาพเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ แต่เนื่องจากในปัจจุบันเกษตรกรมีการบริหารจัดการหลังเก็บเกี่ยวและการขนย้ายสินค้าที่ยังไม่เหมาะสม ขาดการจัดการในเรื่องการเคลื่อนย้ายผลผลิตจากแหล่งเพาะปลูกไปสู่ตลาดหรือโรงงานที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพรวมทั้งขาดระบบการจัดการคลังสินค้าที่มีศักยภาพในการยืดอายุและถนอมผลผลิตเพื่อลดการสูญเสียและสามารถรองรับการผันผวนของราคา และกลไกการตลาด ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตมักไม่ได้คุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการ โดยเฉพาะปัจจุบันตลาดมีความต้องการเมล็ดมะม่วงหิมพานต์อย่างมากแต่จะหาที่มีคุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการนั้นมีไม่มากนัก โดยเฉพาะกับเกษตรกรที่ยังไม่เข้าใจ ซึ่งเป็นระบบการจัดการแหล่งเพาะปลูกผู้ที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือ เกษตรกรที่ต้องดำเนินการจัดการผลผลิตที่มีคุณภาพเพียงพอที่จะส่งออกโดยตรงและนำส่งโรงงานเพื่อแปรรูปได้เป็นสินค้าส่งออก ซึ่งจะเป็นการเพิ่มต้นทุนในการผลิตให้แก่เกษตรกรที่ไม่สามารถชี้แจงเกษตรกรให้เข้าใจถึงความจำเป็นที่ต้องดำเนินการในรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ ดังนั้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ จึงเน้นยุทธศาสตร์ในการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้เข้าสู่ดุลยภาพและยั่งยืน ดังจะเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554)

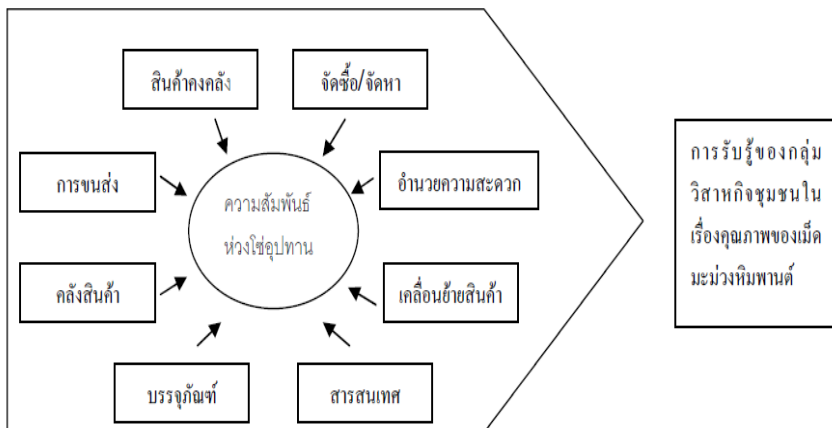
ดังนั้น ภายใต้เป้าหมายที่จะส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นครัวของโลก (Kitchen of The World) ต้องมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเกิดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ผลิตวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่ง การพัฒนาเทคโนโลยีและการผลิตเครื่องจักรเพื่อทดแทนการนำเข้า การพัฒนาเครือข่าย และการสร้างระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เพื่อเป็นการสร้างเสริมความเข้มแข็ง ให้กับระบบการผลิตทางการเกษตรให้กับประเทศไทย ให้มีศักยภาพด้านปริมาณ และคุณภาพของสินค้าการเกษตร ทั้งนี้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของอาหารให้กับผู้บริโภคและผู้ประกอบการ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งยังส่งผลต่อเนื่องถึงการผลักดันให้ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้าอาหารที่สำคัญของโลก

ด้วยความสำคัญดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการจัดการโซ่อุปทานธุรกิจเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ในอำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยมุ่งเน้นศึกษาความเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานของมะม่วงหิมพานต์ ตั้งแต่เกษตรกรถึงการผลิต ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางเพื่อนำไปสู่การพัฒนากระบวนการโซ่อุปทานธุรกิจเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของอำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์ ให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบริบทของรูปแบบการจัดการโซ่อุปทานของธุรกิจเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับการประเมินความสำคัญของลักษณะคุณภาพของเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเรื่องคุณภาพของเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์

กรอบแนวคิด



รูปที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการ

เป็นการวิจัยเชิงวิเคราะห์และสำรวจการจัดการใช้อุปทานธุรกิจอุตสาหกรรมเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ในอำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยแบ่งได้เป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลเบื้องต้น (Primary data) เป็นข้อมูลโดยตรง มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ 1.1) การสำรวจพื้นที่ที่ศึกษา โดยเดินทางไปสำรวจกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เพื่อสังเกตข้อมูลโดยทั่วไป สำหรับใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์ การสอบถามบุคคลที่เกี่ยวข้อง 1.2) การจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group) และการประเมิน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบสอบถาม แบบบันทึก และแบบประเมินผล

