

ระยะที่ 2 การสร้างแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก และสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมกาแฟในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยการจัดประชุมระดมสมอง (Brain Storming) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ การจัดทำ SWOT Analysis และ SWOT Matrix รวมถึงจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์ที่สร้างขึ้น กลุ่มเป้าหมาย โดยผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 15 คน พบว่า แผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก ได้ 4 ยุทธศาสตร์ย่อย 17 มาตรการ และ 82 แนวดำเนินการ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ ผลักดันให้แขวงจำปาสักเป็นศูนย์กลางการค้ากาแฟ (4 มาตรการ 19 แนวดำเนินการ) ยุทธศาสตร์ ทบทวนและปรับปรุงนโยบายต่างๆที่เกี่ยวข้อง (6 มาตรการ 22 แนวดำเนินการ) ยุทธศาสตร์ สร้างเสถียรภาพและเพิ่มความได้เปรียบของการค้ากาแฟ (5 มาตรการ 30 แนวดำเนินการ) และยุทธศาสตร์ ลดการพึ่งพาต่างประเทศ (2 มาตรการ 11 แนวดำเนินการ)

ระยะที่ 3 เพื่อประเมินและยืนยันแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จากประเมินและยืนยันแผนยุทธศาสตร์ โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน ได้สรุปเป็นแนวทาง พบว่า การสร้างแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก สามารถนำไปเป็นแนวทางในการนำไปใช้ได้ 4 ยุทธศาสตร์ย่อย 17 มาตรการ และ 82 แนวดำเนินการ โดยให้ดำเนินการต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน เสนอแนะ ควรนำแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก นี้ นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน เสนอแนะ ควรนำผลการวิจัยแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสักนี้ เสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับแขวง ระดับกระทรวง และระดับประเทศ

คำสำคัญ : แผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟ

ABSTRACT

The purposes of the current study were 1) to study problems and needs of coffee trade in Champasak Province, Lao PDR, 2) to analyze environmental condition of coffee trade industry in Champasak Province, Lao PDR, and 3) to develop a strategic plan for coffee trade in Champasak Province, Lao PDR. The data was collected from the samples of 57 coffee trade entrepreneurs. The research instruments were a set of questionnaire and qualitative data analysis. The repetition of problems and needs was analyzed by the methods of SWOT analysis and SWOT Matrix. The study was divided into 3 phases.

The results of the studies were as follow.

In phase 1, the purpose of the study was to study problems and needs of coffee trade in Champasak Province, Lao PDR. It was found that 4 aspects of problems and needs were found including manufacturing, quality improvement, distribution, and economic environment. The result of the study indicated that inconvenience and unsafe transportation was found as the most frequently found problems in the manufacturing aspect; the risk in uncertain price of coffee in international market as stakeholders must be in troubles when the price become low was

found in the distribution aspect; cost of export and shipment was found in the economic environment aspect. In terms of needs, it was found that government support in providing academic knowledge was found in the manufacturing aspect; improvement of transportation was found in the quality improvement; existence of price guarantee standard was found in the distribution aspect; and support of export and shipment was found in the economic environment aspect. The result of the analysis of economic environment of coffee trade in Champasak province with the value chain analysis method indicated 4 issues related to strengths, weaknesses, opportunities, and treats which were analysis of environmental opportunities, analysis of weaknesses of organization, analysis of treats, and analysis of strengths respectively.

Phase 2 aimed to develop a strategic plan for coffee trade in Champasak Province and to analyze environmental condition of coffee trade industry in Champasak Province, Lao PDR by organizing a brain storming workshop to gather qualitative data with SWOT analysis and SWOT matrix. The target group consisted of experts, scholars, and accomplices in total number of 15. The result of the study indicated that the developed strategic plan consisted of 4 sub-strategies of 17 measures and 82 implementations including strategies for contributing Champasak province to be the center of coffee trade (4 measures, 19 implementations), strategies in revision and improve related policies (6 measures, 22 implementations), strategies in contributing stability and advantages in coffee trade (5 measures, 30 implementations), and strategies in reduction of foreign dependence (2 measure, 11 implementations).

In phase 3, the developed strategic plan were qualitatively evaluated by 9 experts. The results of the study could be concluded that 4 sub-strategies of 17 measures and 82 implementations were evaluated to be practicable and suggested to be implement further.

Recommendation

1. 9 experts recommended to implement the strategic plan for coffee trade in Champasak province, Lao PDR for the greatest benefits.

2. 9 experts recommended to implement the strategic plan for coffee trade in Champasak province, Lao PDR in the related units in provincial, ministerial, and national level.

Keywords : Strategic Plan for Coffee

บทนำ

ผลผลิตกาแฟโลก ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา เพิ่มขึ้นจาก 8.425 ล้านตัน ในปี 2553/54 เป็น 8.972 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.07 ต่อปี เนื่องจากสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยประเทศที่ผลิตกาแฟมากที่สุดได้แก่ บราซิล รองลงมาคือ เวียดนาม และ โคลัมเบีย โดยมีผลผลิตคิดเป็นร้อยละ 36.64 ร้อยละ 17.34 และร้อยละ 6.92 ของผลผลิตโลก ตามลำดับ (1) บราซิล เป็นผู้ผลิตกาแฟอันดับ 1 ของโลก และเป็นผู้ผลิตกาแฟพันธุ์อาราบิก้า รายใหญ่อันดับ 1 ของโลกเช่นกัน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ผลผลิตกาแฟของบราซิลเพิ่มขึ้นจาก 3.27 ล้านตันในปี 2553/54 เป็น 3.258 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.44 ต่อปี โดยกาแฟ อาราบิก้ามีผลผลิตลดลงจาก 2.510 ล้านตัน ในปี 2553/54 เหลือ 2.238 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือลดลงร้อยละ 0.43 ต่อปีและกาแฟโรบัสตา ผลผลิตเพิ่มขึ้นจาก 0.760 ล้านตัน ในปี 2553/54 เป็น 1.020 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.70 ต่อปีเนื่องจากสภาพอากาศเอื้ออำนวย (2) เวียดนาม เป็นผู้ผลิตกาแฟอันดับ 2 ของโลก และเป็นผู้ผลิตกาแฟพันธุ์โรบัสตารายใหญ่อันดับ 1 ของโลก ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ผลผลิตกาแฟของเวียดนามเพิ่มขึ้นจาก 1.165 ล้านตันในปี 2553/54 เป็น 1.644 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.61 ต่อปีโดยแยกเป็นกาแฟโรบัสตาเพิ่มขึ้นจาก 1.130 ล้านตัน ในปี 2553/54 เป็น 1.581 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.33 และกาแฟอาราบิก้า เพิ่มขึ้นจาก 0.039 ล้านตัน ในปี 2553/54 เป็น 0.063 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.46 ต่อปี เนื่องจากมีการขยายพื้นที่ปลูกกาแฟเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (3) โคลัมเบีย เป็นผู้ผลิตกาแฟอันดับ 3 ของโลก ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ผลผลิตกาแฟอาราบิก้าของโคลัมเบียเพิ่มขึ้นจาก 0.510 ล้านตัน ในปี 2553/54 เป็น 0.798 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.48 ต่อปี (กรมวิชาการเกษตร.2559 : 1-2)

