

Research Article

Received:

22 December 2025

Received in revised form:

8 April 2026

Accepted:

16 April 2026

Chantha Thanawattana^{1*}, Thumwimon Sukserm² and Nimmannoradee Promtong³

¹Faculty of Political Science, Ubon Ratchathani University, Warin Chamrap District, Ubon Ratchathani Province, 34190 Thailand

²Ubon Ratchathani Business School, Ubon Ratchathani University, Warin Chamrap District, Ubon Ratchathani Province, 34190 Thailand

³Faculty of Agriculture, Ubon Ratchathani University, Warin Chamrap District, Ubon Ratchathani Province, 34190 Thailand

*Corresponding author's E-mail: chantha.t@ubu.ac.th

Extended Abstract (1/2)



Background: Ubon Ratchathani Province, Thailand continues to face structural poverty, especially among smallholder farming households whose incomes remain unstable and largely dependent on primary agricultural production. In Tha Mueang Subdistrict, Don Mot Daeng District, more than 25,000 cashew trees are cultivated, producing over 112 tons of raw cashew nuts each year. Despite this strong production base, most farmers still sell their harvest as raw materials through middlemen. Farmers also have limited opportunities to organize collectively and often lack knowledge in farm management, soil improvement, and product value addition. As a result, average productivity remains only about 103 kilograms per rai (approximately 644 kilograms per hectare), which is significantly lower than the provincial average. This short and weak value chain has become a major constraint preventing poor households from increasing their income. For this reason, this research focused on strengthening the cashew value chain through a community-based participatory process in order to improve household income and support stronger local economic development.

Objectives: This study aimed to examine how the cashew value chain in Tha Mueang Subdistrict, Don Mot Daeng District, Ubon Ratchathani Province could be strengthened to improve access to livelihoods and increase income among cashew-growing farmers and poor households. The study explored the existing structure of the value chain and the key constraints affecting income generation through a participatory analysis process with farmers and community enterprise members. At the same time, the research supported improvements in production practices and product value addition through collective learning and cooperation within the community enterprise. The goal was to develop a more inclusive value chain that benefits poor households and strengthens the local grassroots economy.

Methodology: This research applied a Participatory Action Research (PAR) approach, with members of the Lam Sebok Mueang Muang Cashew Community Enterprise playing a central role in identifying problems, designing solutions, and implementing activities. Government agencies and academic institutions provided technical support throughout the process. The

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS





Extended Abstract (2/2)

work was carried out through three main processes. First, the project strengthened community enterprise members through participatory discussions that linked production challenges with income-related problems. Members jointly analyzed the cashew value chain and worked together to identify solutions. Knowledge-sharing workshops and training sessions were organized with experts from the Faculty of Agriculture, Ubon Ratchathani University. These activities included soil

analysis, compost production, systematic orchard management, and irrigation system installation. Peer learning among members also helped reduce production costs and improve productivity per Rai. For the next process, the project supported cashew processing activities through the development of the SREBOK brand. Raw cashew nuts were upgraded into processed products such as herb-roasted cashew nuts, salted roasted cashews, and cashew cookies. Packaging was designed, market testing was conducted, and a business plan for cashew cookies was developed to strengthen entrepreneurial skills among members. Finally, the project expanded collaboration networks with government agencies and educational institutions to support the long-term development of a more complete and sustainable value chain.

Results and Findings: The study found that strengthening the cashew value chain through a participatory community process created improvements across all stages of the value chain—from upstream production to midstream organization and downstream marketing. At the upstream level, community enterprise members improved orchard management through soil analysis, appropriate fertilizer application, varietal improvement, and irrigation system development. As a result, 39 model learning plots were established as shared learning spaces. At the midstream level, the formation of a community enterprise enabled members to set a purchasing price for cashew nuts that was 3 Baht (approximately 0.1 USD) per kilogram higher than the price offered by middlemen, increasing farmers' bargaining power. At the downstream level, new processed products were successfully developed under the SREBOK brand, including herbal roasted cashews, salted roasted cashews, and cashew cookies. Packaging improvements and market testing helped the community increase product value and expand marketing channels in practical ways. Following the 2024 harvest season, income among 74 poor member households increased from 6,432 to 7,183 Baht (approximately 200 to 223 USD) per month, representing an increase of 11.69%. Other members also benefited from improved technical knowledge, higher selling prices, and stronger bargaining power when dealing with traders.

Outcome, Impacts and Sustainability: The development of the cashew value chain in Tha Mueang Subdistrict produced important outcomes at the household, group, and community levels. These included improved production capacity among farmers, stronger community enterprise management, increased income shares for poor households within the value chain, and stronger cooperation among local development partners. The collective learning process strengthened both social capital and human capital within the community, enabling members to become more self-reliant and better prepared to expand future economic activities. At the policy level, the Tha Mueang Subdistrict Administrative Organization integrated support for the Lam Sebok Mueang Muang Cashew Community Enterprise into its five-year local development plan. The enterprise will receive annual financial support of 100,000 Baht (approximately 3,110 USD) from fiscal years 2025 to 2027, helping ensure the continuity and sustainability of the initiative.

Keywords: Ubon Ratchathani Province, Value chain, Cashew nut, Community enterprise, Poverty reduction

บทความวิจัย

วันที่รับบทความ:

22 ธันวาคม 2568

วันแก้ไขบทความ:

8 เมษายน 2569

วันตอบรับบทความ:

16 เมษายน 2569

จันทรา ณะวัฒนาวงศ์^{1*} ธรรมวิมล สุขเสริม² และ นิมมานรดี พรหมทอง³

¹คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี 34190

²คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี 34190

³คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี 34190

*ผู้เขียนหลัก อีเมล: chantha.t@ubu.ac.th

บทคัดย่อ

สถานการณ์ที่เป็นอยู่เดิม: จังหวัดอุบลราชธานีเผชิญปัญหาความยากจนเชิงโครงสร้าง โดยเฉพาะครัวเรือนเกษตรกรรายย่อยที่มีรายได้ไม่มั่นคงและพึ่งพาการผลิตขั้นต้นเป็นหลัก ตำบลท่าเมือง อำเภอดอนมดแดง เป็นพื้นที่ที่ปลูกมะม่วงหิมพานต์มากกว่า 25,000 ต้น มีผลผลิตเมล็ดมะม่วงหิมพานต์กว่า 112 ตันต่อปี อย่างไรก็ตาม เกษตรกรส่วนใหญ่ยังจำหน่ายเมล็ดดิบผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยขาดการรวมกลุ่ม ขาดองค์ความรู้ด้านการจัดการแปลง การปรับปรุงดิน และการเพิ่มมูลค่าผลผลิต ส่งผลให้ผลผลิตเฉลี่ยอยู่เพียง 103 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยระดับจังหวัดอย่างมีนัยสำคัญ ข้อจำกัดสำคัญของการเพิ่มรายได้ของครัวเรือนยากจนจึงอยู่ที่โครงสร้างห่วงโซ่คุณค่าที่สั้นและเปราะบาง

วัตถุประสงค์: การวิจัยนี้พัฒนาห่วงโซ่คุณค่ามะม่วงหิมพานต์ตำบลท่าเมือง เพื่อสร้างโอกาสการเข้าถึงอาชีพและเพิ่มรายได้ให้แก่เกษตรกรและครัวเรือนยากจนที่ปลูกมะม่วงหิมพานต์ โดยการวิเคราะห์โครงสร้างห่วงโซ่คุณค่าที่มีอยู่เดิมและข้อจำกัดที่ส่งผลต่อการสร้างรายได้ของครัวเรือนเกษตรกรและครัวเรือนยากจนอย่างมีส่วนร่วม ควบคู่กับการพัฒนาระบบการผลิตและการเพิ่มมูลค่าผลผลิต ผ่านการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและการเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิก เพื่อสร้างห่วงโซ่คุณค่าที่เข้มแข็งและยืดหยุ่นต่อการยกระดับรายได้ของครัวเรือนยากจน นำไปสู่การเสริมสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจฐานราก

วิธีการดำเนินงาน: การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเมืองม่วงหิมพานต์ลำเซบกเป็นแกนหลักในการร่วมคิดและร่วมปฏิบัติการ และภาคราชการและภาควิชาการร่วมสนับสนุนองค์ความรู้ การดำเนินงานประกอบด้วย 3 กระบวนการ ดังนี้ 1) การสร้างความเข้มแข็งของสมาชิก ดำเนินการผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมตั้งแต่การปรึกษาหารือปัญหาของการปลูกมะม่วงหิมพานต์ที่เชื่อมโยงกับปัญหารายได้ นำมาสู่การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าโดยสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เพื่อร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาและตัดสินใจแก้ไขปัญหามีการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้และฝึกอบรม โดยอาจารย์และผู้เชี่ยวชาญจากคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการวิเคราะห์ดิน การทำปุ๋ยหมัก การจัดการสวนอย่างเป็นระบบ และเทคโนโลยีการวางระบบน้ำ พร้อมทั้งการแลกเปลี่ยน

คำสำคัญ:

จังหวัดอุบลราชธานี
ห่วงโซ่คุณค่า
มะม่วงหิมพานต์
วิสาหกิจชุมชน
การลดความยากจน





บทคัดย่อ (2/2)

เรียนรู้ระหว่างสมาชิก เพื่อลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มผลผลิตต่อไร่ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปมะม่วงหิมพานต์ การสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านการพัฒนาตราสินค้า เซบก (SREBOK) ผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น เมล็ดมะม่วงหิมพานต์คั่วสมุนไพร เมล็ดมะม่วงหิมพานต์อบเกลือ และคุกกี้มะม่วงหิมพานต์ มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทดสอบตลาด และจัดทำแผนธุรกิจ เพื่อเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการร่วมกันของสมาชิก และ 3) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ การต่อยอดการพัฒนาผ่านการเชื่อมโยงกับ

หน่วยงาน ภาครัฐและสถาบันการศึกษา เพื่อสนับสนุนการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าอย่างครบวงจร

ผลการดำเนินงาน: การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่ามะม่วงหิมพานต์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทุกระดับของห่วงโซ่คุณค่า ดังนี้ ระดับต้นน้ำ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนสามารถยกระดับการจัดการแปลงปลูก โดยใช้การวิเคราะห์ดิน การใช้ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ การปรับปรุงพันธุ์ และการพัฒนาระบบน้ำ ส่งผลให้เกิดแปลงต้นแบบจำนวน 39 แปลงเป็นพื้นที่เรียนรู้ร่วมกัน ระดับกลางน้ำ เกิดการรวมกลุ่มจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนที่สามารถกำหนดกลไกราคาซื้อขายผลผลิตสูงกว่าพ่อค้าคนกลาง 3 บาทต่อกิโลกรัม และเพิ่มอำนาจต่อรองของเกษตรกร ระดับปลายน้ำ การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูป ได้แก่ มะม่วงหิมพานต์คั่วสมุนไพร มะม่วงหิมพานต์คั่วเกลือ และคุกกี้มะม่วงหิมพานต์ภายใต้ตราสินค้า เซบก (SREBOK) พร้อมการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการทดสอบตลาด ส่งผลให้ชุมชนสามารถเพิ่มมูลค่าผลผลิตและขยายช่องทางตลาดได้อย่างเป็นรูปธรรม หลังจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตในปี พ.ศ. 2567 พบว่าครัวเรือนยากจนที่เป็นสมาชิก 74 ครัวเรือน มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 6,432 บาท/เดือน เป็น 7,183 บาท/เดือน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.69 ขณะที่สมาชิกที่เหลือได้รับประโยชน์ทั้งด้านองค์ความรู้ในการจัดการสวน การขายผลผลิตในราคาที่สูงขึ้น และการมีอำนาจต่อรองกับพ่อค้าคนกลางมากขึ้น

ผลลัพธ์ ผลกระทบ และความยั่งยืน: การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่ามะม่วงหิมพานต์ในตำบลท่าเมืองก่อให้เกิดผลลัพธ์สำคัญทั้งในระดับครัวเรือน กลุ่ม และพื้นที่ ได้แก่ การเพิ่มศักยภาพการผลิตของเกษตรกรผู้เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชน การสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน การเพิ่มส่วนแบ่งรายได้ของครัวเรือนยากจนในห่วงโซ่คุณค่า และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคีในระดับพื้นที่ กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันช่วยเสริมสร้างทุนทางสังคมและทุนมนุษย์ของชุมชน ส่งผลให้เกิดความสามารถในการพึ่งพาตนเองและเพิ่มโอกาสต่อยอดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังเกิดผลกระทบเชิงนโยบาย โดยองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเมือง ได้บรรจุกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชนเมืองม่วงหิมพานต์ลำเซบก เข้าสู่แผนพัฒนาท้องถิ่นระยะ 5 ปี พร้อมสนับสนุนงบประมาณปีละ 100,000 บาท ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2568-2570 ซึ่งสะท้อนถึงความยั่งยืนของการพัฒนาที่ได้รับการยอมรับและสนับสนุนจากภาครัฐในระดับพื้นที่

