

## กลุ่มยุทธศาสตร์มะม่วง : การวิเคราะห์กลุ่มเกษตรกรเพื่อกำหนดทิศทาง การพัฒนามะม่วงส่งออก

ธวัชชัย รัตนชเลศ<sup>1</sup> และ พงกษ ธิบมันตะสิริ<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การส่งออกเป็นตลาดทางเลือกที่สำคัญของมะม่วงไทย ขณะที่ชาวสวนจำนวนหนึ่งได้เริ่มเคลื่อนตนเองเข้าสู่แนวทางกลุ่มยุทธศาสตร์ คือการสร้างความร่วมมือ เชื่อมโยง และเสริมกิจกรรมซึ่งกันและกัน ของผู้ผลิตและภาคที่เกี่ยวข้อง โดยมีการรวมกลุ่มกันของเกษตรกรเป็นพื้นฐาน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันที่ยั่งยืนในตลาดส่งออก การศึกษานี้มีเป้าหมายที่จะวิเคราะห์รูปแบบการจัดกลุ่มของเกษตรกร เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนามะม่วงส่งออก โดยให้ชาวสวนมะม่วงในภาคเหนือตอนบนเป็นกรณีศึกษา ระยะเวลาติดตามข้อมูลอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2550 จากการเฝ้าสังเกตและสอบถามแกนนำของกลุ่ม ได้พบชาวสวนมะม่วงส่งออก 4 รูปแบบ ตามผู้ผลักดันให้เกิดกิจกรรมของกลุ่ม ดังนี้ 1) **รายย่อยอิสระ** เป็นผู้ผลิตมะม่วงเพื่อการส่งออกโดยไม่รวมกลุ่ม มีจำนวนไม่ชัดเจน พบกระจายในพื้นที่ 3 จังหวัด เชียงใหม่ เชียงราย และลำพูน ชาวสวนมีความหลากหลายในองค์ความรู้ด้านการผลิตและการตลาด รายที่เป็นเกษตรกรชั้นนำ ความรู้ฝังลึกที่สั่งสมไว้นั้นมักถูกจำกัดการใช้เฉพาะในสวนตนเอง ปริมาณและคุณภาพของสินค้ายังมีความแปรปรวน มีจุดอ่อนด้านการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความเข้าใจเรื่องคุณภาพ สินค้าถูกจัดมาตรฐานและส่งออกโดยผู้ประกอบการ การรวมกลุ่มมีความสำคัญเป็นอันดับแรกสำหรับการพัฒนา 2) **กลุ่มมีองค์กรภายนอกผลักดัน** พบ 1 กลุ่ม เป็นกลุ่มแรกตั้ง องค์กรภายนอกทำหน้าที่สร้างตลาด ให้ข้อมูลข่าวสาร และผลักดันมาตรฐานสินค้า ก่อนจำหน่ายให้ผู้ประกอบการ กลุ่มต้องการเทคโนโลยีการผลิตที่แม่นยำ ส่วนแนวทางกลุ่มยุทธศาสตร์ องค์กรได้วางเส้นทางการพัฒนาไว้ค่อนข้างชัดเจน 3) **กลุ่มมีผู้นำกลุ่มผลักดัน** พบ 1 กลุ่ม เป็นกลุ่มเก่า ผู้นำมีความสามารถและประสบการณ์สูง กลุ่มจึงค่อนข้างมีความมั่นคงทั้งด้านการผลิตและการตลาด ผู้ส่งออกนอกจากเป็นผู้จัดมาตรฐานสินค้าก่อนการรับซื้อผลผลิตแล้ว ยังมีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีการผลิต เป็นกลุ่มที่มีการพัฒนาตามแนวทางกลุ่มยุทธศาสตร์ไปได้มาก 4) **กลุ่มมีองค์กรภายในผลักดัน** มี 1 กลุ่ม เป็นกลุ่มค่อนข้างใหม่ มีองค์กรภายใน “โรงเรียนเกษตรกร” ผลักดันทั้งด้านการผลิตและการตลาด การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการจัดมาตรฐานสินค้าก่อนจำหน่าย ขณะที่การส่งออกยังอาศัยผู้ประกอบการเช่นเดียวกับสามกลุ่มแรก ต้องการภาคีสนับสนุน “โรงเรียนเกษตรกร” เพื่อดูแลกลุ่มและให้บริการชุมชน จัดเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงในการเป็นผู้นำขับเคลื่อนกลุ่มยุทธศาสตร์มะม่วงระดับประเทศ