การส่งออกเมล็ดกาแฟและกาแฟสำเร็จรูป ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นจาก 6.793 ล้านตันในปี 2553/54 เป็น 7.157 ล้านตัน ในปี 2558/59 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.66 ต่อปี ประเทศผู้ส่งออกมากที่สุด ได้แก่ บราซิล ส่งออก 2.097 ล้านตัน ในปี 2553/54 เพิ่มเป็น 2.194 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.28 ต่อปี รองลงมา ได้แก่ เวียดนาม ส่งออก 1.113 ล้านตัน ในปี 2553/54 เพิ่มเป็น 1.324 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.03 ต่อปี และโคลัมเบีย ส่งออก 0.5 ล้านตัน ในปี 2553/54 เพิ่มเป็น 0.728 ล้านตันในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.25 ต่อปี เมล็ดกาแฟ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา การส่งออกเมล็ดกาแฟเพิ่มขึ้นจาก 6 ล้านตันในปี 2553/2554 เป็น 6.066 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.79 ต่อปี โดยประเทศบราซิลส่งออกมากที่สุด จาก 1.910 ล้านตัน ในปี 2553/54 เป็น 1.983 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.19 ต่อปี รองลงมา ได้แก่ เวียดนาม ส่งออก 1.090 ล้านตัน ในปี 2553/54 เป็น 1.220 ล้านตันในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.62 ต่อปี และโคลัมเบีย ส่งออก 0.440 ล้านตัน ในปี 2553/54 เป็น 0.681 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.95 ต่อปี กาแฟสำเร็จรูป ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา การส่งออกกาแฟสำเร็จรูปเพิ่มขึ้นจาก 0.800 ล้านตัน ในปี 2553/2554 เป็น 0.883 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.45 ต่อปี โดยประเทศบราซิลส่งออกมากที่สุด จาก 0.190 ล้านตัน ในปี 2553/54 เป็น 0.209 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.78 ต่อปี รองลงมา ได้แก่ อินโดนีเซีย ส่งออก 0.140 ล้านตัน ในปี 2553/54 เหลือ 0.114 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือลดลงร้อยละ 7.13 ต่อปี และมาเลเซีย ส่งออก 0.100 ล้านตัน ในปี 2553/54 เป็น 0.167 ล้านตัน ในปี 2557/58 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.71 ต่อปี (กรมวิชาการเกษตร.2559 : 5)

ในอาเซียนมีสมาคมกาแฟอาเซียน (ASEAN Coffee Federation – ACF) ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2554 สมาชิกเป็นผู้ผลิตและผู้บริโภคใน 8

ประเทศ ประกอบด้วยประเทศ บรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว เมียนมาร์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม ซึ่งไทยและมาเลเซียไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มมาตรฐานอุตสาหกรรมกาแฟอาเซียนให้สูงที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้และดูแลความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของภาคอุตสาหกรรมกาแฟในอาเซียน ซึ่งจะสามารถช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ผลิตกาแฟ และรับรองคุณภาพของกาแฟพิเศษในอาเซียน สมาชิกของสมาคมและ ACF เป็นเสมือนช่องทางความร่วมมือระหว่างองค์กรที่เกี่ยวกับกาแฟในอาเซียน ให้ความรู้แก่ผู้ผลิตกาแฟด้านมาตรฐานสากล และคุณภาพ ให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคเพื่อสร้างมุมมองที่ดีเกี่ยวกับกาแฟที่มีคุณภาพ แลกเปลี่ยนกับตลาดโลก ส่งเสริมผู้ผลิตให้ผลิตกาแฟมาตรฐาน ยกกระดับมาตรฐานโรงงานผลิตกาแฟให้ได้ผ่านมาตรฐาน GMP และเป็นแหล่งเงินทุน จากข้อมูลของ ACF ขอนำเสนอประเทศในอาเซียน 2 ประเทศที่มีบทบาทสำคัญต่อตลาดกาแฟโลก ได้แก่เวียดนาม และอินโดนีเซียปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมกาแฟเม็ดของอาเซียนในปัจจุบัน ได้แก่ การขาดการวิจัย การขาดการร่วมมือกันในอาเซียน ผลจากการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ ผลกระทบการผลิตต่ำลง ขาดผลตอบแทนพิเศษแก่เกษตรกร ขาดการเพิ่มมูลค่า อาเซียนจึงได้กำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างความยั่งยืนแก่เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟ ซึ่งคือกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง(กลุ่มประสานงานสหกรณ์อาเซียน กรมส่งเสริมสหกรณ์. 2557 : 1-3)

ในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อดีต ช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ประมาณปี 2443 ชาวฝรั่งเศสเป็นผู้นำกาแฟทั้งพันธุ์โรบัสต้าและอาราบิก้าเข้ามาปลูก ในบริเวณที่ราบสูงบอลละเวน ภายหลังจาก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประกาศเอกราช คนลาวก็ยังคงปลูกกาแฟที่เมืองปากของเรื่อยมา จนกระทั่งเกิดสงคราม ระหว่างปี 2503-2513 พื้นที่ปลูกกาแฟในบริเวณที่ราบสูงบอลละเวนกลายเป็นส่วนหนึ่งของสมรภูมिरบ ต้นกาแฟจำนวนมากถูกระเบิดทำลายในช่วงสงคราม ทำให้มีเนื้อที่ปลูกกาแฟลดลง

เมื่อต้นปี พ.ศ. 2533 ธุรกิจกาแฟที่สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เริ่มคึกคักอีกครั้ง เมื่อบริษัทในท้องถิ่นในพื้นที่เมืองปากเซ เริ่มปลูกกาแฟที่บริเวณดอยเฮียง (Doi Heang) การปลูกกาแฟในตอนแรกๆ ไม่ได้ยึดมาตรฐานอะไร ผลผลิตกาแฟขายได้ 0.5 ดอลลาร์ ต่อกิโลกรัม เท่านั้น ต่อมาในปี 2543 Jhai Coffee Farmer Cooperative ที่มีสมาชิกมากกว่า 500 กลุ่ม และความช่วยเหลือของมูลนิธิ California Based Jhai Foundation และ Thangsgiving Coffee ประเทศสหรัฐอเมริกา เริ่มแรกมีการปลูกจากสมาชิก 12 หมู่บ้าน ของกลุ่มคนพื้นเมืองที่อาศัยอยู่ในบริเวณที่ราบสูงบอลละเวน ที่อยู่ใกล้ชายแดนกัมพูชาในพื้นที่จากทางหลวง หมายเลข 23 ถึงบ้านหนองหลวง(สมาคมกาแฟลาว. 2558 : 9-10)