บทนำ Introduction

จังหวัดอุบลราชธานี เผชิญกับสถานการณ์ความยากจน โดยในปี พ.ศ. 2567 มีสัดส่วนคนจนเมื่อวัดจากรายจ่ายเพื่ออุปโภค บริโภคสูงถึงร้อยละ 20.34 จัดเป็นลำดับที่ 5 ของประเทศ รองจาก จังหวัดแม่ฮ่องสอน ยะลา บัตตานี และนราธิวาส ซึ่งสถานการณ์ ความยากจนในจังหวัดอุบลราชธานีมีลักษณะไม่คงที่ บางปีไม่ติด อันดับ 1 ใน 10 จังหวัดที่มีสัดส่วนคนจนมากที่สุดในประเทศ เช่น ปี พ.ศ. 2566 จังหวัดอุบลราชธานีมีสัดส่วนคนจนอยู่ในระดับต่ำ ร้อยละ 5.15–10.29 แต่ปี พ.ศ. 2567 มีสัดส่วนคนจนอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 15.45–20.59 (Office of the National Economic and Social Development Council, 2024) กล่าวได้ว่าสถานการณ์ความยากจน ในจังหวัดอุบลราชธานี มีความผันผวนสูงตามบริบทเศรษฐกิจ สังคม และภัยพิบัติในพื้นที่ โดยเฉพาะความเปราะบางของ โครงสร้างเศรษฐกิจฐานเกษตรและความเสี่ยงจากอุทกภัยซ้ำซาก ส่งผลให้สัดส่วนคนจนมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาเพียง 1 ปี

ความยากจนเป็นปัญหาที่เกิดจากปัจจัยหลายประการ ซึ่ง สัมพันธ์กับทุนในการดำรงชีพทั้ง 5 มิติ ทั้งทุนมนุษย์ ทุนกายภาพ ทุนเศรษฐกิจ ทุนธรรมชาติ และทุนทางสังคม ครุว์เรือนยากจนใน อำเภอดอนมดแดงที่ได้รับการสำรวจและบันทึกลงในระบบฐาน ข้อมูลระบบข้อมูลครุว์เรือนยากจนระดับจังหวัด (Practical Poverty Provincial Connex: PPPConnex) ในปี พ.ศ. 2567 มีศักยภาพทุน 5 ด้าน ดังนี้ ค่าเฉลี่ยทุนมนุษย์อยู่ที่ระดับ 2.73 ทุนกายภาพอยู่ที่ ระดับ 2.41 ทุนเศรษฐกิจอยู่ที่ระดับ 2.34 ทุนธรรมชาติอยู่ที่ระดับ 1.76 และทุนทางสังคมอยู่ที่ 1.97 (Practical Poverty Provincial Connex, 2024) ซึ่งทุนเศรษฐกิจ ทุนธรรมชาติ และทุนทางสังคม คือปัจจัยหลักที่ทำให้ครุว์เรือนยากจนในอำเภอดอนมดแดง เผชิญกับความยากจน เนื่องจากครุว์เรือนเหล่านี้มีรายได้จากการเกษตร และเงินที่ลูกหลานทำงานต่างถิ่นส่งกลับ ซึ่งเป็นรายได้ ที่ไม่สม่ำเสมอ

ฐานข้อมูลระบบข้อมูลครุว์เรือนยากจนระดับจังหวัด (Practical Poverty Provincial Connex : PPPConnex) ที่ดำเนินการ ผ่านโครงการวิจัยเพื่อพัฒนาพื้นที่และแก้ไขปัญหาคความยากจน จังหวัดอุบลราชธานี ระบุว่า ตำบลท่าเมือง อำเภอดอนมดแดง มี ครุว์เรือนยากจน 326 ครุว์เรือน คิดเป็นประชากร 1,654 คน ครุว์เรือนเหล่านี้มีทุนมนุษย์และทุนกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนธรรมชาติ และทุนทางสังคมอยู่ใน ระดับต่ำ รายได้เฉลี่ยต่อครุว์เรือนอยู่ที่ 6,432 บาทต่อเดือน ซึ่ง ประกอบด้วยรายได้จากการสวัสดิการของรัฐ การประกอบอาชีพ เกษตรกรรม ทั้งการปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ การประมง และรายได้

จากบุตรหลานหรือบุคคลในครอบครัวที่ทำงานต่างถิ่น สะท้อนถึง ความไม่มั่นคงด้านรายได้ของครุว์เรือนตำบลท่าเมือง

สถานการณ์ที่เป็นอยู่เดิม Former Situation

ตำบลท่าเมือง อำเภอดอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี แบ่งการปกครองออกเป็น 10 หมู่บ้าน พื้นที่เป็นที่ราบลุ่มติดกับ ลำเซบก ประชาชนที่อาศัยอยู่ในตำบลท่าเมืองประกอบอาชีพ เกษตรกรรม ทั้งการทำนาและปลูกพืช เช่น ยางพารา มันสำปะหลัง ถั่วลิสง ข้าวโพด รวมทั้งมะม่วงหิมพานต์ การประมงและการ ปศุสัตว์ แม้การประกอบอาชีพจะมีความหลากหลาย แต่เนื่องจาก ที่ตั้งติดกับลำเซบกซึ่งเป็นลำน้ำสาขาของแม่น้ำมูล จึงทำให้ตำบล ท่าเมืองเป็นพื้นที่เผชิญกับภัยน้ำท่วมในปีที่มีน้ำหลากจากแม่น้ำมูล รวมทั้งยังเผชิญกับภัยแล้งในฤดูแล้งหรือช่วงฝนทิ้งช่วง แม้ว่าตำบล ท่าเมืองจะมีระบบชลประทานและสถานีสูบน้ำด้วยไฟฟ้า แต่ยังไม่ สามารถกระจายน้ำไปได้ทั่วทุกพื้นที่ เนื่องจากสถานีสูบน้ำที่องค์การ ปกครองส่วนท้องถิ่นใช้งานได้รับมาจากการถ่ายโอนจากกรม ชลประทาน ขาดงบประมาณและบุคลากรในการซ่อมบำรุงรักษา ทำให้สถานีสูบน้ำไม่สามารถทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

ลักษณะดินของพื้นที่ตำบลท่าเมือง เป็นดินทราย-ร่วน ทราย เนื้อดินหยาบลึก-ลึกมาก ซึ่งเกิดจากตะกอนลำน้ำหรือจาก การสลายตัวผุพังของวัตถุก่อกำเนิดดินเนื้อหยาบ ดินเป็นกรดจัด- เป็นกลาง ความอุดมสมบูรณ์ต่ำ (Soil Resources Survey and Research Division, 2026) ทำให้ตำบลท่าเมืองปลูกมะม่วงหิมพานต์ มากกว่าพื้นที่อื่น ๆ ในอำเภอดอนมดแดง เนื่องจากมะม่วงหิมพานต์ เป็นพืชที่สามารถเจริญเติบโตและให้ผลผลิตได้ดีกว่าพืชชนิดอื่น แม้ดินมีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ

โครงการการพัฒนาแนววัฒนธรรมเพื่อยกระดับรายได้และ ส่งเสริมคุณภาพชีวิตอย่างมีส่วนร่วม อำเภอดอนมดแดง จังหวัด อุบลราชธานี ภายใต้ชุดโครงการวิจัยเพื่อพัฒนาพื้นที่และแก้ไข ปัญหาคความยากจนจังหวัดอุบลราชธานีในปี พ.ศ. 2566 พบว่า ตำบลท่าเมืองปลูกมะม่วงหิมพานต์มากกว่า 25,000 ต้น ดัง ภาพที่ 1 (Figure 1) และมีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ประมาณ 112 ตัน/ปี (Tupmongkol et al., 2025) อย่างไรก็ตาม ครุว์เรือนผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ร้อยละ 90 ยังเป็นเกษตรกรรายย่อย ที่จำหน่ายผลผลิตรายบุคคล แม้จะมีวิสาหกิจบ้านไร่จันทกานต์ เป็นการดำเนินการในลักษณะครอบครัว ขาดการรวมกลุ่มใน วงกว้าง นำไปสู่การขาดอำนาจในการต่อรองราคาของเกษตรกร สถานการณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่าเกษตรกรถูกจำกัดบทบาทอยู่เพียง ต้นน้ำ ขาดการรวมกลุ่ม ขาดการเรียนรู้ร่วมกัน และขาดช่องทาง การเพิ่มมูลค่าผลผลิต เนื่องจากมะม่วงหิมพานต์ดิบเก็บเกี่ยวได้

เพียงปีละ 1 ครั้ง โดยมีพ่อค้าคนกลางหรือพ่อค้าเร่ทำหน้าที่รวบรวมผลผลิตและเป็นผู้กำหนดราคาซื้อขาย

ปี พ.ศ. 2566 ครุว์เรือนผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ในตำบลท่าเหมืองรวมกลุ่มจดทะเบียนจัดตั้งเป็นวิสาหกิจเมืองมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก ตำบลท่าเหมือง มีทุนเรือนหุ้นทั้งหมด 2,104 หุ้น หุ้นละ 100 บาท เป็นเงิน 210,400 บาท มีสมาชิกจำนวน 155 ครุว์เรือน ซึ่งเป็นสมาชิกครุว์เรือนยากจนในฐานข้อมูล PPPConnext จำนวน 74 ครุว์เรือน หรือคิดเป็นร้อยละ 47.7 ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนทั้งหมด (Tupmongkol et al., 2025) จากนั้นจึงมีการสำรวจข้อมูลพื้นที่ปลูก

ผลผลิต และรายได้ของสมาชิกวิสาหกิจ เนื่องจากมะม่วงหิมพานต์ออกดอกในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ และเกษตรกรจะสามารถเก็บผลผลิตเพื่อจำหน่ายได้ตั้งแต่กลางเดือนมีนาคมถึงช่วงปลายเดือนเมษายนของทุกปี แปลงปลูกมะม่วงหิมพานต์มีเนื้อที่รวม 364 ไร่ ให้ผลผลิตเมล็ดมะม่วงหิมพานต์สดปีละประมาณ 36.6 ตัน สร้างรายได้กว่า 1.1 ล้านบาท ดังตารางที่ 1 (Table1)

ห่วงโซ่คุณค่าของมะม่วงหิมพานต์ในตำบลท่าเหมือง ดังภาพที่ 2 (Figure 2) มีลักษณะสั้นและเปราะบาง โดยในระดับต้นน้ำเกษตรกรส่วนใหญ่เพาะปลูกมะม่วงหิมพานต์ด้วยวิธีการดั้งเดิมที่



Figure 1 (a) Cashew plantations in Tha Mueang Subdistrict and (b) Raw cashew nuts

Table 1 Number of members, cultivated area, production output and income from cashew kernels of the Lam Sebok Cashew Community Enterprise members, Tha Mueang Subdistrict, Don Mot Daeng District, Ubon Ratchathani Province, in 2023

Village name	Number of households	Cultivated area (Rai)	Product (kg)	Income (Baht)
1. Ban Tha Mueang	15	40	3,423	99,460
2. Ban Yang Kadoo	19	51	4,993	140,500
3. Ban Od	14	36	1,699	51,176
4. Ban Na Dee	16	40	3,510	95,900
5. Ban Sawang	30	62	6,128	205,650
6. Ban Non Sawang	17	48	9,910	297,040
7. Ban Na Kham Phu Hi	3	3	180	4,500
8. Ban Nong Yang	27	57	3,812	107,550
9. Ban Tha Mueang Nuea	6	19	2,322	110,450
10. Ban Yang Kadoo	8	8	628	17,000
Total	155	364	36,605	1,129,226
Average	15.5	2.35	23.26	7,285.32

สืบทอดกันมา ไม่มีการจัดการแปลงอย่างเป็นระบบ ขาดความรู้ด้านการจัดการดิน การใส่ปุ๋ย และการตัดแต่งกิ่ง โดยพบว่าเกษตรกรเพียงร้อยละ 35 เท่านั้นที่เคยใส่ปุ๋ยให้ต้นมะม่วงหิมพานต์ ส่งผลให้ผลผลิตต่อไร่เฉลี่ยอยู่ที่เพียง 103 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยระดับจังหวัด ที่ระดับ 455 กิโลกรัมต่อไร่ และค่าเฉลี่ยประเทศอย่างมีนัยสำคัญ ในระดับกลางน้ำ ผลผลิตส่วนใหญ่ถูกจำหน่ายในรูปเมล็ดสดให้กับพ่อค้าคนกลางโดยไม่มีการคัดเกรดหรือกำหนดมาตรฐาน ถูกกำหนดราคาจากภายนอกหรือผู้รับซื้อ การแปรรูปมีอยู่ในวงจำกัด เป็นการแปรรูปอย่างง่ายในครัวเรือน และยังไม่มีส่วนตลาดที่หลากหลาย ห่วงโซ่คุณค่าจึงหยุดอยู่เพียงการขายวัตถุดิบขั้นต้น ไม่สามารถขยายไปสู่กิจกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มในระดับชุมชนได้