**คำสำคัญ:** การส่งออกมะม่วง การแบ่งกลุ่มเกษตรกร กลุ่มยุทธศาสตร์มะม่วง

### คำนำ

การส่งออกเป็นตลาดทางเลือกที่สำคัญของมะม่วงไทย แต่การส่งออกมะม่วงผลสดสามารถทำได้เพียงร้อยละ 1 ของปริมาณผลผลิตทั้งหมดของประเทศในช่วงที่ผ่านมา (ฉลองชัย, มมป; PHTI, 2007) มีประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และฮ่องกง เป็นตลาดส่งออกแถบเอเชียแรก ๆ เมื่อกว่า 30 ปีมาแล้ว การบุกเบิกเข้าสู่ตลาดยุโรปมีบันทึกไว้

<sup>1</sup> ภาควิชาพืชสวน และศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

<sup>2</sup> ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 (เกียรติเกษตร, 2547) ตลาดสหรัฐอเมริกาเปิดให้ไทยอย่างเป็นทางการครั้งแรกเมื่อ 23 กรกฎาคม 2550 พร้อมกับผลไม้อื่นรวม 6 ชนิด (มกอช., 2550) ขณะที่ตลาดญี่ปุ่นเริ่มอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2530 (ประพัฒน์, 2532) และได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องจนมาเป็นตลาดส่งออกสำคัญที่สุดในปัจจุบัน ด้วยมูลค่ากว่า 86 ล้านบาทต่อปี ในปี พ.ศ. 2548 หรือร้อยละ 65 ของมูลค่ามะม่วงสดส่งออกโดยรวม (URL1) การเพิ่มส่วนแบ่งของมะม่วงไทยในตลาดญี่ปุ่นในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีความเชื่อมโยงโดยตรงกับการรวมกลุ่มกันของเกษตรกร (จรัญ และคณะ, 2549; ธวัชชัย และพฤษ, 2549ก) โดยเฉพาะการเคลื่อนไหวในแนวทาง “กลุ่มยุทธศาสตร์” ซึ่งหมายถึง การผนึกกำลังให้เข้มแข็งของภาคที่เกี่ยวข้อง นับตั้งแต่ กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการด้านการส่งออก สินค้าปัจจัยการผลิตที่เกี่ยวข้อง และระบบขนส่ง ภาคราชการ รวมทั้งภาควิชาการ ทั้งนี้เพื่อลดต้นทุนธุรกิจ ก่อให้เกิดเวทีร่วมกันสำหรับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด และท้ายที่สุดเพื่อสร้างเสริมความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในตลาดส่งออก (สถาบันอาหาร, 2550ก) กลุ่มเกษตรกรที่ผลิตเพื่อการส่งออกรายสำคัญของประเทศไทย มีทั้งที่ตั้งในภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันตก และภาคเหนือ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2547ก) สำหรับกลุ่มในภาคเหนือตอนบนจัดว่ามีศักยภาพสูงยิ่งในการผลิตมะม่วงคุณภาพล่าดูตามธรรมชาติ อย่างไรก็ตามเกษตรกรผู้ปลูกมะม่วงส่งออกในภูมิภาคนี้ยังมีความหลากหลายในรูปแบบการรวมตัวกัน ดังนั้นเอกสารงานวิจัยฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะวิเคราะห์รูปแบบการจัดกลุ่มของเกษตรกร เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนามะม่วงส่งออกต่อไป

## วิธีการศึกษา

ให้ชาวสวนที่ผลิตมะม่วงเพื่อการส่งออกในลักษณะผลสดหรือแช่แข็ง (fresh or frozen mangoes) ในภาคเหนือตอนบนเป็นกรณีศึกษา ทั้งที่เป็นชาวสวนรายย่อยอิสระและที่รวมตัวเป็นกลุ่มแล้วส่งออกผ่านผู้ประกอบการ ใช้กรณีที่พบใน จ.เชียงใหม่ และ จ.ลำพูน สำหรับวิธีการศึกษา ได้ติดตามข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิในช่วงปี พ.ศ. 2530-2550 การร่วมเรียนรู้กับกลุ่มผู้ปลูกมะม่วงเพื่อการส่งออกระหว่างปี พ.ศ. 2547-2550 และจากการสอบถามข้อมูลเชิงลึกจากเกษตรกรและแกนนำเกษตรกร เพื่อนำมาจัดแบ่งกลุ่ม วิเคราะห์ และกำหนดแนวทางการพัฒนามะม่วงเพื่อการส่งออกตามลำดับ

