

Network Building and Potential Development for Cashew Nut Online Business Entrepreneurs in Communities along the Lamsebok Economic Geography Route, Ubon Ratchathani Province

Malinee Srimaitree

Faculty of Business Administration and Management, Ubon Ratchathani Rajabhat University, Thailand

Krittayamon Thanisphong

Faculty of Business Administration and Management, Ubon Ratchathani Rajabhat University, Thailand

Woranuch Kuuttha

Faculty of Business Administration and Management, Ubon Ratchathani Rajabhat University, Thailand

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the general conditions and potential of the cashew nut community along the Lamsebok economic geography route, 2) to examine the network building among the Lamsebok cashew nut community in Ubon Ratchathani Province, 3) to develop the community's potential to become online entrepreneurs in the Lamsebok cashew nut business, and 4) to evaluate participation and summarize lessons learned from network building and potential development in becoming entrepreneurs. A mixed-methods research approach was employed, with the quantitative research utilizing a survey questionnaire administered to a sample of 81 respondents. Quantitative data analysis involved the use of descriptive statistics, including frequencies, percentages, means, and standard deviations. For the qualitative research component, interviews and focus group discussions were conducted with 14 key informants, and the data were analyzed through content analysis. The findings were as follows 1) The study revealed the community's living conditions related to the production, processing, and distribution of cashew nuts, which included the community group's status, operational conditions, challenges, and an analysis of the environment and community

CORRESPONDING AUTHOR

Malinee Srimaitree, Faculty of Business Administration and Management, Ubon Ratchathani Rajabhat University, 34000, Thailand. Email: malinee.s@ubru.ac.th

© College of Local Administration, Khon Kaen University. All rights reserved.

potential. This process enhanced the community's self-awareness, understanding of their environment, and appreciation of the community's value. 2) The network of the Lamsebok cashew nut community was built through four processes: stimulating group consciousness, analyzing the network's status, formulating strategies, and implementation. 3) The community's potential was developed to become online entrepreneurs in the Lamsebok cashew nut business, which involved two main factors: internal and external. 4) The overall evaluation of network member participation indicated a moderate level of involvement. The lessons learned from network building and potential development revealed challenges and approaches to development, divided into three stages: preparation, establishment, and network operation, as well as the key factors contributing to the network's success.

Keywords

network building, community potential, entrepreneurs, online business, cashew nut

การสร้างเครือข่ายและพัฒนาศักยภาพ ชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ เม็ดเงินมะม่วงหิมพานต์ ตามเส้นทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจลำเซบก จังหวัดอุบลราชธานี

มาลินี ศรีไมตรี

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

กฤตยกุล ธานีสงศ์

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

วรนุช กุอุทา

คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปและศักยภาพชุมชนมะม่วงหิมพานต์ตามเส้นทางภูมิศาสตร์เศรษฐกิจลำเซบก 2) ศึกษาการสร้างเครือข่ายชุมชนมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก จังหวัดอุบลราชธานี 3) พัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์มะม่วงหิมพานต์ลำเซบก และ 4) ประเมินผลการมีส่วนร่วมและสรุปบทเรียนการสร้างเครือข่ายและพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงปริมาณใช้การสำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 81 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนาหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 14 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ค้นพบสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การแปรรูป และการจัดจำหน่ายเม็ดเงินมะม่วงหิมพานต์ที่แท้จริง อันประกอบด้วย สถานภาพกลุ่มชุมชน สภาพการดำเนินงาน สภาพปัญหาของชุมชน และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพชุมชน ทำให้ชุมชนเกิดความเข้าใจตัวเอง เข้าใจชุมชนและเห็นคุณค่าชุมชนมากขึ้น 2) การสร้างเครือข่ายชุมชนมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก ด้วย 4 กระบวนการ คือ การกระตุ้นจิตสำนึกการรวมกลุ่ม, การวิเคราะห์สถานภาพเครือข่าย, การจัดทำยุทธศาสตร์ และการนำไปสู่การปฏิบัติ 3) การพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เม็ดเงินมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก ประกอบด้วย 2 ปัจจัยหลักคือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก 4) ผลการประเมินระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกเครือข่ายภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับบทเรียนที่ได้จากการสร้างเครือข่ายและพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการพบปัญหา แนวทางพัฒนา แบ่งเป็น 3 ระยะ คือ ระยะเตรียมการ ระยะก่อตั้ง และระยะการดำเนินการของเครือข่าย และปัจจัยแห่งความสำเร็จของเครือข่าย

คำสำคัญ

การสร้างเครือข่าย, ศักยภาพชุมชน, ผู้ประกอบการ, ธุรกิจออนไลน์, มะม่วงหิมพานต์

บทนำ

การเกษตรถือเป็นสิ่งสำคัญมากในประเทศไทย เนื่องจากว่าการเกษตรเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของคนไทย ย้อนไปในอดีตการเกษตรกรรมของไทยมีวิวัฒนาการจากการล่าสัตว์และหาของป่า โดยในปัจจุบันการเกษตรกรรมของไทยได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมีความก้าวหน้าในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเกษตรกรรมเป็นพื้นฐานในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่เป็นลักษณะชีวิตความเป็นอยู่ ความต้องการทางด้านวัตถุและจิตใจให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างเหมาะสม สามารถพึ่งพาตนเองได้โดยไม่เบียดเบียนซึ่งกันและกัน ตลอดจนการพัฒนาชุมชนอันเป็นการเสริมสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมให้แก่ท้องถิ่น ซึ่งส่งผลให้ชุมชนเกิดการสร้างงาน มีงานทำกันมากขึ้น (Thongmeethip, 2021) เห็นได้ว่าภาคเกษตรกรรมมีความสำคัญต่อสังคมไทย ทั้งนี้จากแผนพัฒนาการเกษตรในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (Office of the National Economic and Social Development Board, 2016) เสนอว่า อนาคตภาพด้านการเกษตรในอีก 20 ปีข้างหน้า ประเทศไทยจะต้องเป็นฐานการผลิตอาหารที่มั่นคงปลอดภัย เป็นฐานการผลิตที่มีผลิภาพการผลิตสูง มีการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งยุทธศาสตร์ที่ 2 ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 เน้นถึงความสามารถในการแข่งขัน เน้นในเรื่องของการพัฒนาภาคการผลิตและบริการ พัฒนาสังคมผู้ประกอบการและเพื่อสร้างผู้ประกอบการทางธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญจะเกิดขึ้นทั้งในด้านประสิทธิภาพและการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการจากความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมก้าวสู่การเป็นผู้นำในตลาดสินค้าและบริการที่สำคัญของภูมิภาคและของโลก ซึ่งประเด็นที่สำคัญคือ การยกระดับสู่เกษตรสมัยใหม่ โดยการพัฒนากษตรกรให้เป็นเกษตรกรมืออาชีพ และก้าวไปสู่เกษตรกรผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตร ที่มีความพร้อมทั้งองค์ความรู้ด้านการผลิต การตลาด การนำเทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีการปฏิบัติที่ดีมาใช้ผสมผสานกับองค์ความรู้สมัยใหม่ที่เหมาะสมในการพัฒนาการเกษตรโดยคำนึงถึงคุณภาพมาตรฐานและปริมาณความต้องการของตลาด รวมถึงความปลอดภัยต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ

จากข้อมูลด้านแรงงานพบว่า กำลังแรงงานของประเทศอยู่ในภาคการเกษตรร้อยละ 35 (National Statistical Office, 2018) โดยเฉพาะในเขตพื้นที่ชนบท ครึ่งเรือนมีการทำการเกษตรเพื่อหารายได้เลี้ยงชีพทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ และพบว่าเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นภูมิภาคที่มีครัวเรือนประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นจำนวนมาก (National Statistical Office, 2019) โดยเฉพาะศักยภาพการผลิตภาคการเกษตรและการเพาะปลูก พบว่า สามารถสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน และต่อยอดไปจนถึงการสร้างรายได้ให้กับประเทศจนกลายเป็นพืชเศรษฐกิจ (Agricultural Research Development Agency, 2018) จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีจำนวนครัวเรือนเกษตรกร จำนวน 311,630 ครัวเรือน มากเป็นอันดับหนึ่งตามสถิติของกรมส่งเสริมการเกษตร (National Agricultural Big Data Center, 2018) พืชเศรษฐกิจที่มีการเพาะปลูกมาก ได้แก่ ข้าว มันสำปะหลัง ยางพารา และมะม่วงหิมพานต์ ทั้งนี้จากข้อมูลการรายงานสถานการณ์การปลูกมะม่วงหิมพานต์ ประจำปี 2562 จำแนกตามจังหวัด ของศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication Technology Center, 2020) พบว่า จังหวัดอุบลราชธานีมีผลผลิตเม็ดมะม่วงหิมพานต์ที่เก็บเกี่ยวได้ทั้งหมด 2,663,500 กิโลกรัม มีมากเป็นลำดับสามรองจากจังหวัดอุดรธานี และจังหวัดชลบุรี ดังแสดงรายละเอียดใน Table 1

Table 1. Report on Cashew Nut Cultivation in 2019, Categorized by Province

Province	Planting Area (Rai)	Damaged (Rai)	Area for Harvesting Produce (Rai)	Harvested Produce (Kg)	Average Yield/ Yielding Area (Kg)	Average Selling Price for Farmers (Baht/ Kg)
Uttaradit	26,405	-	18,554	3,643,320	196	32.03
Chonburi	11,557	-	2,353	7,002,280	2,976	64.04
Ubon Ratchathani	9,872	-	5,130	2,663,500	519	36.89
Ranong	5,064	-	4,713	490,041	104	56.99
Trat	4,958	-	2,370	1,238,230	522	36.24
Nationwide	74,370	206	40,987	20,758,620	506	50.62

Source: Information and Communication Technology Center, Department of Agricultural Extension (2020)

พื้นที่ภายในจังหวัดอุบลราชธานีที่มีการเพาะปลูกมะม่วงหิมพานต์เป็นจำนวนมาก ได้แก่ พื้นที่ลำเซบก ซึ่งมีต้นกำเนิดจากการไหลของน้ำจากบริเวณจังหวัดอำนาจเจริญ ไหลผ่านอำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี ไหลไปบรรจบกับแม่น้ำมูลก่อนถึงอำเภอพิบูลมังสาหาร พื้นที่ลุ่มน้ำประมาณ 3,665 ตารางกิโลเมตร มีปริมาณน้ำท่าตามธรรมชาติประมาณปีละ 1,986 ล้านลูกบาศก์เมตรหรือประมาณร้อยละ 10.18 ของปริมาณน้ำท่าตามธรรมชาติทั้งหมดของกลุ่มน้ำมูล ทั้งนี้เขตพื้นที่ลำเซบกมีเส้นแบ่งเขตระหว่างอำเภอเมืองอุบลราชธานีกับอำเภอม่วงสามสิบ โดยไหลผ่านอำเภอตระการพืชผล อำเภอดอนมดแดง อำเภอเหล่าเสือโก้ก และไหลมาบรรจบกับแม่น้ำมูลที่อำเภอตาลสุม จังหวัดอุบลราชธานี จากข้อมูลเชิงภูมิศาสตร์นี้ แสดงให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งน้ำ ดิน และชุมชน จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้หลายหมู่บ้านในพื้นที่ลำเซบกเป็นหมู่บ้านเกษตรกรรมทำการเพาะปลูกมะม่วงหิมพานต์เป็นอาชีพหลัก (Ubon Ratchathani Province, 2021) คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการลงพื้นที่เพื่อสำรวจสภาพปัญหาของเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ในพื้นที่ลำเซบกเบื้องต้น โดยการสนทนาพูดคุยกับผู้นำชุมชนและกลุ่มเกษตรกร พบปัญหาการขาดพลังอำนาจในการต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อผลผลิต และปัญหาด้านการตลาดเกี่ยวกับการขายผลิตภัณฑ์ให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง

จากการทบทวนวรรณกรรม เกี่ยวกับประเด็นการแก้ไขปัญหาการขาดพลังอำนาจการต่อรองราคา และปัญหาด้านการตลาด พบข้อมูลของกลุ่มส่งเสริมและพัฒนากิจการบริหารจัดการสหกรณ์สำนักงานสหกรณ์จังหวัดอำนาจเจริญ (Amnat Charoen Province, Cooperative Office, 2022) กล่าวถึงประโยชน์ของการรวมกลุ่มสร้างเครือข่ายความร่วมมือของเกษตรกรว่า เมื่อรวมตัวกันแล้วเกษตรกรสามารถจำหน่ายผลผลิตได้ในราคาที่สูงขึ้น สามารถมีพลังต่อรองกับพ่อค้าคนกลางและกลุ่มต่าง ๆ เพื่อปกป้องผลประโยชน์ของตนเอง หรือเพื่อให้ผู้หนึ่งผู้ใดมาเอารัดเอาเปรียบสมาชิกของกลุ่มเครือข่ายได้ สามารถผลิตสินค้าหรือผลผลิตส่งตลาดหรือผลิตให้บริษัทเอกชนได้ในจำนวนมากภายใต้การตกลงราคากันล่วงหน้า และเกษตรกรสามารถแปรรูปผลผลิตเป็นผลิตภัณฑ์อย่างอื่นได้ ในกรณีที่ผลผลิตล้นตลาดหรือ

ราคาผลผลิตตกต่ำโดยการลงทุนร่วมกัน ซึ่งการรวมกลุ่มหรือการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของเกษตรกร มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาแก้ปัญหา สามารถพึ่งตนเองได้และนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชน

การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของเกษตรกรในชุมชนเพื่อ ร่วมมือกันในการดำเนินการทางการเกษตร ทั้งการผลิต การแปรรูป และการจำหน่าย มีการแลกเปลี่ยน ข้อมูล องค์ความรู้ และประสบการณ์ระหว่างชุมชน (Bunyarat, 2016) เป็นกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่ม องค์กร สถาบัน การแบ่งงานกันทำ การแบ่งปันความรู้และ ประสบการณ์ ร่วมกันดำเนินกิจกรรมบางอย่างภายใต้พื้นฐานของการเคารพสิทธิ เชื่อถือ เอื้ออาทรซึ่งกัน และกัน ทำให้เกิดเป็นพลังในการขยายผลให้เกิดความสำเร็จร่วมกัน (Agranoff, 2006) จากการศึกษาวิจัย ของ Jirapakpong et al., (2022) เกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายและพัฒนากลไกการตลาดผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์ของชุมชน ได้สรุปผลและเสนอแนะว่า การสร้างเครือข่ายและพัฒนากลไกการตลาดผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์ของชุมชน เป็นกระบวนการที่อาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน สมาชิกเครือข่ายมีหน้าที่ในการ ผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค พัฒนาการเรียนรู้ พัฒนากิจกรรมกลุ่ม พัฒนาการตลาดและเข้าถึงผู้บริโภคผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Web page) อันจะนำไปสู่การเป็น ระบบเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็ง มีพลังอำนาจในการต่อรองราคาการซื้อขายผลิตภัณฑ์ เข้าถึงผู้บริโภคได้ สะดวก รวดเร็วและประหยัด ส่งผลให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้น จากบริบทของชุมชนและกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ในเขตพื้นที่ลำเซบก มี ลักษณะความสัมพันธ์และนัยยะของการสร้างเครือข่าย การเสริมอำนาจการต่อรองให้กับกลุ่มเกษตรกร การพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการ การพัฒนาการตลาดด้านการขายและการเข้าถึง ผู้บริโภค จึงเกิดเป็นประเด็นคำถามสำหรับการวิจัยว่าสภาพทั่วไป และศักยภาพชุมชนมะม่วงหิมพานต์ ลำเซบกเป็นอย่างไร วิธีการสร้างเครือข่ายชุมชนมะม่วงหิมพานต์ลำเซบกมีลักษณะเช่นใด และการพัฒนา ศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เม็ดเงินมะม่วงหิมพานต์ด้วยวิธีการใด โดยองค์ความรู้ ที่ได้จะสามารถขยายผลให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มมากขึ้นจากการรวมกลุ่มสร้าง เครือข่าย และการพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เม็ดเงินมะม่วงหิมพานต์ลำเซ บกของเกษตรกรและคนในชุมชนได้ด้วยตนเอง ย่อมเป็นหนทางที่ดีในการพัฒนาศักยภาพชุมชนให้ สามารถพึ่งพาตนเอง และสร้างความเป็นอัตลักษณ์ให้กับชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและศักยภาพชุมชนมะม่วงหิมพานต์ตามเส้นทางภูมิศาสตร์เศรษฐกิจ ลำเซบก จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อสร้างเครือข่ายชุมชนมะม่วงหิมพานต์ตามเส้นทางภูมิศาสตร์เศรษฐกิจลำเซบก จังหวัด อุบลราชธานี
3. เพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เม็ดเงินมะม่วงหิมพานต์ ตาม เส้นทางภูมิศาสตร์เศรษฐกิจลำเซบก จังหวัดอุบลราชธานี
4. เพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมและสรุปบทเรียนการสร้างเครือข่ายและการพัฒนาศักยภาพ ชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เม็ดเงินมะม่วงหิมพานต์ ตามเส้นทางภูมิศาสตร์เศรษฐกิจลำเซบก จังหวัดอุบลราชธานี

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดการสร้างเครือข่ายชุมชน

การสร้างเครือข่ายชุมชน เป็นกลุ่มของบุคคลในชุมชนและเกษตรกรที่มารวมตัวกัน มีการเชื่อมโยงกันของหน่วยย่อยเล็ก ๆ หลายหน่วย มีทั้งที่เป็นรูปแบบ และไม่เป็นรูปแบบ มีระเบียบ และไม่มีระเบียบ สามารถเชื่อมโยงได้ทั้งในแนวดิ่ง หรือแนวนอน เพื่อประสานสร้างความสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันหรือทำกิจกรรมโดยมีเป้าหมายร่วมกันอย่างชัดเจนบนพื้นฐานของความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกัน โดยมีองค์ประกอบของเครือข่าย กระบวนการ/ขั้นตอนการสร้างของเครือข่าย และประโยชน์ของเครือข่ายอย่างชัดเจน (Yodkhampaeng, 2018; Hongchayangkun & Thiangchanya, 2017; Kham-on, 2019) โดยกระบวนการสร้างเครือข่าย ประกอบด้วย กระตุ้นจิตสำนึกให้เกิดการรวมกลุ่ม การวิเคราะห์สถานการณ์ของเครือข่าย การจัดทำยุทธศาสตร์โดยการร่วมกันจัดทำวิสัยทัศน์ กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการของเครือข่าย และการนำไปสู่การปฏิบัติหรือการประเมินผล (Department of Agricultural Extension, 2020) ทั้งนี้การสร้างเครือข่ายถือเป็นขั้นตอนแรกและขั้นตอนสำคัญในการพัฒนาความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ทำให้เกิดหรือเสริมพลังอำนาจในการต่อรองราคา ทำให้คนอื่น ๆ ที่อยู่นอกกลุ่มเกิดความเกรงใจ ไม่กล้าที่จะเอาเปรียบสมาชิก (Bunyarat, 2016) จากการทบทวนแนวคิดข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจนำแนวคิดการสร้างเครือข่ายชุมชน มาใช้ในการกำหนดนิยามศัพท์ของการสร้างเครือข่ายชุมชน และนำกระบวนการขั้นตอนการสร้างเครือข่ายมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิด เพื่อรวมกลุ่มเกษตรกรและคนในชุมชนเป็นเครือข่ายชุมชนซึ่งจะส่งผลให้มีพลังอำนาจในการต่อรองราคาเพิ่มขึ้น เนื่องจากปริมาณผลผลิตของมะม่วงหิมพานต์รวมกันมากขึ้น สามารถกำหนดราคาขายเม็ดมะม่วงหิมพานต์ได้สูงกว่ารายบุคคล อีกทั้งยังมีประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รวมถึงการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีร่วมกัน ส่งผลให้เกษตรกรสามารถลดต้นทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มจากการสร้างเครือข่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจ ที่เกิดการจากการรวมกลุ่มของคนในชุมชนทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการผลิต การบริโภค และการกระจายผลผลิต ให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจของชุมชนไปสู่การพัฒนาให้เกิดความร่วมมือและความเข้มแข็งในชุมชน บทบาทหน้าที่ของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ มีหน้าที่ที่สำคัญมากมาย ได้แก่ บทบาทหน้าที่การเป็นผู้ก่อตั้งองค์กร นำปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นคน ทรัพยากร การผลิตต่าง ๆ มารวมกัน โดยการจัดการกับปัจจัยเหล่านั้นให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด (Murmpho, 2016; Phithuk, 2020) คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จ ประกอบด้วย มีความยึดมั่นในพันธสัญญา แน่วแน่มั่นคง และคงเส้นคงวา มีความรับผิดชอบ มองหาโอกาส และมองเห็นโอกาสครั้งใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง มีความอดทนและอดกลั้นต่อสถานะเสี่ยง ความคลุมเครือ และความไม่แน่นอน มีความมั่นใจในตนเอง มองโลกโดยคาดหวังในด้านบวกกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเสมอ มีความคิดสร้างสรรค์และยืดหยุ่น ไม่ยึดติดถ้อยมั่นกับความคิดเดิมหรือความสำเร็จเดิม ๆ ของตนในอดีต ค้นหาข้อมูลย้อนกลับในทันที เป็นนักฟังที่เรียนรู้เร็วและฉวยหาข้อมูลย้อนกลับทางด้านบวกและด้านลบ พร้อมทั้งจะเรียนรู้จากความผิดพลาด มีพลังในการทำงาน สามารถทำงาน

ต่อเนื่องได้นานกว่าและทำงานหนักได้มากกว่าคนทั่วไป ไม่มีความย่อท้อต่อความเหนื่อย ความยาก อุปสรรค มีแรงจูงใจว่าผลงานสิ่งที่ตนทำต้องเหนือกว่าและดีกว่าผลงานของผู้อื่น (Kampheangphet, 2017) จากการทบทวนแนวคิดข้างต้น ทำให้เห็นว่าการพัฒนาคุณลักษณะของเกษตรกรให้มีความคิดสร้างสรรค์ มองหาโอกาสทางธุรกิจ มีความคิดริเริ่มในการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีทัศนคติเชิงบวก มีความอดทนอดกลั้น และมีแรงจูงใจในการทำงานจะช่วยส่งเสริมให้เกิดศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเม็ดเงินลงทุนที่ต่ำลงที่ประสบความสำเร็จ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิต ขยายโอกาสทางธุรกิจและบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพเกิดการพัฒนาความร่วมมือและความเข้มแข็งในชุมชน ซึ่งผู้วิจัยนำแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการไปใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิด การสร้างเครื่องมือวิจัยและจัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรและคนในชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการเม็ดเงินลงทุนที่ต่ำลง

