

การศึกษาศักยภาพการจัดการอุตสาหกรรมธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ เพื่อพัฒนากระบวนการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรชุมชน

A STUDY ON THE POTENTIAL OF THE CASHEW NUT INDUSTRIAL BUSINESS MANAGEMENT FOR THE DEVELOPMENT OF THE COMMUNITY, FARMERS CAREER PROMOTION PROCESS

กันต์ อินทวงศ์*

Gunt Intuwong*

ภาควิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
Department of Industrial Technology, Faculty of Industrial Technology, Uttaradit Rajabhat University.

*Corresponding author, E-mail: inchgun@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาศักยภาพการจัดการอุตสาหกรรมธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ในการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรชุมชนซึ่งการวิจัยมีกิจกรรมที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดอุดรดิตถ์กลุ่มเกษตรกรที่ได้รับข้อมูลและผ่านการนำเสนอของโครงการวิจัยเกษตรกรชุมชนสามารถนำข้อมูลที่วิจัยไปใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์ พิจารณาถึงสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้นแนวโน้มความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจและพัฒนาให้เกิดเป็นองค์กรที่เข้มแข็งโดยเฉพาะธุรกิจด้านการเกษตรที่มีพื้นฐานการเพาะปลูกจากการผลิต เพื่อบริโภคเพื่อเชิงพาณิชย์ เพื่อให้สามารถแข่งขันส่วนแบ่งการตลาดและพัฒนาให้มีศักยภาพในการดำเนินงานของกลุ่มเกษตรกรพื้นที่เพาะปลูกเป็นของเกษตรกรเองไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในเช่าพื้นที่ร้อยละ 92.23 จึงถือได้ว่าเป็นจุดแข็งในการปลูกรวมไปถึงการขยายพันธุ์ยังสามารถขยายตัวของเกษตรกรเองส่วนใหญ่ก็จะมีการปลูกพร้อมกันหมดคิดเป็นร้อยละ 94.5 และอีกปัจจัยสำหรับเกษตรกรปลูกมีการจัดระบบชลประทานที่ดี มีความสมบูรณ์ของดินสูงจึงทำให้ผลผลิตที่ได้จะสูง ส่วนจุดอ่อนของเกษตรกรในการเพาะปลูกบางรายยังขาดความรู้การปลูกที่ถูกต้อง การเก็บเกี่ยวส่วนใหญ่ยังใช้แรงงานคนในการเก็บเกี่ยวไม่มีเครื่องทุ่นแรงมาใช้ซึ่งการเก็บเกี่ยวจะใช้แรงงานในครัวเรือนมาเก็บเพื่อลดต้นทุนการจ้างแรงงาน ซึ่งบางครัวเรือนมีจำนวนพื้นที่ปลูกมากการเก็บเกี่ยวต้องมีระยะเวลาจึงต้องมีการจ้างแรงงานทำให้ต้นทุนที่สูงขึ้นผลผลิตไม่ได้คุณภาพอีกด้วยเพราะแรงงานที่เก็บเป็นเกษตรกรด้วยกันไม่มีความรู้และขาดความรับผิดชอบเท่าที่ควร การแปรรูปเกษตรกรจะเก็บเม็ดมะม่วงไว้แปรรูปเองที่บ้านของแต่ละครัวเรือนเพื่อเพิ่มมูลค่าที่คิดว่าเม็ดสดที่เก็บมาแล้วและยังสามารถใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์กับครัวเรือนและเพิ่มรายได้ให้กับครัวเรือน ส่วนเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบเก่าที่ไม่มีความซับซ้อนมากนัก ปริมาณการผลิตที่ได้จึงไม่สูงนักจึงทำให้เกิดความเสียหายของผลผลิตระหว่างการแปรรูปด้านการตลาดของเกษตรกรซึ่งในราคามีแนวโน้มดีขึ้นทุกปีโดยเฉพาะเม็ดที่กะเทาะเปลือกแล้วเฉลี่ย 304.34 บาท/กก. ซึ่งมากกว่าปีที่แล้วซึ่งมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทุกปีจุดแข็งของเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของอำเภอท่าปลาอยู่ที่คุณภาพซึ่งถือได้ว่ามีรสชาติอร่อยกว่าที่อื่นและจุดอ่อนด้านการตลาดเนื่องจากการขายเม็ดมะม่วงหิมพานต์ส่วนใหญ่เกษตรกรขายผ่านพ่อค้าคนกลาง

เพราะมีแนวความคิดว่าสะดวกจึงทำให้การกำหนดราคาอยู่ที่พ่อค้าคนกลาง ซึ่งอาจถูกกดราคาจากที่กำหนดเท่าห้องตลาด ซึ่งแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการตลาดนั้น ควรส่งเสริมเกษตรกรให้มีการรวมกลุ่มกัน เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองกับพ่อค้าคนกลาง เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ทางการตลาดซึ่งกันและกัน

คำสำคัญ: การจัดการธุรกิจ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ การมีส่วนร่วม เกษตรชุมชน

Abstract

This study had activities which conformed to the economic obtaining data or information through the presentation of the community farmer's research project could investigate, analyze, and consider the araised actual conditions by using the research data. Besides, it could be used for predicting the possible tendency in the business running and development so as to be a strong agricultural business organization. This commercial production could have the potential in snatching market share and business development of the farmers group. This was because the farmers grew cashews by themselves, without the expenses on tendency (92.23 percent). It was considered to be a strong point in cashew growing and propagation (94.5 percent). Other important factors were there was good irrigation system and soil fertility, resulting in high yields. However, the following weak pints: lack of knowledge in the correct growing system; harvesting was mostly done by household workforce, some households had a big cultivation land and needed to hire workforce with high payment; low yield quality since hired workers did no have knowledge and had low responsibility; and the farmers used traditional tools, resulting in low yields. However, the price of cashew nuts tended to be high every year. The nuts which had already been shelled were found to be at 304.34 baht per kilogram, higher than the previous years. Cashew nuts of Thapla district was considered to have good quality due to its taste. Importantly, most cashew nuts there were sold to middlemen who might obtain the price which was lower than the fixed price in markets. Thus, the farmers should group themselves for the negotiation power with the middlemen and exchange of market knowledge.