## ผลการศึกษาและวิจารณ์

### พันธุ์และผู้ผลิตมะม่วงส่งออก

มะม่วงมีการส่งออกใน 4 รูปแบบ ได้แก่ มะม่วงสด มะม่วงกระป๋อง มะม่วงอบแห้ง และมะม่วงแช่แข็ง ความเข้มงวดในด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยพืชของมะม่วงสดและแช่แข็งใกล้เคียงกัน ทั้งสองรูปแบบจึงเป็นตลาดเป้าหมายเดียวกันสำหรับผู้ผลิต แตกต่างเฉพาะราคาที่ได้รับ โดยมะม่วงสดจะได้รับสูงกว่ามะม่วงแช่แข็ง พันธุ์มะม่วงสดเพื่อการส่งออกของภาคเหนือตอนบนที่ผ่านมาเกษตรกรได้ให้ความสำคัญกับหลายพันธุ์ รวมทั้งเขียวเสวย ไซคอนันต์ หนังกกลางวัน และน้ำดอกไม้ แต่ในปัจจุบันชาวสวนได้มุ่งผลิต น้ำดอกไม้ เป็นพันธุ์หลัก และล่าสุดกำลังให้ความสนใจ มหาชน ซึ่งเป็นพันธุ์ใหม่ลำดับ 5 ที่ได้รับอนุญาตให้นำเข้าประเทศญี่ปุ่นอย่างเป็นทางการเมื่อ 28 พฤศจิกายน 2549 (URL2) เพิ่มเติมจากเดิม 4 พันธุ์ คือ น้ำดอกไม้ หนังกกลางวัน แวด และพิมเสนแดง (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2547ข)

การผลิตมะม่วงบริโภคสดเพื่อการส่งออกจากพื้นที่ภาคเหนือตอนบน เริ่มต้นโดยชมรมผู้ปลูกและพัฒนา มะม่วงเชียงใหม่ ได้ส่งมะม่วงหนึ่งกลางวันจากสวนของอาจารย์ประพัฒน์ สิทธิสังข์ อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ ไปญี่ปุ่น เมื่อปี พ.ศ. 2530 รวม 27 ตัน ผ่านบริษัทส่งออก/ผู้ส่งออกจำนวน 24 ราย (อุตร, 2532) ความสำเร็จของโครงการนำร่องที่ทำร่วมกับภาครัฐดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการส่งออกให้ความสนใจกับแหล่งผลิตมะม่วงในภูมิภาคนี้เพิ่มขึ้นในเวลาต่อมา การส่งออกในเชิงการค้าที่ภาครัฐมิได้เข้าไปสนับสนุนแต่เป็นของกลุ่มเกษตรกรโดยตรงกลับเริ่มอย่างจริงจังในปี พ.ศ. 2544 หรือกว่า 10 ปีให้หลัง โดยชมรมมะม่วงพร้าว อ.พร้าว จ.เชียงใหม่ นำโดยคุณเจริญ คุ่มสุภา (พ่ายัพ, 2542)

### ผู้ส่งออกและตลาดการส่งออกมะม่วง

การส่งออกมะม่วงของไทยดำเนินการโดยผู้ประกอบการทั้งที่เป็นบริษัทและผู้ส่งออกอิสระ ตลาดส่งออกแรก ๆ เป็นตลาดเอเชีย แต่ปัจจุบันมีกว่า 30 ประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมาย (สถาบันอาหาร, 2550ข) อย่างไรก็ตาม ญี่ปุ่นเป็นตลาดหลักของมะม่วงผลสด โดยเฉพาะพันธุ์น้ำดอกไม้ การส่งออกมะม่วงน้ำดอกไม้เริ่มเมื่อปี พ.ศ. 2537 ในลักษณะผลดิบเพื่อทำย៉ามะม่วง และมีการทดลองตลาดผลสุกในปี พ.ศ. 2543 เมื่อประสบความสำเร็จจึงเริ่มส่งออกอย่างจริงจังในปี พ.ศ. 2544 (เทวฤทธิ์, 2549) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของชมรมมะม่วงพร้าว จ.เชียงใหม่ ที่ระบุว่าเริ่มผลิตเพื่อการส่งออกมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ดังนั้นถือว่ามะม่วงน้ำดอกไม้ของภาคเหนือตอนบนได้ส่งออกไปญี่ปุ่นพร้อมกับภูมิภาคอื่น