ในอดีตที่ผ่านมา หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน ได้ทำการศึกษาค้นคว้าและจัดทำยุทธศาสตร์การส่งเสริมการส่งออกกาแฟขึ้น ซึ่งเป็นภาพรวมและมีเนื้อหาที่เน้นด้านการผลิตและด้านอุตสาหกรรมต่อเนื่อง ส่วนด้านการตลาดยังไม่มีการศึกษาด้านแนวทางการค้ากาแฟเป็นการเฉพาะเจาะจง และจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกาแฟที่ผ่านมา มีทิศทางไปในด้านการพัฒนาแนวทางการเพาะปลูก การผลิต การคัดเลือกพันธุ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีต่อเนื่องจากผลิตภัณฑ์กาแฟ รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการค้าผลิตภัณฑ์กาแฟ แต่ไม่ได้มีการวิเคราะห์เจาะลึกในแนวทางการพัฒนาการค้ากาแฟ ดังนั้น จึงเห็นสมควรให้ความสำคัญและศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับเกี่ยวกับการส่งออกกาแฟในแขวงจำปาสัก เพื่อให้การบริหารจัดการด้านการตลาดกาแฟสอดคล้องกับการตลาดที่ระยะสั้นและระยะยาว และเพื่อให้สามารถปรับปรุงองค์ความรู้ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของการค้าโลกในยุคปัจจุบันมากยิ่งขึ้น ซึ่งการศึกษาวเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการส่งออกกาแฟในแขวงจำปาสัก ตลอดจนวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จะช่วยให้หน่วยงานที่

เกี่ยวข้องสามารถกำหนดรูปแบบยุทธศาสตร์การค้า
กาแฟในแขวงจำปาสัก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถ
รักษาส่วนแบ่งทางการตลาดในแขวงจำปาสัก และยก
ระดับความเป็นอยู่ของเกษตรกรสาธารณสุขรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้ผลเป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหา และความต้องการการค้า
กาแฟในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย
ประชาชนลาว
2. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของ
อุตสาหกรรมกาแฟในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาว
3. เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟ
ในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชน
ลาว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนด
กระบวนการวิจัย (Methodology) โดยเป็นกระบวนการ
การวิจัยเชิงคุณภาพ ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

ก. ขอบเขตด้านพื้นที่ เป็นการศึกษาเฉพาะ
แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ข. ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาและ
ค้นคว้าแนวทางการสร้างแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟ
ในแขวงจำปาสัก เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์ให้
สอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางด้าน
เศรษฐกิจของโลก มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาใน
ครั้งนี้ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ การ
วิเคราะห์สภาพแวดล้อมและการวางแผนยุทธศาสตร์

ขั้นตอนและกระบวนการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้แบ่งเป็น 3 ระยะคือ

การวิจัยระยะที่ 1 เพื่อศึกษาปัญหาและ
ความต้องการ การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

1. ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการ
วิจัย ได้แก่ ผู้แทนบริษัทที่ได้จดทะเบียนเป็นผู้ส่งออก
กาแฟกับแผนกอุตสาหกรรมและการค้า แขวงจำปาสัก
การส่งออกกาแฟ ประจำปี พ.ศ.2558-2560 จำนวน
57 บริษัท

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้แทนบริษัท
ที่ได้จดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกาแฟกับแผนก
อุตสาหกรรมและการค้า แขวงจำปาสัก การส่งออก
กาแฟ ประจำปี พ.ศ.2558-2560 จำนวน 57 บริษัท

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม
ข้อมูลการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3
ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับ
สถานภาพข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็น
แบบสอบถามรายข้อ เพศ ตำแหน่ง ประสบการณ์
ทำงาน ระยะเวลาการประกอบธุรกิจของบริษัท และ
รูปแบบการบริหารงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา
และความต้องการการค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก
ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายเปิด โดย
มีประเด็นคำถาม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค
รวมถึงคำถามปลายเปิดที่เป็นความเห็นด้านสภาพ
แวดล้อมของอุตสาหกรรมกาแฟ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดที่เป็น
ความเห็นด้านยุทธศาสตร์การค้ากาแฟ เป็นรายข้อ
คำถามเกี่ยวกับ การผลิต การปรับปรุงคุณภาพ การจัด
จำหน่าย สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจและข้อ
เสนอแนะเพิ่มเติม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัย ระยะ
ที่ 1

3.1 ขอบหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยถึง
กลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวม
ข้อมูลด้วยตนเอง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยระยะที่ 1

4.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ และค่าความถี่

4.2 ส่วนที่เป็นเนื้อหาและข้อเสนอแนะในคำถามปลายเปิด ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการสรุปประเด็นและสาระสำคัญ และแจกแจงความถี่ตามประเด็นที่วิเคราะห์

4.3 การนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis และ SWOT Matrix เมื่อได้ผลการวิจัยระยะที่ 1 คือ การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก และสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมกาแฟแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกาแฟ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis และนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ดังกล่าวมาเป็นฐานคิดในการจัดทำ SWOT Matrix เพื่อประกอบการตัดสินใจในการกำหนดยุทธศาสตร์ต่อไป

การวิจัยระยะที่ 2 เพื่อสร้างแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยการจัดประชุมระดมสมอง (Brain Storming) ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชุมเพื่อระดมสมอง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ และผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีปฏิสัมพันธ์กับการผลิตและการค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก จำนวน 15 ราย ใช้การเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ซึ่งเลือกจาก กลุ่มผู้ปลูกกาแฟและแปรรูปกาแฟ กลุ่มผู้แทนบริษัทส่งออกกาแฟ และกลุ่มเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการค้ากาแฟ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งการประชุมเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน รวมกลุ่มเป้าหมายจำนวน 15 คน

การวิจัยระยะที่ 3 เพื่อประเมินความเป็นไปได้และยืนยันแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ซึ่งได้ปรับปรุงรูปแบบตามการวิจารณ์และข้อเสนอแนะจากการประชุมระดมสมอง ในการวิจัยระยะที่ 2 โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ มีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจความคิดหรือทัศนคติในระดับบุคคลซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ผู้วิจัยสามารถซักถามให้เข้าถึงข้อมูลเชิงลึกได้ดีและมีความถูกต้องเกี่ยวกับข้อเท็จจริงในเชิงประจักษ์ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ตอบปัญหาการวิจัยได้ โดยผ่านการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview)

ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีปฏิสัมพันธ์กับการส่งออกกาแฟและการค้ากาแฟใน สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 9 คน ให้ความเห็น ประเมินความเป็นไปได้ รวมทั้งยืนยันแผนยุทธศาสตร์ที่ได้และให้ข้อเสนอแนะแนวทางการปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสักให้ถูกต้องและเหมาะสมยิ่งขึ้นหนึ่ง

ผลการวิจัย

ระยะที่ 1 ศึกษาปัญหา และความต้องการการค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก และสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมการค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก พบว่ามีปัญหาและความต้องการ 4 ด้าน คือ ด้านการผลิต ด้านการปรับปรุงคุณภาพ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ กลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกอบการค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก จำนวน 57 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวัดค่าความซ้ำของปัญหาและความต้องการ SWOT Analysis, SWOT Matrix ผลการวิจัยปัญหาพบว่า ด้านการผลิต มีความถี่มากที่สุด คือ ความรู้ทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง อยู่ในขอบเขตจำกัด ด้านการปรับปรุงคุณภาพ คือ การคมนาคมขนส่งไม่สะดวกและไม่ปลอดภัย ด้านการจัดจำหน่าย คือ ความเสี่ยงจากการขึ้นลงของราคากาแฟในตลาดสากล ผู้ที่มีส่วนร่วมอาจติดอยู่ในสภาพลำบากหากราคาตกต่ำ ด้านสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ คือ ต้นทุนการส่งออก และการขนส่งสูง ส่วนความต้องการ พบว่า การด้าน

การผลิต คือ ให้ภาครัฐเข้ามาให้ความรู้ทางวิชาการมากขึ้น การปรับปรุงคุณภาพ คือ การคมนาคมขนส่งให้สะดวกและปลอดภัย ด้านการจัดจำหน่าย คือ ให้หามาตรการป้องกันราคาขึ้นลงของกาแฟในตลาดสากลและราคาตกต่ำ สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ คือ ให้ส่งเสริมการส่งออก และการขนส่ง

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม โดยใช้การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain Analysis) พบว่า ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง และจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยรวม 4 ด้าน ที่มีความถี่จากมากไปหาน้อย คือ การวิเคราะห์ความคิดเห็นโอกาสสภาพแวดล้อม คือ การวิเคราะห์ความคิดเห็นจุดอ่อนสภาพแวดล้อมภายใน คือ การวิเคราะห์ความคิดเห็นโอกาสสภาพแวดล้อมภายนอก และน้อยสุด คือ การวิเคราะห์ความคิดเห็นจุดแข็งสภาพแวดล้อมภายใน ตามลำดับ

ระยะที่ 2 การสร้างแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก และสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมกาแฟในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยการจัดประชุมระดมสมอง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ การจัดทำ SWOT Analysis และ SWOT Matrix รวมถึงจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์ที่สร้างขึ้น กลุ่มเป้าหมาย โดยผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 15 คน พบว่า แผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก ได้ 4 ยุทธศาสตร์ย่อย 17 มาตรการ และ 82 แนวดำเนินการ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ ผลักดันให้แขวงจำปาสักเป็นศูนย์กลางการค้ากาแฟ (4 มาตรการ 19 แนวดำเนินการ) ยุทธศาสตร์ ทบทวนและปรับปรุงนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง (6 มาตรการ 22 แนวดำเนินการ) ยุทธศาสตร์ สร้างเสถียรภาพและเพิ่มรายได้เปรียบของการค้ากาแฟ (5 มาตรการ 30 แนวดำเนินการ) และ ยุทธศาสตร์ ลดการพึ่งพาต่างประเทศ (2 มาตรการ 11 แนวดำเนินการ)

ระยะที่ 3 เพื่อประเมินและยืนยันแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากประเมินและยืนยันแผนยุทธศาสตร์ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 คน ได้สรุปเป็นแนวทาง พบว่า การสร้างแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก สามารถนำไปเป็นแนวทางในการนำไปใช้ได้ 4 ยุทธศาสตร์ย่อย 17 มาตรการ และ 82 แนวดำเนินการ โดยให้ดำเนินการต่อไป

การอภิปรายผลการวิจัย

ในการศึกษาแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยในประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และคำถามวิจัยโดยแบ่งเป็น 3 ส่วนตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 อภิปรายผลปัญหา และความต้องการการค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก โดยการวิเคราะห์ความซ้ำของปัญหาและความต้องการ โดยวัดความถี่ของผู้ให้ความเห็นจากผู้ประกอบการเกี่ยวกับการค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก เกี่ยวกับปัญหา จำนวนทั้งหมด 57 แห่ง จำนวน 4 ด้าน โดยวัดความถี่จากมากไปหาน้อยของปัญหา ผู้วิจัยได้นำปัญหาและความต้องการดังกล่าวมาอภิปรายผลรายปัญหาดังนี้

1. ด้านการผลิต พบว่า ความรู้ทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง อยู่ในขอบเขตจำกัด ความถี่มาก รองลงมา หอนอนเจาะลำต้น และน้อยที่สุด การแก่งแย่งแข่งขันกันด้านทรัพยากรที่ดินพื้นที่สูง มีความเสี่ยงที่อาจจะเกิดด้านการพัฒนาเหมืองแร่ ในเขตภูเขาเพียงบละเวน

2. ด้านการปรับปรุงคุณภาพ พบว่า การคมนาคมขนส่งไม่สะดวกและไม่ปลอดภัย ความถี่มาก รองลงมา ความไม่เท่าเทียมไม่แน่นอน G2G รับรองบริษัทบางบริษัทขายไม่เหมือนกันและไม่เสมอภาคกัน และน้อยที่สุด การพัฒนาสายพันธุ์กาแฟ โดยเฉพาะสายพันธุ์โรบัสต้า ปลูกน้อยมาก และได้ผลผลิตน้อย (9 กิโลกรัม/ตัน)

3. การจัดจำหน่าย พบว่า ความเสี่ยงจากการขึ้นลงของราคากาแฟในตลาดสากล ผู้ที่มีส่วนร่วมอาจติดอยู่ในสภาพลำบากหากราคาคาแฟตกต่ำ รองลงมา

ภาชีนำเข้า-ส่งออกระหว่างประเทศสูง และน้อยที่สุด คือ กาแฟลาวถูกนำไปสวมสิทธิ์ในต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศไทย และมีราคาต้นทุนสูง ส่งผลต่อราคาจำหน่าย

4. สภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ พบว่า ต้นทุนการส่งออก และการขนส่งสูง ความถี่มากที่สุด รองลงมา ยังขาดกลไกสนับสนุนด้านการเงินที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาการผลิต(อัตราดอกเบี้ยสูง) และน้อยที่สุด คือ สปป.ลาว เป็นผู้ผลิตขนาดเล็ก ถ้าเปรียบเทียบกับอัตราส่วนในระดับโลก