Keywords: Business Management, Cashew Nut, Participation, Community Farming

บทนำ

การเปลี่ยนผ่านของภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2544 ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาประเทศที่สำคัญอีกครั้งหนึ่ง กล่าวคือ รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศใหม่โดยเฉพาะรูปธรรมที่เกิดขึ้นในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ฉบับที่ 9 ที่มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการวางรากฐานการพัฒนาที่เข้มแข็งและเสริมสร้างความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจระดับรากหญ้าและระดับมหภาคควบคู่ไปกับการสร้างความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกอย่างรู้เท่าทันบนพื้นฐานของการพึ่งตนเองและภูมิคุ้มกันที่ดี อันจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาความยากจน

และเสริมสร้างความอยู่ดีมีสุขของคนไทยอย่างยั่งยืน

จากแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) เป็นการพัฒนาต่อจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 โดยให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาจากวิกฤตเศรษฐกิจให้ลุล่วงและสร้างฐานเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็งและมีภูมิคุ้มกันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงจากภายนอก ขณะเดียวกันมุ่งการพัฒนาที่สมดุลทั้งทางด้านตัวคน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของคนไทย ผลการพัฒนาประเทศไทยระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 สรุปได้ว่า ประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจของประเทศขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 5.7 ต่อปี เสถียรภาพทางเศรษฐกิจปรับตัวสู่ความมั่นคง ความยากจนลดลง ขณะเดียวกัน ระดับคุณภาพชีวิตของประชากรดีขึ้นมาก อันเนื่องมาจากการดำเนินการเสริมสร้างสุขอนามัยที่มีการปรับปรุงทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ แต่เศรษฐกิจไทยยังไม่เข้มแข็งและอ่อนไหวต่อความผันผวนของปัจจัยภายนอก ขณะที่ยังมีปัญหาด้านคุณภาพการศึกษา ความยากจนและความเหลื่อมล้ำทางรายได้ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และความโปร่งใสในการบริหารจัดการของภาครัฐ ที่ยังต้องให้ความสำคัญในการแก้ไขอย่างต่อเนื่อง ในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ประเทศไทยยังต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในหลายบริบท ทั้งที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดต่อการพัฒนาประเทศ จึงต้องมีความพร้อมของคนและระบบ ให้สามารถปรับตัวพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตและแสวงหาผลประโยชน์อย่างรู้เท่าทันโลกและสร้างภูมิคุ้มกันให้ทุกภาคส่วนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

จังหวัดอุดรดิตถ์ถือว่าเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีประชากรมีรายได้น้อย และใน อ.ท่าปลา มีพื้นที่ที่เหมาะสมในการที่จะพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ให้การ

สร้างรายได้และประโยชน์สูงสุด และเป็นพื้นที่ที่เหมาะสมในการปลูกมะม่วงหิมพานต์ ซึ่งมีการทำวิจัยเกี่ยวกับทรัพยากรเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ใน อ.ท่าปลา จ.อุดรดิตถ์ เพื่อให้เกิดการจัดการและสร้างรายได้ให้กับประชากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดและในอนาคตสามารถที่จะเป็นพืชเศรษฐกิจได้อีกทางหนึ่งของจังหวัดอุดรดิตถ์ ซึ่งยุทธศาสตร์ของการพัฒนาประเทศที่เน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมไทย หน่วยงานหรือองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนจะช่วยที่จะส่งเสริมการรวมตัว ร่วมคิดร่วมทำในรูปแบบที่หลากหลาย และการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องตามความพร้อมของบริบทชุมชน มีกระบวนการจัดองค์ความรู้ การกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีอย่างมีส่วนร่วม KM: ภาคนวัตกรรมชุมชน [1]

เนื่องจากในปัจจุบันเกษตรกรมีการบริหารจัดการหลังเก็บเกี่ยวและการขนย้ายสินค้าที่ยังไม่เหมาะสม ขาดการจัดการในเรื่องการเคลื่อนย้ายผลผลิตจากแหล่งเพาะปลูก ไปสู่ตลาดหรือโรงงานที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพ และขาดระบบการจัดการคลังสินค้าที่มีศักยภาพในการยืดอายุและถนอมผลผลิต เพื่อลดการสูญเสียและรองรับการผันผวนของราคาและกลไกการตลาด วัตถุประสงค์ที่ไม่ได้คุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการ โดยเฉพาะปัจจุบันตลาดมีความต้องการเมล็ดมะม่วงหิมพานต์อย่างมากแต่จะหาที่มีคุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการนั้นไม่มีมากนัก โดยเฉพาะกับกลุ่มเกษตรกรที่ยังไม่เข้าใจและเห็นความสำคัญของการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นระบบการจัดการ แหล่งเพาะปลูก ผู้ที่จะได้รับผลกระทบมากที่สุดคือ เกษตรกรที่ต้องดำเนินการจัดการผลผลิตที่มีคุณภาพเพียงพอที่จะส่งออกโดยตรงและนำส่งโรงงานเพื่อแปรรูปได้เป็นสินค้าส่งออก ซึ่งจะเป็นการเพิ่มต้นทุนในการผลิตให้แก่เกษตรกรและโรงงานเองก็ไม่สามารถชี้แจงเกษตรกรเข้าใจถึงความจำเป็นที่ต้องดำเนินการในรายละเอียด

ปลีกย่อยต่างๆ ดังนั้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศจึงเน้นยุทธศาสตร์ในการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ

ซึ่งการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศการบริหารจัดการกระบวนการชุมชนเข้มแข็งด้วยการส่งเสริมการรวมตัว ร่วมคิดร่วมทำ ในรูปแบบที่หลากหลายและจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องตามความพร้อมของชุมชน การสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชนที่เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียง ส่งเสริมการร่วมลงทุนระหว่างเครือข่ายองค์กรชุมชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พร้อมทั้งสร้างระบบบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชนควบคู่กับการพัฒนาความรู้และทักษะในการประกอบอาชีพ ตลอดจนการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในการอยู่ร่วมกันกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสันติและเกื้อกูลตลอดจนการสร้างกลไกในการปกป้องคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติของสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น [9]

จากปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยและทีมงานได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและจากปัญหาเร่งด่วนที่เกิดขึ้นกับเกษตรกรชุมชนที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับเม็ดมะม่วงหิมพานต์ โดยมุ่งเน้นการศึกษาที่เชื่อมโยงการที่จะเพิ่มศักยภาพการจัดการอุตสาหกรรมธุรกิจของชุมชนเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลในด้านการจัดการธุรกิจต่างๆ ที่จะเป็นส่วนช่วยที่จะเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ เช่น การปลูก การแปรรูป การเก็บเกี่ยว การตลาด และเพื่อให้ทราบความต้องการของกลุ่มเกษตรกรเพื่อที่จะได้ทราบถึงปัญหาที่แท้จริงและยังต้องศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางเพื่อนำไปสู่การพัฒนาธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ซึ่งโครงการวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยและพัฒนาระบบการจัดการธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์แบบมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรชุมชนเพื่อพัฒนาทรัพยากรและเสริมสร้างขีดความสามารถของคนในท้องถิ่น

อย่างเป็นระบบและยั่งยืน ซึ่งจะสามารถทำให้การแข่งขันการจัดการธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของชุมชนสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

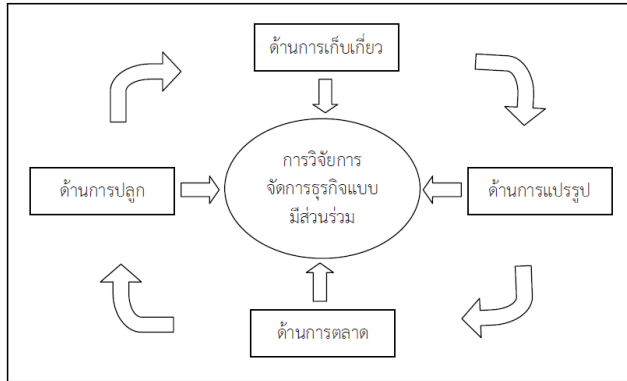
1. เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการอุตสาหกรรมธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์เพื่อเกษตรกรชุมชน
2. เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการปลูกเก็บเกี่ยวและแปรรูปเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของเกษตรกรชุมชน
3. เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของเกษตรกรชุมชน

กรอบแนวความคิดของการวิจัย

การสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรชุมชนจึงเปรียบเสมือนเป็นการติดตามดูด้านการคิดและในกระบวนการศึกษาบริบทของกลุ่มธุรกิจเม็ดมะม่วง โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในแผนการวิจัยและพัฒนาระบบการจัดการอุตสาหกรรมธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์แบบมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรชุมชนเพื่อพัฒนาทรัพยากรและเสริมสร้างขีดความสามารถของคนในท้องถิ่นโดยการทำวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีนักวิจัยและมีหน่วยงานที่เป็นแนวร่วมพหุภาคีเป็นผู้สนับสนุนในด้านต่างๆ เช่น ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยี ความรู้ด้านเทคนิค ฯลฯ ในกระบวนการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่จะกำหนดปัญหาและความต้องการนั้น โดยเฉพาะขั้นตอนการวางแผนและแก้ปัญหา กลุ่มเกษตรกรชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน ได้แก่ การตัดสินใจ การปฏิบัติงาน ด้านผลประโยชน์ การประเมินผล เพื่อให้เกิดการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ในการปลูกเม็ด ด้านการเก็บเกี่ยว การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การตลาด ของเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของเกษตรกรในอำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์

โดยในทุกส่วน จะช่วยเป็นข้อมูลที่สามารถทำให้
เม็ดเงินมัดมัดหิมพานต์ของอำเภอท่าปลา จังหวัด
อุตรดิตถ์ ให้สามารถแข่งขันในระดับสากลและ

ขยายตลาดออกไปทั้งในประเทศและนอกประเทศ
ดังกรอบแนวคิดของโครงการวิจัยในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การวิจัยการจัดการธุรกิจแบบมีส่วนร่วม
(Participatory Business Management Research)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ
(Action Research) โดยเน้นกระบวนการวิจัย
และพัฒนาระบบการจัดการอุตสาหกรรมธุรกิจ
เม็ดเงินมัดมัดหิมพานต์แบบมีส่วนร่วมของกลุ่ม
เกษตรกรชุมชนเพื่อพัฒนาทรัพยากรและเสริม
สร้างขีดความสามารถของคนในท้องถิ่นอย่างเป็น
ระบบและยั่งยืน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวขั้นตอน
การดำเนินการที่สำคัญ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ศึกษา
จากเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ปลูก
เม็ดเงินมัดมัดหิมพานต์ในอำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์
ปี 2554 ได้จำนวนประชากร 3,291 ราย [10]
วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ศึกษา
ในครั้งนี้ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามตารางของเครจซี่
และมอร์แกน (Robert V. Krejcie and Eayrle W.
Morgan) [5] กำหนดให้ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ
95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้
เท่ากับ 5% โดยได้จำนวนตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการเลือกแบบอย่างง่าย
(Simple Random Sampling) ซึ่งไม่จำกัดเพศ
การศึกษา อาชีพ รายได้ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่าง
ครอบคลุมประชากรของพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย
ซึ่งจากแบบสอบถามที่รวบรวมมาได้ผู้วิจัยคัดเลือก
แบบสอบถามสมบูรณ์มาได้ 200 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องศักยภาพการจัดการ
อุตสาหกรรมธุรกิจเม็ดเงินมัดมัดหิมพานต์เพื่อพัฒนา
กระบวนการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรชุมชนผู้วิจัย
ได้ทำการสร้างเครื่องมือวิจัยและทดสอบเครื่องมือ
ประกอบด้วย สื่อประกอบการเผยแพร่ เช่น
แผ่นพับเผยแพร่ แผ่นป้าย โปสเตอร์
จัดนิทรรศการ และแบบสอบถามเพื่อประเมิน
ความพึงพอใจของโครงการกระบวนการวิจัยและ
พัฒนาระบบการจัดการธุรกิจเม็ดเงินมัดมัดหิมพานต์
แบบมีส่วนร่วมของกลุ่มเกษตรกรชุมชน

