

การจัดการความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออก อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

Knowledge Management of the Mango Export Enterprise of Bang Khla District,

Chachoengsao Province

อิทธิพร ลินทรโก¹

อติยาพร ไชยฤทธิ์²

นพพร ขุนคำ³

Atipat Sintarako

Atiyaphorn Chaiyarit

Nopporn Khunkha

¹ดร.อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

E-mail: atipatsin@hotmail.com

²ดร.อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

E-mail: atiya2654@gmail.com

³อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

E-mail: Sepaphah_sa@hotmail.com

Received: May 28, 2020

Revised: June 15, 2020

Accepted: June 16, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การจัดการความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้การผลิตมะม่วง กระบวนการจัดการความรู้การผลิตมะม่วง และเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวนทั้งสิ้น 15 คน

ผลการวิจัย พบว่า ความรู้การผลิตมะม่วงเป็นความรู้ในกระบวนการผลิตที่ตกทอดมาจากคนรุ่นเก่าที่เป็นผู้บุกเบิกการทำสวนมะม่วง ไม่ว่าจะเป็นการขยายพันธุ์ การบำรุงรักษา การเก็บเกี่ยว ตลอดจนการควบคุมคุณภาพในการขนส่ง นอกจากนี้ ยังมีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากขึ้น และมีความโดดเด่นไม่ว่าจะเป็นขนาดและรสชาติ ในส่วนของกระบวนการจัดการความรู้ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกมีกระบวนการจัดการความรู้ในกระบวนการต่าง ๆ ได้แก่ การบ่งชี้ความรู้ การสร้างและแสวงหาความรู้ การเข้าถึงความรู้ การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้และการเรียนรู้ แต่ยังไม่มีการจัดการความรู้ให้เป็นระบบ และการประมวลและกลั่นกรองความรู้ และในส่วนของเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกพบว่า มีเงื่อนไข 5 ประการ คือ 1) สภาพทางภูมิศาสตร์ 2) ผู้นำ 3) คุณภาพสินค้า 4) ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก และ 5) การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ: การจัดการความรู้ วิสาหกิจชุมชน ผู้ผลิตมะม่วงส่งออก

Abstract

This research was conducted to study the knowledge management of the mango export enterprise of Bang Khla District, Chachoengsao Province. The objectives of this research aimed to study the knowledge of local wisdom on mango production, knowledge management process of mango production and conditions affecting success on mango production of the mango export enterprise of Bang Khla District, Chachoengsao Province. This research was a qualitative research. Data were collected by an in-depth interview. Instrument used for this research was a semi-structured interview. There were 15 key informants.

The findings revealed that the knowledge of mango production was a hereditary knowledge of the producing process from former generations who had pioneered the mango orchard. It consisted of propagation, maintenance, harvest, and quality control of transportation. Moreover, the surrounding geographical condition still played a pivotal role in increasing product quality as well as outstanding size and taste of mango products. For knowledge management process of the mango export enterprise, it consisted of knowledge identification, knowledge creation and acquisition, knowledge access, knowledge sharing, and knowledge learning. However, the knowledge organization and the knowledge codification and refinement had not been systematically conducted. For conditions affecting the success of mango production of the mango export enterprise, it was comprised of five factors: 1) geographical condition, 2) leaders, 3) product quality, 4) member relationship, and 5) continuous product development.

Keywords: Knowledge Management, Community Enterprise, Mango Export Group

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเผชิญกับสถานการณ์และความเสี่ยงซึ่งเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงในระดับโลกและภายในประเทศ โดยเฉพาะภาวะผันผวนด้านเศรษฐกิจ พลังงาน และภูมิอากาศ ที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบอย่างชัดเจนต่อประเทศไทย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560–2564) จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจที่สำคัญ กล่าวคือ ยุทธศาสตร์การสร้างเสริมความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน [1] โดยยุทธศาสตร์ดังกล่าวมุ่งเน้นการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมให้มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น โดยการส่งเสริมการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง และสนับสนุนการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนตามความพร้อมและศักยภาพในแต่ละพื้นที่ โดยการสร้างสังคมผู้ประกอบการที่เอื้อต่อการทำธุรกิจทั้งในเรื่องการเข้าถึงข้อมูลด้านธุรกิจและสิทธิประโยชน์ แหล่งเงินทุน นวัตกรรมสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการและการตลาด รวมทั้งพัฒนากลไกสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการสร้างขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตและแข่งขันได้

วิสาหกิจชุมชนจึงถือเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ได้ให้นิยามของวิสาหกิจชุมชนว่าวิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมของชุมชน

ที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน [2] จะเห็นได้ว่าวิสาหกิจชุมชนที่ก่อตั้งขึ้นสามารถสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเองของคนในชุมชน ซึ่งหลักการดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม ดังนั้นการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง และยั่งยืนเป็นแนวทางสำคัญแนวทางหนึ่งที่จะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

การจัดการความรู้ เป็นเทคนิคการจัดการอย่างหนึ่งซึ่งถือเป็นเครื่องมือเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างน้อย 4 ประการ ได้แก่ 1) บรรลุเป้าหมายของงาน 2) บรรลุเป้าหมายการพัฒนาคน 3) บรรลุเป้าหมายการพัฒนาองค์กรไปเป็นองค์กรเรียนรู้ และ 4) บรรลุความเป็นชุมชนเป็นหมู่คณะความเอื้ออาทรระหว่างกัน นอกจากนี้ การจัดการความรู้ยังเป็นการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสารมาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันสูงสุด โดยการจัดการความรู้เป็นกระบวนการที่ซับซ้อนมีหลายขั้นตอน ในการนำความรู้ที่อยู่ในองค์กรทั้งความรู้ที่ชัดแจ้ง เช่น ความรู้ที่อยู่ในรูปของเอกสาร และความรู้ที่ไม่ชัดแจ้ง เช่น ความรู้ในงาน ประสบการณ์ที่สะสมอยู่ในตัวบุคคล ซึ่งล้วนแต่เป็นความรู้หรือข้อมูลที่มีคุณค่า ทำให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ ความรู้เหล่านั้นจะต้องผ่านกระบวนการอันได้แก่ การระบุความรู้หรือตรวจสอบความรู้ที่ต้องการและจำเป็นต่อองค์กร รวบรวมเพื่อให้ได้ข้อมูลทำการประมวลและวิเคราะห์ เพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศ นำความรู้เหล่านั้นมาจัดเก็บอย่างเป็นระบบ [3] จากหลักการสำคัญของการจัดการความรู้ดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการจัดการความรู้ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การแข่งขันทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศได้อย่างมั่นคง

จังหวัดฉะเชิงเทราถือเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีการปลูกมะม่วงมากที่สุดของประเทศ คือ มีพื้นที่ประมาณ 86,000 ไร่ อำเภอที่ปลูกมะม่วงมากที่สุด คือ อำเภอบางคล้า และอำเภอแปลงยาว มะม่วงถือเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดฉะเชิงเทรา เพราะสามารถผลิตผลผลิตที่มีรสชาติดี และคุณภาพได้มาตรฐานที่สำคัญคือเป็นมะม่วงที่ปลอดภัยแก่ผู้บริโภค เพราะได้รับใบรับรองสวนตามระบบการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (Good Agricultural Practices-GAP) จากกรมวิชาการเกษตร มะม่วงพันธุ์ที่ปลูกได้แก่ น้ำดอกไม้ น้ำดอกไม้สีทอง หนั่งกลางวัน แรด และเขียวเสวย ผลผลิตมะม่วงของจังหวัดฉะเชิงเทราส่วนใหญ่จำหน่ายตลาดภายในประเทศ การจำหน่ายตลาดต่างประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีการลงนามสัญญาซื้อขายมะม่วงเพื่อการส่งออกระหว่างเกษตรกรชาวสวนกับบริษัทผู้ส่งออก ตั้งแต่ปี พ.ศ.2544 มะม่วงที่ส่งออกเป็นหลัก คือ น้ำดอกไม้ (มะม่วงน้ำดอกไม้เบอร์ 4 และน้ำดอกไม้สีทอง) โดยตลาดส่งออกของมะม่วงเกรดเอที่ใหญ่ที่สุด คือ ญี่ปุ่น ยุโรป และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ ส่วนมะม่วงคุณภาพรองลงมาส่งออกไปที่มาเลเซีย อินโดนีเซีย และสิงคโปร์ จากการสำรวจข้อมูลวิสาหกิจชุมชนปัจจุบัน พบว่า มีการรวมกลุ่มของเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงคุณภาพเพื่อการส่งออกในรูปแบบชมรมซึ่งปัจจุบันมี 2 กลุ่มหลัก คือ วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะม่วงส่งออก และชมรมชาวสวนจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งมีพื้นที่ปลูกรวมกันประมาณ 20,000 ไร่ และมีปริมาณผลผลิตส่งออกจากการลงนามสัญญาซื้อขายมะม่วงทั้งสองกลุ่มรวมกันปีละประมาณ 1,400 ตัน [4]

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนก่อตั้งมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 โดยเริ่มจากการเป็นสมาชิกชมรมชาวสวนมะม่วงจังหวัดฉะเชิงเทรา และเมื่อปี พ.ศ. 2548 ทางหน่วยงานภาครัฐจึงให้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน และดำเนินการรวบรวมผลผลิตส่งขายทั้งในและต่างประเทศมาโดยตลอด มีจำนวนสมาชิกกลุ่มประมาณ 30 คน ซึ่งเป็นประชากรในพื้นที่ การก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนถือเป็นแนวคิดในการพัฒนาระดับการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในระดับท้องถิ่น โดยนับตั้งแต่การก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า ยังไม่มีการดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการความรู้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ ตลอดจนการถ่ายทอดองค์ความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การแข่งขันทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศได้อย่างมั่นคง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการจัดการความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อทราบถึงความรู้การจัดการความรู้ กระบวนการจัดการความรู้ และเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า และได้มาซึ่งข้อมูลในระดับปฏิบัติการที่สามารถนำไปใช้เพื่อการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งเป็นการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนโดยการจัดการความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปสู่การสืบสาน และถ่ายทอดองค์ความรู้ในกระบวนการต่าง ๆ อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

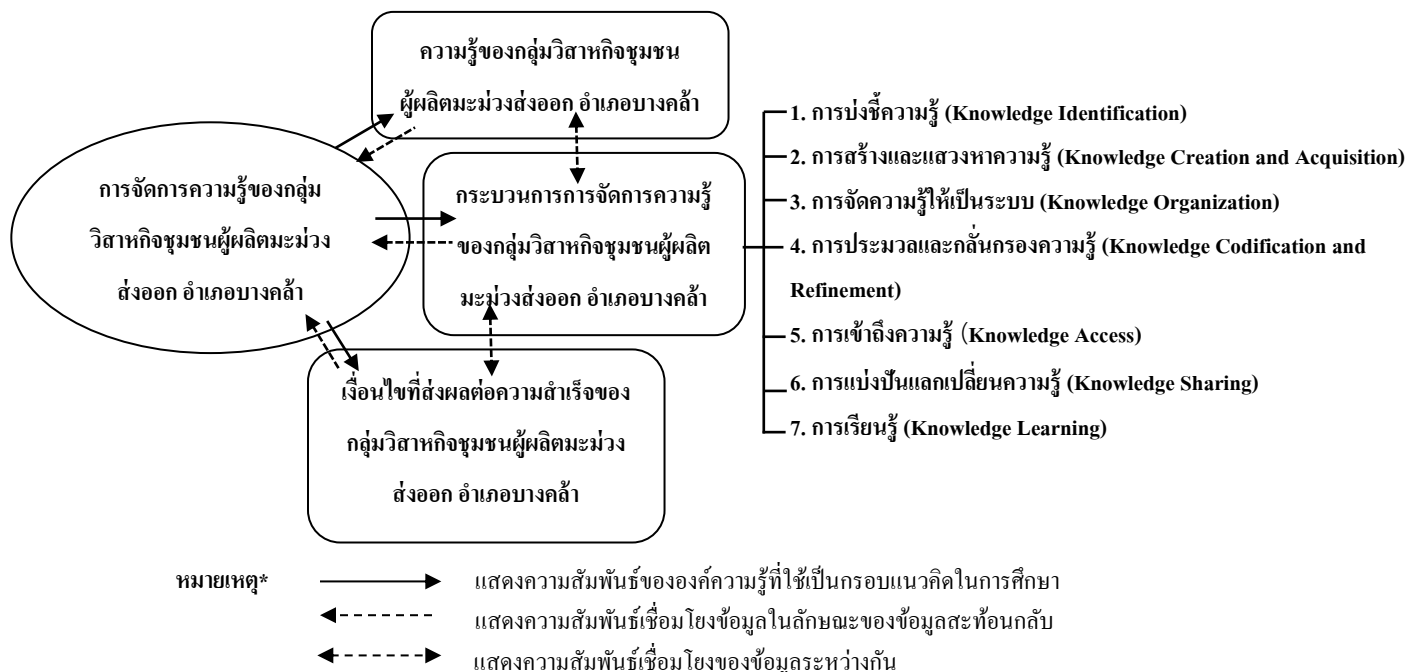
1. เพื่อศึกษาความรู้การจัดการผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษากระบวนการจัดการความรู้การจัดการผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะม่วงส่งออก อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อศึกษาเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะม่วงส่งออก อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

ขอบเขตของโครงการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. ขอบเขตกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยและการสร้างความร่วมมือในพื้นที่ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 15 คน
3. ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาความรู้การจัดการผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยความรู้การจัดการผลิตมะม่วงเป็นองค์ความรู้ที่เกิดจากการสังสรรค์ประสบการณ์ของผู้รู้ในชุมชน ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดจากผู้ที่มีความรู้และจากสถาบันต่าง ๆ มากมายเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีการปฏิบัติโดยผู้คนในชุมชนนั้น ขอบเขตตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษากระบวนการจัดการความรู้การจัดการผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ประกอบด้วย
 1. การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification)
 2. การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition)
 3. การจัดความรู้ให้เป็นระบบ (Knowledge Organization)
 4. การประมวลและกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification)

and Refinement) 5. การเข้าถึงความรู้ (Knowledge Access) 6. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Sharing) และ 7. การเรียนรู้ (Knowledge Learning) และขอบเขตตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยประกอบด้วย 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) คณะทำงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จำนวน 10 คน และ 2) คณะกรรมการชุมชนและผู้รู้ในชุมชน จำนวน 5 คน

2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

2.1 การสร้างเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเริ่มต้นจากการนำเอาวัตถุประสงค์ของการวิจัยมาใช้เป็นกรอบสำหรับการทบทวนวรรณกรรมเพื่อนำไปสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย จากนั้นจึงได้นำกรอบแนวคิดในการวิจัยดังกล่าวมาแตกเป็นประเด็นเป็นแนวคำถามสำหรับการใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)

2.2 เมื่อได้ร่างประเด็นคำถามสำหรับการใช้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะได้นำร่างแนวคำถามไปทำการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยกระบวนการตรวจสอบผู้วิจัยจะนำร่างแนวคำถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 เมื่อได้ประเด็นคำถามผู้วิจัยทำหนังสือประสานงานคณะทำงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และคณะกรรมการชุมชนและผู้รู้ในชุมชนเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยการเก็บข้อมูลคณะทำงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากจำนวนผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีจำนวนมากผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม (กลุ่มละ 3-5 คน) ส่วนการเก็บข้อมูลกับคณะกรรมการชุมชนและผู้รู้ในชุมชนจะใช้วิธีการสัมภาษณ์เดี่ยว

3.3 ผู้วิจัยนำเทปบันทึกการสัมภาษณ์มาทำการถอดเทป เพื่อให้ได้มาซึ่งเนื้อหาที่ทำการสัมภาษณ์โดยละเอียด นำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์มาตรวจสอบ ความถูกต้องความสมบูรณ์ ตรวจสอบความสอดคล้อง ครบถ้วน เพื่อนำไปวิเคราะห์ต่อไป

สรุปผลการวิจัย

1. ความรู้การผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ความรู้การผลิตมะม่วงจะเป็นความรู้ที่อยู่ในกระบวนการผลิต และสภาพทางภูมิศาสตร์ที่เอื้ออำนวยทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีความโดดเด่น ข้อมูลความรู้ที่ตกผลึกมาจากคนรุ่นก่อนที่เป็นผู้บุกเบิกการทำสวนมะม่วงในอำเภอบางคล้า ประกอบด้วย

1.1 สภาพพื้นที่ปลูก เป็นพื้นที่ดอนและไม่มีน้ำท่วมขัง ห่างไกลจากแหล่งมลพิษ การคมนาคมสะดวก ดินมีความอุดมสมบูรณ์ปานกลาง-สูง มีการระบายน้ำดี และการถ่ายเทอากาศดี สภาพภูมิอากาศ มีอุณหภูมิที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโต 20-34 องศาเซลเซียส รวมถึงมีปริมาณแหล่งน้ำที่พอเพียงต่อการเพาะปลูก

“เรื่องดินเราเป็นต่อเขาถึง 50% แล้ว เพราะดินแปดริ้วค่อนข้างเป็นดินดี แล้วปลูกอะไรก็รสาดี ร้อยการดูแลดินที่ดีก็ทำให้มะม่วงดี โดยเฉพาะบางคล้าที่มีชื่อเสียงระดับประเทศเลย เพราะมะม่วงบางคล้าแน่นอนรสชาติที่หวานและมันจะขึ้นชื่อ แล้วที่จริงมะม่วงเราปลูกพื้นที่ไหนก็ได้ อยู่ที่เราดูแลรักษา เรื่องปุ๋ยนี้สำคัญว่าช่วงไหนให้สูตรอะไร ช่วงไหนให้สูตรอะไร แล้วความหวานความมันก็จะสม่ำเสมอ ตรงนี้เราต้องดูแลมันอย่างดี เพราะบางที่ชาวสวนไม่เข้าใจว่าปลูกแล้วก็แล้วกันไม่ค่อยดูแล แต่ที่นี่เราต้องรู้ว่าปุ๋ยนี้สำคัญมากช่วงไหน จะให้อะไร จะปรับให้ต้นงาม ลูกดกรสชาติดี มันขึ้นอยู่กับจัดการ แต่ปุ๋ยไม่ต้องใช้อะไรมาก ใช้เคมีบวกอินทรีย์ บวกกันเล็กน้อยก็ไปได้แล้ว แล้วมะม่วงเราไม่ต้องไปฝืนธรรมชาติมันมาก ก็พยายามปล่อยให้มันเป็นธรรมชาติให้ใกล้เคียงกัน แล้วมันค่อนข้างจะได้ผลดี แต่ที่นี้บางคนทำแล้วส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จ มักจะฝืนธรรมชาติ จะบังคับอย่างเดียวตรงนี้ก็จะมีปัญหา ต้องอิงธรรมชาติว่ามะม่วงเราสมบูรณ์พอแล้วที่จะให้มันออกลูก แล้วค่อยเร่งมันอากาศช่วยบ้างอะไรบ้าง ก็ต้องไปตามนั้น ก็จะไปได้ดี ธรรมชาติก็จะเป็นตัวบ่งชี้ของมันเลย”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ, เพศ ชาย, สัมภาษณ์เมื่อ 24 สิงหาคม 2560)