ห่วงโซ่คุณค่าของมะม่วงหิมพานต์ในตำบลท่าเมืองสะท้อนปัญหาเชิงโครงสร้างหลายประการ ได้แก่ (1) การเข้าถึงองค์ความรู้และข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ที่จำกัด โดยเฉพาะข้อมูลดินและการจัดการสวน (2) ข้อจำกัดด้านทรัพยากรดิน ซึ่งผลการตรวจวิเคราะห์พบว่า ดินในพื้นที่มีข้อจำกัดด้านความอุดมสมบูรณ์ของธาตุอาหารหลักค่อนข้างชัดเจน โดยเฉพาะไนโตรเจน ฟอสฟอรัส และโพแทสเซียม ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ แม้ว่าค่าความเป็นกรด-ด่างของดินจะอยู่ในช่วงเหมาะสมต่อการเพาะปลูก (3) โครงสร้างตลาดที่เปราะบางและพึ่งพาพ่อค้าคนกลาง และ (4) ความไม่มั่นคงของ

รายได้ครัวเรือน เนื่องจากผลิตภัณฑ์แปรรูปในระดับครัวเรือนมีช่องทางจำหน่ายในชุมชนเป็นสำคัญ ขาดช่องทางการตลาดในวงกว้าง ดังภาพที่ 3 (Figure 3) ส่งผลให้ครัวเรือนยากจนจำนวนมากยังคงติดอยู่ในวงจรความเปราะบาง ข้อจำกัดเหล่านี้ทำให้การปลูกมะม่วงหิมพานต์ในตำบลท่าเมือง ไม่สามารถเปลี่ยนเป็นรายได้ที่มั่นคงและยั่งยืนได้ภายใต้โครงสร้างห่วงโซ่คุณค่าเดิม

กระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงและการยอมรับของชุมชนเป้าหมาย Pathways of Change and Acceptance in the Target Community

การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่ามะม่วงหิมพานต์ที่เชื่อมต่อกับครัวเรือนเป้าหมายตำบลท่าเมือง จึงต้องดำเนินการในลักษณะการเชื่อมโยงทั้งมิติความรู้ การมีส่วนร่วม การสนับสนุนระบบนิเวศที่เอื้อตลอดห่วงโซ่คุณค่าทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันและสร้างความเป็นเจ้าของร่วมกันของครัวเรือนเป้าหมายอันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน

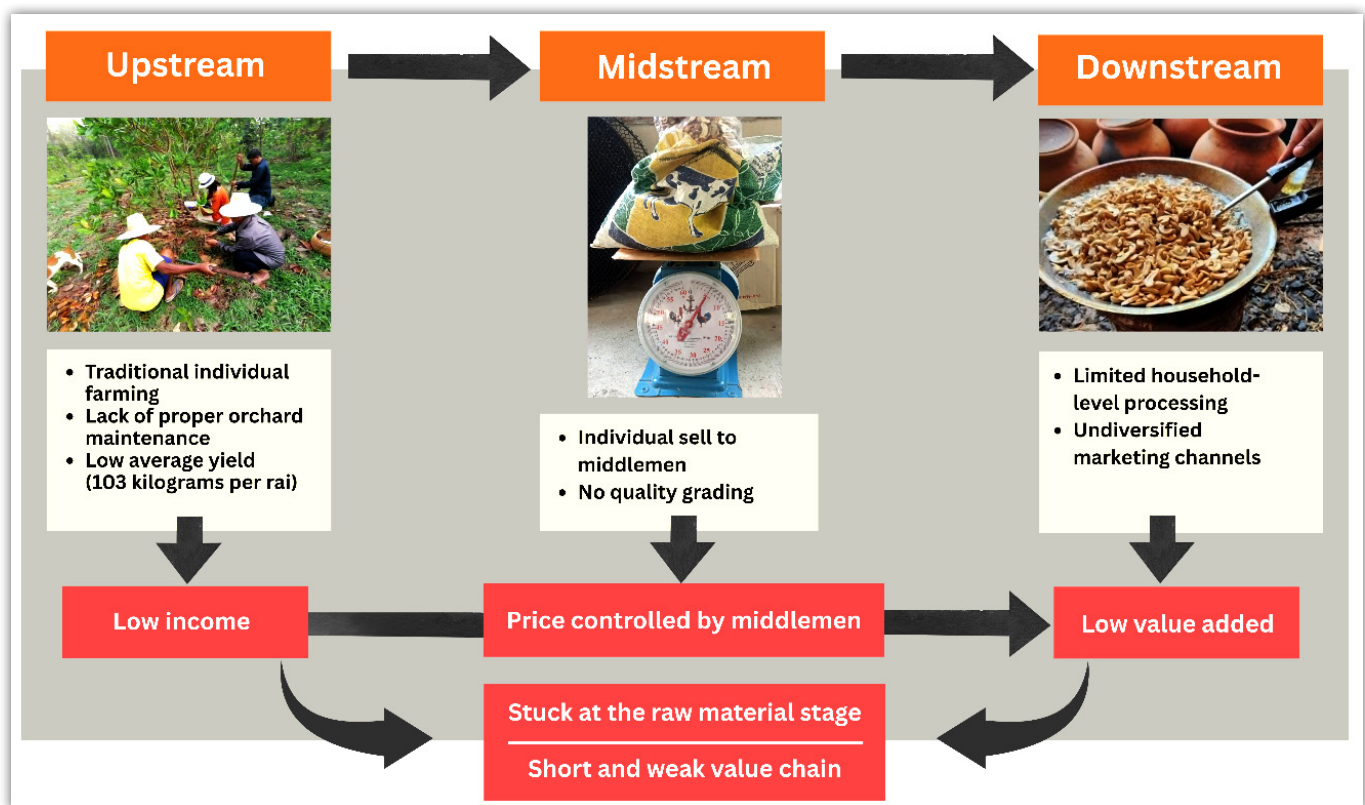


Figure 2 Cashew value chain in Tha Mueang Subdistrict



Figure 3 (a) Household-level processed products and (b) Community-based market channels

ขั้นตอนที่ 1 การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจสาเหตุ ปัญหา และวิธีการแก้ไขปัญหา

การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจสาเหตุ ปัญหา ด้วยการระดมความคิดเห็นจากเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ในตำบลท่าเมือง ผู้นำท้องที่ และเครือข่ายบ้านไร้เสียงจากการตั้งคำถามร่วมกันว่าเหตุใดรายได้จากการปลูกมะม่วงหิมพานต์จึงไม่มั่นคง และเหตุใดราคาผลผลิตจึงถูกกำหนดโดยพ่อค้าคนกลางเป็นหลัก คำถามเหล่านี้นำไปสู่การตระหนักร่วมกันว่าปัญหาไม่ได้มาจากการผลิตเพียงอย่างเดียว หากแต่อยู่ที่โครงสร้างของห่วงโซ่คุณค่าที่ชุมชนไม่มีอำนาจต่อรองและไม่มีพื้นที่ในการกำหนดทิศทางของตนเอง

เกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการผลิตมะม่วงหิมพานต์ในตำบลท่าเมือง รวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจเมืองมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก ตำบลท่าเมือง มีคณะกรรมการกลุ่มทำหน้าที่บริหารจัดการในนามของสมาชิก โดยร่วมกันคัดเลือกประธานกลุ่ม การลงมติร่วมกันในการวางแผนพัฒนาต่าง ๆ ของสมาชิกในการทำงาน วิสาหกิจชุมชน รวมทั้งสมาชิกได้ร่วมกันกำหนดแผนงานของวิสาหกิจชุมชน ดังนี้ 1) การรับซื้อเมล็ดมะม่วงหิมพานต์สดจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชน โดยให้ราคาที่สูงกว่าพ่อค้าคนกลาง 3 บาท 2) การกำหนดจุดรับซื้อที่มีสมาชิกเป็นผู้รับผิดชอบรวบรวมผลผลิตเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับสมาชิกของกลุ่ม และ 3) การหาช่องทางตลาดใหม่ เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มได้รับการติดต่อจากผู้ประกอบการมะม่วงหิมพานต์ทางออนไลน์

กระบวนการมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจสาเหตุของปัญหา นำไปสู่การตัดสินใจร่วมกันที่สมาชิกวิสาหกิจสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลการผลิต ปัญหาที่เผชิญ และแนวทาง

การแก้ไข รวมถึงการกำหนดกลไกราคาเพื่อจูงใจให้สมาชิกนำผลผลิตมาจำหน่ายแทนการขายให้พ่อค้าคนกลาง

ขั้นตอนที่ 2 การถ่ายทอดองค์ความรู้ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อเพิ่มผลผลิตมะม่วงหิมพานต์

การประชุมร่วมกันระหว่างคณะกรรมการและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเมืองมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก ตำบลท่าเมือง เพื่อวางแผนพัฒนาระดับผลผลิตมะม่วงหิมพานต์ พบว่ารายได้ที่สมาชิกสามารถได้รับอย่างรวดเร็วจากผลผลิตมะม่วงหิมพานต์ คือการขายเมล็ดสด ขณะที่ผลการสำรวจข้อมูลการผลิตของสมาชิกวิสาหกิจ พบว่า ผลผลิตเฉลี่ยของสมาชิกเท่ากับ 103 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งต่างจากข้อมูลของกรมส่งเสริมการเกษตรที่ระบุว่า ผลผลิตมะม่วงหิมพานต์ในตำบลท่าเมืองเฉลี่ย 350 กิโลกรัมต่อไร่ ซึ่งสูงกว่าถึง 3 เท่า (Department of Agricultural Extension, 2025) ดังตารางที่ 2 (Table 2) ทำให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชน พบว่า การเพิ่มผลผลิตมะม่วงหิมพานต์ต่อไร่ให้เข้าใกล้ค่าเฉลี่ยทั้งในระดับอำเภอ หรือจังหวัด เป็นหนทางสำคัญลำดับต้น ๆ ที่จะช่วยเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรและครัวเรือนยากจนในพื้นที่

สมาชิกวิสาหกิจชุมชนร่วมกันแลกเปลี่ยนปัญหาที่พบในการเพาะปลูกมะม่วงหิมพานต์ พบว่าภายใต้ระบบการเพาะปลูกของสมาชิกมีปัญหาผลผลิตไม่สม่ำเสมอ ขาดการบำรุงรักษาทั้งต้นเก่าและต้นใหม่ การรับรู้ข้อมูลเชิงประจักษ์นี้นำไปสู่ความเข้าใจร่วมกันว่า หากต้องการเพิ่มรายได้ของสมาชิกด้วยกันจะต้องยกระดับผลผลิตต่อไร่ สมาชิกวิสาหกิจจึงเริ่มต้นกระบวนการเรียนรู้ด้านการผลิตอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การวิเคราะห์สภาพดินในแปลงปลูก การประเมินความสมบูรณ์ของดินและธาตุอาหารหลัก การ

เรียนรู้การทำปุ๋ยหมักใช้เองเพื่อลดต้นทุนและฟื้นฟูดิน ตลอดจนการจัดการสวนมะม่วงหิมพานต์ในลักษณะที่มีการบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง

วิสาหกิจชุมชนจัดกิจกรรมฝึกอบรมเพื่อเพิ่มผลผลิตมะม่วงหิมพานต์ให้กับสมาชิก โดยเริ่มต้นตั้งแต่การจัดการพื้นที่ก่อนการปลูก การตรวจวิเคราะห์ดิน การเพิ่มสารบำรุงตามการวิเคราะห์ดิน การตัดหญ้า การตัดแต่งกิ่ง ซึ่งการเรียนรู้เหล่านี้ร่วมกัน นำไปสู่การปรับเปลี่ยนวิธีการในการดูแลรักษาแปลงมะม่วงหิมพานต์ของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน การเรียนรู้ด้านการวิเคราะห์ดิน การทำปุ๋ยหมักใช้เอง การจัดการสวนอย่างเป็นระบบ และการเลือกพันธุ์ที่เหมาะสม ซึ่งเป็นการเพิ่มผลผลิตในเชิงเทคนิค และช่วยให้สมาชิกสามารถควบคุมต้นทุน ลดความเสี่ยง และพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น กระบวนการนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการลงทุนในต้นน้ำของห่วงโซ่ เพื่อให้สมาชิกสามารถเข้าถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นธรรม ซึ่งการเรียนรู้ได้เกิดจากการถ่ายทอดฝ่ายเดียว แต่เกิดจากการผสมความรู้ภายนอกกับความรู้ของสมาชิกวิสาหกิจ เช่น การใช้ผู้รู้ในชุมชนด้านการปรับปรุงพันธุ์เป็นแหล่งเรียนรู้หลัก การเรียนรู้ในลักษณะนี้ช่วยเสริมพลังให้ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของความรู้ และเชื่อมั่นว่าตนเองสามารถพัฒนาได้โดยไม่ต้องพึ่งพาภายนอกตลอดเวลา