2. ข้อมูลขั้นที่สอง (Secondary data) เป็นการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากหนังสือบทความ ตำรา เอกสารต่าง ๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการองค์ความรู้แบบมีส่วนร่วมของกลุ่มชุมชน

กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา เพื่อวิเคราะห์การจัดการใช้อุปทานธุรกิจเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ โดยวิธีใช้แบบสอบถามเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จากรายชื่อของวิสาหกิจชุมชนที่ยื่นแบบคำขอจดทะเบียน (สวช.01) ที่มีการดำเนินการเกี่ยวกับธุรกิจเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ จำนวนทั้งสิ้น 7 กลุ่ม ซึ่งสามารถให้ข้อมูลที่ประโยชน์ต่อการวิจัยได้ดี สำหรับกลุ่มตัวอย่างของเกษตรกรรายย่อย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงเช่นเดียวกัน โดยได้จากการตอบแบบสอบถามและรวบรวมจำนวนเกษตรกรของแต่ละกลุ่มจำนวน 200 คน ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นผู้ผลิตทั้งสิ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย: เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามแบบพรรณนา (Descriptive Questionnaire Design) โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์ ได้แก่ เพศ, อายุ, ระยะเวลาการเป็นสมาชิกของกลุ่ม, บทบาทหน้าที่หลักในกลุ่ม, จำนวนครั้งการเข้าอบรมจากหน่วยงานต่าง ๆ ระหว่างเป็นสมาชิกกลุ่ม, เรื่องที่เคยเข้ารับการอบรม, การไปศึกษาดูงานนอกสถานที่, รายได้จากเกษตรกรและจากธุรกิจเมล็ดมะม่วงหิมพานต์, รายได้นอกการเกษตร, วิธีการจัดจำหน่ายหลังการเก็บเกี่ยว, ลักษณะในการจำหน่ายผลผลิต และจุดเด่นที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ (Checklist) และคำถามปลายเปิดแบบเติมคำ จำนวนทั้งหมด 11 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ในด้านการจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการจัดซื้อ/จัดหา การจัดการขนส่ง การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการคลังสินค้า การจัดการเคลื่อนย้ายสินค้า การจัดการบรรจุภัณฑ์/หีบห่อ และการจัดการสารสนเทศ โดยให้ค่าน้ำหนักคะแนนความสำคัญของระดับการปฏิบัติงาน 5 ระดับ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในด้านการผลิตเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ในลักษณะคำถามปลายเปิด

การวิเคราะห์ข้อมูล: การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาเป็นจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง (Content Analysis)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 สรุปผลข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร

เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอบำปสา จังหวัดอุดรธานี (ร้อยละ 88.5) และส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มส่งเสริมอาชีพตำบลร่วมจิต (ร้อยละ 63.50) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 71) มีอายุอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี (ร้อยละ 65) ซึ่งกลุ่มอาชีพเกษตรกรของเกษตรกรส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ (ร้อยละ 59) โดยอายุการเป็นสมาชิกกลุ่มเฉลี่ย 3.97 ปี ซึ่งมากกว่ากลุ่มอาชีพเกษตรกรอื่นๆ และมีบทบาทหน้าที่หลักของสมาชิกกลุ่มอาชีพเกษตรกรส่วนใหญ่ทำหน้าที่ ฝ้ายผลิต/แปรรูป (ร้อยละ 55.09) และในการปลูกเมล็ดมะม่วงหิมพานต์มีการฝึกอบรมจากหน่วยงานต่างๆ ของสมาชิกกลุ่มอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่ได้รับการฝึกอบรมจำนวน 1-2 ครั้ง (ร้อยละ 68) ซึ่งหัวข้อการฝึกอบรมของสมาชิกส่วนใหญ่ที่มีความสนใจมาเป็นอันดับแรก ได้แก่ การออกแบบแปรรูปผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 80.5) รองลงมาเป็นการตลาด (ร้อยละ 32) และด้านการบัญชี (ร้อยละ 12.5) ซึ่งสมาชิกกลุ่มอาชีพเกษตรกร ส่วนใหญ่เคยไปศึกษาดูงานนอกสถานที่ (ร้อยละ 57.5) และมีรายได้ของเกษตรกร ส่วนใหญ่ได้จากการผลิต/แปรรูปมะม่วงหิมพานต์ (ร้อยละ 99.5) โดยมีรายได้เฉลี่ย 51,751.31 บาทต่อปี ขณะที่รายได้นอกการเกษตรส่วนใหญ่เป็นรายได้จากการรับจ้าง (ร้อยละ 28.5) โดยมีรายได้เฉลี่ย 5,036.59 บาทต่อปีและวิธีการจำหน่ายหลังการเก็บเกี่ยวผลผลิตของเกษตรกรซึ่งส่วนใหญ่ใช้วิธีการขายปลีก (ร้อยละ 85.5) และมีลักษณะจำหน่ายส่วนใหญ่ ต่างคนต่างจำหน่าย ใครให้ราคาดีก็จำหน่ายให้ (ร้อยละ 78) โดยมีจุดเด่นที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จของเกษตรกร ส่วนใหญ่เชื่อมั่นที่ตัวสินค้ามีคุณภาพ (ร้อยละ 68.5) รองลงมา คือมีการตลาดที่ดี (ร้อยละ 50) ซึ่งจะสรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอบำปสา จังหวัดอุดรธานี ในด้านต่างๆ