1.2 การขยายพันธุ์จะใช้วิธีการทาบกิ่ง ทำให้มะม่วงเริ่มให้ผลผลิตหลังจากปลูกด้วยกิ่งทาบ ประมาณ 3 ปี และสามารถให้ผลผลิตมากกว่า 15 ปี โดยผลผลิตจะสูงขึ้นเฉลี่ยปีที่ 8 ประมาณ 50-100 กิโลกรัม/ต้น อายุจากดอกบานถึงเก็บผลแก่อยู่ระหว่าง 90-115 วัน ฤดูกาลผลผลิตอยู่ระหว่างเดือน มีนาคม-มิถุนายน

1.3 พันธุ์มะม่วงที่นิยมส่งออก ได้แก่ น้ำดอกไม้เบอร์ 4 น้ำดอกไม้สีทอง แรด ขาวดึก ฟาลัน และเขียวเสวย

1.4 ขั้นตอนการบำรุงรักษา มีการตัดแต่งกิ่ง เพื่อให้ทรงพุ่มโปร่งลดปัญหาโรค แมลงและช่วยให้การติดผลดีขึ้น โดยมีขั้นตอนการใส่ปุ๋ยเพื่อบำรุง ดังนี้ (1) การใส่ปุ๋ย จะใส่ทันทีหลังการตัดแต่งกิ่ง และทำความสะอาดแปลง โดยใส่ปุ๋ยอินทรีย์ เช่น ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก ในอัตรา 10-15 กิโลกรัม/ต้น ให้หว่านในบริเวณทรงพุ่ม สำหรับการใส่ปุ๋ยเคมี ควรใช้วิธีจุดเป็นร่อง บริเวณชายพุ่ม หลังจากนั้นหว่านปุ๋ยเคมีลงไปในร่องแล้วกลบดินไว้อย่างเดิม อัตราการใช้หลังตัดแต่งกิ่งแล้ว ปริมาณครั้งหนึ่งของอายุต้น โดยแบ่งใส่ครั้งละน้อย สูตรทั่ว ๆ ไปเป็นสูตรเสมอ 15-15-15 หรือ 16-16-16 (2) ปุ๋ยสำหรับเตรียมการออกดอก ควรเป็นปุ๋ยที่มีธาตุโพแทสเซียมสูง เช่น 3-13-12, 14-14-21, 8-16-24 หรือ 6-12-24 ใช้หลังแตกยอดครั้งสุดท้ายในช่วงปลายฝน หลังเข้าช่วงแล้งก่อนออกดอกก็ใช้ปุ๋ยสูตร 18-24-24, 9-24-24, 12-24-24 ซึ่งเป็นปุ๋ยที่มีฟอสฟอรัสสูง การใส่ครั้งหลังควรกระทำอย่างน้อย 2 สัปดาห์ ก่อนการออกดอก และ (3) ปุ๋ยบำรุงผล ใช้ปุ๋ยสูตรเสมอ 15-15-15, 16-16-16 ในช่วงติดผลแล้ว ในช่วงปรับปรุงคุณภาพผลใช้ปุ๋ย 13-13-21, 14-14-21 และก่อนเก็บเกี่ยวด้วยโพแทสเซียมในเตรท (13-0-46) อัตรา 50 กรัม/น้ำ 20 ลิตร หลังมะม่วงเข้าโคลนติดพันอีกประมาณ 2 ครั้ง ห่างกัน 1 สัปดาห์ จะช่วยให้มะม่วงคุณภาพดีขึ้น

1.5 การเก็บเกี่ยวและการขนส่ง การเก็บเพื่อนำมาใส่ในบรรจุภัณฑ์จะมีการกำหนดระยะเวลาในการรับประทานไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประทานมะม่วงตามความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงการขนส่งในกรณีส่งไปต่างประเทศจะมีการคำนวณระยะเวลาให้พอดีกับการเดินทาง เพื่อให้ไปถึงมือผู้บริโภคในต่างประเทศที่ยังคงความสดใหม่ของสินค้าได้อย่างดี

“...สมัยที่ส่งไปญี่ปุ่น สมัยก่อน 20-30 ปี เริ่มแรกเลยส่งไปมันใช้ไม่ได้เลยมะม่วงไปถึงนู่นมันจะมีสุกมีเน่าทุกอย่างสุกบ้างไม่สุกบ้าง แล้วจนบริษัทญี่ปุ่นพาเราไปดูพอไปดูจนรู้ว่าถ้ามะม่วงมีสุกมีเน่าไม่สม่ำเสมอไปไม่รอดแน่ทางบริษัทก็จะเลิกกันหมด ผมเองกลับมาก็มาคิดว่าทำไมมะม่วงสีเขียวเป็นเหลืองได้ ผมก็เอาถุงมาห่อ ถุงคาร์บอนที่ห่อกันทุกวันเป็นรายแรกที่มาห่อมันแปลกทำให้สีเขียว ๆ เคืองเดียวมันเริ่มเหลืองทันที จนบริษัทบอกว่าแบบนี้ ok ก็เริ่มเอาเรากี่ส่งถุงเข้ามา ก็เอาเข้ามาสมาชิกเขาก็ไม่เชื่อ ก็ไม่มีคนเอา ปีแรก ๆ เราต้องสั่งต้องห่ออย่างมากเจ้าเดียว เป็นล้าน ๆ ถุง ห่อไปทำให้มะม่วงเป็นสีเหลืองถึงส่งออกได้...”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ, เพศ ชาย, สัมภาษณ์เมื่อ 24 สิงหาคม 2560)

2. กระบวนการจัดการความรู้การผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