ขั้นตอนที่ 3 การนำองค์ความรู้จากการฝึกอบรมทดลองทำแปลงต้นแบบ

สมาชิกวิสาหกิจชุมชนคัดเลือกแปลงต้นแบบจำนวน 39 แปลง เพื่อเป็นพื้นที่ทดลองของการปรับเปลี่ยนการจัดการสวนมะม่วงหิมพานต์ โดยกำหนดเงื่อนไขร่วมกันว่าเจ้าของแปลงต้องเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้และปฏิบัติตามแนวทางที่กลุ่มเห็นพ้องต้องกัน สมาชิกแปลงต้นแบบจะต้องจัดเก็บข้อมูลสภาพพื้นที่เพาะปลูก ชนิดพันธุ์ที่ปลูก การจัดการแปลงปลูก และการจัดการผลผลิต กรณีแปลงปลูกเดิม รวมถึงความต้องการรับการสนับสนุน

สมาชิกจำนวน 121 คน ครัวเรือน ไม่ทราบสายพันธุ์ของมะม่วงหิมพานต์ที่ปลูกในแปลง แต่สามารถอธิบายสี รูปร่างและขนาดเมล็ดของมะม่วงหิมพานต์ จากนั้นสำนักงานเกษตรอำเภอดอนมดแดง และคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี วิเคราะห์ชนิดพันธุ์ของมะม่วงหิมพานต์ที่ปลูกในตำบลท่าเมือง ซึ่งประกอบด้วย พันธุ์ศรีสะเกษ พันธุ์มาบุญครอง และพันธุ์ที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการอีสานเขียว ซึ่งเป็นพันธุ์ที่เหมาะสมกับสภาพดินทรายความอุดมสมบูรณ์ต่ำและสภาพภูมิอากาศแห้งแล้งในพื้นที่ลุ่มน้ำมูล โดยสายพันธุ์ศรีสะเกษและมาบุญครอง เป็นสายพันธุ์ที่เกษตรกรปลูกโดยไม่ได้รับการส่งเสริมความรู้

การใช้ชุดทดสอบดิน (Soil test kit) ช่วยให้ทราบค่าความเป็นกรด-ด่าง (pH) ระดับธาตุอาหารหลัก ไนโตรเจน (N) ฟอสฟอรัส (P) โพแทสเซียม (K) และความเค็ม (EC) ในระดับต่ำ-ปานกลาง-สูง ได้อย่างรวดเร็วภายใน 30 นาที เพื่อใช้เป็นแนวทางปรับปรุงดินและใส่ปุ๋ยให้เหมาะสม ลดต้นทุน และเพิ่มผลผลิต ระดับความเป็นกรด-ด่าง ส่งผลต่อการดูดซึมธาตุอาหารของพืช โดยปกติพืชชอบดินที่เป็นกรดอ่อน ๆ (pH ประมาณ 5.5-6.5) ประโยชน์ของผลวิเคราะห์สามารถนำไปใช้เลือกใส่ปุ๋ยให้ถูกสูตร เช่น หากดินมี P สูง ก็ไม่จำเป็นต้องใส่ปุ๋ยสูตรที่มี P สูง ลดการสิ้นเปลือง หรือนำไปช่วยในการปรับปรุงสภาพดิน หากดินเป็นกรดจัด เพิ่มปริมาณปูนขาวหรือโดโลไมต์ที่ต้องใช้แก้ดินเปรี้ยวได้ นอกจากนี้ยังสามารถวางแผนการปลูก รู้ศักยภาพของดินเพื่อเลือกพืชอื่นในการปลูกแซมหรือการจัดการผลผลิตในฤดูกาลต่อไป

ธาตุอาหารพืชมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการเจริญเติบโตของมะม่วงหิมพานต์ ซึ่งช่วยในการประเมินความอุดมสมบูรณ์ และธาตุอาหารในดินในขณะนั้นว่าเพียงพอต่อการเจริญเติบโตของพืชต่อไป ธาตุอาหารที่จำเป็นต่อการเจริญเติบโตของพืชมีอยู่ด้วยกัน 16 ธาตุ ดังนี้ ได้จากน้ำและอากาศ 3 ธาตุ ได้แก่ คาร์บอน ไฮโดรเจน และออกซิเจน และได้จากดิน 13 ธาตุ หากขาดธาตุใด พืชจะแสดงอาการขาดธาตุอาหารนั้น โดยแบ่งตามปริมาณความต้องการของพืชได้ดังนี้ ธาตุอาหารหลัก 3 ธาตุ เป็นธาตุที่มีความสำคัญต่อการ

Table 2 Cultivated area, products output, and selling prices of cashew kernels among farmer's fields in 4 subdistricts, Don Mot Daeng District, Ubon Ratchathani Province in 2024

Subdistrict	Number of farming households	Cultivated area (Rai)	Harvested area (Rai)	Production (kg)	Average yield* (kg/Rai)	Average selling price (Baht/kg)
Don Mot Daeng	4	50	25	8,750.00	350.00	25.71
Lao Daeng	20	25	25	8,750.00	350.00	25.71
Tha Mueang	120	500	450	157,500.00	350.00	25.71
Kham Hai Yai	3	19	19	6,950.00	365.79	25.90
Total	147	594	519	181,950.00	350.58	25.72

เจริญเติบโตของพืชและพืชต้องการในปริมาณมาก แต่ในดินมักจะขาดธาตุอาหารหลักจึงต้องเพิ่มเติมในรูปของปุ๋ย ได้แก่ ไนโตรเจน ฟอสฟอรัส และโพแทสเซียม ซึ่งการตรวจวัดเบื้องต้นธาตุไนโตรเจน (N) สามารถประเมินความเขียวและความสมบูรณ์ของใบ หากดินปลูกมะม่วงหิมพานต์มีค่าที่ต่ำมาก จะส่งผลให้การพัฒนาด้านกิ่งใบไม่เต็มที่ จะไม่มีอาหารเพียงพอในการสังเคราะห์แสงเพื่อสร้างอาหารให้แก่ต้น ธาตุฟอสฟอรัส (P) ช่วยในการประเมินการเจริญเติบโตของรากและการออกดอก หากพบว่าในดินที่ปลูกมีฟอสฟอรัสในปริมาณที่ต่ำ ส่งผลทำให้การติดดอกได้น้อยและส่งผลต่อการตั้งธาตุอาหารไปใช้พัฒนาราก รวมถึงการตั้งธาตุอาหารรองอีกด้วย ทั้งนี้ยังส่งผลให้ดอกร่วงง่าย แสดงอาการกระแจะหรือใบพัฒนาช้า ใบไม่แผ่กว้างและมีขนาดเล็ก ธาตุโพแทสเซียม (K) เป็นธาตุที่มีความสำคัญในช่วงการติดผลที่ต้องมีเพียงพอเนื่องจากส่งผลต่อคุณภาพผลผลิตเมล็ดของมะม่วงหิมพานต์ให้ผลมีขนาดใหญ่ ส่งผลให้ได้ผลผลิตที่ดี

สมาชิกเก็บตัวอย่างดินในแปลงปลูกไปประเมินปริมาณอินทรีย์วัตถุในดินด้วยชุดตรวจปริมาณอินทรีย์วัตถุในดินภาคสนามของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (Soil organic matter test kit) ซึ่งช่วยให้ทราบค่าความเป็นกรดด่าง ปริมาณธาตุอาหารหลักในดิน ผลการสำรวจตัวอย่างดินใน 39 แปลง พบว่า ธาตุอาหารหลักทั้งไนโตรเจน (N) อยู่ในระดับต่ำมากถึงต่ำ ฟอสฟอรัส (P) อยู่ในระดับต่ำ และโพแทสเซียม (K) อยู่ในระดับต่ำ ค่า pH ของดินอยู่ในช่วงประมาณ 6.1–7.6 เป็นสภาพดินตั้งแต่กรดอ่อนถึงด่างอ่อน ขณะที่ดินส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย โดยมีสีดินแตกต่างกัน เช่น สีดำ สีขาว และสีเทา ลักษณะดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าดินในพื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์ค่อนข้างต่ำ โดยเฉพาะในด้านธาตุอาหารหลัก ซึ่งอาจส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิตหากไม่มีการปรับปรุงบำรุงดินอย่างเหมาะสม ผลของการวิเคราะห์ค่าความอุดมสมบูรณ์ของ

ดิน ทำให้สมาชิกร่วมมือกันทำปุ๋ยคอกเพื่อเพิ่มความอุดมสมบูรณ์ของดิน และน้ำหมักผลไม้ชีวภาพเพื่อใช้ในการบำรุงใบ ด้วยการอบรมเชิงปฏิบัติการจากคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งภายหลังจากการอบรม สมาชิกได้นำปุ๋ยคอกและน้ำหมักผลไม้ชีวภาพแจกจ่ายให้กับสมาชิก เพื่อนำไปใช้บำรุงดินและต้นมะม่วงหิมพานต์ ดังภาพที่ 4 (Figure 4)

การดำเนินงานในแปลงต้นแบบเปิดโอกาสให้สมาชิกได้เรียนรู้จากการลงมือทำจริง การร่วมเก็บตัวอย่างดินเพื่อวิเคราะห์ความอุดมสมบูรณ์ทำให้สมาชิกเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพดินกับการเจริญเติบโตของมะม่วงหิมพานต์ และร่วมกันวิเคราะห์แนวทางปรับปรุงดินและการใช้ปุ๋ยให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละแปลง นำไปสู่การวางแผนการจัดการแปลงต้นแบบที่เริ่มต้นจากการจัดการธาตุอาหารพืชแบบผสมผสาน ทั้งการใช้ปุ๋ยเคมี ร่วมกับปุ๋ยคอกและน้ำหมักผลไม้ชีวภาพที่สมาชิกได้ร่วมกันผลิตและแบ่งปันกัน เพื่อนำไปใช้บำรุงดินและเพิ่มความสมบูรณ์ของดินและกระตุ้นการออกดอกติดผล พร้อมทั้งปฏิบัติการตัดแต่งทรงพุ่มให้เหมาะสมกับการรับแสงและการสะสมอาหารของต้นมะม่วงหิมพานต์ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสังเคราะห์แสง ลดปัญหาโรคและแมลง และเพิ่มความสะดวกในการจัดการแปลงในระยะยาว การดูแลแปลงอย่างเป็นระบบด้วยการติดตั้งระบบน้ำหยดเป็นวิธีที่แนะนำมากที่สุดสำหรับสวนมะม่วงหิมพานต์ เนื่องจากมีประสิทธิภาพสามารถส่งน้ำตรงถึงบริเวณราก ช่วยลดการระเหยและการสูญเสียน้ำ การเรียนรู้การเลียบกิ่ง และการแลกเปลี่ยนผลการทดลองระหว่างสมาชิกด้วยกันเอง กระบวนการถ่ายทอดความรู้จึงเกิดขึ้นภายในกลุ่ม ผ่านการเยี่ยมแปลง การพูดคุย และการเรียนรู้จากความสำเร็จและข้อจำกัดของแต่ละแปลง ดังภาพที่ 5 (Figure 5)



Figure 4 (a) Manure mixing and fertilizer bagging process and (b) Preparation of fermented fruit extract for foliar feeding

ขั้นตอนที่ 4 การพัฒนาตราสินค้าผลิตภัณฑ์การแปรรูปมะม่วงหิมพานต์

วิสาหกิจชุมชนเมืองม่วงหิมพานต์ลำเซบก ตำบลท่าเมือง ดำเนินถึงการสร้างรายได้ที่หลากหลายจากเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแปรรูปมะม่วงหิมพานต์ ซึ่งเป็นการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าจากการขายเมล็ดดิบ ไปสู่การแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า โดยเริ่มต้นจากการแปรรูปขั้นต้น เช่น การตากเมล็ดสดเพื่อลดความชื้นและเพิ่มราคา หรือการกะเทาะเปลือก (Shelling) เพื่อแยกเนื้อเมล็ด (Cashew nut) ซึ่งเป็นอีกมิติหนึ่งของการสร้างมูลค่าเพิ่ม สมาชิกตกลงร่วมกันว่าจะแบ่งเมล็ดมะม่วงหิมพานต์แห้งจำนวนประมาณ 1,000 กิโลกรัม ที่จัดซื้อในฤดูกาลผลิตที่ผ่านมา และเหลือจากการขายต่อให้กับบริษัทค้าส่งไว้สำหรับการแปรรูป โดยแปรรูปเป็นเมล็ดมะม่วงหิมพานต์คั่วสุมนไพร และเมล็ดมะม่วงหิมพานต์คั่วเกลือ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสมาชิกจำนวนหนึ่งดำเนินการอยู่แล้ว แต่ยังขาดการสร้างตราสินค้าและช่องทางตลาด สมาชิกจึงได้ระดมความคิดเห็นในส่วนของต้นทุนของสินค้าทั้ง 2 ประเภท