ตอนที่ 2 สรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์ ในด้านต่าง ๆ

สรุประดับการปฏิบัติงานแต่ละด้านของการศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ในอำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าเกษตรกรมีระดับการปฏิบัติงานในการจัดการห่วงโซ่อุปทานรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.15) และหากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับค่าเฉลี่ยที่เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านการจัดการคลังสินค้า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.23) รองลงมาเป็นด้านการจัดการสารสนเทศ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.20) และด้านการจัดการสินค้าคงคลัง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.21) อันดับรองลงมาซึ่งมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการเคลื่อนย้ายสินค้าโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.27) และด้านการจัดการขนส่งโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.21) และรองลงมาเป็นด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.47$, S.D. = 0.21) รองลงมาด้านการจัดการบรรจุภัณฑ์/หีบห่อโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.24) ขณะที่ระดับค่าเฉลี่ยโดยรวมน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการจัดการจัดซื้อ/จัดหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.44$, S.D. = 0.24) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 สรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในด้านการผลิตเมล็ดมะม่วงหิมพานต์

ปัญหาและอุปสรรคของการจัดการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของเกษตรกรและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ตามวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยข้อที่ 2 พบว่ายังมีปัญหาทางด้านการขาดแคลนแรงงานถึงร้อยละ 62.5 ทั้งในส่วนของการเก็บเกี่ยวผลผลิตจากพื้นที่เพาะปลูก และในส่วนการผลิต/แปรรูปที่ยังต้องพึ่งพาแรงงานคน ปัญหาการขาดแคลนเครื่องมืออุปกรณ์ในการผลิต ร้อยละ 55 เช่น เครื่องกะเทาะเปลือกเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ เครื่องอบเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ เป็นต้น ปัญหาในเรื่องการขาดความรู้ในการผลิต ร้อยละ 49.5 ทำให้เกิดต้นทุนสูงโดยไม่จำเป็น ขาดประสิทธิภาพในการผลิต ทำให้เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ที่ได้ไม่สมบูรณ์จึงต้องขายในราคาต่ำ และปัญหาสุดท้าย คือ ขาดแคลนเงินทุนในการผลิต ร้อยละ 33 ซึ่งเป็นปัญหาหนึ่งของเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ในประเทศ ปัญหาการขาดแคลนเครื่องมืออุปกรณ์ในการผลิต ส่วนหนึ่งก็เป็นผลสืบเนื่องจากปัญหาขาดแคลนเงินทุน ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนมีพัฒนาการที่ยั่งยืน เป็นต้นนำให้กับห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนที่จะช่วยสนับสนุน ความรู้ทางเทคโนโลยีการผลิต และเงินทุนในรูปแบบต่าง ๆ ได้

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจชุมชน อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์

การศึกษาริบทของรูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์

การศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ในกระบวนการผลิตและขั้นตอนการแปรรูปเม็ดมะม่วงหิมพานต์ ว่ามีขั้นตอนอย่างไร กิจกรรมห่วงโซ่อุปทานที่มีอยู่ในกระบวนการเป็นอย่างไร การวางแผนหรือตัดสินใจระหว่างสมาชิกที่ทำให้เกิดการไหลของทรัพยากรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น คน, วัตถุดิบ, เครื่องจักร, วิธีการปฏิบัติงาน, เงินทุน และข้อมูลสารสนเทศ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ทำให้การไหลของคุณค่าไปสู่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยคุณค่าที่ได้เป็นการแปรสภาพหรือการดำเนินงานเพื่อให้เกิดคุณค่าเพิ่มและการเคลื่อนย้ายหรือกิจกรรมโลจิสติกส์นั้นจะต้องสอดคล้องกันไปทั่วทั้งห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งจากการศึกษาโดยภาพรวมของการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า ระดับการปฏิบัติงานโดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.15) และการจัดการในแต่ละด้านทั้งหมดมีค่าเฉลี่ยระดับมากที่สุด 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการคลังสินค้าและด้านการจัดการสารสนเทศ ส่วนด้านที่เหลือนั้นมีค่าเฉลี่ยระดับมากชี้ให้เห็นว่า ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์ มีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นธุรกิจต้นน้ำที่เกษตรกรและกลุ่มอาชีพเกษตรกรเป็นผู้ผลิตและป้อนวัตถุดิบให้กับห่วงโซ่อุปทานธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ระหว่างกลางน้ำถึงปลายน้ำเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ต่อไป ซึ่งผลการศึกษาริบทของรูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ให้ความสำคัญในด้านการจัดการคลังสินค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, S.D. = 0.23) ซึ่งการแยกประเภทและจัดหมวดหมู่ในการจัดเก็บสินค้า การนำระบบคอมพิวเตอร์มาช่วยในการจัดสินค้า และการจัดวางแผนผังคลังสินค้า ในการแยกประเภทและจัดหมวดหมู่เพื่อจัดเก็บนั้น เกษตรกรและพ่อค้าจะมีการคัดแยกขนาดของเม็ดมะม่วง ซึ่งมีผลต่อราคาที่แตกต่างกันในส่วนของผลผลิต ส่วนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ที่อยู่ในแต่ละกระบวนการผลิต/แปรรูปตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบจนเป็นผลิตภัณฑ์สุดท้ายแล้วจะมีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ มีการวางแผนผังคลังสินค้าที่ชัดเจน สะดวกต่อการเคลื่อนย้ายระหว่างคลังสินค้ากับพื้นที่ผลิต/แปรรูปและพื้นที่เตรียมจัดส่งสินค้าซึ่งมักจะอยู่ไม่ไกลกันหรืออยู่ในบริเวณเดียวกัน รวมถึงอยู่ใกล้แหล่งตลาดหรือจุดรับซื้อ ส่วนใหญ่เกษตรกรและกลุ่มนำระบบคอมพิวเตอร์มาช่วยในการบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการคลังสินค้าด้วย สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานทางด้านการจัดการคลังสินค้าของธนิต (2550) ที่ระบุถึงบทบาทหน้าที่คลังสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบจำนวน คุณลักษณะในการที่จะแยกแยะจัดเก็บให้เป็นหมวดหมู่ การควบคุมและรับผิดชอบต่อสินค้าที่จัดเก็บอยู่ในคลังซึ่งต้องอาศัยการบริหารจัดการ ทั้งการใช้เทคนิคเทคโนโลยีในการเก็บเพื่อควบคุมคุณภาพของสินค้า รวมถึงการจัดเตรียม, เครื่องมือและเครื่องทุ่นแรงประเภทต่างๆ เช่น รถยก, ชันหรือหึ่ง

สำหรับวงสินค้า, การควบคุมบรรยากาศ อุณหภูมิ และสภาพแวดล้อมในคลังให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท รวมถึงอาศัยระบบและการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อควบคุมงานด้านเอกสารและในด้านที่วิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญถึงในระดับมากที่สุดคือด้านการจัดการสารสนเทศถึงค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.20) ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ มีการปรับปรุงแก้ไขข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญของการใช้สารสนเทศที่ข้อมูลข่าวสารจะต้องถูกต้องแม่นยำ ไม่ล่าช้า อันจะทำให้เกิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในโซ่อุปทานของ ธนิต โสรัตน์ (2550) ซึ่งกล่าวว่า ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศโลจิสติกส์ที่ดีจะทำให้เกิดโครงข่ายโลจิสติกส์ (Logistics Infrastructure Network) เชื่อมหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในองค์กรและระหว่างองค์กร รวมถึงบทบาทของอิเล็กทรอนิกส์อินเทอร์เน็ต ได้เข้ามาเป็นองค์ประกอบของการสร้างเครือข่ายในระบบห่วงโซ่อุปทานโลจิสติกส์ให้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร ทำให้โซ่อุปทานกลายเป็น Value Chain คือ โซ่แห่งคุณค่าเป็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับทุกองค์กรในโซ่อุปทาน อันถัดต่อมา มีการนำข้อมูลที่ได้นำมาทำการติดตามและประเมินผลปรับปรุงงานของกลุ่มให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ เพราะข้อมูลสารสนเทศมีความจำเป็นต่อการดำเนินงานของธุรกิจแล้วยังเป็นข้อมูลที่จะใช้พิจารณาในการให้ความช่วยเหลือทั้งด้านข้อมูลทางเทคนิคของหน่วยงานภาครัฐทั้งส่วนกลางและท้องถิ่น