การบ่งชี้ความรู้ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความรู้ในการผลิตมะม่วงที่สามารถนำไปใช้ในการถ่ายทอดแก่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออก และผู้ที่สนใจจะทำธุรกิจส่งออกมะม่วง ความรู้ส่วนใหญ่เป็นความรู้ในกระบวนการผลิตมะม่วง ได้แก่ กระบวนการปลูก การบำรุงรักษา และการเก็บเกี่ยว รวมถึงข้อมูลสภาพภูมิศาสตร์ของพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การปลูกมะม่วง

การสร้างและแสวงหาความรู้ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีกระบวนการสร้างและแสวงหาความรู้ในการผลิตมะม่วงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการแสวงหาความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เช่น การเก็บรักษาเพื่อให้มะม่วงมีความคงสภาพเมื่อไปถึงมือผู้บริโภค การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภคให้สามารถเลือกซื้อสินค้า

ได้เหมาะสมกับโอกาสต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นของฝากหรือการนำไปมอบให้ในวันสำคัญต่าง ๆ เช่น วันปีใหม่ ของที่ระลึก รวมถึงการนำไปแสดงความยินดีในโอกาสต่าง ๆ

การจัดความรู้ให้เป็นระบบ และการประมวลและกลั่นกรองความรู้ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ยังไม่มีการจัดความรู้ให้เป็นระบบรวมถึงยังไม่มีมีการประมวลและกลั่นกรองความรู้ที่เป็นระบบ เนื่องจากโดยปกติความรู้ในการผลิตมะม่วงจะสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น จากประธานกลุ่มผู้สมาชิกกลุ่ม ด้วยการบอกเล่าและส่งต่อความรู้ในลักษณะการสอนปฏิบัติ การเข้าไปแนะนำและผู้ที่ได้รับถ่ายทอดก็นำไปปฏิบัติ หากยังไม่บรรลุผลตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ก็จะเข้ามาปรึกษาผู้รู้และนำกลับไปพัฒนาแนวทางปฏิบัติดังกล่าว ทำให้การจัดเก็บสังเคราะห์ความรู้ที่เป็นระบบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า ยังไม่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม แต่อย่างไรก็ตามประธานกลุ่มมีแนวทางในการจัดเก็บความรู้โดยอาศัยความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ในการให้นักวิชาการเข้ามาช่วยรวบรวมองค์ความรู้ และจัดเก็บความรู้ที่เป็นระบบรวมถึงช่วยพัฒนาช่องทางในการประชาสัมพันธ์และการถ่ายทอดความรู้ให้สมาชิกเข้าถึงได้ง่าย รวมไปถึงบุคคลทั่วไปที่สนใจ

การเข้าถึงความรู้ การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ และการเรียนรู้ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา การเข้าถึงความรู้และถ่ายทอดความรู้จะเป็นในลักษณะของการบอกเล่าและส่งต่อความรู้ในลักษณะการสอนปฏิบัติ การเข้าไปแนะนำ และผู้ที่ได้รับถ่ายทอดก็นำไปปฏิบัติเป็นธรรมเนียมปฏิบัติมาอย่างยาวนาน ดังนั้น การเข้าถึงความรู้จะเข้าถึงได้โดยการถ่ายทอดจากบุคคลที่มีประสบการณ์และแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้ระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไปจนถึงระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยกันในระดับประเทศ อย่างไรก็ตามการถ่ายทอดในลักษณะดังกล่าว อาจทำให้ความรู้บางอย่างเลือนหายไป เนื่องจากไม่มีระบบการจัดเก็บยั่งยืน เช่น การจัดเก็บในระบบฐานข้อมูล เอกสารต่าง ๆ เป็นต้น ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ได้อย่างต่อเนื่อง

3. เงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า เงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีเงื่อนไข 5 ประการ สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

3.1 เงื่อนไขแรก สภาพทางภูมิศาสตร์ เนื่องจากพื้นที่ในเขตอำเภอบางคล้ามีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมต่อการปลูกมะม่วง สภาพพื้นที่ปลูกเป็นพื้นที่ดอนและไม่มีน้ำท่วมขัง ห่างไกลจากแหล่งมลพิษ การคมนาคมสะดวก ดินมีความอุดมสมบูรณ์ปานกลาง-สูง มีการระบายน้ำดี และการถ่ายเทอากาศดี สภาพภูมิอากาศมีอุณหภูมิที่เหมาะสมต่อการเจริญเติบโต 20-34 องศาเซลเซียส รวมถึงมีปริมาณแหล่งน้ำที่พอเพียงต่อการเพาะปลูก นอกจากนี้สภาพดินเป็นดินที่มีสภาพดี ทำให้ผลผลิตมะม่วงที่ได้ออกมามีรสชาติหวาน ส่งผลให้มะม่วงที่ปลูกในเขตพื้นที่นี้มีคุณลักษณะเด่นเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ

3.2 เงื่อนไขที่สอง ผู้นำความสำเร็จในการผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออก อำเภอบางคล้า ปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่งคือ ภาวะผู้นำของประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า ที่มีอุดมการณ์สำคัญในการขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจให้ประสบความสำเร็จและมีความเข้มแข็ง โดยให้ความสำคัญกับความจริงจัง เสียสละ และใช้ระยะเวลาในการสร้างความเชื่อมั่นและการยอมรับจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออก

อำเภอบางคล้า โดยเฉพาะการแบ่งปันตลาดทั้งภายในประเทศและการส่งออก ซึ่งประธานกลุ่มจะเป็นผู้จัดสรรผลผลิตที่จะนำไปขาย โดยเน้นไปที่ความทั่วถึงของผู้ผลิตมะม่วงที่เป็นสมาชิกกลุ่มทุกคน ทำให้เกิดการยอมรับจากสมาชิก และได้รับความเชื่อมั่นตามมา นอกจากนี้ ประธานยังทำหน้าที่ประสานผลประโยชน์ระหว่างสมาชิกด้วยกัน ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เข้ามาส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจนี้เจริญเติบโต เข้มแข็ง และสมาชิกมีรายได้จากการผลิตและส่งออกมะม่วงอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม

“...ที่จริงแล้วกลุ่มสำคัญที่สุด คือ ประธานหรือกรรมการต้องมีความจริงใจ เสียสละจริง ๆ ทำให้ลูกกลุ่มหรือสมาชิกเชื่อมั่น ก็มันไม่ใช่ง่าย ๆ การตั้งกลุ่มกว่าจะได้ใจกัน เชื่อมั่นกัน ก็ต้องใช้เวลา ต้องยอมรับก่อนเริ่มแรกเราเป็นรายใหญ่มันคืออย่าง ถ้าสมมติว่า วันนี้บริษัทต้องการ 2 ตัน สมาชิกมีเยอะเกิน อย่างประธานกลุ่มอาจจะต้องคอยให้สมาชิกได้ส่งไป ก็ต้องช่วยเขา แล้วบริษัทเขาพอใจ ตัวอย่างเขาต้องการ 2 ตัน สมาชิกได้มาแค่ 500 กิโลเราก็อัดไปให้ครบ 2 ตัน ให้ครบไป ตรงนี้เป็นหลักสำคัญเลย...”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ, เพศ ชาย, สัมภาษณ์เมื่อ 5 กันยายน 2560)

“...เหมือนเป็นของเราเองแล้วก็เอามาขาย และประธานกลุ่มเราก็ใจดีด้วย เพราะมีอะไรเขาก็จะคอยสนับสนุน มีปัญหาอะไรก็บอกเขา เขาก็จะมาดูแลเรา เราไปทำเองเสียงเราก็น้อยเราบอกเขาก็เหมือนตัวแทนให้เราได้...”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ, เพศ หญิง, สัมภาษณ์เมื่อ 12 กันยายน 2560)

3.3 เจื่อนใจที่สาม คุณภาพสินค้า เจื่อนใจความสำเร็จอีกประการหนึ่งที่มีความสำคัญ คือ คุณภาพของสินค้า กล่าวคือ คุณภาพของมะม่วงที่นำมาจำหน่ายทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพสินค้าเป็นอย่างมาก ตั้งแต่กระบวนการปลูก การดูแล บำรุงรักษา การเก็บเกี่ยว การบรรจุใส่บรรจุภัณฑ์ การขนส่ง ที่สามารถถึงมือผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถรักษาความสด และคุณภาพของรสชาติโดยรวมเมื่อนำไปรับประทาน

“มะม่วง ต้องทำให้คนเชื่อถือให้ได้ เกี่ยวกับคุณภาพที่แน่นอน ความซื่อสัตย์จริงใจต่อลูกค้ามาตลอดแล้วมะม่วง จริง ๆ แล้วเราเป็นกลุ่มแรก น่าจะเป็นกลุ่มแรก ๆ ในประเทศไทยด้วยเข้าไปที่มีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้ากับบริษัทส่งออก เป็นเวลา 10 ปีแล้วที่ติดต่อกันทุกปี พอถึงปีก็มีการเซ็นสัญญาตกลงซื้อขายล่วงหน้าเกี่ยวกับมะม่วงครับ”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ, เพศ ชาย, สัมภาษณ์เมื่อ 5 กันยายน 2560)

3.4 เจื่อนใจที่สี่ ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า ส่วนหนึ่งมาจากความสัมพันธ์ของสมาชิกภายในกลุ่ม ที่อยู่กันอย่างเอื้ออาทรต่อกันมีความเสียสละและจริงใจต่อกัน โดยการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้เกิดความเกื้อกูลต่อกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสร้างความเข้มแข็งให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า และสามารถสร้างการตลาดที่ยั่งยืนให้แก่สมาชิกกลุ่ม

3.5 เจื่อนใจสุดท้าย การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องถือเป็นเงื่อนไขสำคัญประการหนึ่ง เนื่องจากสภาพความต้องการของผู้บริโภคมีความเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตามกระแสทางสังคม ความต้องการบริโภคเริ่มมีความหลากหลายมากขึ้น ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องจึงถือเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้าจะต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย

3.5.1 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคมีความเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ตามกระแสทางสังคมความต้องการบริโภคเริ่มมีความหลากหลายมากขึ้น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถตอบสนอง ต่อความต้องการของผู้บริโภคหลากหลายรูปแบบจะเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดของสินค้า ดังนั้น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง จึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ความสนใจสินค้าของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น และส่งผลให้ ยอดขายเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย

3.5.2 การแปรรูปสินค้า การคิดค้นหาวิธีการเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิต และการใช้ประโยชน์จากผลผลิต ให้เกิดประโยชน์มากที่สุดถือเป็นอีกแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วง ส่งออกอำเภอบางคล้าให้ความสำคัญและกำลังดำเนินการ เพื่อนำผลผลิตที่เหลือจากการคัดไว้สำหรับจำหน่ายทั้งใน และต่างประเทศที่ไม่ได้คุณภาพ นำไปสู่การแปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลผลิตอีกทางหนึ่ง ซึ่งประธานกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนกำลังหันมาให้ความสนใจและหาแนวทางแปรรูปสินค้าอย่างต่อเนื่อง

“...ตอนนี้ชาวสวนมะม่วงตื่นตัวในเรื่องอยากให้มีการแปรรูป ตอนนี้ก็กำลังแปรรูปหาตลาดแปรรูป อบแห้งกันเอง ตอนนี้ก็จะเริ่ม ๆ กันแล้ว ถ้าได้เก็บของที่ว่าตกเกรด แล้วเข้ามาแปรรูปได้อีกก็ เพิ่มมูลค่าได้อีก...”

(ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ, เพศ ชาย, สัมภาษณ์เมื่อ 24 สิงหาคม 2560)

3.5.3 การสร้างช่องทางประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกำลังพยายาม ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อสร้างช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้มะม่วงเป็นสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์และโดดเด่น ของอำเภอบางคล้า ให้เป็นที่รู้จักกันของคนทั่วไป ซึ่งปัจจุบันก็ถือว่าได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี สำหรับการวางจำหน่าย ในประเทศ ถือว่าเป็นที่ต้องการเป็นอย่างมากสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดฉะเชิงเทรา ก็จะนำไปเป็นของฝาก ของที่ระลึกต่าง ๆ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์จึงเป็นส่วนสำคัญประการหนึ่ง ที่จะต้องให้ความสำคัญและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นที่รู้จักและติดตลาดมากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

การจัดการความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยสามารถ อภิปรายผลใน 2 ประเด็น กล่าวคือ