การดำเนินการวิจัยและเก็บข้อมูล

ตอนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลและแหล่ง
ข้อมูลเพื่อสร้างเครื่องมือ

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยแบ่งได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

1) ข้อมูลเบื้องต้น เป็นข้อมูลโดยตรง มีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ

1.1) การสำรวจพื้นที่ที่ศึกษา โดยเดินทางไปสำรวจกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่เพื่อสังเกตข้อมูลโดยทั่วไป สำหรับใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์ การสอบถามบุคคลที่เกี่ยวข้อง การจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group) และการประเมิน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม แบบบันทึก และแบบประเมินผล

1.2) ข้อมูลชั้นที่สอง (Secondary Data) เป็นการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากหนังสือ บทความ ตำรา เอกสารต่างๆ รวมทั้งทางวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการองค์ความรู้แบบมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์

2) การวิเคราะห์องค์ความรู้

จากการศึกษาข้อมูลชั้นพื้นฐานทำให้ทราบถึงสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับเม็ดมะม่วงหิมพานต์ซึ่งจะได้จากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนว่ามีความต้องการทราบเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจการประกอบการธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ว่ายังต้องการข้อมูลหรือขาดความรู้ในด้านใดของธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ การวางแผน กำหนดรูปแบบของกระบวนการมีส่วนร่วมโดยใช้รูปแบบของสื่อในการถ่ายทอดความรู้ วัตถุประสงค์ในการศึกษา วิเคราะห์องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์จากเอกสารและงานวิจัยต่างๆ และการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นจากพื้นที่ศึกษาให้เหมาะสม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามข้อมูลธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป

ของเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ในอำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาศักยภาพการจัดการธุรกิจเม็ดมะม่วงหิมพานต์ เพื่อพัฒนากระบวนการส่งเสริมอาชีพในด้านการปลูกเม็ด ด้านการเก็บเกี่ยวเม็ด ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาดโดยลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามรายการและเติมคำในช่องว่าง

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการผลิตและการแปรรูปมะม่วงหิมพานต์ ได้แก่ ปัญหาทางการผลิต ด้านแมลงรบกวน การใช้ปุ๋ย สารเคมี ความอุดมสมบูรณ์ คุณภาพผลผลิต การแปรรูป โดยลักษณะคำถามเป็นแบบสอบถามรายการ (Check List) และเติมคำในช่องว่าง

การตรวจพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ใช้วิธีการให้คะแนนตามวิธีการของโรวินลลีและแฮมเบิลตัน (Rainelli & Hambleton) [6] ดังนี้

+1 หมายถึง เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดตรงจุดประสงค์

0 หมายถึง เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นตรงจุดประสงค์

-1 หมายถึง เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดไม่ตรงจุดประสงค์

จากนั้นนำผลการพิจารณามาคำนวณหาค่า IOC ถ้าค่า IOC ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 แสดงว่าแบบสอบถามข้อนั้นสามารถวัดจุดประสงค์ข้อนั้นได้ แต่ถ้าคำนวณแล้วมีค่าน้อยกว่า 0.50 แสดงว่าแบบสอบถามข้อนั้นไม่สามารถวัดจุดประสงค์ข้อนั้นต้องนำไปทำการปรับปรุงแก้ไขจนได้ค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้มีค่า 0.60 ถึง 1.00 แสดงว่าข้อคำถามที่ใช้มีความสอดคล้องกับจุดประสงค์ทุกข้อ ซึ่งจากการปรับแก้ไขแบบสอบถามตามที่ได้ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะ และนำไปทดลองใช้ (Try Out)

กับเกษตรกรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน จากตำบลจรัล อําเภอกาฬสินธุ์ จังหวัดอุดรดิตรดิต์ เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของครอนบาช (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88

เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ตัวเลือกทั้งหมดใช้หลักการให้คะแนนตั้งแต่ 1-5 เรียงตามลำดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความพึงพอใจดีมาก
- 4 หมายถึง มีความพึงพอใจดี
- 3 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย
- 1 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ในการแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม กำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ยกำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ยโดยใช้เกณฑ์ของเบส [11] ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จะทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X})

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาข้อมูลผลการศึกษาศักยภาพการจัดการอุตสาหกรรมธุรกิจ

มีดมะม่วงหิมพานต์เพื่อพัฒนากระบวนการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรชุมชนจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแสดงผลเป็นร้อยละและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้แก่ สรุปได้เป็นชุดแบบสอบถามดังนี้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย การฝึกอบรมผู้ประกอบการและเกษตรกรชุมชน อําเภอกาฬสินธุ์ จังหวัดอุดรดิตรดิต์ จำนวน 200 ราย โดยการสุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด 3,291 ราย [6] (สำนักงานเกษตรจังหวัดอุดรดิตรดิต์. 2554) โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิเท่ากัน (Proportional to Size) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Date) จากบุคคลกลุ่มคนและสถาบันต่างๆ ในรูปแบบเอกสาร รายงาน บทความ วารสาร สิ่งพิมพ์ หนังสือ รวมทั้งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ส่วนข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยใช้แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ รวมทั้งการใช้กล้องบันทึกภาพและเทปบันทึกเสียง และการเก็บข้อมูลจากการลงพื้นที่และการจัดโครงการในรูปแบบ (Focus Group Discussion) โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาเป็นจำนวนร้อยละ และค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง (Content Analysis) โดยการวิเคราะห์สรุปประเด็นได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ในอําเภอกาฬสินธุ์ จังหวัดอุดรดิตรดิต์

เกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ในอําเภอกาฬสินธุ์ จังหวัดอุดรดิตรดิต์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41-50 ปี สถานภาพสมรสของเกษตรกรส่วนใหญ่แต่งงานแล้ว ระดับการศึกษาของเกษตรกรอยู่ในระดับ ป.4-ป.6 ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร จำนวนสมาชิกทั้งหมด

ในครัวเรือนของเกษตรกรเฉลี่ย 4.14 คน มีจำนวนแรงงานทางการเกษตรในครัวเรือนที่เป็นเพศชายเฉลี่ย 1.57 คน และเป็นแรงงานทางการเกษตรในครัวเรือนที่เป็นเพศหญิงเฉลี่ย 1.53 คน เกษตรกรมีพื้นที่ถือครองส่วนใหญ่เป็นของตนเอง โดยมีพื้นที่เฉลี่ย 5.11 ไร่/คน รายได้จากการเกษตรส่วนใหญ่ได้มาจากมะม่วงหิมพานต์ และมีรายได้นอกฟาร์มส่วนใหญ่ได้มาจากการรับจ้างและมีค่าใช้จ่ายในการปลูกส่วนใหญ่ใช้การจ้างแรงงานคนเป็นงานๆ โดยมีรายละเอียดการจ้าง ดังนี้ค่าจ้างถางป่า มีอัตราค่าแรงเฉลี่ย 216.02 บาท/คน/วัน ค่าจ้างไถพื้นที่ มีอัตราค่าแรงเฉลี่ย 269.10 บาท/คน/วัน ค่าจ้างปรับพื้นที่ มีอัตราค่าแรงเฉลี่ย 262.04 บาท/คน/วัน ค่าจ้างอื่นๆ เช่น กำจัดวัชพืช ใส่ปุ๋ย มีอัตราค่าแรงเฉลี่ย 226 บาท/คน/วัน และมะม่วงหิมพานต์ส่วนใหญ่ได้มาจากการขยายพันธุ์เอง ซึ่งเกษตรกรจะใช้การขยายพันธุ์

ตอนที่ 2 การศึกษาศักยภาพการจัดการอุตสาหกรรมธุรกิจเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ เพื่อพัฒนากระบวนการส่งเสริมอาชีพการผลิตมะม่วงหิมพานต์

พื้นที่เพาะปลูกมะม่วงหิมพานต์ส่วนใหญ่เป็นของเกษตรกรเอง พันธุ์มะม่วงหิมพานต์ที่ใช้ปลูกส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ศรีสะเกษ และส่วนใหญ่เกษตรกรจะทำการขยายพันธุ์ด้วยตนเอง ช่วงเวลาการปลูกมะม่วงหิมพานต์ส่วนใหญ่จะปลูกมะม่วงหิมพานต์พร้อมกันหมด โดยเงินทุนที่ใช้ในการลงทุนปลูกมะม่วงหิมพานต์ส่วนใหญ่เป็นทุนส่วนตัว ในกรณีการกู้ยืมโดยส่วนใหญ่กู้ยืมจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ซึ่งมีระยะเวลาของสินเชื่อที่กู้ยืมส่วนใหญ่เป็นระยะยาว การใช้เครื่องทุ่นแรงที่ใช้ในการทำสวนมะม่วงหิมพานต์เกษตรกรส่วนใหญ่ใช้เครื่องทุ่นแรงในการปลูกมะม่วงหิมพานต์ และการใส่ปุ๋ยของเกษตรกรส่วนใหญ่ใช้ปุ๋ยเคมีสูตร 15:15:15 โดยวิธีหว่าน การป้องกันและกำจัดศัตรูพืชของ

เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่ใช้สารเคมี และวิธีกำจัดวัชพืชส่วนใหญ่ใช้แรงงานคน ช่วงเวลาการตัดแต่งกิ่งมะม่วงหิมพานต์ของเกษตรกรส่วนใหญ่ตัดแต่งกิ่งหลังเก็บเกี่ยวผลผลิต และมีการให้น้ำมะม่วงหิมพานต์ก่อนออกดอก ในการปลูกและดูแลรักษามะม่วงหิมพานต์ส่วนใหญ่เกษตรกรจะจ้างคนเพื่อช่วยในการปลูกและดูแลรักษา และเมื่อเกิดปัญหาในการปลูกมะม่วงหิมพานต์ส่วนใหญ่เกษตรกรจะปรึกษาญาติพี่น้องเป็นหลักซึ่งค่าใช้จ่ายในการลงทุนเกี่ยวกับที่ดินและเครื่องมืออุปกรณ์ราคาที่ดินว่างเปล่าในพื้นที่เฉลี่ยราคาไร่ละ 27,709.23 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าภาษีที่ดิน ค่าใช้จ่ายในการลงทุนซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ส่วนใหญ่เป็นเครื่องพ่นยา/ปุ๋ย โดยใช้เมล็ดมากกว่าการใช้กิ่งพันธุ์ พันธุ์ศรีสะเกษราคาเมล็ดพันธุ์เฉลี่ย 37.21 บาท/กก. รองลงมาคือพันธุ์พื้นเมือง ราคาเมล็ดพันธุ์เฉลี่ย 33.12 บาท/กก. ส่วนค่าใช้จ่ายที่ต้องมีรายจ่ายเพิ่มขึ้นของการเตรียมพื้นที่ปลูกมะม่วงหิมพานต์ส่วนใหญ่ใช้การจ้างคนงานเป็นงานๆ โดยค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่มาจากการใช้ปุ๋ยเคมี จำนวนที่ใช้ต่อไร่ เฉลี่ย 301.86 กก. ราคาต่อกิโลกรัม เฉลี่ย 39.64 บาท ซึ่งผลตอบแทนของธุรกิจเมล็ดมะม่วงหิมพานต์จะแบ่งตามอายุของเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ซึ่งราคาขายต่อกิโลกรัมจะได้มากส่วนใหญ่จะมีอายุผลผลิตต่อไร่ เฉลี่ย 566.67 กก. ราคาขายต่อกิโลกรัมเฉลี่ย 30.00 บาท