### กลุ่มและการแบ่งกลุ่มเกษตรกร

เกษตรกรผู้ส่งออกมะม่วงของภาคเหนือตอนบน หากพิจารณาจากเกณฑ์ผู้ผลักดันให้เกิดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง สามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม (ตารางที่ 1) ได้แก่ รายย่อยอิสระ กลุ่มมีองค์กรภายนอกผลักดัน กลุ่มมีผู้นำกลุ่มผลักดัน และกลุ่มมีองค์กรภายในผลักดัน

- **รายย่อยอิสระ** เป็นเกษตรกรผู้ผลิตมะม่วงเพื่อการส่งออกที่ไม่ได้สังกัดกลุ่ม มีจำนวนไม่ชัดเจน พบกระจายในพื้นที่ 3 จังหวัด เชียงใหม่ เชียงราย และ ลำพูน ดำเนินการผลิตและการตลาดอย่างอิสระ มีความหลากหลายทั้ง พันธุ์มะม่วงที่ปลูก ขนาดสวน องค์ความรู้ที่ใช้ในกระบวนการผลิต และความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ส่งผลให้ความสม่ำเสมอของสินค้าทั้งปริมาณและคุณภาพที่ป้อนเข้าสู่ตลาดโดยกลุ่มนี้มีความแปรปรวนสูง ยกเว้นผู้ที่ผลิตสินค้าแบบมีพันธะสัญญากับผู้ประกอบการโดยตรง สินค้าถูกจัดมาตรฐานและส่งออกโดยผู้ประกอบการ รายย่อยอิสระจึงยังเป็นแหล่งผลิตขนาดใหญ่ที่ป้อนสินค้าให้กับตลาด เป็นกลุ่มที่แนวทางกลุ่มยุทธศาสตร์ไม่สามารถเข้าถึงได้

- **กลุ่มมีองค์กรภายนอกผลักดัน** เป็นกลุ่มที่เกษตรกรรวมตัวกันเพื่อผลิตมะม่วงคุณภาพ โดยถูกผลักดันให้มีกิจกรรมต่อเนื่องจากองค์กรภายนอก พบ 1 กลุ่มที่ อ.ลี้ จ.ลำพูน สมาชิกกลุ่มเริ่มต้นเพียง 3 ราย ทำการผลิตพันธุ์มหาชนเป็นหลัก องค์กรภายนอกที่ให้การสนับสนุนคือ “มูลนิธิจารุเดโช” ได้พัฒนามาจากกลุ่มธุรกิจการตลาดภายใต้สัญลักษณ์ “ซันแบงค์ (Sunbank)” ที่มุ่งผลักดันมาตรฐานสินค้าและสร้างตลาดให้กับชาวสวน กลุ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2549 และเริ่มทดลองส่งออกปี พ.ศ. 2550 องค์ความรู้ด้านการผลิตของกลุ่มในเบื้องต้นได้มาจาก คุณเดช ทิวทอง เจ้าของพันธุ์มหาชน (ธวัชชัย และศิวพร, 2542) เนื่องจากเป็นกลุ่มใหม่ องค์ความรู้ของกลุ่มจัดว่ายังอยู่ใน

ระดับต่ำ-ปานกลาง ความสม่ำเสมอด้านปริมาณและคุณภาพการผลิตสินค้ายังแปรปรวน กลุ่มต้องการความแม่นยำด้านเทคโนโลยีการผลิตมะม่วงคุณภาพ แต่แนวทางกลุ่มยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการส่งออกมะม่วง องค์กรได้วางแนวทางพัฒนาไว้ค่อนข้างชัดเจน