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับการประเมินความสำคัญของลักษณะคุณภาพของเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับการประเมินความสำคัญของลักษณะคุณภาพของเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยปัจจัยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะพิจารณาตามแบบจำลองไดมอนต์ (Porter, 1998) ซึ่งมีอยู่ด้วยกัน 6 ปัจจัย เพื่อหาความสัมพันธ์กับการประเมินความสำคัญของลักษณะคุณภาพของเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการผลิต (Factors Conditions) ตามที่ได้กล่าวถึงปัญหาอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบว่า ยังมีปัญหาทางด้านการขาดแคลนแรงงานถึงร้อยละ 62.5 ทั้งในส่วนของการเก็บเกี่ยวผลผลิตจากพื้นที่เพาะปลูก และในส่วนการผลิต/แปรรูปที่ยังต้องพึ่งพาแรงงานคน ซึ่งมีผลต่อคุณภาพของเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ อันเนื่องมาจากการผลิตทางการเกษตร ซึ่งมีระยะเวลาตามฤดูกาล การเก็บเกี่ยวหรือแปรรูปต้องกระทำตามช่วงเวลาที่เหมาะสม ในกรณีการเก็บเกี่ยวมักประสบปัญหาถ้าแรงงานที่เก็บเกี่ยวเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ไม่เพียงพอหรือขาดแคลน เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ที่ตกตามพื้นบริเวณใต้ต้นเมื่อทิ้งระยะไว้นานอาจเกิดเชื้อราภายใน ซึ่งมีผลกระทบต่อกระบวนการการผลิต/แปรรูปเนื่องจากเกษตรกรไม่สามารถมองเห็นจากเปลือกนอกได้ กระทั่งกะเทาะเมล็ดออกแล้วจึงพบปัญหาทำให้สิ้นเปลืองเวลาและต้นทุนการผลิต ผลผลิตได้ไม่เต็มเม็ดเต็มหน่วย ในกรณีการผลิต/แปรรูป นอกจากจะขาดแคลนแรงงานแล้ว ยังมีปัญหาการขาดแคลนเครื่องมืออุปกรณ์ในการผลิตถึงร้อยละ 55 และปัญหาในเรื่องการขาดความรู้ในการผลิตถึงร้อยละ 49.5 อีกทั้งกระบวนการขั้นตอนการผลิต/แปรรูปเมล็ดมะม่วงหิมพานต์มีความยุ่งยากซับซ้อนหลายขั้นตอน การใช้เครื่องมือแปรรูปพื้นฐานที่ยังต้องพึ่งพาทักษะและประสบการณ์ของแรงงานเป็นหลัก ทำให้มีผลต่อคุณภาพเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ที่ได้เพราะปัญหาการขาดแคลนแรงงานและความรู้ในการผลิตดังกล่าว

ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) จากการเปิดเผยข้อมูลโดยนายเลอสิทธิ์ สายแก้วมา เกษตรจังหวัดอุดรดิตถ์ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4 (2555) ได้ประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรรักษาคุณภาพ ผลผลิตเม็ตมะม่วงหิมพานต์เพื่อป้องกันการปลอมปนซึ่งส่งผลให้ราคาซื้อขายลดลงกว่าร้อยละ 50 อันเนื่องมาจากปัจจุบันได้รับแจ้งจากสื่อมวลชนจังหวัดอุดรดิตถ์ว่ามีการนำเม็ตมะม่วงหิมพานต์จากนอกพื้นที่เข้ามาปะปนกับเม็ตมะม่วงหิมพานต์ของจังหวัดอุดรดิตถ์โดยเฉพาะที่อำเภอท่าปลา ทำให้ราคาซื้อขาย ซึ่งมีเสถียรภาพดีมาโดยตลอด กำลังตกต่ำลงอย่างมาก ซึ่งมีแนวโน้มลดต่ำลง