สรุปและอภิปรายผล

ผลสรุปจากการดำเนินงานวิจัยการศึกษาการเพิ่มขีดความสามารถของการจัดการอุตสาหกรรมธุรกิจเมล็ดมะม่วงหิมพานต์แบบมีส่วนร่วมของเกษตรกรชุมชน อำเภอท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์ ตามวัตถุประสงค์งานวิจัยมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการอุตสาหกรรมธุรกิจเมล็ดมะม่วงหิมพานต์

เพื่อเกษตรกรชุมชนชนกระบวนกรจัดการธุรกิจ
เม็ดมะม่วงหิมพานต์ถือได้ว่าเข้ามามีบทบาท
และเป็นส่วนสำคัญในการที่จะเพิ่มศักยภาพ
เกษตรกรชุมชนให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืน
และสภาพของตลาดที่มีการแข่งขันมากขึ้น
เกษตรกรจึงควรที่จะต้องมีการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับ
ระบบการจัดการธุรกิจทั้งหมด ตั้งแต่ความรู้เกี่ยวกับ
การปลูกถึงวิธีการผลิตพันธุ์เม็ดมะม่วงหิมพานต์
เช่นการตลาด การผลิต การแปรรูป การเก็บเกี่ยว
การดูแลรักษา การใช้ปุ๋ยและสารเคมี ระบบ
ชลประทาน การบำรุงรักษาดิน การใช้เครื่องมือ
และอุปกรณ์ที่เหมาะสม วิธีการในการแปรรูป
เม็ดมะม่วงหิมพานต์ การกะเทาะ การอบ การลอกเยื่อ
การป้องกันกำจัดโรคและแมลง เทคโนโลยี
อินเทอร์เน็ต เพื่อให้การผลิตตามเป้าหมาย
และสามารถลดต้นทุนในการผลิต ซึ่งจากการศึกษา
กระบวนการธุรกิจพบว่าเกษตรกรชุมชนสามารถ
นำข้อมูลที่วิจัยไปใช้ในการศึกษา การวิเคราะห์
พิจารณาถึงสภาพความเป็นจริงที่เกิดขึ้น
และแนวโน้มความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ
และการพัฒนาของกลุ่มเกษตรกรให้เกิดเป็น
องค์กรที่มีความเข้มแข็งและยั่งยืน โดยเฉพาะ
ธุรกิจด้านการเกษตรที่มีพื้นฐานการเพาะปลูกจาก
การผลิต เพื่อบริโภคเป็นผลิตเพื่อเชิงพาณิชย์
เพื่อให้สามารถแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด
และพัฒนาธุรกิจให้มีศักยภาพในการดำเนินงาน
ของกลุ่มเกษตรกรต่อไปซึ่งสอดคล้องกับ แนวทาง
การจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โรงอิฐวังตาล
จังหวัดเชียงใหม่ [7] ได้ศึกษาแนวทางการ
จัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า การจัดการ
และพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ มีระบบการจัดการ
เป็นอุตสาหกรรมครบวงจร การตัดสินใจด้าน
การจัดการ การวางแผน การวางแผนการผลิต
ตลอดจนการจัดส่งผลิตภัณฑ์ขึ้นอยู่กับเจ้าของ
กิจการเพียงผู้เดียว โครงสร้างองค์กร เป็นแบบ
ไม่เป็นทางการ ไม่มีการแบ่งหน้าที่ชัดเจน ส่งผล
ให้การทำงานไม่เต็มประสิทธิภาพ กระบวนการ

ผลิตแบบสายประกอบ การผลิตตามความ
ต้องการผู้บริโภค เครื่องจักรมีการใช้แรงงาน
คนเป็นส่วนมาก ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง
ด้านผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา
ด้านสถานที่หาได้สะดวก แต่ขาดการประชาสัมพันธ์
โดยสื่อต่างๆ โดยการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร
เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการ

2. จากการศึกษาศักยภาพด้านการปลูก
ของเกษตรกรในอำเภอท่าปลาซึ่งการปลูก
เม็ดมะม่วงหิมพานต์ในอำเภอท่าปลานั้นส่วน
ใหญ่พื้นที่การเพาะปลูกเป็นของเกษตรกรเอง
ทำให้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในเช่าพื้นที่ร้อยละ
92.23 ของการเพาะปลูก ซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง
ในการปลูกรวมไปถึงการขยายพันธุ์ยังสามารถ
ขยายตัวของเกษตรกรเองและในช่วงเวลาปลูก
ส่วนใหญ่ก็จะมีมีการปลูกพร้อมกันหมดคิดเป็น
ร้อยละ 94.5 ของการเพาะปลูก และปัจจัย
อีกด้านที่สำคัญในการปลูกเม็ดมะม่วงหิมพานต์
เพราะเนื่องจากบางพื้นที่เกษตรกรมีการจัดระบบ
ชลประทานที่ดี มีความสมบูรณ์ของดินสูงจึงทำให้
ผลผลิตที่ได้จะสูง ส่วนจุดอ่อนของการปลูกของ
เกษตรกรเนื่องจากเกษตรกรบางรายยังขาดความรู้
ในระบบจัดการปลูกที่ถูกต้องเช่นระบบชลประทาน
การบำรุงรักษาดินและการใช้ปุ๋ยและสารเคมี
ที่ถูกต้อง ซึ่งในปัญหาและจุดอ่อนของการปลูก
ดังกล่าวควมมีหน่วยงานที่ส่งเสริมการเกษตร
ประจำอำเภอหรือจังหวัดคอยให้คำแนะนำเกี่ยว
กับความรู้ในการเพาะปลูกอย่างต่อเนื่อง เช่น
การจัดการระบบชลประทานในครบทุกพื้นที่
และการสอนกระบวนการวิธีในการบำรุงรักษา
ดินที่ถูกต้อง และอาจมีการประยุกต์ใช้การ
ป้องกันและกำจัดศัตรูพืชแบบผสมผสานร่วมด้วย
ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สังคม เตชะวงศ์เสถียร
[8] ปัจจัยที่มีผลต่อการเจริญเติบโตและการพัฒนาการ
ของพืช อาจแบ่งออกได้เป็น 2 ปัจจัยหลักๆ คือ
ปัจจัยภายในหรือปัจจัยด้านพันธุกรรม พันธุกรรม
เป็นปัจจัยพื้นฐานในการกำหนดการแสดงออก