แนวคิดการตลาดออนไลน์

การตลาดออนไลน์ เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่ช่วยในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารสองทางระหว่างเจ้าของธุรกิจกับลูกค้า (Sansan, 2016) เป็นการลงทุนทำการตลาดที่มีราคาไม่สูง สามารถแก้ไขหรืออัปเดตข้อมูลได้เสมอไม่ว่าจะเป็นการโพสต์ หรือแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ธุรกิจต้องการให้ลูกค้าทราบ สามารถทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว (Kanchanasuwan, 2009) ปัจจุบันการทำการตลาดออนไลน์มีหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการทำการตลาดออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก การโฆษณาบนเว็บไซต์ เป็นต้น (Sampaotong, 2018) โดยรูปแบบที่นิยมในปัจจุบันสำหรับการทำการตลาดออนไลน์ ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก สำหรับใช้งานในเชิงธุรกิจเพื่อสร้างตัวตนบนเฟซบุ๊กสามารถเพิ่มผู้ดูแล เพื่อช่วยในการแก้ไขข้อมูล อัปเดตข่าวสาร และที่สำคัญเพจจะไม่จำกัดจำนวนเพื่อน เพราะเป็นการกดถูกใจ กดติดตาม ทำให้โอกาสที่ลูกค้าจะเข้ามาพบเห็นโพสต์ของผู้ประกอบการมีมากขึ้น (Sukkho, 2017) ทั้งนี้จากทำการตลาดออนไลน์มีประโยชน์ในการช่วยในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการบอกต่อในคนหมู่มากได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย ช่วยเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสาร สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย และช่วยลดค่าใช้จ่ายในการไปรโมทหรือการประชาสัมพันธ์ (Emjai, & Srijamcharone, 2020) จากการทบทวนแนวคิดข้างต้น ทำให้เห็นว่า การนำเสนอผลิตภัณฑ์เม็ดเงินลงทุนที่ต่ำลงที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางช่วยในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และแชร์ข้อมูลข่าวสารให้ลูกค้าทราบผ่านเพจเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นรูปแบบการทำการตลาดออนไลน์ที่นิยมในปัจจุบัน ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการตลาดออนไลน์นี้ไปในการกำหนดนิยามศัพท์การตลาดออนไลน์ การกำหนดตัวแปรที่ศึกษาและนำไปใช้ในการจัดกิจกรรมการพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรและคนในชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และตรงตามกลุ่มเป้าหมายสูงสุด

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) กำหนดพื้นที่ในการศึกษาวิจัยแบบเฉพาะเจาะจงไปยังเขตพื้นที่ลำเชบก ประกอบด้วย 3 อำเภอคือ อำเภอเหล่าเสือโก้ก อำเภอดอนมดแดง และอำเภอตระการพืชผล รายละเอียดดังต่อไปนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือสมาชิกในชุมชนลำเซบก ครอบคลุมพื้นที่วิจัย 3 อำเภอ คือ อำเภอดงรัก อำเภอดอนมดแดง และอำเภอเหล่าเสือโก้ก ประกอบด้วย คนในชุมชน ผู้นำชุมชน วิชากิจชุมชน และเกษตรกร โดยจำแนกเป็นกลุ่มต้นน้ำ (จุดที่มีการผลิตวัตถุดิบ) จำนวน 27 คน กลุ่มกลางน้ำ (จุดที่มีการแปรรูปวัตถุดิบ) จำนวน 40 คน และกลุ่มปลายน้ำ (จุดที่มีการขายให้กับผู้บริโภค) จำนวน 34 คน รวมทั้งสิ้น 101 คน กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้ความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 81 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้วัดหรือหาคำตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและศักยภาพชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ และวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมและสรุปบทเรียนการสร้างเครือข่ายและการพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เม็ดมะม่วงหิมพานต์

การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended questions) และคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended questions) จากกลุ่มตัวอย่างสมาชิกชุมชนลำเซบก 81 คน

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาค้นคว้าจากตำรา หนังสือ บทความวิชาการ วารสาร สิ่งตีพิมพ์ รวมถึงข้อมูลที่ค้นคว้าผ่านระบบออนไลน์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล และสำนักงานเกษตรอำเภอ

การทดสอบเครื่องมือและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล การทดสอบเพื่อหาความเที่ยงตรง (Validity) เป็นการหาความสอดคล้องกลมกลืนของเนื้อหาตามหลักการหรือทฤษฎี และตรงตามโครงสร้างเนื้อหาที่ได้กำหนด หรือสร้างขึ้นในแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญและทำการตรวจสอบแก้ไขภาษาที่ใช้ให้ถูกต้องรัดกุมยิ่งขึ้น ได้ผลของการทดสอบค่าความเที่ยงตรงอยู่ที่ $IOC = 0.89$ แสดงว่า ค่าความเที่ยงตรงใช้ได้

การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบกับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ซึ่งเป็นสมาชิกเครือข่ายวิชากิจชุมชนอำเภอตาลชุม จังหวัดอุบลราชธานี ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงในการวิจัย จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha) ของครอนบาค (Cronbach) ผลปรากฏว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.91 แสดงว่าข้อคำถามในการวิจัยมีความเชื่อถือได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดในการวิเคราะห์ ดังนี้ ข้อมูลสภาพทั่วไปและศักยภาพชุมชน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนข้อมูลการประเมินผลการมีส่วนร่วม ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นแบบวัดมาตราส่วนการประมาณค่า (Rating Scale) ของ Likert (Likert, 1961) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้ให้ข้อมูลหลักในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ คือ ตัวแทนสมาชิกชุมชนลำเซบก ประกอบด้วย ผู้ใหญ่บ้าน 3 คน สมาชิกในชุมชน 5 คน เกษตรกร 3 คน และตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วย สำนักงานพัฒนาชุมชน 1 คน องค์การบริหารส่วนตำบล 1 คน สำนักงานเกษตรอำเภอ 1 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 14 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยการค้นคว้าจากตำรา หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งขอคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ใช้วัดหรือหาคำตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างเครือข่ายของเกษตรกรเม็ดมะม่วงหิมพานต์ และวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เม็ดมะม่วงหิมพานต์ ซึ่งประเด็นคำถามที่ใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ โดยยึดตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการสัมภาษณ์แบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ ซึ่งการสัมภาษณ์ในลักษณะนี้จะมีความยืดหยุ่นสูง เนื่องจากมีความประสงค์ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีอิสระที่จะอธิบาย ไม่จำกัดขอบเขตในการสัมภาษณ์ มีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือในการสัมภาษณ์โดยคณะผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย ทำการกำหนดกรอบแนวคิดในการสัมภาษณ์ สร้างข้อคำถามในการสัมภาษณ์โดยใช้คำถามปลายเปิดซึ่งเป็นคำถามที่เปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด และความคิดเห็นอย่างอิสระ ไม่มีการชักนำด้วยความคิดของคณะผู้วิจัย รวมถึงการใช้คำถามที่มีความชัดเจนเข้าใจได้ง่ายและเป็นที่เข้าใจตรงกันทุกฝ่าย

2) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ใช้วัดหรือหาคำตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อสร้างเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก และวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมและสรุปบทเรียนการสร้างเครือข่ายและการพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เม็ดมะม่วงหิมพานต์ โดยเปิดโอกาสให้ผู้สนทนากลุ่มได้อภิปรายและแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ทั้งนี้ในระหว่างการสนทนากลุ่มมีการจดบันทึกและใช้เทปบันทึกเสียง สังเกตพฤติกรรมและท่าทางของผู้สนทนากลุ่ม จากนั้นทำการสรุปความคิดเห็นในภาพรวมแต่ละประเด็นเป็นระยะ ๆ ทำการรวบรวมข้อมูลและทำการถอดเทปบันทึก เพื่อการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสรุปภาพรวมของข้อมูลตามประเด็นในการสนทนากลุ่ม

การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลว่าข้อมูลที่ได้มามีความเพียงพอหรือไม่ โดยพิจารณาจากการอิมตัวของข้อมูลที่ได้มาว่าสามารถตอบคำถามการวิจัยได้ครบถ้วน กรณีของข้อมูลที่ไม่ตรงกันต้องตรวจสอบว่าข้อมูลที่แท้จริงเป็นอย่างไรโดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เพื่อพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูลโดยใช้วิธีการตรวจสอบหาแหล่งที่มาของข้อมูลให้ชัดเจน แหล่งที่มาที่พิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลจากระเบียบวิธีวิจัยที่ต่างกัน (Methodological Triangulation) ทำการสังเกตพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูลหลัก ขณะทำการสัมภาษณ์โดยสังเกตสีหน้า ท่าทางขณะที่ให้ข้อมูล พฤติกรรมที่แสดงการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลรอบข้าง การเก็บรายละเอียดสภาพแวดล้อมชุมชนและการประสานงานกับบุคคลหรือหน่วยงานอื่นเพื่อให้เกิดความเข้าใจในความรู้สึกนึกคิดของผู้ให้ข้อมูลหลักมากขึ้น และใช้วิธีการสอบถามโดยใช้คำถามเดิมซ้ำเพื่อตรวจสอบความตรงกันของคำถามที่ได้ในครั้งแรก รวมทั้งการให้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักได้ยืนยันความหมายของข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ สังเคราะห์ของผู้วิจัยแล้วว่ามี ความถูกต้องพ้องกันกับข้อมูลเบื้องต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดในการวิเคราะห์ ดังนี้

ข้อมูลที่ได้จากเอกสาร (Documentary Data) ผู้วิจัยนำมาจัดหมวดหมู่ตามประเด็นวัตถุประสงค์ ในการวิจัย โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มข้อมูลจากการ สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด นำมาเปรียบเทียบกับในด้านความคิดเห็นของแต่ละคน แล้วนำมาจัด เรียบเรียงข้อมูลใหม่เพื่อให้สามารถเข้าใจได้ง่ายและมีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกลุ่มข้อมูล ความคิดเห็น ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมดแล้วนำมาเปรียบเทียบใจความที่เป็นเหตุเป็นผล นำมาเรียบเรียงทำให้ได้ ความรู้ที่สามารถนำมากำหนดเป็นแนวทางการสร้างเครือข่ายและการพัฒนาศักยภาพการเป็น ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

การศึกษาการสร้างเครือข่ายและพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ตามเส้นทางภูมิศาสตร์เศรษฐกิจลำเซบก จังหวัดอุบลราชธานี ปรากฏผลการศึกษา โดยสรุปเป็นประเด็นได้ ดังนี้

สภาพทั่วไปและศักยภาพชุมชนมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษา ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท และมีสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน สภาพ พื้นที่เชิงภูมิศาสตร์มีความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งน้ำ ดิน และชุมชน จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้หลาย หมู่บ้านในพื้นที่ลำเซบกเป็นหมู่บ้านเกษตรกรรม คนในชุมชนเพาะปลูกมะม่วงหิมพานต์มีทั้งแบบเป็น อาชีพหลักและแบบเป็นอาชีพเสริมรวมถึงมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเม็ดมะม่วงหิมพานต์

สภาพทั่วไปของเขตพื้นที่ลำเซบก ประกอบด้วย พื้นที่ของตำบลท่าเมือง อำเภอดอนมดแดง ตำบลขามเปี้ย อำเภอตระการพืชผล และตำบลโพธิ์เมือง อำเภอเหล่าเสือโก้ก เป็นพื้นที่ราบลุ่ม มีฝนชุก ในช่วงฤดูฝน ปริมาณน้ำฝนมีมากเนื่องจากมีลักษณะพื้นที่ติดกับลำเซบก มีการทำนาปี การปลูกพืช สมุนไพร ปลูกพืชยืนต้น เช่น มะม่วงหิมพานต์ พันธุ์ที่นิยมเพาะปลูกคือ พันธุ์ศรีสะเกษ 60-1, 60-2 และ พันธุ์มาบุญครอง นิยมปลูกด้วยต้นกล้าและปลูกด้วยเมล็ด ดูแลรักษาด้วยการรดน้ำ พรุนดินรอบโคนต้น ใส่ปุ๋ยคอกหรือปุ๋ยหมัก และตัดแต่งกิ่งเป็นทรงพุ่ม เมื่ออายุย่างเข้าปีที่ 3 สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ช่วง ปลายเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนพฤษภาคม อายุ 10 ปีขึ้นไปจะให้ผลผลิตเต็มที่ หลังจากนั้นจะค่อย ๆ ลดลง