ผลการวิจัย ด้านความต้องการการค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก โดยการวิเคราะห์ความซ้ำของปัญหาและความต้องการ โดยวัดความถี่ของผู้ให้ความเห็นจากผู้ประกอบการเกี่ยวกับการค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก เกี่ยวกับปัญหา จำนวนทั้งหมด 57 แห่ง จำนวน 4 ด้าน โดยวัดความถี่จากมากไปหาน้อยของปัญหาการค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก ผู้วิจัยได้นำความต้องการดังกล่าวมาอภิปรายผลดังนี้

1. ด้านการผลิต พบว่า ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาให้ความรู้ทางวิชาการมากขึ้น ความถี่มากที่สุด รองลงมา หาวิธีการป้องกันหนอนเจาะลำต้นเร็วที่สุด และน้อยที่สุด คือ เร่งการจัดตั้งชาวสวนให้ได้รับการพัฒนาเพิ่มขึ้น และป้องกันความเสี่ยงจากมลพิษของชาวสวน ผู้ปลูกแบบชีวภาพที่อยู่ใกล้เคียงกัน ควบคุมการปลูกแบบอุตสาหกรรม ที่มีการใช้ยาฆ่ายา สารเคมี และอื่นๆ

2. ด้านการปรับปรุงคุณภาพ พบว่า ต้องการให้การคมนาคมขนส่งให้สะดวกและปลอดภัย ความถี่มากที่สุด รองลงมา ต้องการให้นโยบายการส่งเสริมการลงทุนให้ชัดเจน และน้อยที่สุด คือ ให้ส่งเสริมการปลูกกาแฟสายพันธุ์โรบัสต้า เพิ่มขึ้น

3. ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ต้องการให้มาตรการป้องกันราคาขึ้นลงของกาแฟในตลาดสากล และราคาตกต่ำ ความถี่มากที่สุด รองลงมา ลดภาชีนำเข้า-ส่งออกระหว่างประเทศ และน้อยที่สุด 3 ด้าน คือ กาแฟลาวให้มีการบรรจุเสร็จก่อนจำหน่ายให้

เป็นยอมรับในระดับสากลมากขึ้น ให้การสนับสนุนบริษัทเอกชนผู้ที่มีส่วนร่วม และให้หาวิธีการลดต้นทุนที่ส่งผลต่อราคาจำหน่าย

4. ด้านสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ พบว่า ต้องให้ส่งเสริมการส่งออก และการขนส่ง ความถี่มากที่สุด รองลงมา ให้การสนับสนุนด้านการเงินที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาการผลิต(อัตราดอกเบี้ยต่ำ) และน้อยที่สุด การซื้อขาย ผ่านสหกรณ์ภาครัฐต้องเข้ามาช่วยในการพัฒนาและต่อยอด

ส่วนที่ 2 อภิปรายผลสภาพแวดล้อมการค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก จากการศึกษาและการประชุมระดมสมอง

1. จุดแข็ง (Strengths) พบว่า แขวงจำปาสักมีการเพาะปลูกกาแฟมาแต่ดั้งเดิม และมีจำนวนมาก เนื่องจากมีความเหมาะสมในด้าน ค่าแรง และพื้นที่ดิน เป็นของตนเอง จะทำให้แขวงจำปาสักสามารถส่งออกกาแฟได้ในปริมาณมากเพียงพอกับความต้องการของตลาด ซึ่งภาครัฐให้การส่งเสริมความรู้ทางวิชาการต่อขบวนการผลิต ปรับปรุงคุณภาพ การจัดจำหน่าย และสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ โดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีการกำหนดคุณภาพในการซื้อขาย จึงทำให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ส่วนมากเป็น การผลิตภายในครอบครัว เป็นการลดต้นทุน เช่น ด้านแรงงาน สถานที่ การเดินทาง และค่าใช้จ่ายอื่นๆ วิธีการผลิตแบบธรรมชาติ จึงไม่มีสารเคมีปะปน สำหรับการผลิตกาแฟคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิเคราะห์ของจิรวรรณ โรจนพรทิพย์. (2554, น. 1-3) การวิเคราะห์แนวโน้มตลาดกาแฟทั่วโลกมีทิศทางขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี ไม่ต่ำกว่าปีละ 3-5 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากกระแสความดังของ ซีรีส์เกาหลี เรื่อง Coffee Prince ทำให้คนเกาหลีรุ่นใหม่มองว่ากาแฟเป็นสินค้าไฮเอนด์ที่ทันสมัย ดึงดูดให้คนเกาหลีรุ่นใหม่หันมาดื่มกาแฟกันเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกับคนรุ่นใหม่ในประเทศจีนที่หันมาดื่มกาแฟแทนการดื่มชา ทำให้ธุรกิจกาแฟมีโอกาสดิบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นบริษัท ปากของโฮแลนด์ มองเห็นโอกาสทางการตลาด จึงวางแผนกาแฟ

สายพันธุ์อาราบิก้าที่มีคุณภาพสูง ในรูปแบบเกษตรพันธสัญญา หรือคอนแทรกฟาร์มมิ่ง โดยใช้เครื่องจักรและเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการปลูกและแปรรูปกาแฟ เพื่อให้ได้สินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีคุณภาพมาตรฐานตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

2. จุดอ่อน (Weaknesses) พบว่า หนองเงาะลำต้นกาแฟ ผลผลิตมักกระจุกตัว โดยมีกอกอกสู่ตลาดช่วงต้นปี ทำให้มีผลผลิตออกสู่ตลาดไม่สม่ำเสมอทั้งปี 2 ด้านการผลิตและแปรรูปคุณภาพสินค้าในภาพรวม แรงงานมีน้อย และค่าจ้างแรงงานสูง มีการปลอมปนสินค้า และต่างประเทศนำไปสวมสิทธิ์ มีปัญหาการขนส่งในช่วงฤดูฝน เส้นทางคมนาคมไม่สะดวก การจำหน่ายกาแฟจากสวนผ่านพ่อค้าคนกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของชาญวิทย์ เรื่องชัยวิสุข. (2559, น. ค-ง). แผนยุทธศาสตร์การค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน ผลการวิจัยพบว่า ด้านจุดอ่อน พบว่าคุณภาพมันสำปะหลัง เส้นไทยในภาพรวมค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับมันสำปะหลังเส้นของประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึง ต้นทุนด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องค่อนข้างสูง