ของสิ่งมีชีวิต และเป็นตัวกำหนดว่าสิ่งมีชีวิตที่เจริญขึ้นจะต้องเป็นชนิดเดียวกับพ่อแม่ ปัจจัยพันธุกรรมในการเพาะปลูกพืช คือ พันธุ์พืชและปัจจัยภายนอกหรือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยสภาพแวดล้อม หรือปัจจัยภายนอกอาจแบ่งตามบทบาทที่มีผลต่อการเจริญเติบโตและพัฒนาการของพืช

และจากการศึกษาศักยภาพด้านการเก็บเกี่ยวเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของเกษตรกรในอำเภอท่าปลา การเก็บเกี่ยวเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของเกษตรกรส่วนใหญ่ยังใช้แรงงานคนในการเก็บเกี่ยวซึ่งในพื้นที่อำเภอท่าปลามีการปลูกที่พร้อมกันดังนั้นการเก็บเกี่ยวก็จะพร้อมๆ ซึ่งไม่มีเครื่องทุ่นแรงมาและจุดแข็งของการเก็บเกี่ยวของเกษตรกรจะใช้แรงงานในครัวเรือนมาเก็บเพื่อมาทดแทนการจ้างแรงงานเพราะเป็นการลดต้นทุน ซึ่งในการเก็บเกี่ยวบางครั้งมีจำนวนพื้นที่ปลูกมากและการเก็บเกี่ยวต้องมีระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวจึงต้องมีการจ้างแรงงานเข้ามาเก็บเกี่ยวทำให้ต้นทุนของเกษตรกรสูงขึ้นถือได้ว่าเป็นจุดอ่อนและที่เป็นปัญหาสำคัญคือการขาดความรู้ความสามารถในการจัดการระบบที่ดีในการเก็บเกี่ยวที่ถูกต้องซึ่งทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการจ้างงานที่แพงและยังได้ผลผลิตไม่ได้คุณภาพอีกด้วยเพราะแรงงานที่เก็บก็เป็นเกษตรกรด้วยกัน

ซึ่งในปัญหาและจุดอ่อนของการเก็บเกี่ยวมีแนวทางการแก้ไขโดยที่ เกษตรกรควรมีการรวมตัวกันหรือผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันในการจัดทำกิจกรรมร่วมกัน (ลงแขก) เป็นต้น ส่วนด้านความรู้ในการเก็บเกี่ยว ควรมีเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเกษตรกรให้บ่อยมากขึ้นเพื่อให้เกษตรกรเข้าใจในการเก็บเกี่ยวที่ถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับทักษิณ รักจริง [4] ที่ศึกษากระบวนการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวพืชผักของเกษตรกรเพื่อการขนส่งทางอากาศ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าชนิดของพืชผักที่เกษตรกรผลิตเพื่อการขนส่งทาง

อากาศเป็นประจำ ได้แก่ พริกยักษ์ กระเทียมต้น หอมญี่ปุ่น สลัดแก้ว ส่วนตลาดที่ส่งพืชผักจำหน่ายทางอากาศเป็นประจำ ด้านปัญหาและอุปสรรคพบว่า เกษตรกรขาดเงินทุนในการผลิตผัก โดยเฉพาะเงินทุนในการผลิตผัก โดยเฉพาะเงินทุนที่ใช้ขนส่งทางอากาศและขาดความรู้ที่ดีพอเกี่ยวกับตลาดขายส่งพืชผักทางอากาศ การขนส่งโดยรถยนต์จากแหล่งผลิตจะมีปัญหาเกี่ยวกับสภาพถนนที่ขรุขระ โดยเฉพาะช่วงฤดูฝนจะขนส่งได้ลำบากมากสำหรับข้อเสนอแนะจากการศึกษาพบว่า เกษตรกรควรได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และควรได้รับการสนับสนุนความรู้ความชำนาญ

ในด้านศักยภาพด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์เม็ดมะม่วงหิมพานต์ของเกษตรกรจากสภาพการแปรรูป หลังการเก็บเกี่ยวของเม็ดมะม่วงหิมพานต์จุดแข็งของเกษตรกรจะเก็บเม็ดไว้แปรรูปเองที่บ้านของแต่ละครัวเรือนเพื่อที่จะเพิ่มมูลค่าที่ดีกว่าเม็ดสดที่เก็บมาแล้วและยังสามารถใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์กับครัวเรือนและยังเพิ่มรายได้ให้กับครัวเรือนอีก ส่วนในด้านปัญหาและจุดอ่อนของการแปรรูปนั้นเกษตรกรยังคงใช้วิธีการแปรรูปแบบดั้งเดิม เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้เป็นแบบเก่าที่ไม่มีความซับซ้อนมากนัก ปริมาณการผลิตที่ได้จึงไม่สูงนัก เกษตรกรบางรายยังขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ในการแปรรูปและบางรายยังขาดความรู้ในการแปรรูปที่ถูกต้องทำให้เกิดความเสียหายผลผลิตระหว่างการแปรรูปซึ่งเกษตรกรสามารถขอความรู้ในการหาจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ รวมถึงวิธีการแปรรูปที่ถูกต้องได้จากหน่วยส่งเสริมการเกษตรประจำอำเภอ/จังหวัดและมีการจัดการฝึกอบรมอย่างเป็นประจำเพื่อให้เกษตรกรมีความเข้าใจซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คำนาย อภิปรัชญาสกุล [2] นอกจากนี้ แหล่งวัตถุดิบกับสถานที่ผลิต/แปรรูป ยังอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงหรือในชุมชนของตนเองและกลุ่มเครือข่าย ซึ่งส่วนใหญ่