สภาพปัญหาของคนในชุมชนกับการรวมกลุ่มสร้างเครือข่ายเม็ดมะม่วงหิมพานต์ถือเป็นสิ่งที่ทำ ทาย และน่าสนใจของคนในชุมชนเนื่องมาจากมะม่วงหิมพานต์ในพื้นที่มีจำนวนมาก คนในพื้นที่ส่วนใหญ่ ใช้เวลาว่างจากการประกอบอาชีพหลักในการเก็บผลสุกนำมาตากแดดให้แห้งแล้วรวบรวมส่งพ่อค้าคน กลางซึ่งพบปัญหาคือคนในชุมชนไม่สามารถกำหนดราคาหรือมีพลังอำนาจในการต่อรองราคาผลผลิตได้ ตลอดจนขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการบริหารการเป็นผู้ประกอบการและหลักการตลาด เพื่อ พัฒนาช่องทางการตลาด การแปรรูป และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เม็ดมะม่วงหิมพานต์

การวิเคราะห์จุดแข็ง คือ คนในชุมชนมีความรักความสามัคคี มีพื้นที่และแหล่งน้ำที่สมบูรณ์ มีความชำนาญในการปลุกมะม่วงหิมพานต์ และผู้นำชุมชนมีความรู้ความสามารถเป็นที่ยอมรับของชุมชน จุดอ่อน คือ ใช้พื้นที่ปลุกมะม่วงหิมพานต์เพียงชนิดเดียวมาอย่างยาวนานไม่มีการปรับปรุงดิน และขาดการดูแลรักษาต้น คนในชุมชนขาดองค์ความรู้ นวัตกรรม เทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ในการปลูก ดูแลรักษา และแปรรูปเม็ดมะม่วงหิมพานต์ โอกาส คือ มีหน่วยงานภาครัฐ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล และสำนักงานเกษตรตำบล ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน และให้คำปรึกษาการดำเนินงาน การสนับสนุนจากนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมให้เกษตรกรยกระดับตนเองเป็นผู้ประกอบการ และแนวโน้มความนิยมในตลาดผู้บริโภคเม็ดมะม่วงหิมพานต์มีสูงขึ้นจากกลุ่มผู้รักสุขภาพ ส่วนอุปสรรค คือ คนในชุมชนเริ่มพัฒนาตนเองสู่การเป็นผู้ประกอบการจึงต้องใช้เวลาการทำงานการตลาดและดำเนินการให้เป็นที่ยอมรับ การขาดเทคโนโลยี ขาดอุปกรณ์ที่ทันสมัยสำหรับใช้ประกอบการ ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลต่อผลผลิตเม็ดมะม่วงหิมพานต์

การสร้างเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเชือก

กระบวนการในการสร้างเครือข่ายให้ประสบผลสำเร็จ ต้องใช้หลักจิตวิทยาในการกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ร่วมกันของคนในชุมชน เห็นความสำคัญของพืชเศรษฐกิจและเห็นประโยชน์ร่วมกันของการสร้างเครือข่ายชุมชนทำให้มีพลังอำนาจต่อรองกับพ่อค้าคนกลางและกลุ่มต่าง ๆ เพื่อปกป้องผลประโยชน์และการถูกเอารัดเอาเปรียบสมาชิกของกลุ่มเครือข่ายได้ กระบวนการสร้างเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเชือก แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้

1) การกระตุ้นจิตสำนึกการรวมกลุ่ม โดยการจัดเวทีเพื่อเปิดและชี้แจงโครงการให้กับคนในชุมชนที่เกี่ยวข้องตั้งแต่กลุ่มต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ พบผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชนตามเส้นทางภูมิศาสตร์เศรษฐกิจลำเชือก ซึ่งได้แก่ คนในท้องถิ่น ผู้นำชุมชน วิชากิจชุมชน และเกษตรกร ตลอดจนตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบล สำนักงานเกษตรอำเภอ และสำนักงานพัฒนาชุมชน ให้ความร่วมมือและเห็นด้วยกับการสร้างเครือข่ายมะม่วงหิมพานต์ลำเชือก โดยคนในชุมชนที่เกี่ยวข้องตั้งแต่กลุ่มต้นน้ำจนถึงปลายน้ำมีความคิดเห็นว่า มะม่วงหิมพานต์เป็นพืชเศรษฐกิจในชุมชน หากคนในชุมชนนำทรัพยากรธรรมชาติด้านการเกษตรที่มีอยู่ในพื้นที่มาพัฒนา และเพิ่มผลประโยชน์ในเชิงธุรกิจ ด้วยกระบวนการรวมกลุ่มสร้างเครือข่ายจะช่วยสร้างพลังอำนาจในการต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลาง สามารถยกระดับการเข้าถึงด้านการตลาด และเพิ่มโอกาสจากความร่วมมือและการเรียนรู้ร่วมกัน ถือเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้ชุมชน

2) การวิเคราะห์สถานภาพเครือข่าย พบว่า สถานภาพเครือข่ายทั้ง 3 อำเภอ เป็นเพียงความสัมพันธ์ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความใกล้ชิดกัน สนับสนุนกัน มีแนวคิดคล้ายคลึงกัน มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันในลักษณะความคล้ายกันในประสบการณ์เดิม ความเชื่อ ค่านิยม และสภาพพื้นที่ทางสังคมที่มีพื้นฐานความเป็นอยู่ที่เหมือนกัน ทั้งนี้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักมีความเข้าใจในวัตถุประสงค์และเป้าหมายของเครือข่าย มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ต้องการที่จะรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่าย และมองเห็นประโยชน์ส่วนรวมในการพัฒนามะม่วงหิมพานต์ในเขตพื้นที่ลำเชือกให้กลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่สามารถสร้างงานก่อให้เกิดการจ้างงาน และสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ตลอดจนการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

3) การจัดทำยุทธศาสตร์ พบว่า คนในชุมชนได้ร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์ในการรวมกลุ่มซึ่งประกอบด้วย การกำหนดชื่อกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจของแต่ละอำเภอรวมเป็น 3 กลุ่มเครือข่าย, การกำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่มเครือข่าย คือเพื่อเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมเม็ดมะม่วงหิมพานต์และพัฒนาผลิตภัณฑ์เม็ดมะม่วงหิมพานต์, สถานที่ตั้งกลุ่มใช้ที่ทำการผู้ใหญ่บ้านของแต่ละกลุ่มเครือข่าย, กำหนดโครงสร้างองค์กรและหน้าที่ของคณะกรรมการ ประกอบด้วย ตำแหน่งประธาน ทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานของการราชการและการผลิต รองประธานทำหน้าที่ช่วยเหลืองานในกลุ่มและหน้าที่แทนประธาน เภรณูญิกทำหน้าที่จัดเก็บรักษาเงิน เลขานุการทำหน้าที่จัดทำบัญชี จัดบันทึกกิจกรรมและรายงานการประชุมของกลุ่ม ฝ่ายการตลาดทำหน้าที่หาตลาดให้กับกลุ่มเครือข่าย และฝ่ายประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้สมาชิกในกลุ่มเครือข่าย, การบริหารจัดการกลุ่มโดยคณะกรรมการและสมาชิกของกลุ่ม, การกำหนดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเครือข่าย คือจัดจำหน่ายเม็ดเปลือกเม็ดขาว และแปรรูปผลิตภัณฑ์เม็ดมะม่วงหิมพานต์, การบริหารการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายเม็ดมะม่วงหิมพานต์ โดยการรวบรวมขายส่งลานรับซื้อในจังหวัดและต่างจังหวัด และแปรรูปผลิตภัณฑ์ตลอดจนการจัดจำหน่ายผ่านตลาดออนไลน์และออฟไลน์ และการกำหนดการแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกันด้วยวิธีการแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ การปันผลให้สมาชิกร้อยละ 40 คณะกรรมการร้อยละ 20 สวัสดิการสมาชิกกลุ่มร้อยละ 20 และเงินทุนสำรองร้อยละ 20

4) การนำไปสู่การปฏิบัติ รายละเอียดมีดังนี้

4.1) การตั้งทีมดำเนินงาน พบว่า การรวมกลุ่มวิสาหกิจทั้ง 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ ตำบลท่าเหมือง อำเภอดอนมดแดง 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ตำบลโพธิ์เมือง อำเภอเหล่าเสือโก้ก และ 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ KP Food ตำบลขามเปี้ย อำเภอตระการพืชผล ได้ร่วมกันดำเนินงานและจัดตั้งเป็นกลุ่มเครือข่ายโดยใช้ชื่อกลุ่มเครือข่ายว่า “เครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก จังหวัดอุบลราชธานี” และกำหนดโครงสร้างองค์กรโดยระบุชื่อ-สกุล ตำแหน่ง และหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกเครือข่าย มีการกำหนดวิสัยทัศน์ของเครือข่าย คือ เครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบกที่มั่นคง เข้มแข็ง และพึ่งพาตนเองได้ การกำหนดพันธกิจ คือ สนับสนุนและส่งเสริมเครือข่ายให้ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สนับสนุนและส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาการประกอบกิจการของเครือข่าย ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา สร้างปัจจัยที่เอื้อต่อการดำเนินกิจการของเครือข่าย และกำหนดกลยุทธ์ของเครือข่าย ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์คือ สนองความต้องการของลูกค้า โดยคำนึงถึงคุณภาพทุกขั้นตอนมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัยเหนือกว่าคู่แข่ง กลยุทธ์ด้านราคาคือราคาสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า มีการกำหนดส่วนลดเมื่อซื้อตามจำนวน และกำหนดราคาตามขนาดและปริมาณที่เป็นมาตรฐาน กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายคือ มีการกระจายสินค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เน้นการขายตรงและขายออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ปลอดภัย และรวดเร็ว กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดคือ จัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย มีการโฆษณาผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ และเน้นการขายตรงโดยการนำเสนอของสมาชิกเครือข่าย

4.2) ดำเนินกิจกรรมตามแผน พบว่า เครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก จังหวัดอุบลราชธานี ได้มีการประชุมร่วมกันเพื่อกำหนดแผนปฏิบัติการของกลุ่มเครือข่าย และกำหนดระยะเวลาดำเนินการ ประกอบด้วย 8 กิจกรรม ได้แก่ การอบรมมาตรฐานการผลิตและความปลอดภัย การอบรมเชิงปฏิบัติการต้นแบบความสำเร็จจากวิสาหกิจบ้านไก่อ้อย อ.ท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์ การอบรมเชิง

ปฏิบัติการแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ การอบรมเชิงปฏิบัติการการเป็นผู้ประกอบการ การอบรมเชิงปฏิบัติการการทำธุรกิจออนไลน์ การอบรมเชิงปฏิบัติการการแปรรูปและการพัฒนาสูตรสำหรับกลุ่มเครือข่าย การอบรมเชิงปฏิบัติการการจัดทำคลิปลงและสร้างเรื่องเล่า (Story) เม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก และการเปิดตัวผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างเป็นทางการ

4.3) การติดตามและประเมินผล พบว่า ผลลัพธ์ของเครือข่ายต่อการดำเนินกิจกรรมตามแผนที่กำหนดไว้ได้มีการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เสร็จสิ้นแล้วบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผลการดำเนินกิจกรรมเมื่อเปรียบเทียบกับเป้าหมายด้านปริมาณและด้านคุณภาพเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด จำนวนคณะกรรมการเครือข่ายผู้ร่วมดำเนินการมีความเหมาะสม จำนวนสมาชิกเครือข่ายผู้เข้าร่วมในการดำเนินกิจกรรมได้รับความร่วมมือในระดับดี กิจกรรมที่จัดขึ้นมีความเหมาะสมระดับดี สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมมีความเหมาะสมระดับมาก ระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมช้ากว่าที่ระบุไว้ในแผนค่าใช้จ่ายที่จ่ายจริงสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนด และพบปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินกิจกรรมคือ ขาดการประสานงานระหว่างคณะกรรมการดำเนินการและผู้ที่เกี่ยวข้อง และระยะเวลาในการปฏิบัติงานของกิจกรรมไม่เป็นไปตามเวลาที่กำหนด

การพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก จังหวัดอุบลราชธานี

การพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ เป็นการสร้างและพัฒนาสมาชิกเครือข่ายให้เป็นผู้ประกอบการเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก ที่มีองค์ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และแรงบันดาลใจในการบริหารจัดการธุรกิจออนไลน์เม็ดมะม่วงหิมพานต์อย่างเป็นระบบ ถือเป็นการพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการจากปัจจัยภายใน และยกระดับศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจในมิติของการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ด้วยการมีต้นแบบที่ดีในการดำเนินงาน ซึ่งถือเป็นการพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการจากปัจจัยภายนอก และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ด้วยกิจกรรมการฝึกอบรมเพื่อการพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ ดังต่อไปนี้

อบรมมาตรฐานการผลิตและความปลอดภัยในอาหาร พบว่า สมาชิกเครือข่ายได้เรียนรู้ และเข้าใจเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตอาหาร (Good Manufacturing Practice : GMP) สมาชิกเครือข่ายสามารถผลิตเม็ดมะม่วงหิมพานต์ได้อย่างปลอดภัย โดยเน้นการป้องกันและขจัดความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดอันตรายหรือเกิดความไม่ปลอดภัยแก่ผู้บริโภค ครอบคลุมปัจจัยทุกด้านที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่โครงสร้างอาคารชั้นพื้นฐาน ระบบการผลิตที่ดี กระบวนการผลิตที่มีความปลอดภัยและมีคุณภาพ ได้มาตรฐานทุกขั้นตอนตั้งแต่วางแผนการผลิต ระบบควบคุม บันทึกข้อมูล ตรวจสอบและติดตามผลคุณภาพผลิตภัณฑ์เม็ดมะม่วงหิมพานต์เพื่อให้ถึงมือผู้บริโภคได้อย่างมั่นใจ

อบรมเชิงปฏิบัติการต้นแบบความสำเร็จจากวิสาหกิจบ้านไก่อ้อย อ.ท่าปลา จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า การเรียนรู้การต้นแบบความสำเร็จจากวิสาหกิจบ้านไก่อ้อย อ.ท่าปลา จ.อุตรดิตถ์ ทำให้สมาชิกเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก ได้ผลลัพธ์ (Outcome) ที่เกิดกับกลุ่มเครือข่าย คือ หลักการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายที่เป็นรูปธรรมชัดเจน กระบวนการผลิต การแปรรูปเม็ดมะม่วงหิมพานต์ ช่องทางการตลาด และการจัดจำหน่ายเม็ดมะม่วงหิมพานต์ที่ถูกต้องและเหมาะสม

อบรมเชิงปฏิบัติการแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ และออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก เกิดจากความต้องการของสมาชิกเครือข่ายที่ต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีการเปลี่ยนแปลงมากขึ้นสามารถต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์และเป็นการสร้างรายได้ และการพึ่งพาตัวเองได้ให้กับสมาชิกเครือข่ายเพิ่มมากขึ้น เน้นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เม็ดมะม่วงหิมพานต์ภายใต้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายและชุมชน การนำวัตถุดิบที่เป็นผลผลิตจากพืชพันธุ์ทางการเกษตรที่มีอยู่ในเขตพื้นที่ลำเซบก เช่น งาดำ น้ำผึ้ง และเกลือสินเธาว์ มาเป็นส่วนผสมในการแปรรูปผลิตภัณฑ์มะม่วงหิมพานต์ เพื่อเป็นการสร้างโอกาสใหม่ในการขยายช่องทางการตลาดมากยิ่งขึ้น สำหรับการสร้างแบรนด์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์เน้นการนำเสนอภาพลักษณ์ ความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นจากแม่น้ำลำเซบก โดยผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะใช้แบรนด์และบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนลำเซบก ตลอดจนบรรจุภัณฑ์ต้องมีคุณภาพสามารถเก็บรักษาคุณค่าทางโภชนาการ สวยงาม ทนทานและเป็นที่น่าสนใจต่อผู้บริโภค เนื่องจากจะต้องใช้บรรจุภัณฑ์นี้สำหรับการขายตรงและขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์

อบรมเชิงปฏิบัติการการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า สมาชิกเครือข่ายได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับแนวคิดและหลักการการเป็นผู้ประกอบการ แนวทางการกำหนดกลยุทธ์การตลาด 4 C's ฝึกวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ฝึกวิเคราะห์การมองภาพรวมของธุรกิจด้วยเครื่องมือ Business Model Canvas เป็นโมเดลที่ช่วยให้สมาชิกเครือข่ายสามารถมองเห็นภาพรวม (Visualizing) ของเครือข่ายเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบกได้ครบทุกมิติ ช่วยให้สมาชิกเครือข่ายสามารถประเมินความเสี่ยงในการลงทุนได้มากขึ้น จึงเปรียบเสมือนแผนการลงทุนของเครือข่ายที่สมบูรณ์แบบ

การจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการจัดการธุรกิจออนไลน์ พบว่า สมาชิกเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก ได้เรียนรู้เกี่ยวกับแนวคิดและหลักการทำการตลาดออนไลน์ (Online marketing) ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อสินค้าออนไลน์ การเปิดเพจร้านค้าออนไลน์โดยผลิตภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ เด่น สะดุดตา และเป็นที่ต้องการของลูกค้า ตลอดจนช่องทางการขายออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) สมาชิกเครือข่ายร่วมกันวิเคราะห์ความสามารถและความเหมาะสมของกลุ่มสมาชิกในเครือข่าย พบว่า มีความต้องการใช้ช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ในการขายออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และมีความคิดเห็นว่าเป็นช่องทางที่ใช้งบประมาณในการลงทุนน้อย ไม่ต้องหาสถานที่หรือเช่าพื้นที่เพื่อเป็นที่ตั้งของร้านค้าเครือข่ายชุมชน สมาชิกเครือข่ายสามารถโปรโมทผลิตภัณฑ์เม็ดมะม่วงหิมพานต์ได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ลูกค้ายังสามารถติดต่อพูดคุยกับสมาชิกเครือข่ายได้โดยตรง ซึ่งจะช่วยให้เครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบกสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่ต้องการได้ทั่วประเทศทุกที่ทุกเวลา ถือเป็นการเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้กับสมาชิกเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก

อบรมเชิงปฏิบัติการการแปรรูปและการพัฒนาสูตรสำหรับกลุ่มเครือข่าย พบว่า สมาชิกเครือข่ายชุมชนได้ร่วมกันการแปรรูปผลิตภัณฑ์และร่วมกันพัฒนาสูตรที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับกลุ่มเครือข่าย โดยใช้หลักการลดของเสียจากกระบวนการผลิต และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ด้วยวิธีการนำเศษเม็ดมะม่วงหิมพานต์ที่เป็นเม็ดซีก เม็ดเศษแตกหักที่เหลือจากกระบวนการผลิต นำมาแปรรูปเป็นเม็ดมะม่วงหิมพานต์แผ่นมีลักษณะคล้ายถั่วตัด ใส่ส่วนผสมงาดำซึ่งเป็นพืชที่มีมากในชุมชน น้ำผึ้ง เนย และเกลือ ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบใช้ชื่อผลิตภัณฑ์ว่า “มะม่วงหิมพานต์แผ่นเกลืองาดำและน้ำผึ้ง” ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย เม็ดมะม่วงหิมพานต์ 100 กรัม น้ำผึ้ง

7.5 กรัม งาดำ 20 กรัม เนย 13.12 กรัม และเกลือ 0.25 กรัม ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบภายใต้ชื่อตราสินค้าของกลุ่มว่า เม็ดมะม่วงหิมพานต์เชบก (Cashew Nut SEBOK) และใช้ชื่อรสชาติว่า เม็ดมะม่วงหิมพานต์แผ่นเคลือบงาดำและน้ำผึ้ง ซึ่งเกิดจากการพัฒนาและสร้างสรรค์ร่วมกันของเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเชบก และได้ร่วมกันกำหนดสโลแกนว่า อร่อยเพลินมีประโยชน์จากงาดำและน้ำผึ้ง

อบรมเชิงปฏิบัติการการจัดทำคลิปและสร้างเรื่องเล่า (Story) เม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเชบกพบว่า สมาชิกเครือข่ายได้รับความรู้ ความเข้าใจ และฝึกปฏิบัติการวางแผนตัดต่อวิดีโอและสร้างเรื่องเล่าเกี่ยวกับกลุ่มเครือข่ายและผลิตภัณฑ์เม็ดมะม่วงหิมพานต์ของเครือข่ายให้มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ด้วยหลักการคิดคอนเท้นท์ สืบจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกี่ยวกับการใช้ชีวิตและค่านิยม จากนั้นสำรวจช่องทางที่จะปล่อยคลิป ศึกษาคู่แข่งหรือยอดคลิยอดนิยม เพื่อให้สามารถสร้างความแตกต่างหรือสร้างเอกลักษณ์ให้วิดีโอของกลุ่มเครือข่าย เลือกสถานที่ที่เหมาะสมกับกลุ่มเครือข่ายและผลิตภัณฑ์เม็ดมะม่วงหิมพานต์ที่ต้องการนำเสนอ สี และโหมดอารมณ์ที่ต้องเข้ากับแนวคิดของวิดีโอ เน้นเนื้อหาเข้าใจได้ง่าย มีลูกเล่นดึงดูดดึงดูดอารมณ์ของผู้ชมให้คล้อยตาม ตลอดจนมีกิมมิกที่ทำให้คนจดจำกลุ่มเครือข่ายและผลิตภัณฑ์เม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเชบกได้มากยิ่งขึ้น เพิ่มการใส่ดนตรีประกอบเพื่อให้เกิดอารมณ์ร่วมมากขึ้น เป็นวิดีโอที่ใช้ระยะเวลาสั้น กระชับได้ใจความสำคัญ และมีซับไตเติ้ลเพิ่มการรับรู้ทั้งการอ่าน การฟัง และการมองเห็นทำให้จดจำวิดีโอได้มากขึ้น รวมถึงการใส่แฮชแท็ก (Hashtag) # มะม่วงหิมพานต์ลำเชบก ช่วยให้ลูกค้าสามารถค้นหาได้ง่ายขึ้น

เปิดตัวผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างเป็นทางการ พบว่า เครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเชบก ร่วมกันดำเนินการเปิดตัวผลิตภัณฑ์เม็ดมะม่วงหิมพานต์ ประกอบด้วย เม็ดเปลือก เม็ดขาว และผลิตภัณฑ์แปรรูปเม็ดมะม่วงหิมพานต์แผ่นเคลือบงาดำและน้ำผึ้ง สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างเป็นทางการใช้ช่องทางเฟสบุ๊ค ในการขายออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยการกำหนดชื่อเพจว่า “มะม่วงหิมพานต์ลำเชบก” มีตัวแทนของกลุ่มวิสาหกิจผู้ทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลเพจ (Admin) การกำหนดช่วงเวลาสำหรับการโพสต์ 4 โพสต์ต่อวัน การกำหนดเนื้อหาสำหรับการโพสต์เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับมะม่วงหิมพานต์ เช่น การทำสวน การเก็บผลผลิต และการแกะห่อเม็ด รวมถึงเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิตชุมชนลำเชบก เช่น ตลาดลำเชบก พิธีกรรมของชุมชนและการท่องเที่ยวชุมชน สุดท้ายเป็นการกำหนดการติดแฮชแท็ก 2 แฮชแท็ก คือ # มะม่วงหิมพานต์ลำเชบก และ # หอม หวาน มัน ใหญ่ กรอบและเนื้อแน่น

การประเมินผลการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานและสรุปบทเรียนการสร้างเครือข่ายและพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเชบก จังหวัดอุบลราชธานี

1) การประเมินผลการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเชบก จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากสมาชิกเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเชบก พบว่า การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเชบก จังหวัดอุบลราชธานีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ 2.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินการ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการแบ่งผลประโยชน์ร่วมกันมีระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับ

ปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ 3.21, 3.09 และ 2.82 ตามลำดับ ส่วนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการประเมินผลมีระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ 2.58 ดังแสดงใน Table 2.