3 โอกาส (Opportunities) พบว่าการผลิตกาแฟแขวงจำปาสักอยู่ในบริเวณ ภูเพียงบอละเวน มีคุณภาพดีเลิศ/กาแฟพิเศษ โดยยึดเอาการรับรองทางด้านคุณภาพ (GI) เป็นตัวกำหนด และสามารถตอบสนองกับตลาดเฉพาะได้ นโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมการผลิตกาแฟมีความชัดเจนและถือเป็นสินค้า ยุทธศาสตร์ของ สปป.ลาว เพื่อการส่งออก การเปิด AEC จะทำให้แขวงจำปาสักสามารถเป็นศูนย์กลางการค้ากาแฟได้ การตลาดใหม่ที่สำคัญ คือ ตลาดจีน เกาหลี ญี่ปุ่น และยุโรป มีโอกาสนำเข้ากาแฟมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง การจัดตั้งสมาคมสากล เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผู้มีความสนใจ และรับผู้ที่มีความต้องการสนับสนุนเป็นคู่ร่วมพัฒนา สอดคล้องกับงานวิจัยของศุภันันทา ร่วมประเสริฐ (2556, น. ข). ได้ศึกษา การพยากรณ์แนวโน้มมูลค่าการส่งออกน้ำสับปะรดของไทย. ผลการศึกษาพบ

ว่า แนวโน้มมูลค่าการส่งออกในอีก 5 ปีข้างหน้ามีแนวโน้มที่ลดลง สอดคล้องกับสถานการณ์การผลิตสถานการณ์ตลาดและราคาในปัจจุบัน การพยากรณ์มูลค่าการส่งออกค่านึงถึงค่าแนวโน้ม และค่าความเคลื่อนไหวตามฤดูกาล ค่าพยากรณ์มูลค่าการส่งออกรายเดือนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554 - 2558 พบว่า มูลค่าการส่งออกในเดือนพฤศจิกายนของทุกๆ ปีจะมีมูลค่าสูงที่สุด รองลงมาคือเดือนเมษายนหรือพฤษภาคม ซึ่งค่าพยากรณ์มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกันทุกๆ ปี ข้อมูลที่ได้สามารถใช้เป็นประโยชน์ในด้านการปรับปรุง หรือพัฒนากระบวนการผลิตและเป็นความรู้ให้แก่ทั้งผู้ส่งออกหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง และเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์และภาวะที่เกิดขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโลก

4. อุปสรรค (Threats) พบว่า ผู้ไม่ได้ปลูกแบบชีวภาพที่อยู่ใกล้เคียงกัน ต่อการปลูกแบบชีวภาพ โดยเฉพาะการปลูกแบบอุตสาหกรรม ที่ยังมีการใช้ยาฆ่ายา สารเคมีและอื่นๆ การคมนาคมขนส่งไม่สะดวก ความเสี่ยงจากการขึ้นลงของกาแฟในตลาดสากล ผู้ที่มีส่วนร่วมอาจติดอยู่ในสภาพลำบากหากราคาคงต่ำ แรงงานภาคเกษตรขาดแคลนและมีค่าแรงงานราคาสูง สอดคล้องกับงานวิจัยของจันทร์ฉาย พิทักษ์อรธณพ (2556, น. 111) ได้ศึกษา ผลสัมฤทธิ์ของการจัดการต่อการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยผลสัมฤทธิ์การส่งออกขององค์การได้รับอิทธิพลโดยตรง จากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ หากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ โดยเน้นการมีนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการกล้าเสี่ยง จะส่งผลให้มีผลสัมฤทธิ์การส่งออกขององค์การสูงขึ้น 2) ปัจจัยผลสัมฤทธิ์การส่งออกได้รับอิทธิพลทางอ้อม จากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ โดยส่งผ่านปัจจัยการลดอุปสรรคการส่งออกภายใน หากมีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ จะทำให้ช่วยลดอุปสรรคการส่งออกภายใน ซึ่งก็คือ อุปสรรคทางด้านข้อมูล

ข่าวสาร อุปสรรคทางด้านทรัพยากร อุปสรรคทางการตลาด ซึ่งจะส่งผลให้มีผลสัมฤทธิ์การส่งออกขององค์การสูงขึ้น 3) ปัจจัยผลสัมฤทธิ์การส่งออกขององค์การได้รับอิทธิพลโดยตรงจากการลดอุปสรรคการส่งออกภายใน หากมีอุปสรรคการส่งออกภายในลดลง จะส่งผลให้มีผลสัมฤทธิ์การส่งออกขององค์การสูงขึ้น จากผลการศึกษา ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบาย เพื่อพัฒนาผู้ส่งออกวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรให้ความสำคัญกับการออกนโยบาย เพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นลำดับแรก และรองลงมา คือ การกำหนดนโยบาย เพื่อลดอุปสรรคการส่งออกภายใน ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ส่งออกวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีผลสัมฤทธิ์การส่งออกหรือผลการดำเนินงานด้านส่งออกสูงขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ โดยรวม ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับประเทศ

ส่วนที่ 3 อธิบายผลแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก

การอภิปรายผลภาพรวมของยุทธศาสตร์ยุทธศาสตร์นี้ เป็นยุทธศาสตร์เชิงบริหาร ที่เน้นการส่งเสริมการค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในภาพรวม เนื่องจากการกำหนดยุทธศาสตร์มาจากการระดมความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติและผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับกาแฟโดยใช้ SWOT matrix เป็นฐานกำหนด ทำให้ได้สาระของยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับบริบทสำคัญของสภาพองค์กรตามที่ Wheelen และ Hunger (2004, น. 112) ได้กล่าวไว้ใน การสรุปประเด็นสภาพแวดล้อมก่อนที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์ว่า จะเป็นการรวบรวมเฉพาะประเด็นที่สำคัญที่พบจากการตรวจสอบสภาพแวดล้อม เพื่อนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดยุทธศาสตร์

2. การอภิปรายแยกรายยุทธศาสตร์

2.1 ยุทธศาสตร์ผลักดันให้แขวงจำปาสักเป็นศูนย์กลางการค้ากาแฟ เป็นยุทธศาสตร์ที่ได้จาก

การเชื่อมโยงประเด็นจุดแข็งและโอกาส ซึ่งยุทธศาสตร์นี้จะใช้จุดแข็งของกาแฟ เพื่อฉวยโอกาสในการผลักดันการค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก จากผลการวิจัย ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านมีความเห็นว่า การที่จะผลักดันให้แขวงจำปาสักเป็นศูนย์กลางการค้ากาแฟของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและอาเซียนได้นั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องปรับปรุงและแก้ไขวิถีปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการค้า การนำเข้ากาแฟจากประเทศเพื่อนบ้านและการส่งออกกาแฟไปยังต่างประเทศ เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อการบริหารจัดการ ซึ่งการปรับปรุงวิถีปฏิบัติที่เกี่ยวข้องดังกล่าวจะต้องดำเนินการโดยการบูรณาการงานร่วมกัน และเป็นการร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อให้การดำเนินการครอบคลุมทุกด้าน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสินค้ากาแฟเป็นสินค้าที่มีเกษตรกรเกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก ดังนั้น จึงไม่ควรปล่อยให้การค้าผลิตภัณฑ์กาแฟเป็นไปอย่างเสรีมากเกินไป ในระยะสั้นควรเริ่มปรับวิถีปฏิบัติให้เหมาะสมและมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศให้น้อยที่สุด เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งเกษตรกรหรือผู้ประกอบการมีระยะเวลาในการเตรียมตัวและปรับตัว ก่อนที่จะเปิดเสรีทางการค้าในระยะยาวต่อไป