ประเด็นแรก กระบวนการจัดการความรู้การผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออก อำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีความรู้ในการ ผลิตมะม่วงที่สามารถนำไปใช้ในการถ่ายทอดแก่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออก และผู้ที่สนใจจะทำ ธุรกิจส่งออกมะม่วง ความรู้ส่วนใหญ่เป็นความรู้ในกระบวนการผลิตมะม่วง ได้แก่ กระบวนการปลูก การบำรุงรักษา และการเก็บเกี่ยว รวมถึงข้อมูลสภาพภูมิศาสตร์ของพื้นที่ที่เหมาะสมแก่การปลูกมะม่วง นอกจากนี้กลุ่มวิสาหกิจยังมี กระบวนการสร้างและแสวงหาความรู้ในการผลิตมะม่วงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการแสวงหาความรู้ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เช่น การเก็บรักษาเพื่อให้มะม่วง มีความคงสภาพเมื่อ ไปถึงมือผู้บริโภค การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภค ให้สามารถเลือกซื้อสินค้าได้เหมาะสมกับ

โอกาสต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นของฝากหรือการนำไปมอบให้ในวันสำคัญต่าง ๆ เช่น วันปีใหม่ ของที่ระลึก รวมถึงการนำไปแสดงความยินดีในโอกาสต่าง ๆ

แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ยังไม่มีการจัดความรู้ให้เป็นระบบ รวมถึงยังไม่มีมีการประมวลและกลั่นกรองความรู้ที่เป็นระบบ เนื่องจากโดยปกติความรู้ในการผลิตมะม่วง จะสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น จากประธานกลุ่มสู่สมาชิกกลุ่มด้วยการบอกเล่า และส่งต่อความรู้ในลักษณะการสอนปฏิบัติ การเข้าไปแนะนำ และผู้ที่ได้รับถ่ายทอดก็นำไปปฏิบัติ หากยังไม่บรรลุผลตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ ก็จะเข้ามาปรึกษาผู้รู้และนำกลับไปพัฒนา แนวทางปฏิบัติดังกล่าวทำให้การจัดเก็บสังเคราะห์ความรู้ที่เป็นระบบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า ยังไม่เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม แต่อย่างไรก็ตามประธานกลุ่มมีแนวทางในการจัดเก็บความรู้โดยอาศัยความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ในการให้นักวิชาการเข้ามาช่วยรวบรวมองค์ความรู้และจัดเก็บความรู้ที่เป็นระบบ รวมถึงช่วยพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์และการถ่ายทอดความรู้ให้สมาชิกเข้าถึงได้ง่าย ตลอดจนบุคคลทั่วไปที่สนใจ

ทั้งนี้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีการเข้าถึงความรู้และถ่ายทอดความรู้จะเป็นในลักษณะของการบอกเล่าและส่งต่อความรู้ในลักษณะการสอนปฏิบัติ การเข้าไปแนะนำ และผู้ที่ได้รับถ่ายทอดก็นำไปปฏิบัติ เป็นธรรมเนียมปฏิบัติมาอย่างยาวนาน ดังนั้น การเข้าถึงความรู้จะเข้าถึงได้โดยการถ่ายทอดจากบุคคลที่มีประสบการณ์ และแลกเปลี่ยนแบ่งปันความรู้ระหว่างสมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ไปจนถึงระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยกันในระดับประเทศ อย่างไรก็ตามการถ่ายทอดในลักษณะดังกล่าว อาจทำให้ความรู้บางอย่างเลือนหายไป เนื่องจากไม่มีระบบการจัดเก็บยั่งยืน เช่น การจัดเก็บในระบบฐานข้อมูล เอกสารต่าง ๆ เป็นต้น ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ได้อย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาของเสรี พงศ์พิศ และคณะ [5] ได้ให้แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไว้ดังนี้ 1) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เป็นเรื่องการพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจที่อยู่ภายใต้เงื่อนไขธรรมชาติ เป็นเรื่องความมั่งคั่งและมีอยู่มีกินทั้งในวันนี้และวันหน้า เป็นเรื่องของการสร้างระบบเศรษฐกิจระดับฐานรากของสังคมไทยให้เป็นเซลล์เล็ก ๆ ที่เข้มแข็งที่ประกอบกันขึ้นเป็นองคาพยพของระบบเศรษฐกิจภาพรวม 2) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้องมีแนวทางเฉพาะที่สอดคล้องกับแนวคิด เป้าหมาย และเอื้อให้เกิดการพัฒนากระบวนเศรษฐกิจชุมชนที่พึ่งตนเองได้ ไม่ใช่การทำหนึ่งโครงการภายใต้โครงสร้างที่มีอยู่เดิมของสังคม แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน จึงควรเริ่มต้นและการดำเนินงานที่ชุมชน เพราะครอบครัวและชุมชนเป็นหน่วยผลิตที่สร้างผลผลิตจริงของระบบ เศรษฐกิจ มีการบริหารจัดการที่มีอิสระ และสอดคล้องกับศักยภาพในการบริหารจัดการขององค์กรชุมชน ชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตและภูมิปัญญา เพราะครอบครัวและชุมชนเป็นผู้สร้างผลผลิตและสืบทอดภูมิปัญญา จึงควรได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม และเป็นการคืนสิทธิในการจัดการการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน วิสาหกิจชุมชนที่แท้จริงให้ความสำคัญกับการเรียนรู้เพื่อพัฒนาระบบการพึ่งตนเอง โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เรียนรู้จากการจัดการทรัพยากรและผลผลิต แสวงหาและพัฒนาความรู้บนฐานความรู้ภูมิปัญญาที่มีอยู่ในชุมชน มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจของชุมชน พัฒนาระบบทุนและสวัสดิการของชุมชน เป็นการสร้างผลผลิตและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีคุณธรรม กำกับความสัมพันธ์กับทุกฝ่าย ไม่ใช่การฉวย

โอกาส การผลิตในปริมาณมาก และการแสวงหากำไรสูงสุด และ 3) การพัฒนาวิสาหกิจของชุมชน สามารถดำเนินการในรูปแบบการสร้างความร่วมมือกับองค์กรภายนอก เพราะองค์กรชุมชน/เครือข่ายองค์กรชุมชน ซึ่งเป็นเจ้าของวิสาหกิจชุมชนยังมีข้อจำกัดในความสามารถด้านบริหารจัดการ หรือการร่วมทุนกับองค์กรภายนอก โดยมีทุนหลักในการดำเนินงานจากชุมชน เป็นการสร้างความร่วมมือ โดยองค์กรชุมชน/เครือข่ายเป็นผู้ตัดสินใจ และเป็นผู้เลือกองค์กรภายนอกเข้ามาในกระบวนการความร่วมมือที่เกิดขึ้น ไม่ใช่การตัดสินใจโดยหน่วยงานหรือองค์กรภายนอกที่มีใช้องค์กรชุมชน/เครือข่าย สามารถกำหนดมาตรฐานเพื่อรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนของตน ให้เกิดความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและผู้ให้บริการ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกำหนดจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค รวมทั้งการให้สิทธิในการอนุรักษ์ ดูแล จัดการแหล่งทรัพยากร แหล่งเรียนรู้วิสาหกิจชุมชนกับองค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชน เพื่อให้เกิดระบบการจัดการและการพัฒนาที่ยั่งยืน