Table 2. Participation of Members in the Lamsebok Cashew Nut Community Network, Ubon Ratchathani Province

Participation of Members	$\bar{X}$	S.D.	Participation Level
Participation of members in decision making	3.09	0.743	Moderate
Participation of members in operations	3.21	0.821	Moderate
Participation of members in sharing benefits	2.82	0.752	Moderate
Participation of members in evaluation	2.58	0.848	Low
Total	2.93	0.791	Moderate

2) การสรุปบทเรียนการสร้างเครือข่ายและพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เม็ดเงิน่ม่วงหิมพานต์ลำเซบก จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า สมาชิกเครือข่ายชุมชนเม็ดเงิน่ม่วงหิมพานต์ลำเซบก ร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อสรุปบทเรียนที่ได้จากการสร้างเครือข่ายและพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เม็ดเงิน่ม่วงหิมพานต์ลำเซบก จังหวัดอุบลราชธานี เกี่ยวกับสภาพปัญหา แนวทางการพัฒนา และปัจจัยการสร้างและบริหารเครือข่ายให้ประสบผลสำเร็จ เพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนให้เครือข่ายเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนในชุมชน โดยจำแนกออกเป็น 3 ระยะ ประกอบด้วย ระยะเตรียมการก่อนสร้างเครือข่ายชุมชนเม็ดเงิน่ม่วงหิมพานต์ ระยะก่อตั้งเครือข่ายชุมชนเม็ดเงิน่ม่วงหิมพานต์ และระยะการดำเนินงานกิจการของเครือข่ายชุมชนเม็ดเงิน่ม่วงหิมพานต์ ดังนี้

2.1) ระยะเตรียมการก่อนสร้างเครือข่ายชุมชนเม็ดเงิน่ม่วงหิมพานต์ลำเซบก พบปัญหาความไม่ชัดเจนเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของเครือข่ายชุมชนเม็ดเงิน่ม่วงหิมพานต์ลำเซบก และได้ร่วมกันเสนอแนวทางสำหรับการพัฒนาไว้ 4 แนวทาง ประกอบด้วย 1) สมาชิกเครือข่ายต้องทำความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของเครือข่ายให้เข้าใจและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน 2) สมาชิกเครือข่ายต้องทราบถึงเป้าหมายของการรวมกันเป็นเครือข่าย 3) สมาชิกเครือข่ายต้องมีการประชุม พบปะ พุดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันเป็นระยะอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ และ 4) สมาชิกเครือข่ายต้องมีระบบจัดเก็บข้อมูล เช่น ข้อมูลเครือข่าย ข้อมูลสมาชิก และการจดบันทึกรายงานการประชุม ดังแสดงใน Figure 1.

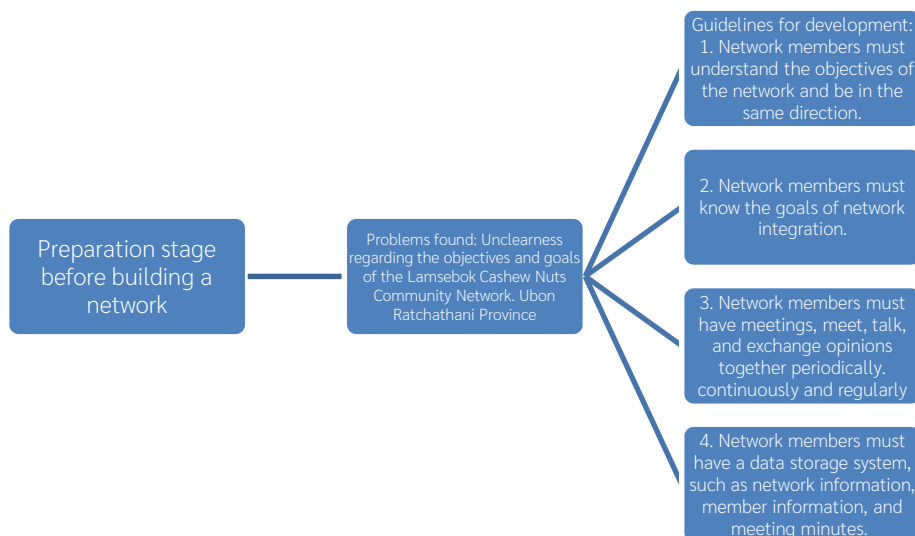


Figure 1. Network Members' Opinions on Lessons Learned from Network Building in the Preparation Stage Before Establishing the Community Network

2.2) ระยะก่อตั้งเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก พบปัญหาการติดต่อสื่อสารภายในเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบกขาดประสิทธิภาพ และได้ร่วมกันเสนอแนวทางสำหรับการพัฒนาไว้ 3 แนวทาง ประกอบด้วย 1) สมาชิกเครือข่ายต้องมีการติดต่อสื่อสารกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างสมาชิกเครือข่าย 2) สมาชิกเครือข่ายต้องเพิ่มบทบาทหน้าที่ของผู้ประสานเครือข่ายเป็นผู้ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานและเป็นผู้เชื่อมโยงและเอื้ออำนวยความสะดวกให้เกิดการสื่อสารภายในเครือข่าย 3) สมาชิกเครือข่ายต้องใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการติดต่อสื่อสาร เช่น สื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตช่องทางเฟสบุ๊ค ไลน์กลุ่ม หรืออื่น ๆ ที่ช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกสะดวก รวดเร็ว และทั่วถึง ดังแสดงใน Figure 2.

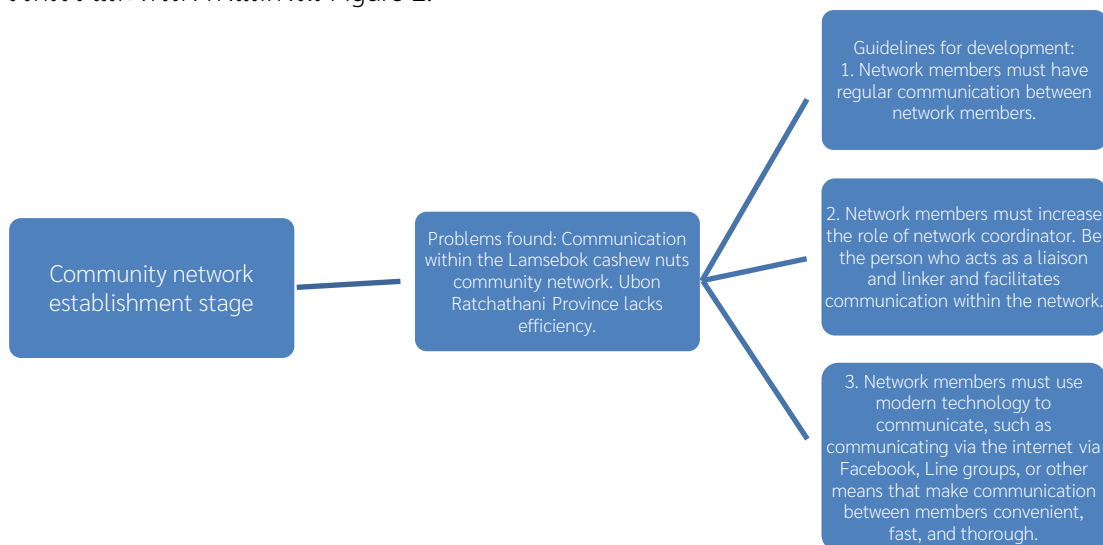


Figure 2. Network Members' Opinions on Lessons Learned from Network Building During the Community Network Establishment Stage

2.3) ระยะการดำเนินกิจกรรมของเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก พบปัญหาเงินทุนไม่เพียงพอสำหรับการดำเนินงานของเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก และได้ร่วมกันเสนอแนวทางสำหรับการพัฒนาไว้ 4 แนวทาง ประกอบด้วย 1) สมาชิกเครือข่ายต้องมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันและรักษาสัมพันธภาพที่ดีต่อกันไว้เสมอ 2) สมาชิกเครือข่ายต้องทำการประชาสัมพันธ์การระดมทุนเพิ่มจากการขายหุ้นแก่สมาชิกและคนในชุมชนให้ทราบอย่างทั่วถึง 3) สมาชิกเครือข่ายต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำระบบการเงินหรืองบประมาณที่ใช้ในการดำเนินงานด้วยหลักธรรมาภิบาลที่ยุติธรรม ชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ และ 4) สมาชิกเครือข่ายต้องมีระบบตรวจสอบการใช้จ่ายอย่างรัดกุมและมีการรายงานผลให้แก่สมาชิกเครือข่ายทราบเป็นระยะ ๆ อย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ ดังแสดงใน Figure 3.

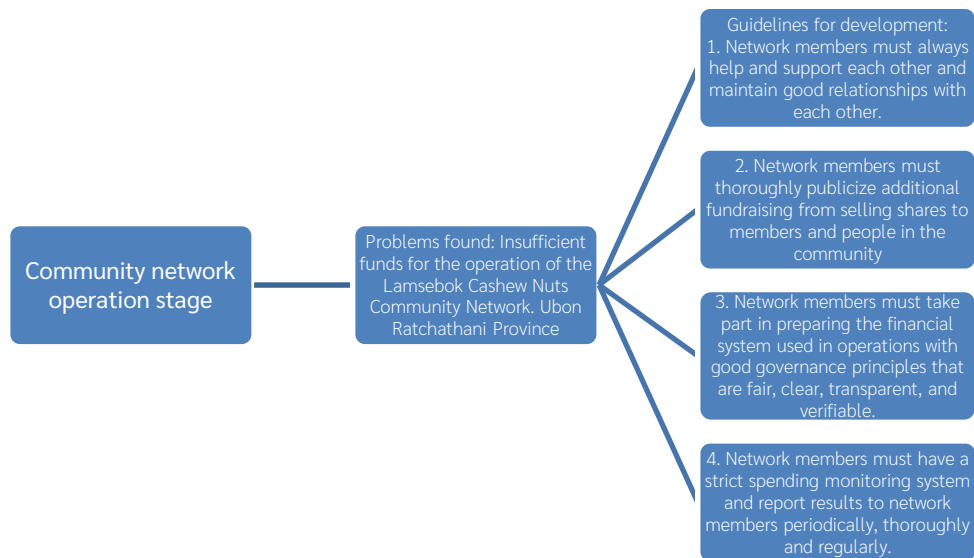


Figure 3. Network Members' Opinions on Lessons Learned from Building a Network During the Community Network Operation Stage

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า ปัจจัยสำคัญในการสร้างและบริหารเครือข่าย ประกอบด้วย 1) ผู้นำของเครือข่าย ถือเป็นบุคคลที่สำคัญที่สุดในการสร้างความสำเร็จให้กับเครือข่าย ต้องเป็นผู้มีภาวะผู้นำเข้มแข็งระดมความร่วมมือร่วมใจจากสมาชิกในกลุ่ม เข้าใจปัญหาและความต้องการของกลุ่ม 2) สมาชิกเครือข่ายต้องมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นร่วมกัน และตัดสินใจร่วมกันในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ 3) ระบบการติดต่อสื่อสารและการมีกิจกรรมร่วมกันระหว่างสมาชิกเครือข่าย เช่น การจัดกิจกรรมการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการติดต่อสื่อสาร เช่น การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตทั้งทางเฟซบุ๊ก และไลน์กลุ่ม ช่วยให้การติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกเป็นไปอย่างสะดวกสบาย รวดเร็ว สม่ำเสมอและทั่วถึง 4) เงินทุนในการดำเนินงาน เครือข่ายต้องมีงบประมาณเพื่อใช้ในการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ และช่วยให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมพร้อมทั้งมีระบบตรวจสอบการใช้จ่ายอย่างรัดกุมและมีการรายงานผลเป็นระยะ 5) ระบบการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อสร้างองค์ความรู้เฉพาะของกลุ่มผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน การปฏิบัติร่วมกัน การพบปะพูดคุย และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันช่วยให้เครือข่ายเข้มแข็งได้ในอนาคต และ 6) การถ่ายทอดสู่สมาชิก

รุ่นใหม่ จำเป็นต้องมีการถ่ายทอดสู่สมาชิกรุ่นใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับเครือข่าย ดังแสดงใน Figure 4.