- **กลุ่มมีผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์** เป็นกลุ่มเกษตรกรที่ถูกผลักดันจากผู้นำตามธรรมชาติของกลุ่ม พบ 1 กลุ่ม คือ “ชมรมมะม่วงพร้าว” อ.พร้าว จ.เชียงใหม่ ปัจจุบันมีสมาชิกประมาณ 77 ราย ผลิตพันธุ์น้ำดอกไม้และโชคอนันต์ นับเป็นกลุ่มผู้ส่งออกเก่าแก่ที่สุดของภูมิภาคนี้ ดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 แต่เริ่มส่งออกได้อย่างจริงจัง 4 ปีหลังจากนั้น ปัจจุบันกลุ่มเริ่มมั่นคง ในปี พ.ศ. 2550 ผลผลิตของสมาชิกที่จำหน่ายได้มีมูลค่าสูงถึง 15 ล้านบาท สินค้าได้รับความเชื่อถือจากผู้ประกอบการส่งออก กระบวนการคัดเลือกสมาชิกใหม่จึงเคร่งครัดปานกลางถึงมาก กลุ่มมีแหล่งทุนดำเนินงานที่มาจากสมาชิกเกือบทั้งหมด การสร้างตลาดและพันธมิตรเป็นหน้าที่หลักของกลุ่มต่อสมาชิก แต่องค์ความรู้การผลิตของกลุ่มจัดอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของสมาชิกเป็นหลัก แต่ก็ได้รับจากผู้รู้จากภายนอกค่อนข้างสม่ำเสมอ ผู้นำได้บริหารงานเพื่อความยั่งยืนของกลุ่มจากภาคปฏิบัติ จากการเป็นนักเจรจาต่อรองระดับมืออาชีพ จึงสามารถบริหารผลผลิตทุกส่วนของสมาชิกให้มีมูลค่าสูงสุด การเป็นผู้ซื้อสัตย์ โปร่งใส และใฝ่รู้ จึงทำให้สินค้าของกลุ่มมีความสม่ำเสมอทั้งด้านปริมาณและคุณภาพดีขึ้นมาเป็นลำดับ แม้กลุ่มไม่มีเป้าหมายการให้บริการแก่ชุมชน แต่ผู้นำก็มีจิตบริการสูง เป็นกลุ่มที่มีการพัฒนาตามแนวทางกลุ่มยุทธศาสตร์ไปได้มาก

- **กลุ่มมีองค์กรภายในผลิตภัณฑ์** เป็นกลุ่มเกษตรกรที่มีองค์กรภายใน “โรงเรียนเกษตรกร” ผลิตภัณฑ์ พบ 1 กลุ่ม ในนาม ชมรมผู้ปลูกมะม่วงจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งที่ อ.เชียงดาว จ.เชียงใหม่ ผลิตมะม่วงหลายพันธุ์มีน้ำดอกไม้สีทองเป็นพันธุ์หลัก ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2547 ด้วยจำนวนสมาชิกประมาณ 60 คน แต่ผลผลิตที่ส่งออกได้ในปีแรก พ.ศ. 2550 เป็นของแกนนำกลุ่ม 9 คน ที่เรียกภายในว่า “กลุ่มการตลาด (marketing group)” กระบวนการคัดเลือกสมาชิกที่จะผลิตเพื่อการส่งออกมีความเคร่งครัดปานกลาง-มาก แหล่งทุนดำเนินการใน 3 ปีแรกล้วนมาจากสมาชิกทั้งสิ้น กลุ่มมีหน้าที่หลัก 4 ด้าน ได้แก่ การสร้างเทคโนโลยีการผลิต ผลิตภัณฑ์มาตรฐานสินค้า สร้างตลาด และสร้างพันธมิตร จัดว่าองค์ความรู้ที่มีอยู่ในระดับปานกลาง ทำให้สินค้าที่ผลิตในปีแรกยังมีความแปรปรวนทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ จึงยังอยู่ระหว่างการสร้างความเชื่อถือให้กับผู้ประกอบการส่งออก นับเป็นกลุ่มแรกที่มีเป้าหมายตั้งแต่ต้นให้มี “โรงเรียนเกษตรกร” เพื่อดูแลสมาชิกกลุ่มและชุมชนมะม่วงตามแนวทาง “โรงเรียนเกษตรกร (farmer school)” ที่เป็นสากล (วิชชัย และพฤกษ์, 2549) แม้ในทางปฏิบัติยังดำเนินไปได้ไม่มากนักก็ตาม เป็นกลุ่มที่มีความเข้าใจแนวทางการพัฒนาเกษตรศาสตร์ค่อนข้างดี สามารถให้เป็นผู้นำร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาเกษตรกรรมมะม่วงระดับประเทศได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 1 เกษตรกรผู้ส่งออกมะม่วง 4 กลุ่มพร้อมประเด็นที่เป็นคำอธิบายลักษณะกลุ่ม และแนวทางการพัฒนา  
กลุ่มเพื่อส่งเสริมการส่งออกในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน

รายการ	เกษตรกรผู้ส่งออกมะม่วง			
	รายย่อยอิสระ	กลุ่มมีองค์กร ภายนอกผลักดัน (ลี้)	กลุ่มมีผู้นำกลุ่ม ผลักดัน (พร้าว)	กลุ่มมีองค์กรภายใน ผลักดัน (เชียงใหม่)
ปีก่อตั้ง	-	2549	2540	2547
ปีที่เริ่มส่งออก	-	2550	2544	2550
จำนวนสมาชิกกลุ่ม	ไม่มี	3	77	9
ผู้ผลักดันให้เกิดกิจกรรม อย่างต่อเนื่อง	เจ้าของสวน	องค์กรภายนอก	ผู้นำกลุ่ม	แกนนำกลุ่ม
กระบวนการคัดเลือกสมาชิก	ไม่มี	เคร่งครัดปานกลาง- มาก	เคร่งครัดปาน กลาง-มาก	เคร่งครัดปานกลาง-มาก
แหล่งทุนดำเนินงานของกลุ่ม	ไม่มี	องค์กรภายนอก (มูลนิธิ)	จากสมาชิก	จากสมาชิก
หน้าที่หลักของกลุ่มต่อ สมาชิก	ไม่มี	ผลักดันมาตรฐาน สินค้า สร้างตลาด	สร้างตลาด สร้างพันธมิตร	สร้างเทคโนโลยีการผลิต ผลักดันมาตรฐานสินค้า, สร้างตลาด สร้างพันธมิตร
องค์ความรู้ของกลุ่ม	ค่อนข้างต่ำ	ต่ำ-ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง
กระบวนการคิดความยั่งยืนของ กลุ่ม	ไม่มี	ปานกลาง-มาก	น้อย-ปานกลาง	ปานกลาง-มาก
การบริหารผลผลิตเพื่อความ ยั่งยืนของชาวสวน	มี	ยังไม่มีปฏิบัติ	มี	มี
ความสม่ำเสมอเชิงปริมาณ การผลิตสินค้า	แปรปรวนสูง	ยังแปรปรวน	ค่อนข้าง สม่ำเสมอ	ยังแปรปรวน
ความสม่ำเสมอเชิงคุณภาพ การผลิตสินค้า	แปรปรวนสูง	ยังแปรปรวน	ค่อนข้าง สม่ำเสมอ	ยังแปรปรวน
เป้าหมายการให้บริการ ชุมชนของกลุ่ม	ไม่มี	ไม่มี	ไม่มี	มี
แนวทางการพัฒนา ส่งเสริมการส่งออก	ส่งเสริมการ รวมกลุ่ม	ให้เทคโนโลยีการผลิต ที่แม่นยำ	ให้โรงคัดบรรจุ- ห้องเย็นเพื่อลด ความสูญเสีย	สนับสนุน “โรงเรียน เกษตรกร”

## การพัฒนามะม่วงส่งออก

**รายย่อยอิสระ** มีจุดอ่อนหลายประการด้วยกัน แต่ที่สำคัญเป็นด้านความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ซึ่งส่งผลถึงความไม่เข้าใจเรื่องคุณภาพส่งออก การให้รายย่อยอิสระที่ผลิตเพื่อส่งออกอยู่แล้วพัฒนาเป็นกลุ่มน่าจะเป็นความจำเป็นเร่งด่วนประการแรกสุด **กลุ่มที่มีองค์กรภายนอกผลักดัน** มีจุดเด่นที่ด้านการตลาดภาคีภาครัฐและภาควิชาการควรเสริมความแม่นยำในด้านเทคโนโลยีการผลิตในส่วนที่ยังขาด **กลุ่มที่มีผู้นำกลุ่มผลักดัน** ควรให้กลุ่มสามารถก้าวไปข้างหน้าด้วย โรงคัดบรรจุพร้อมห้องเย็น เพื่อลดการสูญเสียมะม่วงของสมาชิกในระยะที่ผลผลิตออกมามาก เนื่องจากเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ ขณะที่ **กลุ่มมีองค์กรภายในผลักดัน** ควรให้การสนับสนุน “โรงเรียนเกษตรกร” เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการดูแลกลุ่ม การเป็นหน่วยบ่มเพาะชาวสวนรุ่นใหม่ และสัมฤทธิ์ผลบริการชุมชนด้านอื่น ๆ ได้ตามเป้าหมาย