จากราคาซื้อขายกิโลกรัมละ 35 บาท ปัจจุบันเหลือ 20 บาท (เกือบร้อยละ 50) ทั้งๆ ที่คุณภาพ เม็ตมะม่วงหิมพานต์ของอำเภอท่าปลาได้รับการยอมรับว่ามีคุณภาพดีที่สุดใน เม็ตได้ขนาดมาตรฐานสม่ำเสมอ และมีรสชาติที่เป็นมาตรฐาน อีกทั้ง ผู้บริโภคมีความพึงพอใจและได้รับความนิยมนิยมสูงมาโดยตลอด จากสถานการณ์ดังกล่าว เมื่อพิจารณาจากผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในท้องตลาดซึ่งแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ เม็ตมะม่วงหิมพานต์ดิบกับเม็ตมะม่วงหิมพานต์ที่ผ่านการกะเทาะเปลือกเมล็ดและลอกเยื่อออกแล้ว ซึ่งจากการสอบถามข้อมูลจากเกษตรกรและผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า ในกรณีเม็ตมะม่วงหิมพานต์ดิบ อาจมีการปลอมปนจากเม็ตมะม่วงหิมพานต์นอกพื้นที่ทั้งในส่วนการปลอมปนกับผลผลิตของกลุ่มเกษตรกรผู้เพาะปลูกก่อนเพื่อขายให้ผู้รับซื้อหรือพ่อค้าคนกลาง และหลังจากที่ผู้รับซื้อหรือพ่อค้าคนกลางซื้อผลผลิตจากกลุ่มเกษตรกรผู้เพาะปลูกแล้ว จึงทำการปลอมปน ทั้งสองกรณีก็เพื่อเพิ่มปริมาณผลผลิต เนื่องจากเม็ตมะม่วงหิมพานต์จากนอกพื้นที่มีราคาต่ำกว่ามาก จึงทำให้ได้กำไรมากขึ้น แต่ทำให้เกิดภาวการณ์ล้นตลาดและความผันผวนด้านราคาซึ่งไม่สะท้อนต้นทุนการผลิตที่แท้จริง ผู้ซื้อหรือพ่อค้าคนกลางจึงสามารถตราค่าด้วยเหตุที่ผลผลิตจากอำเภอท่าปลาออกมาจำนวนมากกว่าปกติ ส่วนในกรณีเม็ตมะม่วงหิมพานต์ที่ผ่านการกะเทาะเปลือกเมล็ดและลอกเยื่อออกแล้ว ยังคงรักษาลักษณะคุณภาพของเม็ตมะม่วงหิมพานต์เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรเป็นผู้เก็บเกี่ยวและเก็บผลผลิตเพื่อการผลิต /แปรรูปเองในปริมาณตามความสามารถที่ตนเองและกลุ่มผลิตได้อยู่แล้ว อีกทั้งการซื้อผลผลิตนอกพื้นที่เพื่อปลอมปนในส่วนนี้เป็นไปด้วยความลำบากเพราะเกษตรกรผู้ปลูกไม่มีทุนรับซื้อมากพอ

ปัจจัยด้านอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกัน (Related and Supporting Industries) สำหรับผลผลิตเม็ตมะม่วงหิมพานต์ของเกษตรกรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอท่าปลา จังหวัดอุดรดิตถ์ที่จำหน่ายในท้องตลาดซึ่งแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ เม็ตมะม่วงหิมพานต์ดิบ กับเม็ตมะม่วงหิมพานต์ที่ผ่านการกะเทาะเปลือกเมล็ดและลอกเยื่อออกแล้ว ผลผลิตทั้งสองลักษณะท้ายที่สุดจะผ่านกระบวนการผลิต/แปรรูปเป็นเม็ตมะม่วงหิมพานต์ที่สามารถนำไปปรุงเพื่อบริโภคหรือประกอบอาหารรายการอื่นๆ ลักษณะคุณภาพและความสมบูรณ์ของเม็ตมะม่วงหิมพานต์จะเป็นตัวกำหนดราคาและประเภทของธุรกิจสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่นำผลผลิตไปใช้แตกต่างกันไป เช่น เม็ตในประคบคู่ซึ่งเป็นเม็ตสมบูรณ์ มีราคาค่อนข้างสูงโรงงานผู้ผลิตนิยมนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปประเภทขบเคี้ยวทั้งในบรรจุภัณฑ์แบบถุงและแบบกระป๋องเพื่อเพิ่มมูลค่า ธุรกิจร้านอาหารนิยมนำไปเป็นส่วนประกอบอาหารในรายการอาหารของร้าน และผู้บริโภคซื้อไปบริโภคในครัวเรือน กรณีของเกษตรกรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอท่าปลาจะนิยมบรรจุถุงพลาสติก

ปริมาณครั้งกิโลกรัมถึง 1 กิโลกรัม เนื่องจากราคาดี ให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการผลิต/แปรรูป เม็ดในผ้าซีก และเม็ดท่อนหรือป่น ไม่สมบูรณ์ ราคาจึงค่อนข้างต่ำ สาเหตุจากประสิทธิภาพในการผลิต/แปรรูปและคุณภาพของเมล็ดที่เก็บเกี่ยว จึงนิยมนำไปใช้ในธุรกิจประกอบอาหารเนื่องจากมีราคาถูกกว่าแต่รสชาติเหมือนกัน ต่างกันที่ความสมบูรณ์ โดยเฉพาะธุรกิจขนมเบเกอรี่ที่อาจใช้เพียงบางส่วนหรือนำไปป่นผสมเป็นส่วนผสมในเมนูที่ต้องการ