โดยมีต้นทุนการผลิตอยู่ที่ 325 บาท/กิโลกรัม สามารถขายได้ 450 บาท/กิโลกรัม มีกำไรจากการขาย 125 บาท/กิโลกรัม

การพัฒนาตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน นอกจากการออกแบบชื่อโลโก้ หรือบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามแล้ว ยังต้องมีการวางแผนการสร้างอัตลักษณ์และคุณค่าทางสังคมและเศรษฐกิจให้กับสินค้าอย่างเป็นระบบ ตราสินค้าที่ชัดเจนช่วยทำให้สินค้าท้องถิ่นสามารถวางจำหน่ายในตลาดได้ดียิ่งขึ้น การพัฒนาตราสินค้าช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าในชุมชน สินค้าที่มีเรื่องราวแหล่งที่มา และอัตลักษณ์ที่ชัดเจน จะสามารถกำหนดราคาจำหน่ายให้สูงขึ้นได้อย่างมีเหตุผล เนื่องจากผู้บริโภคได้ซื้อเพียงตัวสินค้า แต่ซื้อคุณค่าที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ภูมิปัญญา วิถีชีวิต และความเป็นท้องถิ่น ซึ่งเป็นจุดแข็งที่สินค้าอุตสาหกรรมไม่สามารถเลียนแบบได้ง่าย ในเบื้องต้นวิสาหกิจชุมชนระดมสมองชื่อตราสินค้าเซบก (SREBOK) เพื่อสะท้อนถึงพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีลำน้ำ ลำเซบก ไหลผ่าน จึงนำมาตั้งเป็นชื่อของตราสินค้า เพื่อติดบนบรรจุภัณฑ์มะม่วงหิมพานต์คั่วสุมนไพร และมะม่วง



Figure 5 (a) Top grafting of cashew trees, (b) Irrigation system development in demonstration plots, (c) Cashew demonstration plot, and (d) Sun-drying raw cashew

หิมพานต์คั่วเกลือของวิสาหกิจชุมชนซึ่งนำไปวางจำหน่ายที่ตลาดเมื่อเชื่อน ดังภาพที่ 6 (Figure 6) ซึ่งเป็นตลาดที่รวบรวมสินค้าในชุมชน จำหน่ายในงานออกร้านค้าที่ห้างสรรพสินค้าศูนย์ และจำหน่ายในงานเกษตรอีสานใต้ที่มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ขั้นตอนที่ 5 การเรียนรู้การทำแผนธุรกิจ และการทดสอบตลาด คุณก็แม่ลัดมะม่วงหิมพานต์

วิสาหกิจชุมชนเมืองม่วงหิมพานต์ลำเซบก ตำบลท่าเมือง จัดกิจกรรมอบรมให้สมาชิกในชุมชนได้เรียนรู้แนวทางการทำธุรกิจในระดับกลาง การเขียนแผนธุรกิจ การสร้างตราสินค้า ตลอดจนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น จากการเข้าร่วมอบรม จึงร่วมกันพัฒนาธุรกิจคุณก็แม่ลัดมะม่วงหิมพานต์ ดังภาพที่ 7 (Figure 7) โดยร่วมกันระดมความคิดเห็น การคำนวณต้นทุนของคุณก็แม่ลัดมะม่วงหิมพานต์พบว่าต้นทุนของคุณก็แม่ลัดมะม่วงหิมพานต์อยู่ที่ 558 บาท สามารถขายได้เงิน 600 บาท มีกำไร 42 บาท แม้ว่าจะมีผลตอบแทนไม่มาก แต่การผลิตคุณก็แม่ลัดมะม่วงหิมพานต์ เป็นการใช้มะม่วงหิมพานต์หักหรือผ่าซีก ซึ่งเป็นเมล็ดที่ขายได้ราคาต่ำในตลาด การนำมาแปรรูปเป็นคุณก็แม่ลัดช่วยสร้างรายได้ และช่วยให้วิสาหกิจรักษาหรือเพิ่มส่วนแบ่งรายได้ในห่วงโซ่คุณค่าได้

การวิเคราะห์ต้นทุนคุณก็แม่ลัดมะม่วงหิมพานต์ ทำให้สมาชิกตระหนักถึงการดำเนินธุรกิจที่ต้องมีการลงทุน การได้กำไรหรือขาดทุน การเข้าร่วมกิจกรรมด้านการประกอบธุรกิจทำให้สมาชิกของชุมชนเกิดมุมมองของการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น การทดสอบตลาดของคุณก็แม่ลัดมะม่วงหิมพานต์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปของวิสาหกิจ โดยให้ผู้บริโภคสะท้อนความคิดเห็นต่อสินค้า ทำให้

ชุมชนได้เรียนรู้เงื่อนไขของตลาดจากประสบการณ์ตรง ไม่ใช่จากสมมติฐานหรือคำแนะนำเชิงนามธรรม การรับรู้จุดแข็ง จุดอ่อน และการนำผลสะท้อนกลับมาปรับปรุงสินค้า

วิสาหกิจชุมชนเมืองม่วงหิมพานต์ลำเซบก ตำบลท่าเมือง แสดงสินค้าในงานมหกรรมส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนแก่जनคนอีสานใต้ ครั้งที่ 2 วิถีชุมชน เขียวชนสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เมื่อวันที่ 23 – 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2568 ณ ลาน Event Hall ชั้น 1 ศูนย์ท้าวเวรย์ อุบลราชธานี โดยนำคุณก็แม่ลัดมะม่วงหิมพานต์ออกทดสอบตลาด ด้วยการแจกให้ผู้เข้าร่วมงานได้ทดลองชิมและขอความคิดเห็นด้านรสชาติ รูปลักษณ์ ขนาดของชิ้น บรรจุภัณฑ์ และราคา จำนวน 51 คน ประกอบด้วย นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว และเกษตรกร เพื่อนำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ โดยใช้เกณฑ์การประเมินผลมาตรฐานวัดแบบ 5 ระดับ (5 = สูงที่สุด 4 = สูง 3 = ปานกลาง 2 = น้อย และ 1 = น้อยที่สุด) โดยมีเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย ดังนี้ 4.51–5.00 หมายถึง ระดับสูงที่สุด 3.51–4.50 หมายถึง ระดับสูง 2.51–3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง 1.51–2.50 หมายถึง ระดับต่ำ และ 1.00–1.50 หมายถึง ระดับต่ำที่สุด ทั้งนี้ในส่วนของคุณภาพลักษณะสินค้า สีกลิ่นหอม โลโก้ และชื่อตราสินค้า ได้รับการประเมินความพึงพอใจในระดับสูง รวมทั้งขนาดของชิ้น บรรจุภัณฑ์ฉีกง่าย และทานกับชา-กาแฟได้ มีค่าความพึงพอใจระดับสูงเช่นกัน ซึ่งสะท้อนว่าผลิตภัณฑ์สามารถตอบโจทย์การบริโภคในชีวิตประจำวันได้ อย่างไรก็ตาม ยังมีจุดที่ควรปรับปรุง เช่น ความกรอบของขนม ซึ่งมีคะแนนความพึงพอใจต่ำที่สุด สะท้อนว่าคุณภาพยังไม่สม่ำเสมอ ดังตารางที่ 3 (Table 3)



Figure 6 (a) Herb-roasted cashew nut, (b) “SREBOK” brand, and (c) Salt-roasted cashew nut



Figure 7 Cashew nut-based cookies of Lam Srebok cashew nut community enterprise developed and tested to market

ขั้นตอนที่ 6 การสร้างเครือข่ายขยายฐานความร่วมมือ

สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเมืองม่วงหิมพานต์ลำเซบก ตำบลท่าเมือง และคณะกรรมการกลุ่ม ขยายฐานความร่วมมือไปยังภาคีในหลายระดับ โดยเริ่มจากหน่วยงานภาครัฐด้านการเกษตรซึ่งมีบทบาทสำคัญในช่วงต้นน้ำของห่วงโซ่คุณค่า ความร่วมมือกับสำนักงานเกษตรอำเภอและสำนักงานเกษตรจังหวัดอุบลราชธานี ช่วยเปิดโอกาสให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้เข้าถึงองค์ความรู้ด้านการจัดการแปลง การปรับปรุงดิน การเลือกพันธุ์ และเทคโนโลยีระบบน้ำ ภายใต้กรอบแผนพัฒนาจังหวัดและแนวคิดเศรษฐกิจ

Bio-Circular-Green Economy (BCG) การเรียนรู้จากภาคีภาครัฐไม่ได้เป็นเพียงการรับความรู้ หากแต่เป็นการเสริมความมั่นใจให้เกษตรกรเห็นว่าแนวทางการพัฒนาที่ชุมชนเลือกสอดคล้องกับทิศทางนโยบายระดับจังหวัดและสามารถต่อยอดได้ในระยะยาว

สมาชิกวิสาหกิจชุมชนยังเรียนรู้ว่าการยกระดับจากกลุ่มผู้ผลิตไปสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน จำเป็นต้องมีความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ คณะกรรมการกลุ่มจึงเป็นตัวแทนของชุมชนในการเข้าหารือและสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานส่งเสริมวิสาหกิจ โดยเฉพาะสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ความร่วมมือในมิตินี้ช่วยให้สมาชิกวิสาหกิจได้เรียนรู้เรื่องการวางแผนธุรกิจ การเงิน การตลาด การคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน รวมถึงการเชื่อมโยงแหล่งทุนและโครงการสนับสนุนของรัฐ การเรียนรู้ดังกล่าวทำให้บทบาทของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนเปลี่ยนจากผู้ผลิตสินค้าเกษตร ไปสู่การเป็นผู้ประกอบการที่เข้าใจกลไกของระบบเศรษฐกิจมากขึ้น

นอกจากนี้ ชุมชนยังตระหนักถึงข้อจำกัดด้านองค์ความรู้เชิงเทคนิคทางการเกษตร จึงตัดสินใจเชื่อมโยงความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะคณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งเข้ามามีบทบาทในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านระบบน้ำเพื่อการเกษตร การจัดการแปลง และการประเมินคุณภาพดิน ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาช่วยเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางวิชาการเข้ากับการปฏิบัติจริงของเกษตรกร ทำให้สมาชิกวิสาหกิจสามารถนำความรู้ไปปรับใช้ในแปลงของตนเอง และต่อยอดเป็นฐานความรู้ของชุมชน

ในมิติปลายน้ำของห่วงโซ่คุณค่า สมาชิกวิสาหกิจได้เรียนรู้ว่าการเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้นจำเป็นต้องเข้าใจเงื่อนไขและมาตรฐานของภาคธุรกิจเอกชน คณะกรรมการกลุ่มจึงประสานความร่วมมือกับบริษัทหมูเจริญพืชผลพาณิชย์ จำกัด ซึ่งเป็น

Table 3 Mean and standard deviation (M ± S.D.) of sensory evaluation and consumer acceptance of cashew nut-based cookies (n = 51)

Product Aspect	Mean ± S.D.	Interpretation
Bite-sized portions are appropriate for consumption.	3.69 ± 0.81	High
The color and appearance are clean and appetizing.	3.98 ± 0.84	High
The sweetness level is suitable for pairing with tea or coffee.	3.71 ± 0.83	High
The brand name is memorable and attractive.	3.90 ± 0.88	High
The logo is well-designed and highly recognizable.	3.92 ± 0.72	High
Packaging design provides ease of opening.	3.78 ± 0.81	High
The texture is crispy and has an appropriate level of hardness.	3.24 ± 1.24	Moderate
Total	3.73 ± 0.57	High

ผู้ประกอบการในพื้นที่อำเภอเดชอุดมที่มีการจัดการระบบการผลิตแบบครบวงจรและมีตลาดทั้งในและต่างประเทศ การเรียนรู้จากภาคเอกชนช่วยเปิดมุมมองให้สมาชิกวิสาหกิจเห็นแนวทางการพัฒนาผลผลิตให้ได้มาตรฐาน ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการขยายตลาดในอนาคต จากกระบวนการทั้ง 6 ขั้นตอนนำไปสู่การเปลี่ยนห่วงโซ่คุณค่าใหม่ของวิสาหกิจชุมชนเมืองม่วงหิมพานต์ ลำเซบก ตำบลท่าเมือง ดังภาพที่ 8 (Figure 8)

ความรู้หรือความเชี่ยวชาญที่ใช้ Relevant Knowledge and Expertise

ห่วงโซ่คุณค่าที่เอื้อต่อคนจน (Pro-poor value chain)