เนื่องจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีระบบคมนาคมขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่ดีเท่าประเทศอื่นในอาเซียน ดังนั้น จึงจะต้องมีการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อให้ทัดเทียมกับประเทศชั้นนำทั่วโลก และปัจจุบันการส่งออกกาแฟในแขวงจำปาสัก จะดำเนินการโดยขนส่งทางรถยนต์ หากแขวงจำปาสักต้องการที่จะพัฒนาตนเองให้เป็นศูนย์กลางการขนส่งกาแฟ ควรที่จะพัฒนาระบบการขนส่ง โดยพิจารณาเพิ่มอุปกรณ์ที่สามารถลดมลภาวะในการขนส่ง หรือพยายามผลักดันให้มีการส่งออกสินค้าผ่านตู้คอนเทนเนอร์ให้มากขึ้น ซึ่งจะเป็นผลดีต่อภาพรวมของประเทศในระยะยาวต่อไป

2.2 ยุทธศาสตร์ทบทวนและปรับปรุงนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เป็นยุทธศาสตร์ที่ได้จากการเชื่อมโยงประเด็นจุดแข็งและอุปสรรค ซึ่งยุทธศาสตร์นี้จะใช้จุดแข็งของกาแพในแขวงจำปาสัก เพื่อลดผลกระทบจากอุปสรรคของการค้ากาแพในแขวงจำปาสัก จากผลการวิจัย ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านมีความเห็นว่า สิ่งสำคัญที่สุดในการปรับปรุงนโยบายนั้น คือ การกำหนดนโยบายของภาครัฐ ต้องไม่นำกาแพไปเป็นสินค้าประชานนิยมเหมือนในอดีตที่ผ่านมา ควรกำหนดนโยบายที่ผลประโยชน์ส่งตรงสู่กาแพโดยตรง ถึงแม้นโยบายแทรกแซงตลาดที่ผ่านมา เช่น การประกันราคาผลผลิตหรือการรับซื้อผลผลิตจากสวน จะเป็นวิธีที่หลายประเทศใช้แก้ไขปัญหาราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ หรือเพื่อพยุงราคาสินค้ากาแพแต่เป็นการแก้ไขปัญหาระยะสั้นและจะเกิดผลเสียต่อเกษตรกรในระยะยาว เพราะจะทำให้เกษตรกรไม่พึ่งพาตนเองและรอการพึ่งพารัฐเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐจะต้องปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินการกำหนดนโยบายและแก้ไขปัญหาให้รวดเร็ว ซึ่งการดำเนินการทุกขั้นตอนมีความล่าช้าเนื่องจากจะต้องผ่านการพิจารณาถ่วงถ่วงจากเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบผู้บังคับบัญชา หน่วยงานหรือคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องหลายขั้นตอน อีกทั้งผู้กำหนดนโยบายมักไม่ใช่ผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ที่อยู่ในสถานการณ์นั้นๆ โดยตรง ทำให้การหาแนวทางแก้ไขปัญหายังไม่รวดเร็วและถูกต้องเท่าที่ควร ทั้งนี้ได้มีผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะว่าควรให้มีผู้แทนภาคเกษตรกรและภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย เพื่อให้ภาครัฐสามารถรับรู้ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุด สำหรับในการทบทวนและปรับปรุงวิธีปฏิบัติที่เกี่ยวข้องนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันปรับปรุงวิธีปฏิบัติ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในขั้นตอนการปฏิบัติงาน การทำงานไม่ซ้ำซ้อนและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพราะจากการศึกษาจะเห็นได้ว่าถึงแม้สินค้กาแพจะมีหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน เป็นผู้ดูแลรับผิดชอบและแต่ละหน่วยงานต่างมีแผนดำเนินงานและกฎระเบียบในการปฏิบัติ

งานที่ยังไม่สอดคล้องกันทั้งหมด รวมถึงมีความซ้ำซ้อนกันในบางเรื่อง จึงทำให้การดำเนินการในภาพรวมยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังนั้นหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรบูรณาการงานร่วมกันเป็นระยะ เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.3 ยุทธศาสตร์สร้างเสถียรภาพและเพิ่มความได้เปรียบของกาแพในแขวงจำปาสัก เป็นยุทธศาสตร์ที่ได้จากการเชื่อมโยงประเด็นจุดอ่อนและโอกาส ซึ่งยุทธศาสตร์นี้จะปรับปรุงจุดอ่อนของกาแพเพื่อฉวยโอกาสในการผลักดันการค้ากาแพในแขวงจำปาสัก จากผลการวิจัยผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้มีความเห็นที่ตรงกันว่า การสร้างเสถียรภาพของกาแพในแขวงจำปาสัก จะต้องเริ่มต้นจากเกษตรกรผู้ปลูกกาแพก่อนเป็นอันดับแรก หากเกษตรกรสามารถประกอบการเกษตรได้อย่างมั่นคง การดำเนินการในขั้นตอนต่อไปจะสะดวกและรวดเร็วขึ้น ทั้งนี้แนวทางที่จะสร้างเสถียรภาพนั้น ควรสนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มของเกษตรกร และเชื่อมโยงกับตลาดระหว่างผู้ผลิต ผู้แปรรูป และผู้ส่งออก ซึ่งหากเกิดการเชื่อมโยงกันได้ จะทำให้การวางแผนการเพาะปลูกและการผลิตสินค้าล่วงหน้าได้ และลดการเกิดปัญหาสินค้าล้นตลาด ซึ่งการเชื่อมโยงตลาดนี้ ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าควรสนับสนุนให้สหกรณ์การเกษตรเป็นผู้รวบรวมสินค้า เป็นช่องทางที่เหมาะสมที่สุด เนื่องจากสหกรณ์การเกษตรสามารถเข้าถึงลูกค้าหรือสมาชิกในพื้นที่ได้ง่าย และเข้าใจสภาพท้องที่ได้ดีกว่า แต่ปัญหาหลักของสหกรณ์การเกษตรคือ มีการวัดผลการดำเนินการที่กำไรของสหกรณ์ ทำให้หลายสหกรณ์ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสินเชื่อหรือการขายปัจจัยการผลิตสินค้าเกษตรเป็นหลัก และไม่กล้าตัดสินใจประกอบกิจการการอย่างอื่น เนื่องจากหากประสบปัญหาขาดทุน ผู้บริหารสหกรณ์อาจถูกตรวจสอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายหลังได้ ซึ่งถือว่าไม่เป็นผลดีเพราะจะไม่เกิดการสร้างกิจกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้ดังนั้น ภาครัฐจะต้องสนับสนุนอย่างจริงจังในการเชื่อมโยงตลาดพร้อมเข้าไปเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำสหกรณ์การเกษตร ซึ่งจะเป็ผลดีต่อเกษตรกร