ประเด็นที่สอง เจื่อนไขที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า เจื่อนไขที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการผลิตมะม่วงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีเจื่อนไข 5 ประการ ประกอบด้วย 1) สภาพทางภูมิศาสตร์ 2) ผู้นำ 3) คุณภาพสินค้า 4) ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก 5) การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการศึกษาของ พรพกา อังกูรสุนทรพันธ์ [6] ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง “การสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ในแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม” พบว่า การสร้างองค์การ แห่งการเรียนรู้ในแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง เกิดจากปัจจัยภายในกลุ่ม ได้แก่ การมีประธานและที่ปรึกษากลุ่มที่มีศักยภาพในเรื่องการบริหารจัดการและการพัฒนากลุ่มให้ประสบความสำเร็จด้วยการพึ่งตนเอง มีการเรียนรู้ร่วมกันและการพัฒนาตนเอง โดยการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน ฝึกปฏิบัติร่วมกัน การส่งเสริมการเรียนรู้โดยการศึกษาดูงาน และการเข้าอบรม ส่งผลให้สมาชิกภายในกลุ่มมีความรู้เพื่อการพัฒนางานมากขึ้น รวมทั้งการทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ช่วยผลักดันให้งานดำเนินไปได้อย่างราบรื่น เกิดเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้อย่างแท้จริง นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ มีการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทางด้านผลิตภัณฑ์ การตลาด และสามารถพึ่งตนเองในเรื่องของการสร้างรายได้ให้กับสมาชิก เพื่อเป็นรายได้เสริมโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ภายในชุมชนเป็นหลัก

จะเห็นได้ว่าการจัดการความรู้ถือเป็นกระบวนการสำคัญที่จะสามารถสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยจะต้องอาศัยเจื่อนไขความสำเร็จ 5 ประการ ประกอบด้วย 1) สภาพทางภูมิศาสตร์ 2) ผู้นำ 3) คุณภาพสินค้า 4) ความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก 5) การพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการเศรษฐกิจชุมชนที่พึ่งตนเองได้ โดยเริ่มต้นการดำเนินงานที่ชุมชน และให้ความสำคัญกับการเรียนรู้เพื่อพัฒนาระบบการพึ่งตนเอง เปิดโอกาสให้ชุมชนได้เรียนรู้จากการจัดการทรัพยากรและผลผลิต แสวงหา และพัฒนาความรู้บนฐานความรู้ที่มีอยู่ในชุมชน เพื่อสร้างผลผลิตและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ภายใต้ระบบการจัดการและการพัฒนาที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ควรพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นระบบ อาจใช้การประสานงานกับเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐ เพื่อเข้ามาสนับสนุนในส่วนของการรวบรวมข้อมูล กระบวนการผลิตสายพันธุ์มะม่วงที่เป็นเอกลักษณ์ โดดเด่นเป็นที่นิยมและยอมรับจากผู้บริโภค
2. เพื่อแก้ไขปัญหามะม่วงที่เหลือจากการส่งออก หรือเหลือจากการจำหน่าย ควรหาแนวทางในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัด เช่น เกษตรจังหวัด อาจเข้ามาช่วยเหลือในการหาแนวทางการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า หรือพาไปศึกษาดูงานเพื่อนำมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า
3. หน่วยงานประชาสัมพันธ์ในระดับจังหวัดควรให้ความสำคัญต่อการจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ ที่เป็นข้อมูลการประชาสัมพันธ์ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์มะม่วง เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายให้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออก ในการเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่ และมีความสำคัญต่อการตลาด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การพัฒนาระบบการจัดเก็บข้อมูลการจัดการความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. แนวทางการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ที่เห็นความสำคัญและให้การสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบพระคุณคณะกรรมการตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยที่ให้ความอนุเคราะห์ตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ผศ.ดร.กิจฐเขต ไกรवास ผศ.ร.ต.อ.ดร.วิเชียร ต้นศิริคงคล และ รศ.ดร.ชนวัฒน์ พิมลจินดา

ขอขอบพระคุณประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา คุณมานพ แก้ววงษ์นุกูล และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกอำเภอบางคล้า ที่ให้ความร่วมมือสนับสนุนข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย และให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัยเป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

- [1] ราชกิจจานุเบกษา, “แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) 133(115ก)”. หน้า 1- 215, [Online]. Available: <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2559/A/115/1.PDF>. [Accessed: 20 มกราคม 2560].
- [2] คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, “วิสาหกิจชุมชนหน้ารู้”, [Online]. Available: <http://www.sceb.doe.go.th/Ssceb2.htm>. 2548. [Accessed: 21 มิถุนายน 2560].
- [3] ปิติพงษ์ ยอดมงคล, เอกสารประกอบการสอน วิชา ศท. คร. 701 (952701) ทฤษฎีพื้นฐานการจัดการความรู้ ATKM 701 (952701) Theory in Knowledge Management, หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตการจัดการความรู้, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ม.ป.ป.
- [4] สำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ, “การจัดทำแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Mapping) เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน”, [Online]. Available: <http://www.cm.nesdb.go.th>. 2549. [Accessed: 25 เมษายน 2559].
- [5] เสรี พงศ์พิศ, วิจิต นันทสุวรรณ และจ่านง แรกพินิจ, วิสาหกิจชุมชน, กรุงเทพฯ: ภูมิปัญญาไท, 2544.
- [6] พรพกา อังกูรสุทธิพันธ์, พิทักษ์ ศิริวงศ์, การสร้างองค์การแห่งการเรียนรู้ในแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงของวิสาหกิจชุมชนเกษตรกรรมหาสัตว์ดี ตำบลมหาสัตว์ดี อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดนครปฐม, มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2554.