ห่วงโซ่คุณค่าเป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์กิจกรรมทั้งหมดในการผลิตสินค้าและบริการในแต่ละขั้นตอน ตั้งแต่การรับวัตถุดิบจนกระทั่งแปรรูปเป็นสินค้าสำเร็จรูปเพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้า รวมถึงการวิเคราะห์ด้านการตลาดของธุรกิจ ทำให้สามารถได้คำตอบสำหรับปัญหาต่าง ๆ (Kamonlimsakun et al., 2022)

ห่วงโซ่คุณค่าที่เอื้อต่อคนจน (Pro-poor value chain) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงเชิงบวกหรือที่พึงประสงค์ในห่วงโซ่คุณค่าเพื่อขยายหรือปรับปรุงการดำเนินงานที่มีประสิทธิผลและสร้างผล

ประโยชน์ทางสังคม การลดความยากจน การสร้างรายได้และการจ้างงาน การเติบโตทางเศรษฐกิจ ประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม ความเท่าเทียมทางเพศ และเป้าหมายการพัฒนาอื่น ๆ โดยห่วงโซ่คุณค่าที่เอื้อต่อคนจนให้ความสำคัญกับการทำให้ห่วงโซ่คุณค่าทำงานได้ดีขึ้นสำหรับคนยากจน โดยการขยายจำนวนและมูลค่ารวมของผลิตภัณฑ์อาหารเกษตร ที่เกษตรกรรายย่อยขายผ่านห่วงโซ่ โดยมีส่วนแบ่งของมูลค่าเพิ่มหรือรายได้ ไปถึงเกษตรกรรายย่อยเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับคนอื่น ๆ ในห่วงโซ่ อย่างไรก็ตามก็ตามความสัมพันธ์แบบ win-win ที่เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าทั้งหมด เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการสร้างผลกระทบที่ยั่งยืน (Boonrasamee et al., 2024)

ห่วงโซ่คุณค่าที่เอื้อต่อคนจนเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาระบบการเกษตรของครัวเรือนในชนบทอย่างครบวงจร ครัวเรือนยากจนสามารถได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในห่วงโซ่อุปทานที่เป็นทางการ ไม่ใช่ในฐานะผู้ผลิต แต่ยังรวมถึงในฐานะผู้ใช้แรงงานในการผลิตหรือแปรรูป และในฐานะผู้ให้บริการในตลาดบริการที่สนับสนุนห่วงโซ่คุณค่า แรงจูงใจสำหรับบริษัทต่าง ๆ ในการร่วมมือกับผู้ผลิตรายย่อย อาจรวมถึงการสร้าง ความมั่นคงด้านอุปทาน การเสริมสร้างชื่อเสียงด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility; CSR) การได้รับการยอมรับในตลาดท้องถิ่น และการสร้างผลิตภัณฑ์เชิงจริยธรรม แต่การเชื่อมโยงผู้ผลิตรายย่อยกับตลาดที่เป็นทางการไม่ใช่เรื่องง่าย

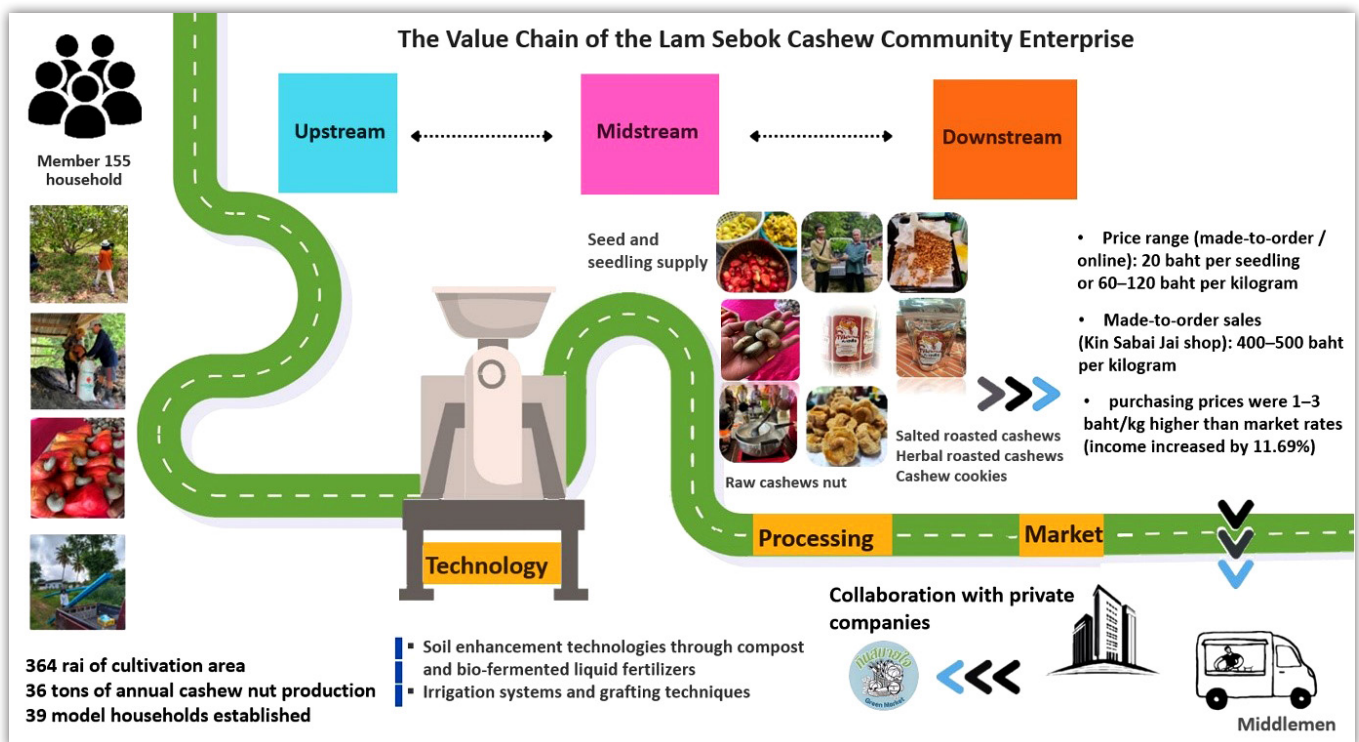


Figure 8 Value chain of the Lam Sebok cashew community enterprise

แม้ว่าเกษตรกรรายย่อยจะสามารถจัดหาผลผลิตขั้นปฐมและแปรรูปเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานในท้องถิ่นและระดับโลกได้ แต่การทำให้แน่ใจว่าห่วงโซ่มูลค่าสามารถส่งมอบทั้งผลิตภัณฑ์ที่แข่งขันได้ในเชิงพาณิชย์สู่ตลาดและสร้างคุณค่าให้กับครัวเรือนเกษตรกรรายย่อยนั้น ก่อให้เกิดความท้าทายเชิงโครงสร้างหลายประการ (Seville et al., 2011)

การพัฒนาห่วงโซ่มูลค่ามะม่วงหิมพานต์ของครัวเรือนยากจนซึ่งเป็นเกษตรกรรายย่อยเข้าสู่ห่วงโซ่มูลค่า โดยการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าเดิมที่มีเส้นทางสั้น เพราะบาง ไม่ครบวงจร และพิจารณาบริบทของกลุ่มเปราะบางในพื้นที่เพื่อผลักดันกลุ่มเปราะบางเข้าสู่ส่วนใดส่วนหนึ่งของห่วงโซ่ เพื่อช่วยให้กลุ่มเปราะบางมีรายได้และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและช่วยพัฒนาแนวทางการแก้ไขที่ตรงประเด็นและยั่งยืนเพื่อต่อสู้กับความยากจน ซึ่งต้องอาศัยองค์การในพื้นที่ทำการสร้างเครือข่ายผู้ขายปัจจัยการผลิตจากกลุ่มเปราะบาง และช่วยให้ความรู้และเทคโนโลยีการผลิตแก่กลุ่มเปราะบาง เพื่อให้สามารถผลิตปัจจัยการผลิตหรือการบริการที่อยู่ในห่วงโซ่การผลิตได้ (Aue-aungkul et al., 2023)

วิสาหกิจชุมชน (Community enterprise)

กระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ได้ก้าวผ่านจุดเปลี่ยนสำคัญหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังวิกฤตเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 ที่ส่งผลให้เกิดการทบทวนแนวคิดการพึ่งพาตนเองและเศรษฐกิจฐานราก จึงทำให้เกิดความคิดในการหันกลับไปสู่การพัฒนาและส่งเสริมหน่วยการผลิตในระดับท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับทุนทางสังคมในพื้นที่ วิสาหกิจชุมชน จึงเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงท้องถิ่น พื้นที่ และทุนทางสังคมในการสร้างภูมิคุ้มกันและความมั่นคงให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศในระดับฐานราก วิสาหกิจชุมชนมีจุดเริ่มต้นจากคนกลุ่มหนึ่งในชุมชนมารวมมือกันทำบางสิ่งเกี่ยวกับการจัดการตลาด การแปรรูป การผลิต การจัดการทุน การจัดการทรัพยากร โดยมีการซื้อขายในลักษณะสหกรณ์ แต่แตกต่างกันที่ระเบียบและกฎเกณฑ์ซึ่งวิสาหกิจชุมชนจะเน้นการแบ่งปัน การช่วยเหลือกัน มากกว่าการแข่งขัน มีความร่วมแรงร่วมใจไม่แตกแยก และไม่เห็นแก่ผลประโยชน์ของตน เพราะวิสาหกิจชุมชนคือการเน้นการช่วยเหลือกัน (Kaiyasit, 2019)

วิสาหกิจชุมชนมีองค์ประกอบสำคัญหลายประการ กล่าวคือ ประการแรก ชุมชนต้องเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการหลัก โดยอาจเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในลักษณะการถือหุ้นเพื่อสนับสนุนและเสริมการมีส่วนร่วม ทั้งนี้ บุคคลภายนอกดังกล่าวไม่ควรใช้อำนาจควบคุมการตัดสินใจของชุมชน ประการที่สอง กระบวนการผลิตควรเกิดขึ้นภายในชุมชน โดยเน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นเป็นหลัก แม้อาจมีการใช้วัตถุดิบบางส่วนจากภายนอกตามความจำเป็น ประการที่สาม วิสาหกิจ

ชุมชนควรเกิดจากการริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรมของคนในชุมชนเอง โดยอาศัยองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่มีอยู่ หากชุมชนมีกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม จะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง และสามารถพัฒนาสิ่งใหม่โดยไม่จำเป็นต้องลอกเลียนแบบหรือพึ่งพาสูตรสำเร็จจากภายนอก ซึ่งถือเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนในระยะยาว นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนยังควรตั้งอยู่บนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ผสมเข้ากับภูมิปัญญาสากล โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่สำคัญ ควบคู่กับการประยุกต์องค์ความรู้สมัยใหม่ให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ อีกทั้งควรมีการดำเนินงานในลักษณะบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ผ่านการประสานความร่วมมือและการเกื้อกูลกันระหว่างภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง กระบวนการเรียนรู้จึงถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนา เนื่องจากเป็นกลไกที่ก่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนบนฐานความรู้ โดยเป้าหมายสูงสุดของการประกอบการวิสาหกิจชุมชนคือการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน (Prasantree et al., 2024)

การนำแนวคิดวิสาหกิจชุมชนมาใช้ในการแก้ไขปัญหาความยากจนในพื้นที่ชนบทและชายขอบพบว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นกลไกที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจในระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นผลจากรากฐานความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ ลดความยากจน และส่งเสริมความยั่งยืนในเชิงพื้นที่ วิสาหกิจชุมชนมีบทบาทที่สำคัญในการสนับสนุนการยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่น โดยทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างกระบวนการผลิตระดับชุมชน โดยเฉพาะในภาคการเกษตรกับความต้องการของตลาด ช่องทางการตลาดที่กว้างขึ้นช่วยให้เกษตรกรรายย่อยสามารถเพิ่มรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการแปรรูปผลผลิตในท้องถิ่น สร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการสร้างโอกาสการจ้างงานภายในท้องถิ่น โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง ซึ่งช่วยลดแรงกดดันในการย้ายถิ่นฐาน และสร้างการพึ่งพาตนเองในระดับชุมชน (Sam-pantamit et al., 2025)