เกษตรกรจะเป็นทั้งผู้ปลูกและผู้ผลิต/แปรรูป จึงมีระดับการปฏิบัติงานมากที่สุดในหัวข้อการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ และระดับปฏิบัติงานที่มีค่าเฉลี่ยน้อยในหัวข้อมีการประเมินผู้ส่งวัตถุดิบ เพราะตนเองเป็นผู้ส่งวัตถุดิบเองอยู่แล้ว

3. จากการศึกษาศักยภาพด้านการตลาดเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของเกษตรกรในอำเภอท่าปลา จากผลการศึกษาศักยภาพด้านการตลาดของเกษตรกรซึ่งในราคามีแนวโน้มดีขึ้นทุกปีและยังเป็นเม็ดที่กะเพาะเปลือกแล้วเฉลี่ย 304.34 บาท/กก. ซึ่งมากกว่าปีที่แล้วซึ่งมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งจุดแข็งของเม็ดมะม่วงหิมพานต์ของอำเภอท่าปลาอยู่ที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งถือได้ว่ามีรสชาติอร่อยกว่าที่อื่นจากการสัมภาษณ์เกษตรกร และจุดอ่อนด้านการตลาดเนื่องจากการขายส่วนใหญ่เกษตรกรขายผ่านพ่อค้าคนกลางเพราะมีแนวความคิดว่าสะดวกและรวดเร็วจึงทำให้การกำหนดราคาอยู่ที่พ่อค้าคนกลาง ซึ่งอาจจากทำให้ผลผลิตได้ไม่ได้ตามราคาที่กำหนดท่าท้องตลาด หรืออาจจะทำให้ราคาตกต่ำก็เป็นได้เพราะอำนาจการกำหนดราคาอยู่ที่พ่อค้าคนกลางทั้งหมด ซึ่งแนวทางในการเพิ่มศักยภาพการตลาดนั้น ควรส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มกัน เพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองกับพ่อค้าคนกลางให้มากยิ่งขึ้น เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ทางด้านการตลาด ก็จะส่งผลให้การตลาดมีความโดดเด่นขึ้นมา และอีกประการหนึ่ง ผลผลิตจะได้ราคาที่ดีต่อเมื่อผลผลิตต่อไร่และลดต้นทุนการผลิตลงเท่านั้นจึงจะทำให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะธิดา สุนทรเกษม [3] ศึกษากลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจำหน่ายมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ สำหรับปัญหาสำคัญอันดับแรกของผู้ประกอบการธุรกิจคือปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การมีปริมาณมากในฤดูหนาวแต่น้อยเกินไปในฤดูร้อน รองลงมา

คือปัญหาด้านราคา ได้แก่ ต้นทุนการผลิตสูง ทำให้ราคาแพงกว่าผักทั่วไปและการตั้งราคาทำได้ยากปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

1. ควรจะให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาจัดกิจกรรมส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับเกษตรกรผู้ปลูกถึงวิธีการผลิตพันธุ์ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ เช่น การตลาด การผลิต การแปรรูป การเก็บเกี่ยว การดูแลรักษา การป้องกันกำจัดโรคและแมลง เพื่อให้การผลิตตามเป้าหมายและสามารถลดต้นทุนในการผลิต

2. หน่วยงานของรัฐควรมีการส่งเสริมและให้ความรู้แก่เกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ในเรื่องการเพาะปลูก การดูแลรักษาหลังการปลูก การใช้ปุ๋ยและสารเคมี ระบบชลประทาน การบำรุงรักษาดิน การใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ที่เหมาะสมวิธีการในการแปรรูปมะม่วงหิมพานต์ เพื่อให้เกษตรกรมีผลผลิตที่สูงขึ้น

3. ควรให้หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีการศึกษาแนวทางในการที่จะพัฒนาเมล็ดพันธุ์มะม่วงหิมพานต์ใหม่ให้มี คุณภาพได้มาตรฐาน ทำให้เกษตรกรมีโอกาสขายผลผลิตได้มากขึ้น

4. ควรมีการนำเทคนิคมาช่วยในการออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การเลือกใช้วัสดุในการสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดความดึงดูดใจของลูกค้า และเป็นการเพิ่มมูลค่าของตัวสินค้าอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- [1] กันต์ อินทวงศ์. (2554, พฤศจิกายน-ธันวาคม). การถ่ายทอดเทคโนโลยีเครื่องอัดรีดแผ่นไบโตงแบบมีส่วนร่วมของชุมชน โดยจัดโครงการ KM: ภาคปฏิบัติชุมชน” วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, Area Based Development Research Journal. สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย. (สกว.) ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 พฤศจิกายน-ธันวาคม 2554
- [2] คำนาย อภิรัชญาสกุล. (2553). *โลจิสติกส์และการจัดการซัพพลายเชน: กลยุทธ์สำหรับลดต้นทุนและเพิ่มกำไร* (ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิง.
- [3] ปิยะธิดา สุนทรเกษม. (2542). *กลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจผักปลอดสารพิษในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จังหวัดเชียงใหม่.*
- [4] ทักษิณ รักจริง. (2544). *กระบวนการจัดการหลังการเก็บเกี่ยวพืชผักของเกษตรกรเพื่อการขนส่งทางอากาศ จังหวัด เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต จังหวัดเชียงใหม่.*
- [5] ชีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.*
- [6] บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์. (2547). *การวัดประเมินการเรียนรู้ (การวัดประเมินแนวใหม่).* กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- [7] รัชฎ ดันวีระ. (2547). *แนวทางการจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โรงอัฐวังตาล จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- [8] สังคม เตชะวงศ์เสถียร. (2554). จาก <http://ag.kku.ac.th/suntec/> วันที่ 22 พฤศจิกายน 2554
- [9] 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>
- [10] สำนักงานเกษตรอำเภอลำปาง จังหวัดอุตรดิตถ์. (2554). จาก <http://thapla.uttaradit.doae.go.th> สืบค้นเมื่อ 19 เมษายน 2554.