## สรุปผล

การส่งออกมะม่วงผลสดจากภาคเหนือตอนบนเมื่อ 20 ปีก่อน ได้เปิดช่องทางให้มีการส่งออกในเวลาต่อมา น้ำดอกไม้เป็นพันธุ์ที่ได้รับความนิยมจากผู้ปลูกมากที่สุดในปัจจุบัน เกษตรกรผู้ผลิตเพื่อการส่งออกแบ่งออกตามผู้ผลักดันให้เกิดกิจกรรมของกลุ่มอย่างต่อเนื่องได้เป็น 4 กลุ่ม 1) รายย่อยอิสระ 2) กลุ่มมีองค์กรภายนอกผลักดัน 3) กลุ่มมีผู้นำกลุ่มผลักดัน และ 4) กลุ่มมีองค์กรภายในผลักดัน **รายย่อยอิสระ** ยังเป็นผู้ผลิตสินค้าส่งออกขนาดใหญ่ที่มีจำนวนไม่ชัดเจน มีความอ่อนแอหลายด้าน การทำให้เกิดการรวมกลุ่มจึงเป็นความสำคัญอันดับแรก **กลุ่มมีองค์กรภายนอกผลักดัน** มีจำนวน 1 กลุ่ม การให้ความแม่นยำด้านเทคโนโลยีการผลิตมะม่วงคุณภาพ จะสอดคล้องกับความต้องการมากที่สุด **กลุ่มมีผู้นำกลุ่มผลักดัน** มีจำนวน 1 กลุ่ม การแก้ไขความสูญเสียที่ผลผลิตออกมามากกลางฤดูกาล ด้วยโรงคัดบรรจุพร้อมห้องเย็น สามารถยกระดับขีดความสามารถของกลุ่มได้ ขณะที่ **กลุ่มมีองค์กรภายในผลักดัน** มีจำนวน 1 กลุ่ม ควรให้การสนับสนุน “โรงเรียนเกษตรกร” ซึ่งเป็นองค์กรภายใน ให้สามารถขับเคลื่อนภารกิจของกลุ่ม และให้บริการชุมชนตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

## กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ คุณสิทธิชัย สันฐิติวิฑูร คุณเจริญ คุ่มสุภา คุณอาทิตย์ เกษมศรี คุณณรงค์ เจษฎาพันธ์ และชาวสวนมะม่วงส่งออกที่ให้ข้อมูลทุกท่าน

## เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. 2547ก. วางแผนการผลิตและการตลาดมะม่วง ปี 2548. เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการ. กลุ่มส่งเสริมการผลิตไม้ผล สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรุงเทพฯ. 58 น.
- กรมส่งเสริมการเกษตร. 2547ข. การผลิตมะม่วงเพื่อการส่งออกญี่ปุ่น. ส่วนส่งเสริมและบริการพัฒนาคุณภาพสินค้า สำนักพัฒนาคุณภาพสินค้าเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรุงเทพฯ. 42 น.
- เกียรติเกษตร กาญจนพิสุทธิ. 2547. คู่มือมะม่วง. เพ็ท-แพลัน พับลิชชิง, กรุงเทพฯ. 272 น.
- จงรักษ์ มูลเพย ธีวชัย รัตนชเลศ พฤกษ์ ยิบมันตะสิริ และรุ่งทิพย์ อุทุมพันธ์. 2549. กระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์กลุ่มมะม่วง. วารสารเกษตร 22(3): 261-266.