วิสาหกิจชุมชนจึงมีคุณลักษณะที่แตกต่างจากธุรกิจกระแสหลักโดยวิสาหกิจชุมชน หมายถึงรูปแบบการรวมตัวกันของคนในชุมชนตั้งแต่ 7 คนขึ้นไป เพื่อดำเนินกิจการผลิตสินค้าหรือบริการที่เน้นการใช้ทรัพยากรท้องถิ่น ภูมิปัญญาและแรงงานในพื้นที่เป็นหลัก (Chaisinson, 2024) วิสาหกิจชุมชนเป็นการดำเนินงานที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการพึ่งพาตนเองและความพอเพียง โดยผลกำไรมิใช่เป้าหมายสูงสุดเพียงอย่างเดียว แต่ความอยู่รอดและความกินดีอยู่ดีของสมาชิกคือมาตรฐานวัดความสำเร็จที่แท้จริง ดังนั้น ความอยู่รอดของวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นประเด็นที่มีความท้าทายอย่างยิ่ง องค์ประกอบ 3 ประการที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน (Channui & Laphthananon, 2019) ได้แก่ (1) ผู้นำ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องมีภาวะผู้นำ มีคุณธรรมในการบริหารจัดการ และเป็นที่ไว้วางใจของสมาชิก (2) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ต้องมีเวลาให้กับการทำงานหรือการดำเนินงานของกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ ทั้งกิจกรรมภายในกลุ่มหรือนอกกลุ่ม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการได้รับความรู้ของสมาชิก และสามารถนำความรู้ไปถ่ายทอด แบ่งปันและนำมาพัฒนาในกระบวนการดำเนินงานของกลุ่มต่อไป และ (3) การมีส่วนร่วมและเรียนรู้ร่วมกันในงานหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม ทั้งการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การดำเนินงานในกระบวนการผลิต และการมองหาตลาดตลอดจนความรู้จากภายในและภายนอกกลุ่ม

แนวคิดการสร้างมูลค่า (Value creation)

การสร้างมูลค่าในผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการสร้างห่วงโซ่มูลค่าสำหรับคนจน สิ่งสำคัญมากในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ และส่วนสำคัญคือ มูลค่าเพิ่ม (Value added) ที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้น ๆ กรมพัฒนาธุรกิจการค้าระบุว่า หัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจคือการเจริญเติบโตและขยายแหล่งรายได้ให้กับธุรกิจ โดยสามารถถ่วงสถานะความแข็งแกร่งทางธุรกิจในตลาด และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับผู้แข่งขันอื่น ๆ ได้ (Department of Agricultural Extension, 2025) เป็นที่มาของคำถามยอดนิยมของผู้ประกอบธุรกิจว่า ทำอย่างไร วิธีการสร้างมูลค่า จึงเป็นหนึ่งในคำตอบ โดย 2 วิธีการหลักในการสร้างมูลค่า ได้แก่

1. การพัฒนาต่อยอดหรือสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นการสร้างความพึงพอใจและกระตุ้นยอดขายกับตลาดปัจจุบัน การขยายธุรกิจด้วยผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาต่อยอดสินค้าหรือบริการที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีมูลค่าที่เพิ่มสูงมากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของการพัฒนารูปลักษณ์หน้าตาคุณสมบัติประโยชน์หรือแม้แต่การทำโปรโมชันควบคู่กับการขาย หรือในอีกมุมหนึ่งการขยายธุรกิจด้วยผลิตภัณฑ์สามารถทำได้โดยการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ด้วยการใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีหรือปัจจัยต่าง ๆ ในการพัฒนาและสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการใหม่ให้กับกลุ่มลูกค้าที่มีอยู่ในตลาด

2. การขยายตลาดหรือการหากลุ่มลูกค้าใหม่ เพื่อเพิ่มแหล่งรายได้ให้แก่ธุรกิจ การขยายธุรกิจด้วยการหาตลาดหรือกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยการสร้างความต้องการ หรือเสนอขายสินค้าและบริการที่ขายอยู่ในปัจจุบันให้กับกลุ่มลูกค้ารายใหม่ ๆ ที่มิใช่กลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน โดยไม่จำกัดว่าต้องเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มเดิม หากผลิตภัณฑ์มีแนวโน้มที่จะขายให้กับผู้ใช้งานกลุ่มอื่น ๆ ได้ไม่ว่าจะเป็นใครหรืออยู่ที่ไหนก็สามารถขยายกิจการไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ซึ่งอาจจะเป็นตลาดใหม่ในประเทศหรือขยายไปสู่ต่างประเทศ

การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การนำเสนอมูลค่าที่สูงกว่าหรือพ่วงผลประโยชน์เพื่อเอาชนะใจลูกค้า ยังหมายรวมถึงความ

พยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ ให้มีคุณค่าในสายตาลูกค้ามากขึ้น เพราะฉะนั้นเมื่อก้าวถึงการสร้างมูลค่าเพิ่ม จึงมีทั้งการนำเสนอมูลค่าที่สูงกว่าหรือการพัฒนา การแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้มีคุณค่าในสายตาผู้บริโภค สำหรับการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาด คือการพัฒนาสินค้าและบริการให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจสูงสุด และเกินความคาดหมาย โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดสามารถสร้างได้หลายช่องทาง เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิต เป็นต้น (Pianroj et al., 2019)

สถานการณ์ใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม New Situation After Change

กระบวนการพัฒนาห่วงโซ่มูลค่ามะม่วงหิมพานต์ลำเซบก ตำบลท่าเมือง ส่งผลให้สถานการณ์ของครัวเรือนผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์ในพื้นที่เกิดการเปลี่ยนแปลง ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และศักยภาพการจัดการของชุมชน โดยเฉพาะการเปลี่ยนผ่านจากเกษตรกรรายย่อยที่ต่างคนต่างผลิตและจำหน่าย ไปสู่การรวมกลุ่มเพื่อจัดการผลผลิตและกำหนดทิศทางการพัฒนาร่วมกันอย่างเป็นระบบ

การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนทำให้เกิดกลไกกลางในการรวมตัวของเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงหิมพานต์จำนวน 155 ครัวเรือน มีทุนเรือนหุ้นรวม 210,400 บาท และมีครัวเรือนยากจนในฐานข้อมูล PPPConnexx เข้าร่วมจำนวน 74 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 47.7 ของสมาชิกทั้งหมด การรวมกลุ่มดังกล่าวช่วยเสริมสร้างทุนทางสังคมของชุมชนอย่างชัดเจน จากเดิมที่เกษตรกรขาดอำนาจต่อรองและจำหน่ายผลผลิตรายบุคคล ปัจจุบันสมาชิกสามารถจำหน่ายเมล็ดมะม่วงหิมพานต์สดผ่านกลุ่มในราคาที่สูงกว่าพ่อค้าคนกลาง กิโลกรัมละ 3 บาท พร้อมทั้งมีการกำหนดจุดรับซื้อกระจายหลายจุดเพื่อรวบรวมผลผลิตที่เอื้อต่อสมาชิกมากขึ้น ส่งผลให้รายได้จากการจำหน่ายผลผลิตมีความเป็นธรรมและมั่นคงมากขึ้น

การนำแนวคิดห่วงโซ่มูลค่ามาใช้เป็นเครื่องมือในการยกระดับมะม่วงหิมพานต์ตำบลท่าเมือง อำเภอดอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี ทั้งระบบ ก่อให้เกิดการทำความเข้าใจถึงบทบาทของแต่ละหน่วยงานในขั้นปฏิบัติการ ว่าจะมีส่วนช่วยวิสาหกิจชุมชนเมืองมะม่วงหิมพานต์ลำเซบก ตำบลท่าเมือง ได้อย่างไร เพื่อการสร้างความร่วมมือกัน ในระดับต้นน้ำ และกลางน้ำ ของกระบวนการดำเนินการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลง 6 ขั้นตอน อีกทั้งจะมีส่วนร่วมอย่างไรในการสร้างคุณค่าในการส่งมอบ ผลิตภัณฑ์และบริการให้แก่ลูกค้าด้วยห่วงโซ่มูลค่า ซึ่งได้จากการดำเนินกิจกรรมหลัก ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและสร้างสรรค์สินค้าและบริการ การตลาด และการ

ขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค และการดำเนินกิจกรรมสนับสนุนที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจกรรมหลักดำเนินไปได้ในระดับปลายน้ำ ดังนี้

การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าในระดับต้นน้ำ เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตจากการปลูกแบบดั้งเดิมไปสู่การจัดการแปลงอย่างมีองค์ความรู้ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้เข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมด้านการวิเคราะห์ดิน การปรับปรุงบำรุงดิน การทำปุ๋ยหมักใช้เอง และการตัดแต่งกิ่งอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ รวมทั้งสมาชิกวิสาหกิจชุมชนยังได้ร่วมกันคัดเลือกแปลงต้นแบบจำนวน 39 แปลง เพื่อทดลองปรับเปลี่ยนระบบการจัดการสวนมะม่วงหิมพานต์อย่างเป็นรูปธรรม แปลงต้นแบบเหล่านี้กลายเป็นพื้นที่เรียนรู้ร่วมกันของสมาชิก มีการสื่อสารเทคนิคในการปลูก การดูแล การใส่ปุ๋ย ผ่านการสื่อสารทางไลน์กลุ่ม ปรากฏการณ์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบการเรียนรู้ที่เปลี่ยนจากการเป็นเพียงสมาชิกผู้ตั้งรับกับโครงการหรือกิจกรรมการส่งเสริมทางการเกษตรที่มาจากหน่วยงานภายนอก ผู้การเรียนรู้ร่วมจากในพื้นที่และเป็นฐานข้อมูลสำหรับการวางแผนเพิ่มผลผลิตต่อไปในระยะต่อไป โดยมีเป้าหมายในการยกระดับผลผลิตของสมาชิกจากค่าเฉลี่ยเดิม 103 กิโลกรัมต่อไร่ ให้เข้าใกล้ค่าเฉลี่ยระดับตำบลและระดับอำเภอที่ประมาณ 350 กิโลกรัมต่อไร่

การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าในระดับกลางน้ำ ก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันในการเพิ่มมูลค่าและการแปรรูปผลผลิต ซึ่งแสดงให้เห็นว่าชุมชนไม่ได้หยุดอยู่เพียงการขายเมล็ดดิบ วิสาหกิจชุมชนได้จัดสรรเมล็ดมะม่วงหิมพานต์แห้งประมาณ 1,000 กิโลกรัมสำหรับการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่ เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ทอด เมล็ดมะม่วงหิมพานต์อบเกลือ และคุกกี้เมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ควบคู่กับการพัฒนาตราสินค้า เซบก (SREBOK) เพื่อสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การทดสอบตลาดคุกกี้เมล็ดมะม่วงหิมพานต์กับกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 51 คน พบว่าภาพลักษณ์สินค้า ชื่อตราสินค้า โลโก้ และบรรจุภัณฑ์ได้รับความพึงพอใจในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ที่ 3.73 สะท้อนศักยภาพของสินค้าชุมชนในการต่อยอดสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ แม้ยังมีประเด็นด้านความสม่ำเสมอของคุณภาพที่ต้องปรับปรุงต่อไป

การยกระดับห่วงโซ่คุณค่าในระดับปลายน้ำ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงทิศทางการพัฒนาในระยะยาวของชุมชน โดยสมาชิกวิสาหกิจชุมชนได้เริ่มวางแผนขยายความร่วมมือกับภาคีภายนอกอย่างเป็นระบบ ทั้งหน่วยงานภาครัฐด้านการเกษตร สถาบันการศึกษา และภาคเอกชน เพื่อเติมเต็มองค์ความรู้ เทคโนโลยี และช่องทางตลาด การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้ชุมชนแก้ไขปัญหารายได้เฉพาะหน้า และเป็นการต่อยอดการพัฒนาใหม่ที่มุ่งสู่ความมั่นคงของรายได้ การพึ่งพาตนเอง และการยกระดับบทบาทของครัวเรือนยากจนให้เป็นผู้มีส่วนร่วมในห่วงโซ่คุณค่าอย่างแท้จริงในระยะยาว

ผลกระทบและความยั่งยืนของ การเปลี่ยนแปลง Effects and Long Term Sustainability of Change

การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่ามะม่วงหิมพานต์ในตำบลท่าเมือง ผ่านการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเมืองม่วงหิมพานต์ลำเซบก เปลี่ยนแปลงเทคนิคการผลิตหรือวิธีการแปรรูป สร้างผลลัพธ์ทั้งในระดับเศรษฐกิจ สังคม องค์กรชุมชน และระบบการเรียนรู้ภายในพื้นที่ โดยการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นสะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนสร้างกิจกรรมและระบบใหม่ให้เกิดขึ้นโดยชุมชน อันเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่เน้นความยั่งยืน เป็นปลายทาง ผลกระทบและความยั่งยืนที่เกิดขึ้นสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