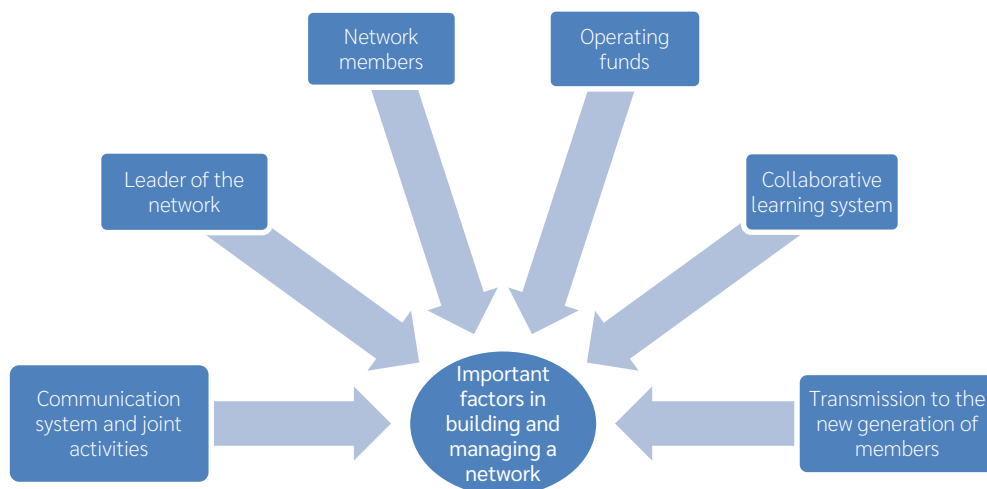


Figure 4. Important Factors in Building and Managing the Lamsebok Cashew Nut Community Network in Ubon Ratchathani Province

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาสภาพทั่วไปและศักยภาพชุมชนเมืงมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก เป็นการศึกษาเพื่อสำรวจชุมชน (Community Survey) ทำให้ทราบถึงสภาพความเป็นอยู่ของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การแปรรูป และการจัดจำหน่ายเมืงมะม่วงหิมพานต์ที่แท้จริง อันประกอบด้วย สภาพภาพกลุ่มชุมชน สภาพการดำเนินงาน สภาพปัญหาของชุมชน และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพชุมชน (SWOT Analysis) ทั้งนี้เนื่องจากการสัมภาษณ์ข้อมูลพื้นฐานระดับครัวเรือนซึ่งกระบวนการนี้จะทำให้ชุมชนเกิดการมีส่วนร่วม เกิดความเข้าใจตัวเอง เข้าใจชุมชน ได้เห็นข้อมูลชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การแปรรูป และการจัดจำหน่ายเมืงมะม่วงหิมพานต์ในชุมชนมากขึ้น ดังนั้นจะสามารถเชื่อมโยงไปสู่ขั้นตอนของการสร้างเครือข่ายและพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการจากการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของคนในชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Chandasaro/Phuchum (2017) ค้นพบความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนในเขตเทศบาลตำบลแกดำ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนมีความสัมพันธ์ต่อการพัฒนาชุมชนและการสร้างเครือข่าย ได้เสนอแนะว่าการพัฒนาชุมชนให้มีประสิทธิภาพควรเปิดโอกาสให้ชุมชนได้แสดงความคิดเห็นและรับรู้ข้อมูลชุมชนร่วมกัน ควรมีการพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันของคนในชุมชนเพื่อพัฒนาพื้นฐานชุมชนให้ อยู่ดี กินดี และมีงานทำ

การสร้างเครือข่ายชุมชนมะม่วงหิมพานต์ตามเส้นทางภูมิศาสตร์เศรษฐกิจลำเขbek จังหวัดอุบลราชธานี ด้วยกระบวนการ 4 ขั้นตอน คือ 1) การกระตุ้นจิตสำนึกการรวมกลุ่ม เป็นการให้หลักจิตวิทยาในการกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ร่วมกันของคนในชุมชนที่เกี่ยวข้องตั้งแต่กลุ่มต้นน้ำจนถึงปลายน้ำมะม่วงหิมพานต์ตามเส้นทางภูมิศาสตร์เศรษฐกิจลำเขbek ทั้งนี้เนื่องจากการทำให้คนในชุมชนเห็นความสำคัญของพืชเศรษฐกิจในชุมชน การนำทรัพยากรธรรมชาติด้านการเกษตรที่มีอยู่ในพื้นที่มาพัฒนาและเพิ่มผลประโยชน์ในเชิงธุรกิจ ด้วยกระบวนการรวมกลุ่มสร้างเครือข่าย จะช่วยสร้างพลังอำนาจในการต่อรองราคากับพ่อค้าคนกลาง สามารถยกระดับการเข้าถึงด้านการตลาด และเพิ่มโอกาสจากความร่วมมือและการเรียนรู้ร่วมกัน ถือเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้ชุมชน 2) การวิเคราะห์สถานภาพเครือข่าย ให้เกิดความเข้าใจในวัตถุประสงค์และเป้าหมายของเครือข่าย เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกัน และความต้องการที่จะรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่าย เกิดการมองเห็นประโยชน์ส่วนรวมในการพัฒนามะม่วงหิมพานต์ในเขตพื้นที่ลำเขbek ให้กลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่สามารถสร้างงานก่อให้เกิดการจ้างงาน และสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน 3) การจัดทำยุทธศาสตร์ ร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์ในการรวมกลุ่ม การบริหารจัดการกลุ่มและผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม การบริหารการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงการแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน 4) การนำไปสู่การปฏิบัติ ประกอบด้วย การจัดตั้งทีมงาน การดำเนินกิจกรรมการแผน การติดตามและประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของเครือข่าย ซึ่งกระบวนการที่กล่าวมาข้างต้นนี้สามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับชุมชนในการเริ่มต้นรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่ายชุมชน สร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้ชุมชน สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Meekotkob, Sawatta & Rattanakanasap (2021) พบว่า การสร้างเครือข่ายพึ่งตนเองของเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประกอบด้วยรูปแบบและขบวนการ ดังนี้ 1) มีการรับรู้มุมมองที่เหมือนกัน 2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน 3) มีความสนใจหรือผลประโยชน์ 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกทุกคนในเครือข่าย 5) มีการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน 6) การเกื้อหนุนพึ่งพากัน และ 7) การมีปฏิสัมพันธ์ในเชิงแลกเปลี่ยน และสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Sookplung & Odthon (2021) พบว่า กระบวนการพัฒนาเครือข่ายผู้ผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารจากเนื้อสัตว์ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1. การตระหนักและการก่อตัวของเครือข่าย 2. การสร้างพันธมิตรร่วมกัน 3. การแต่งตั้งคณะกรรมการ 4. การสร้างความรู้สึกลึกถึงความเป็นเจ้าของ และ 5. การติดตามและประเมินผล

การพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์มีดมะม่วงหิมพานต์ลำเขbek ประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญสำหรับการพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการออนไลน์ 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยภายใน คือ การให้สมาชิกเครือข่ายชุมชนมีองค์ความรู้ ทักษะ และความสามารถ และแรงบันดาลใจในการบริหารจัดการธุรกิจออนไลน์มีดมะม่วงหิมพานต์อย่างเป็นระบบ และปัจจัยภายนอก คือ การให้สมาชิกเครือข่ายชุมชนยกระดับศักยภาพในการบริหารจัดการเครือข่ายในมิติของการมีต้นแบบที่ดีในการดำเนินงาน ทั้งนี้เนื่องจากสมาชิกเครือข่ายได้มีการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ การเรียนรู้การตลาดออนไลน์ และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Thikom (2014) พบว่า การสร้างเครือข่ายมีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ และสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Phochadom (2020) พบว่า ปัจจัยด้านความรู้ ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ และเทคโนโลยี ส่งผลต่อความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ Startup และได้เสนอแนะว่าภาครัฐควรร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาในการส่งเสริมการฝึกอบรมเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ Startup ตลอดจนสอดคล้องกับการ

ศึกษาวิจัยของ Kwangsawad & Chaipattanamete (2013) พบว่า การวัดความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจทางอินเทอร์เน็ตอยู่ที่การพัฒนาพันธมิตรทางการตลาด และการทำการโปรโมทสินค้าผ่านทางเว็บไซต์

การประเมินผลที่มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของสมาชิกเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเชบก จังหวัดอุบลราชธานีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินการ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการตัดสินใจ และการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการแบ่งผลประโยชน์ร่วมกัน มีระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการประเมินผลมีระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้เนื่องจากในระยะแรกการเริ่มต้นเตรียมการก่อสร้างเครือข่ายสมาชิกเครือข่ายมีความกระตือรือร้นได้มีส่วนร่วมในการในการวางแผนการดำเนินงาน ร่วมกันตัดสินใจในการก่อตั้งเครือข่ายและร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรายได้และรายจ่ายของเครือข่าย แต่เมื่อเข้าสู่ระยะดำเนินการสมาชิกเครือข่ายร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสานงานกันลดลง อาจเนื่องด้วยการบริหารจัดการเวลาของสมาชิกในเครือข่ายไม่ลงตัว ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาของเครือข่ายลดน้อยลง สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Pricklek, Chimhad & Khaenamkhaew (2022) พบว่า การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล ส่วนด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

การสรุปบทเรียนที่ได้จากการสร้างเครือข่ายและพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์เม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเชบก จังหวัดอุบลราชธานี เกี่ยวกับสภาพปัญหา แนวทางการพัฒนา และปัจจัยการสร้างและบริหารเครือข่ายให้ประสบผลสำเร็จ เพื่อเป็นกลไกขับเคลื่อนให้เครือข่ายเกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนในชุมชน โดยจำแนกออกเป็น 3 ระยะ ประกอบด้วย ระยะเตรียมการก่อนสร้างเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ ระยะก่อตั้งเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ และระยะการดำเนินกิจการของเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Meekotkob, Sawatta & Rattanakanasap (2021) พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการสร้างเครือข่ายการพึ่งพาตนเองของเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือคือ 1) การกำหนดเป้าหมายวัตถุประสงค์ที่ไม่ชัดเจน 2) สมาชิกภายในเครือข่าย 3) การถูกรบกวน 4) การมีสถานภาพถูกต้องตามกฎหมาย และ 5) การติดตามและประเมินผลเครือข่าย และสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Pricklek, Chimhad & Khaenamkhaew (2022) ได้เสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนว่า ควรจัดให้มีการทำประชาคมเพื่อให้ประชาชนได้รับทราบถึงแผนการพัฒนาชุมชน ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานและการทำกิจกรรมต่าง ๆ ควรจัดทำหนังสือรายงานผลการดำเนินงานของแต่ละปีและนำเสนอผลการดำเนินงานผ่านทางโซเชียลมีเดียเพื่อง่ายต่อการติดตามตรวจสอบ นอกจากนี้ปัจจัยที่สำคัญในการสร้างและบริหารเครือข่ายชุมชนเม็ดมะม่วงหิมพานต์ลำเชบก จังหวัดอุบลราชธานีให้ประสบผลสำเร็จ ประกอบด้วย ผู้นำของเครือข่าย สมาชิกเครือข่าย ระบบการติดต่อ สื่อสาร และการมีกิจกรรมร่วมกัน เงินทุนในการดำเนินงาน ระบบการเรียนรู้ร่วมกัน และการถ่ายทอดสู่สมาชิกรุ่นใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับ Hongchayangkun & Thiangchanya (2017) นำเสนอแนวคิดและทฤษฎีการสร้างและบริหารเครือข่าย กล่าวถึงปัจจัยสำคัญในการสร้างและบริหารเครือข่าย ประกอบด้วย ผู้นำของเครือข่าย ระบบการติดต่อสื่อสาร การจัดระบบสารสนเทศ การมีทรัพยากรสนับสนุนอย่างเพียงพอ และการมีระบบการเรียนรู้ร่วมกัน และสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ Sakunpong (2022) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ

ดำเนินงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในภาพรวม การมีส่วนร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ แหล่งเงินทุนจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ และการได้รับความช่วยเหลือจากนักส่งเสริมการเกษตร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย

1. การสร้างเครือข่าย ควรมีส่วนร่วมทั้งกลุ่มภายในชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความเติบโตให้กับกลุ่มเครือข่าย ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มที่มีการผลิตสินค้าที่มีลักษณะเหมือนกันเพื่อเป็นการต่อยอดความรู้ ส่งผลให้ได้แนวทางที่ทำให้สามารถผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่องและเหมาะสม
2. สมาชิกเครือข่ายควรมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของเครือข่าย โดยมีส่วนร่วมของสมาชิกในการดำเนินการ มีส่วนร่วมของสมาชิกในการตัดสินใจ มีส่วนร่วมของสมาชิกในการแบ่งผลประโยชน์ร่วมกันในระดับมาก โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการประเมินผลควรกระตุ้นให้สมาชิกเครือข่ายเข้ามามีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานกิจกรรมของเครือข่ายและร่วมประเมินปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายมากยิ่งขึ้น
3. การสร้างเครือข่ายของคนในชุมชนในพื้นที่จะต้องหาสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นหรือมีความได้เปรียบในพื้นที่ เช่น วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม การเกษตร และผลิตภัณฑ์ โดยให้คนในชุมชนได้เลือกรูปแบบที่เหมาะสมกับเครือข่าย เพื่อให้กระบวนการสร้างเครือข่ายดำเนินไปอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ
4. การสร้างเครือข่ายของคนในชุมชนจะต้องเริ่มต้นจากความต้องการของคนในพื้นที่เป็นหลัก ไม่ควรมีการชี้นำจากภายนอก ซึ่งจะเป็นแนวทางที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มได้อย่างยั่งยืนจากการที่สามารถตอบสนองต่อลักษณะวิถีชีวิต ลักษณะเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกเครือข่ายได้อย่างแท้จริง
5. การพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนากิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการเรียนรู้ การพัฒนาด้านการตลาดและช่องทางการจำหน่ายแบบออนไลน์ ควรนำจุดอ่อนและอุปสรรคที่ได้จากการวิเคราะห์ของสมาชิกเครือข่ายมาปรับใช้ในการพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจของชุมชนนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
6. สมาชิกเครือข่ายมีการแปรรูปและการพัฒนาสูตรสำหรับเม็ดยะมวงหิมพานต์ หากแต่ยังขาดวัสดุ อุปกรณ์ เทคโนโลยีที่ทันสมัย และขาดความคิดสร้างสรรค์เชิง ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุน โดยการจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับการลงทุนและแหล่งทุนสำหรับเครือข่าย การรู้เท่าทันเทคโนโลยีการผลิตเม็ดยะมวงหิมพานต์ และหาตลาดรองรับเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เม็ดยะมวงหิมพานต์ออกสู่ตลาดและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค อีกทั้งเป็นการพัฒนากลุ่มเครือข่ายให้มีศักยภาพด้านการเป็นผู้ประกอบการและด้านการตลาดในการดำเนินงานเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษารูปแบบการดำเนินงานของเครือข่ายที่มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ และบริบทของเครือข่าย เพื่อให้ผลการศึกษาสະທ້ອນให้เห็นถึงรูปแบบการดำเนินงานของเครือข่ายที่มีความหลากหลาย และสอดคล้องกับสถานการณ์ และบริบทของเครือข่าย
2. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความล้มเหลวของเครือข่ายชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้ผลการศึกษาสະທ້ອນให้เห็นถึงปัจจัยใดบ้างที่เป็นสาเหตุแห่งความล้มเหลวของเครือข่าย และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเครือข่ายชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการให้เกิดความยั่งยืนได้ในอนาคต
3. การศึกษาการพัฒนาแบบการสร้างเครือข่ายชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการ ในมิติของการดำเนินธุรกิจออนไลน์ในแพลตฟอร์มอื่น ๆ เพื่อเป็นการต่อยอด และทำให้ทราบถึงปัญหาของการพัฒนาที่ตรงจุด

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องการสร้างเครือข่ายและพัฒนาศักยภาพชุมชนสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์มีดีดมะม่วงหิมพานต์ตามเส้นทางภูมิศาสตร์เศรษฐกิจลำเซบก จังหวัดอุบลราชธานี ได้รับงบประมาณสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี งบประมาณเงินอุดหนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ประจำปีงบประมาณ 2566 จึงขอขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้

References

- Agranoff, R. (2006). Inside Collaborative Networks: Ten Lessons for Public. Managers. [Special issues]. *Public Administrative Review*, 66(6), 56-65.
- Agricultural Research Development, Agency Public organization. (2018). *Economic crops, income generating products for households and the country*. Retrieved on September 20, 2021 from <http://www.arda.or.th/index.php>. (in Thai)
- Amnat Charoen Province, Cooperative Office. (2022). *Knowledge Management*. Retrieved from https://km.cpd.go.th/pdf-bin/pdf_7483165648.pdf. (In Thai)
- Bunyarat, N. (2016). *The Network of Water Chestnut Farmers at Suphanburi Province*. (master's thesis). Silpakorn University. Phetchaburi, Thailand. (in Thai)
- Chandasaro/Phuchum, N. (2017). *Factors affecting community development in Kadda Subdistrict Municipality, Kadda District, Maha Sarakham Province*. Academic Conference on Graduate Research Presentation No. 2 Maha Sarakham Rajabhat University. Maha Sarakham, Thailand. (in Thai)
- Charoensin, W. & Rattanasak, T. (2018). The Community Network Operations Process in Sa-eab Sub District, Song District, Phrae Province. *Academic Journal of Humanities and Social Sciences Burapha University*, 26(51), 145-169. (in Thai)
- Department of Agricultural Extension. (2020). *Creation and development of production and marketing of agricultural products*. Retrieved from http://www.agriman.doae.go.th/home/Research/Marketing/08_area.pdf. (in Thai)
- Emjai M., & Srijamcharone S. (2020). *Conducting online market with creating social media. (Cooperative Education)*. Bangkok: Faculty of Business Administration, Siam University. (in Thai)
- Hongchayangkun, K. & Thiangchanya, P. (2017). *Network creation and management*. Songkla: Prince of Songkla University. (in Thai)
- Information and Communication Technology Center, Department of Agricultural Extension. (2020). *Report on the cashew planting situation in 2019, classified by province*. Retrieved on September 22, 2021 from <http://production.doae.go.th/> (in Thai)
- Jirapakpong, C., Phariyathvarakron, P., Sangtong, S. & Konwong, S. (2022). The Development of Networking Market Mechanism of Right Occupation Community Creative Products of Phrae Province. *Nakhon lampang Buddhist's Journal*, 11(3), 84-101. (in Thai)

- Kampheangphet, M. (2017). *Development Model of Establishing Smart Farmer in Organic Farm Business of Thailand 4.0*. (Doctoral dissertation). Silpakorn University. Phetchaburi, Thailand. (in Thai)
- Kanchanasuwan, T. (2009). *Electronic-Commerce*. Bangkok: KTP Comp and Consult. (in Thai)
- Kwangsawad, A. & Chaipattanametee, P. (2013). Factor to Accomplish the Affiliate Marketing for Internet Entrepreneur: a preparation to AEC. Rajamangala University of Technology Rattanakosin. (in Thai)
- Kuratko, D.F. & Hodgetts, R.M. (1998): *Entrepreneurship: A contemporary Approach*. Hinsdale, IL: The Dryden Press.
- Likert, R. (1961). *New Pattern of Management*. New York: McGraw – Hill.
- Meekotkob, P., Sawatta, S., & Rattanakasap, P. (2021). The Network Creation of Self-Reliance of Farmers in the Northeast. *Phimoldhamma Research Institute Journal*, 8(2) (July-December), 17-26. (in Thai)
- Murmpho, S. (2016). *Potential Development for Community Entrepreneurs Based on the Concept of Creative Economy*. (Doctoral dissertation). Silpakorn University. Phetchaburi, Thailand. (in Thai)
- National Statistical Office. (2018). *Working conditions of the population: executive summary November 2018*. Retrieved from <https://www.ryt9.com/s/nso/2930822> (In Thai)
- National Statistical Office, Ministry of Digital Economy and Society. (2019). *Press release from the National Statistical Office: Agricultural Change Survey 2018*. Bangkok: Public Relations Group. Secretary's office. (in Thai)
- National Economic and Social Development Board Office. (2018). *National Economic and Social Development Plan No. 12 (2017-2021)*. Retrieved from http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422 (in Thai)
- Phithuk, A. (2020). *The Development of Farmers to be Smart Entrepreneur Farmers*. (Doctoral dissertation). Silpakorn University. Phetchaburi, Thailand. (in Thai)
- Phochadom, S. (2020). *Factors Affecting Intention to Become a Startup Entrepreneur of the 4th Year Undergraduates Students in Hat Yai District, Songkhla Province*. (master's thesis). Hatyai University. Songkhla, Thailand. (in Thai)
- Pricklek, S., Chimhad, P. & Khaenamkhaew, D. (2022). The Participation in Community Development of The People in Nong Hong Sub-District Administrative Organization, Thung Song District, Nakhon Si Thammarat Province. *Journal of MCU Nakhondhat*, 9(4), 436-452. (in Thai)
- Sakunpong, N. (2022). The Model of Community Enterprise Networks Operation under the Sustainable Development Concept, Chiang Mai Province. *Journal of Agricultural Production*. 4(2), 104-115. (in Thai)
- Sansan, W. (2016). *Online Marketing*. Bangkok: Academic Promotion Center. (in Thai)

- Sampaotong, V. (2018). *Online Marketing Communications Strategy and Value Added of Cosmeceuticals Business*. (master's thesis). Silpakorn University. Phetchaburi, Thailand. (in Thai)
- Secretariat of the Education Council Office. (2018). *National Education Plan 2017-2036*. Bangkok: Phrik Wan Graphic. (in Thai)
- Sookplung, W. & Odthon, A. (2021). The Network development process of meat processing product cluster in Ubon Ratchathani. *Journal of Administrative and Management Innovation*, 9(3), 62-67. (in Thai)
- Sukkho, S. (2017). *What is Facebook Fanpage? What are its benefits?*. Retrieved from <http://www.clickshopzone.com/csz/blog/Facebook-Fanpage>. (in Thai)
- Thikom, W. (2014). Effect of Networking and Marketing Strategy toward the Success of Agricultural Chemicals Entrepreneurs in Lampang Province. (master's thesis). Lampang Rajabhat University. Lampang, Thailand. (in Thai)
- Thongmeethip, K. (2021). Agricultural Development in Thailand in Terms of Community Development and Quality of Life. *PSDS Journal of Development Studies, Puey Ungphakorn School of Development Studies, Thammasat University*, 4(1), 132-162. (in Thai)
- Ubon Ratchathani Province. (2021). *General information of Ubon Ratchathani Province*. Retrieved from http://www.ubonratchathani.go.th/general_info.php (in Thai)
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row Publications.