- ฉลองชัย แบบประเสริฐ. มมป. มะม่วง. ปัญหาการผลิตมะม่วงในประเทศไทย. น. 123-134. ใน จตุรพร สงวนดิกลรัตน์ (บรรณาธิการ). มะม่วง. บริษัท เอฟ. อี. ซิลลิค (กรุงเทพฯ) จำกัด, กรุงเทพฯ.
- เทวฤทธิ์ ยาสระคู. 2549. การผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้มันนอกฤดูเพื่อส่งออก. สำนักพิมพ์ วายพีครีเอชั่น, สมุทรปราการ. 167 น.
- ธวัชชัย รัตน์ชเลศ และ พุกฤษ ยิบมันตะศิริ. 2549ก. แนวทางการพัฒนาระบบการผลิตมะม่วงอย่างยั่งยืนเชิงบูรณาการในภาคเหนือ. วารสารเกษตร 22(3): 267-277.
- ธวัชชัย รัตน์ชเลศ และ พุกฤษ ยิบมันตะศิริ. 2549ข. การพัฒนาศักยภาพเกษตรกรเพื่อการผลิตไม้ผลคุณภาพส่งออกตามแนวทางและแนวปฏิบัติ "โรงเรียนเกษตรกร". น.118-127. ใน รายงานการประชุมวิชาการ ศวพท. ปี 2549. 22-23 กันยายน 2549. ณ โรงแรมกรีน เลค รีสอร์ท, เชียงใหม่.
- ธวัชชัย รัตน์ชเลศ และ ศิวาพร ธรรมดี. 2542. พันธุ์ไม้ผลการค้าในประเทศไทย: คู่มือเลือกพันธุ์สำหรับผู้ปลูก. สำนักพิมพ์ริ้วเขียว, กรุงเทพฯ. 292 น.
- ประพัฒน์ บุญประพันธ์. 2532. มะม่วงเพื่อการส่งออก. ชมรมไม้ผลแห่งประเทศไทย, กรุงเทพฯ. 144 น.
- พายัพ ยังปักชี. 2542. ใส่ใจ ไร่ศึกษา เส้นทางสู่ความสำเร็จมะม่วงส่งออกของ เจริญ คุ่มสุภา รองประธานชมรมชาวสวนมะม่วงจังหวัดเชียงใหม่. น. 33-35. ใน มะม่วงเพื่อการส่งออก บ.ไพฑูริตีเตอร์ จำกัด, สมุทรปราการ.
- สถาบันอาหาร. 2550ก. ความหมายของคลัสเตอร์. (ระบบออนไลน์). แหล่งข้อมูล: <http://www.nfi.or.th/nfi/Cluster/mean.htm>. (12 สิงหาคม 2550).
- สถาบันอาหาร. 2550ข. มะม่วงส่งออกปี 2544-2548. (ระบบออนไลน์). แหล่งข้อมูล: <http://www.mof.or.th/fruit.htm>. (9 สิงหาคม 2550).
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ (มกอช.). 2550. คู่มือแนวทางปฏิบัติเพื่อการส่งออกผลไม้ไปสหรัฐอเมริกา. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรุงเทพฯ. 115 น.
- อุดร อุณหวุฒิ. 2532. การส่งมะม่วงพันธุ์หนึ่งกลางวันไปจำหน่ายที่ประเทศญี่ปุ่น. น. 86-90. ใน มะม่วง เอกสารวิชาการที่ 1 สถาบันวิจัยพืชสวน กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรุงเทพฯ.
- Postharvest Technology Institute (PHTI). 2007. Thai Mango – Competitiveness, Supply Features and EU Export Opportunities. Chiang Mai University, Chiang Mai. 86 p.
- URL1. 2550. ปริมาณและมูลค่าการส่งออกมะม่วงสดและผลิตภัณฑ์ปี 2546-2549. (ระบบออนไลน์). แหล่งข้อมูล: [http://agriqua.doae.go.th/export/mango\\_export.doc](http://agriqua.doae.go.th/export/mango_export.doc) (9 สิงหาคม 2550)
- URL2. 2550. ญี่ปุ่นนำเข้ามะม่วงมหาชนกจากไทย. (ระบบออนไลน์). แหล่งข้อมูล: [http://www.nicaonline.com/webboard/index.php?topic=5566.0;prev\\_next=next](http://www.nicaonline.com/webboard/index.php?topic=5566.0;prev_next=next) (9 สิงหาคม 2550)