สมาชิกวิสาหกิจชุมชนเมืองม่วงหิมพานต์ลำเซบก ตำบลท่าเมือง ประกอบด้วยครัวเรือนยากจนในระบบ PPPConnext จำนวนทั้งสิ้น 74 ครัวเรือน และเป็นครัวเรือนในตำบลท่าเมืองอีกจำนวน 83 ครัวเรือน จากการดำเนินการเก็บข้อมูลในกลุ่มครัวเรือนยากจนของโครงการทั้ง 74 ครัวเรือน มีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนอยู่ที่ 6,432 บาทต่อเดือน ภายหลังจากการเข้าร่วมกิจกรรมกับวิสาหกิจชุมชน ทั้งกระบวนการจัดการแปลงเพื่อเพิ่มผลผลิตต่อไร่ การเข้าร่วมกิจกรรมแปรรูปผลผลิตมีรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 7,183 บาท คิดเป็นร้อยละของรายได้ที่เพิ่มขึ้น 11.69 หากคิดคำนวณจากครัวเรือนยากจนทั้งหมด 74 ครัวเรือนจะมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจาก 475,968 บาท เป็น 531,542 บาท กล่าวได้ว่าสมาชิกได้รับการยกระดับในหลายมิติ ทั้งคุณภาพของผลผลิตที่ดีขึ้น ราคาที่สูงขึ้น รวมถึงผลิตภัณฑ์แปรรูปที่สร้างรายได้เสริม ส่งผลให้ทุนทางเศรษฐกิจของสมาชิกวิสาหกิจชุมชน มีทิศทางที่เติบโตขึ้น

ผลกระทบทางสังคม

การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของมะม่วงหิมพานต์ ตำบลท่าเมือง นอกจากสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจให้ดีขึ้นแล้ว ยังทำให้ทุนทางสังคมภายในตำบลท่าเมืองแข็งแกร่งขึ้นอย่างเห็นได้ชัด วิสาหกิจชุมชนเมืองม่วงหิมพานต์ลำเซบก ซึ่งเดิมเป็นเพียงกลุ่มเกษตรกรธรรมดา ได้พัฒนาบทบาทเป็นองค์กรกลางที่สามารถบริหารจัดการกิจกรรมเชิงเศรษฐกิจได้ครบวงจร ภายในวิสาหกิจชุมชน มีการแบ่งบทบาทหน้าที่ของสมาชิกเป็นฝ่ายต่าง ๆ ที่ชัดเจน ทั้งฝ่ายผลิต ฝ่ายบัญชี ฝ่ายการตลาด มีการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและรายงานผลการดำเนินงาน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในด้านต่าง ๆ ระหว่างกัน กลไกเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่จะ

ทำให้กลุ่มสามารถดำเนินการร่วมกันอย่างยั่งยืน เพราะเจ้าของพื้นที่สามารถบริหารกลุ่มและจัดการกลุ่มได้ด้วยตนเอง และที่สำคัญกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน เช่น เวทีชุมชนและการทำกิจกรรมร่วมกัน ทำให้สมาชิกมีความรู้สึกเป็นเจ้าของวิสาหกิจชุมชนร่วมกัน ไม่ใช้กิจกรรมที่เกิดขึ้นเฉพาะช่วงใดช่วงหนึ่งเท่านั้น

ผลกระทบต่อความรู้ ทักษะ และศักยภาพของชุมชน

การร่วมกิจกรรมของสมาชิกผ่านวิสาหกิจชุมชนเมืองม่วงหิมพานต์ลำเซบก ส่งผลต่อกระบวนการเรียนรู้ที่สมาชิกมีโอกาสสะสมเทคนิคและวิธีการต่าง ๆ ซึ่งเป็นความรู้ที่ติดตัว ทั้งความรู้ทางการเกษตร ความรู้ด้านการแปรรูป และความรู้ด้านการตลาดที่เกิดจากการลงมือทำจริงในแปลงต้นแบบและการเรียนรู้ร่วมกันภายในกลุ่ม การเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ การเข้าใจถึงความสำคัญของการตัดแต่งกิ่ง การวิเคราะห์ดิน และการฟื้นฟูต้นเก่า สมาชิกเรียนรู้วิถีคิดต้นทุน การกำหนดราคา สมาชิกสามารถวางแผนการผลิตและการต่อรองกับตลาดได้ รวมถึงความรู้ด้านบรรจุภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความรู้เหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงความรู้เชิงทฤษฎี แต่เป็นความรู้เชิงปฏิบัติที่ตอบโจทย์ปัญหาของพื้นที่ ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของการพัฒนาชุมชนที่ยั่งยืน

จากการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนเมืองม่วงหิมพานต์ลำเซบก ตำบลท่าเมือง ส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งของกลุ่ม และสะท้อนกระบวนการพัฒนาเชิงพื้นที่ ทั้งจากการวิเคราะห์ปัญหาความต้องการของพื้นที่ การนำความรู้หลากหลายสาขามานำมาบูรณาการ การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน และการขับเคลื่อนสู่ผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และความรู้ แต่ยังคงมีข้อพึงพิจารณา ดังนี้ การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าวิสาหกิจชุมชน เชื่อให้ครัวเรือนยากจนที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้นจาก 6,432 บาท ต่อเดือนเป็น 7,183 บาท ยังไม่เพียงพอที่จะยืนยันความยั่งยืนในระยะยาว เนื่องจากรายได้ครัวเรือนเกษตรในพื้นที่ลุ่มน้ำมูลมีความผันผวนตามฤดูกาล ราคา และภัยธรรมชาติ ซึ่งเป็นปัจจัยโครงสร้างที่อยู่นอกเหนือการควบคุมภายในระบบห่วงโซ่คุณค่าได้ รวมทั้งการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน ที่ช่วยเพิ่มอำนาจต่อรอง แต่การเข้าถึงตลาดขนาดใหญ่ยังต้องพึ่งพามาตรฐานสินค้า การรับรองคุณภาพ และทุนหมุนเวียน ซึ่งวิสาหกิจชุมชน ยังอยู่ในระยะเริ่มต้น การแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่จึงยังเป็นข้อจำกัดเชิงโครงสร้างที่ต้องใช้เวลาในการพัฒนา ความเสี่ยงอีกประการคือ ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนซึ่งขึ้นอยู่กับภาวะผู้นำ ความร่วมมือของสมาชิก และการสนับสนุนจากภาคภายนอก หากกลไกเหล่านี้ขาดการหนุนเสริมซึ่งกันและกัน อาจทำให้การรวมกลุ่มอ่อนแอลงได้

แม้ว่าจะมีข้อจำกัดดังกล่าวข้างต้น แต่การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าม่วงหิมพานต์ตำบลท่าเมืองมีแนวโน้มความยั่งยืนเชิงบวกในหลายมิติ ความยั่งยืนเชิงสังคมเกิดจากการเสริมทุนทางสังคมผ่านวิสาหกิจชุมชน การรวมกลุ่มทำให้ครัวเรือนยากจนที่อยู่ในฐานข้อมูล

PPPConnex มีพื้นที่เรียนรู้ร่วมกัน สร้างความไว้วางใจ และพัฒนากลไกช่วยเหลือกัน ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการพัฒนาระยะยาวในพื้นที่ชนบทอีสาน ที่เผชิญความเปราะบางจากภัยน้ำท่วมและการย้ายถิ่นแรงงาน ความยั่งยืนเชิงนโยบายที่เกิดจากการสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยองค์การบริหารส่วนตำบลท่าเมือง สนับสนุนการขับเคลื่อนของวิสาหกิจชุมชนให้มีความยั่งยืนด้วยการบรรจุเข้าสู่แผนพัฒนาท้องถิ่นระยะ 5 ปี โดยมีการสนับสนุนงบประมาณปีละ 100,000 บาท นับตั้งแต่ปีงบประมาณ 2568–2570 ในส่วนของความยั่งยืนในระยะยาวจำเป็นต้องดำเนินการต่อไป 3 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) การสร้างระบบข้อมูลต้นทุน-ผลผลิตในระดับครัวเรือน (2) การพัฒนามาตรฐานสินค้าและช่องทางตลาดถาวร และ (3) การสร้างผู้นำรุ่นใหม่และกลไกธรรมาภิบาลในวิสาหกิจชุมชน

กิตติกรรมประกาศ

Acknowledgments

ขอขอบคุณหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สนับสนุนโครงการการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และการท่องเที่ยว วิถีชุมชน เพื่อการยกระดับรายได้ที่ยั่งยืน อำเภอดอนมดแดง จังหวัดอุบลราชธานี สัญญาเลขที่ A11F670146 และมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

Author Contributions

Chantha Thanawattanawong: Conceptualization, Methodology, Investigation, Resources, Supervision, Project administration, Writing – Original draft, Writing – Review & Editing. **Thumwimon Sukserm:** Validation, Investigation, Formal analysis, Writing – Review & Editing. **Nimmannoradee Promtong:** Conceptualization, Validation, Investigation, Writing – Review & Editing.

ORCID ID

Chantha Thanawattanawong: 0009-0000-7994-6584
Thumwimon Sukserm: 0009-0006-1083-6938
Nimmannoradee Promtong: 0009-0004-6882-8266

Conflicts of Interest

The authors have no conflicts of interest.

References

- Aue-aungkul, A., Srichookiat, S., Khemakhunasai, P., Sampantamit, T., Kaewsuksaeng, S., & Jitnirat, N. (2023). Tube sedge-based poverty alleviation model of Thale Noi Community, Phatthalung Province. *Area Based Development Research Journal*, 15(3), 251–265. (in Thai).
- Boonrasamee, B., Songrak, A., Patcharaprakiti, N., Hasuk, A., Srichai, P., Chutjueajin, S., & Chammari, U. (2024). *Pro-poor value chain analysis for appropriate technology: PAT*. Songkhla: Rajamangala University of Technology Srivijaya. (in Thai).
- Chaisinson, S. (2024). Strategic management for community enterprise development under the Sustainable Development Goals (SDGs). *Journal of the Association of Researchers*, 29(1), 98–116. (in Thai).
- Channui, C., & Lapthananon, P. (2019). Community enterprise success on the basis of viability and sufficiency. *Academic and Research Journal of Liberal Arts (Online)*, 14(1), 67–78. (in Thai).
- Department of Agricultural Extension. (2025). Agricultural production information system: Crop production status report classified by crop and pest types. Retrieved April 22, 2025, from: <https://production.doe.go.th/>. (in Thai).
- Kaiyasit, W. (2019). *Success factors for small and micro community enterprises in Namkian Subdistrict, Phu Phiang District, Nan Province*. (Master's thesis). Chiang Mai University, Faculty of Political Science and Public Administration. (in Thai).
- Kamonlinsakun, S., Kitatron, D., Preechanan, C., & Lertyingyot, S. (2022). Lessons learned from the value chain of the rice production system under a large agricultural plot scheme in Non-Krasang, Krabueng Yai Subdistrict, Phimai District, Nakhon Ratchasima Province. *DRIRDI Research for Community Service Journal*, 8(1), 93–107. (in Thai).
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2024). Poverty & Inequality report 2024. Retrieved May 7, 2025, from: <https://www.nesdc.go.th/download/รายงานการวิเคราะห์สถานการณ์/>. (in Thai).
- Pianroj, N., Chodchuang, S., & Srihwan, K. (2019). Guidelines for value-added marketing development of Samui coconut, Samui Island, Surat Thani Province. *Srinakharinwirot Business Journal*, 10(1), 1–16. (in Thai).
- Practical Poverty Provincial Connex. (2024). Poverty data at the household level Ubon Ratchathani Province. Retrieved June 25, 2025, from: <http://www.ppaos.com>. (in Thai).
- Prasantree, N., Udom, C., & Butcheewan, P. (2024). The development guidelines for the operation of local community enterprises: A study of community enterprise groups in Koh Kret Municipality, Nonthaburi Province. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 7(1), 25–42. (in Thai).
- Sampantamit, T., Aueaungkul, A., Srichookiat, S., Jansoon, N., Kiriratinikom, A., Keawpibal, N., & Kaewsuksaeng, S. (2025). Srinaka model: Development of community enterprises for an inclusive economy in Ban Na Subdistrict, Srinakarin District, Phatthalung Province, Thailand. *Area Based Development Research Journal*, 17(3), 195–211. (in Thai).
- Seville, D., Buxton, A., & Vorley, B. (2011). Under what conditions are value chains effective for pro-poor development: Summary paper. London: International Institute for Environment and Development. Retrieved June 24, 2025, from: <https://www.iied.org/g03136>.
- Soil Resources Survey and Research Division. (2026). Soil series group map, scale 1:25,000, Tha Mueang Subdistrict, Don Mot Daeng District, Ubon Ratchathani Province. Department of Land Development. Retrieved January 12, 2026, from: http://ossoss101.idd.go.th/web_thaisoilinf/northeast/Ubon/ub_map/ub_manman62/3424/342403_home. (in Thai).
- Tupmongkol, P., Sanew, S., Marnarath, P., & Ratchathawan, K. (2025). Enhancing household income through handwoven plastic-strip bags: A case study in Don Mot Daeng Subdistrict, Ubon Ratchathani Province, Thailand. *Area Based Development Research Journal*, 17(3), 231–241. (in Thai).