ปัจจัยด้านกลยุทธ์, โครงสร้างและการแข่งขันขององค์กร (Firm Strategy, Structure and Rivalry) กลุ่มเกษตรกรผู้เพาะปลูกมะม่วงหิมพานต์และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอบ้านลาด จังหวัดอุดรธานี มีลักษณะการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มให้มีอำนาจการต่อรองเรื่องราคา มีการช่วยเหลือแบ่งปันความรู้ประสบการณ์ในการเพาะปลูก เก็บเกี่ยว และการผลิต/แปรรูป ให้แก่สมาชิกในกลุ่ม อย่างไรก็ตามลักษณะโครงสร้างของกลุ่มยังขาดประสิทธิภาพในเชิงบริหารจัดการที่ดี อันเนื่องจากส่วนใหญ่บทบาทหน้าที่หลักของสมาชิกจะอยู่ในฝ่ายผลิต/แปรรูปเสียส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 50.94 ถึง 91.53 ดังนั้นการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด การกำหนดราคาตามต้องการจึงเป็นไปได้ยาก แม้กลุ่มเกษตรกรและกลุ่มวิสาหกิจจะมีความพยายามรักษามาตรฐานคุณภาพเม็ดมะม่วงหิมพานต์ที่มีจุดเด่นเป็นของตนเอง แต่ด้วยเหตุที่วิธีการจำหน่ายและลักษณะการจำหน่ายยังไม่มีความร่วมมือกันเท่าที่ควรจากข้อมูลเกษตรกรส่วนใหญ่นิยมวิธีการจำหน่ายหลังการเก็บเกี่ยวผลผลิตโดยวิธีขายปลีกถึงร้อยละ 85.50 และลักษณะในการจำหน่าย

ผลผลิตยังมีลักษณะต่างคนต่างจำหน่าย ใครให้ราคาดีก็จำหน่ายให้ถึงร้อยละ 78 ดังนั้น ทางฝั่งผู้ซื้อหรือพ่อค้าคนกลางอาจจะใช้กลยุทธ์ทางกลไกการตลาดเพื่อลดราคารับซื้อให้ถูกลง

ปัจจัยทางรัฐบาล (Government) โดยตัวแทนภาครัฐจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีนโยบายและเห็นความสำคัญของการรักษาคุณภาพเม็ดซึ่งมีลักษณะขนาดและรสชาติเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น สามารถสร้างจุดแข็งให้กับเกษตรกรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จึงมีการติดตามและเน้นย้ำให้เกษตรกรตระหนักรู้และรักษาคุณภาพเม็ดมะม่วงหิมพานต์ให้คงอยู่ตลอดไป

ปัจจัยทางโอกาส (Chance) จากเหตุการณ์ราคาผลผลิตเม็ดมะม่วงหิมพานต์ตกต่ำในปี 2555 อันเนื่องจากภาวะล้นตลาด ซึ่งสาเหตุเกิดจากการนำผลผลิตต่างถิ่นที่มีราคาขายต่ำกว่าเข้ามาปะปนเพื่อเพิ่มปริมาณการขายทำให้ได้กำไรมากขึ้น แต่กับทำลายสมดุลความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการขายกับปริมาณความต้องการจึงเกิดภาวะล้นตลาดและราคาคงต่ำลง อีกทั้งยังสูญเสียความน่าเชื่อถือในคุณภาพเม็ดมะม่วงหิมพานต์ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มเกษตรกรและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

การรับรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเรื่องคุณภาพของเม็ดมะม่วงหิมพานต์ อำเภอบำเหน็จณรงค์ จังหวัดอุดรธานี

จากการศึกษากระบวนการรับรู้แสดงให้เห็นถึงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับจุดเด่นที่ทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จของเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ในอำเภอบำเหน็จณรงค์ จังหวัดอุดรธานี เพื่อศึกษาการรับรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเรื่องคุณภาพของเม็ดมะม่วงหิมพานต์อำเภอบำเหน็จณรงค์ จังหวัดอุดรธานี โดยเกษตรกรเชื่อว่าจุดเด่นที่ทำให้ประสบความสำเร็จมากที่สุด ได้แก่ ตัวสินค้ามีคุณภาพ และมีแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพถึงร้อยละ 68.50 จึงถือได้ว่าการรับรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเรื่องคุณภาพของเม็ดมะม่วงหิมพานต์อยู่ในเกณฑ์สูง ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการรับรู้ (Perception) ของมนุษย์ สุดาพิทย์ บุษมมงคล (2547) คือ กระบวนการนำความรู้หรือข้อมูล ข่าวสารเข้าสู่สมอง โดยผ่านอวัยวะสัมผัส (Sensory Organ) สมองจะเก็บรวบรวมและจดจำสิ่งต่างๆ เหล่านั้นไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดมโนภาพหรือความคิดรวบยอด (Concept) และทัศนคติ (Attitude) ในการเปรียบเทียบหรือถ้อยความหมายกับสิ่งใหม่ๆ ที่จะรับรู้ต่อไป ดังนั้นการรับรู้และการเรียนรู้จึงมีความเกี่ยวข้องกัน ถ้าไม่มีการรับรู้ การเรียนรู้ย่อมเกิดขึ้นไม่ได้ โดยจุดเด่นที่เกษตรกรรับรู้เกิดจากการเปรียบเทียบข้อมูลลักษณะคุณภาพเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของตนกับเม็ดมะม่วงหิมพานต์ในพื้นที่เพาะปลูกอื่นๆ เช่น ภาควัสดุเปลือกเงี้ยวเหนือ, ภาควัสดุเปลือก และภาควัสดุ เป็นต้น จากการสัมภาษณ์ลักษณะเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของเกษตรกรแม้มีขนาดเล็กกว่าเม็ดมะม่วงหิมพานต์ตามแหล่งอื่นๆ แต่การรับรู้คือเม็ดมีขนาดสม่ำเสมอและรสชาติที่มีคุณภาพ อันมีผลจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพโดยรับรู้ว่าเป็นพื้นที่เพาะปลูกมะม่วงหิมพานต์ของอำเภอบำเหน็จณรงค์ จังหวัดอุดรธานีเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมและทำให้ผลผลิตที่ได้มีลักษณะเม็ดมะม่วงหิมพานต์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

แนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการโซ่อุปทานธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอบำเหน็จณรงค์ จังหวัดอุดรธานี ควรเป็นดังนี้

1. ควรมีการส่งเสริมความรู้เพิ่มเติมเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพให้กับกลุ่มเกษตรกรและเครือข่ายในด้านการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ โดยการฝึกอบรมหรือการถ่ายทอดเทคโนโลยีตั้งแต่กระบวนการเพาะปลูก การจัดการวัตถุดิบ การผลิต/แปรรูป การจัดการตลาด การบริหารจัดการปัจจัยผลิตต่างๆ ซึ่งรูปแบบการฝึกอบรม อาจเป็นการถอดบทเรียนจากประสบการณ์ของกลุ่มอาชีพที่ประสบความสำเร็จ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างกลุ่ม การฝึกอบรมโดยวิทยากรหรือผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน ซึ่งอาจเป็นการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งสถาบันอุดมศึกษาในท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานทางธุรกิจและการเกษตรจากภาครัฐและเอกชน

2. ควรมีการแลกเปลี่ยนและเชื่อมโยงข้อมูลความต้องการของลูกค้าและราคาซื้อขาย ระหว่างกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกลุ่มในโซ่อุปทาน

3. ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลต้นทุนที่เกิดขึ้นตามกิจกรรมโลจิสติกส์ มีการคำนวณต้นทุนทางโลจิสติกส์ มีการประเมินตนเองภายในกลุ่ม และหาแนวทางในการปรับปรุงกิจกรรมหรือการปฏิบัติงานที่ไม่ก่อให้เกิดคุณค่า

4. กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจหรือกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ควรจัดทำระบบฐานข้อมูลของผู้จัดหาวัตถุดิบ เช่น จำนวนพื้นที่เพาะปลูก, ปริมาณผลผลิตที่เก็บได้, จำนวนที่ขายและจำนวนที่จัดเก็บในคลัง และราคาขายต่อหน่วย ณ ช่วงเวลาที่ขาย เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนการผลิต / แปรรูปให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

5. ควรมีการส่งเสริมทางด้านเงินทุน เช่น เงินทุนดอกเบี้ยต่ำ ควบคู่ไปกับการให้คำแนะนำในการบริหารจัดการทุน และการสนับสนุนทางด้านเทคโนโลยีการผลิต เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการผลิต
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยในด้านการกระจายผลิตภัณฑ์เม็ดมะม่วงหิมพานต์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำเพิ่มเติม

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ เพื่อกำหนดแนวทางในการลดต้นทุน การเพิ่มคุณค่าและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน

เอกสารอ้างอิง

ธนิต โสรัตน์. (2550). How to apply logistics and supply chain management? การประยุกต์ใช้โลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน. กรุงเทพฯ: วี-เชิร์ฟ โลจิสติกส์.

พิชัย ปาประลิต. (2547). การปรับปรุงการผลิตและการตลาดมะม่วงหิมพานต์ของเกษตรกรในนิคมสร้างตนเองลำน้ำน่าน จังหวัดอุดรธานี. การค้นคว้าแบบอิสระ วท.ม. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554). สืบค้นเมื่อ 24 มกราคม 2553, จาก <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=139>

สำนักประชาสัมพันธ์เขต 4. (2555). เกษตรจังหวัดอุดรธานีขอให้เกษตรกรรักษาคุณภาพผลผลิตมะม่วงหิมพานต์. สืบค้นเมื่อ 11 มิถุนายน 2555, จาก http://region4.prd.go.th/ewt_news.php?nid=14818

สุดาทิพย์ บุษมมงคล. (2547). บทเรียนออนไลน์รายวิชา: 1032101 เทคโนโลยีทางการศึกษา. สืบค้นเมื่อ 14 มิถุนายน 2555, จาก <http://reg.ksu.ac.th/teacher/sudatip/ELEARNING.HTM>

Chopra, S. & Meindl, P. (2007). **Supply Chain Management Strategy, Planning and Operation** (3^{ed} Ed). New Jersey: Pearson Prentice-Hall.

Porter, M. E. (1998). **The Competitive Advantage of Nations**. New York: The Free Press.