ชาวสวนกาแฟในระยะยาวต่อไป

2.4 ยุทธศาสตร์ลดการพึ่งพาต่างประเทศ เป็นยุทธศาสตร์ที่ได้จากการเชื่อมโยงประเด็นจุดอ่อนและอุปสรรค ซึ่งยุทธศาสตร์นี้จะลดจุดอ่อนของกาแฟในแขวงจำปาสัก และหลีกเลี่ยงอุปสรรคของการค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก จากผลการวิจัย นักวิชาการหลายท่านให้ความเห็นว่าข้อเสียและอุปสรรคที่สำคัญของกาแฟในแขวงจำปาสัก คือ ผลผลิตมีกกระจุกตัว โดยมักออกสู่ตลาดช่วงต้นปี ทำให้มีผลผลิตออกสู่ตลาดไม่สม่ำเสมอทั้งปี 2 ด้าน คือ การผลิตและแปรรูปคุณภาพสินค้าในภาพรวม แรงงานมีน้อย และค่าจ้างแรงงานสูง มีการปลอมปนสินค้า และต่างประเทศนำไปสวมสิทธิ์ มีปัญหาการขนส่งในช่วงฤดูฝนเส้นทางคมนาคมไม่สะดวก การจำหน่ายกาแฟจากสวนผ่านพ่อค้าคนกลาง และปัจจุบันมีอุปสรรค คือ หนอนเจาะลำต้น ความเสี่ยงจากมลพิษของชาวสวน ผู้ไม่ได้ปลูกแบบชีวภาพที่อยู่ใกล้เคียงกัน ต่อการปลูกแบบชีวภาพ โดยเฉพาะการปลูกแบบอุตสาหกรรม ที่ยังมีการใช้ยาฆ่ายา สารเคมีและอื่นๆ การคมนาคมขนส่งไม่สะดวก ความเสี่ยงจากการขึ้นลงของกาแฟในตลาดสากล ผู้ที่มีส่วนร่วมอาจติดอยู่ในสภาพลำบากหากราคาตกต่ำ แรงงานภาคเกษตรขาดแคลนและมีค่าแรงงานราคาสูง จากผลการวิจัยผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้มีความเห็นที่ตรงกันว่า ควรพัฒนาการผลิตสินค้าปลายน้ำที่มีมูลค่าเพิ่มแทนการส่งออกในรูปแบบกาแฟอบแห้ง และขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่ ส่งเสริมการใช้กาแฟเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมกาแฟสำเร็จรูปภายในประเทศให้มากขึ้น ให้รักษารูปร่างตลาดเดิม ไม่ให้กลุ่มลูกค้าเปลี่ยนไปซื้อสินค้าจากประเทศคู่แข่งรวมถึงประชาสัมพันธ์คุณประโยชน์ของกาแฟในแขวงจำปาสักเป็นประจำ พัฒนาคุณภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด รวมถึงเชื่อมโยงตลาดกาแฟที่สะอาดให้กับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์กาแฟภายในประเทศ ส่งเสริมการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ภายในครัวเรือนและภายใน

แขวงจำปาสักมากขึ้น เพื่อสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ ส่งเสริมการเข้าแสดงสินค้ากาแฟในระดับชาติและนานาชาติเพิ่มขึ้น และผลักดันให้มีการนำกาแฟแปรรูปเป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน เสนอแนะ ควรนำแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวนี้ นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
2. ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน เสนอแนะ ควรนำผลการวิจัยแผนยุทธศาสตร์การค้ากาแฟในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวนี้ เสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับแขวง ระดับกระทรวง และระดับประเทศ

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วย ความกรุณาช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รังสรรค์ สิงห์เลิศ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แดนวิชัย สายรักษา และอาจารย์ทุกท่านในสาขายุทธศาสตร์การพัฒนากฎหมาย ที่ได้เมตตาให้ความรู้ คำปรึกษาแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

กราบขอบพระคุณ ผู้แทนบริษัทที่ได้จดทะเบียนเป็นผู้ส่งออกกาแฟกับแผนกอุตสาหกรรมและการค้า แขวงจำปาสัก การส่งออกกาแฟ ประจำปี พ.ศ. 2558-2560 จำนวน 57 บริษัท รวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ตอบแบบสอบถามให้กับผู้วิจัยอย่างครบถ้วน ถูกต้องสมบูรณ์ และขอกราบขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านซึ่งมิได้กล่าวไว้ ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

- กรมวิชาการเกษตร.(2559). **พันธุ์พืชไร่**. กรุงเทพฯ :
ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย
จำกัด.
- กลุ่มประสานงานสหกรณ์อาเซียน กรมส่งเสริม
สหกรณ์. (2557). **กองแผนงาน**. กรมส่งเสริม
สหกรณ์
- จิรวรรณ โรจนพรทิพย์. (2554). **ฟักทอง**. พิมพ์ครั้งที่
1 กรุงเทพฯ : นานามีบุ๊กส์พับลิเคชั่นส์
- จันทร์ฉาย พัทธ์เกษรอรณพ. (2557). **ผลสัมฤทธิ์ของการ
จัดการต่อการส่งออกของวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อมของไทย**. กรุงเทพฯ
: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
(NIDA) วารสารการจัดการภาครัฐและภาค
เอกชน
- เฉลิมพล จตุพร.(2559). **ตัวแบบพยากรณ์ผลผลิตและ
ปริมาณส่งออกยางพาราของ
ประเทศไทย**. คณะเกษตร มหาวิทยาลัย
เกษตรศาสตร์จตุจักร กรุงเทพฯ : วาสาร
แก่นเกษตร 44.
- ชาญวิทย์ เรื่องชัยวิสุข. (2559). **แผนยุทธศาสตร์การ
ค้ามันสำปะหลังเส้นของไทยไปยัง
สาธารณรัฐประชาชนจีน**. มหาสารคาม
: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สมาคมกาแฟลาว. (2558). **การพัฒนากาแฟลาวก้าว
สู่ตลาดสากล**. จำปาสัก : วารสารสมาคม
กาแฟลาว.
- สุดใจ วันอุดมเดชชัย. (2556). **การจัดการเชิงกล
ยุทธ์**. กรุงเทพฯ : สามลดา.
- สุดาพร ฉินทองประเสริฐ. (2558 : ก). **ศักยภาพการ
ส่งออกกาแฟของไทยสู่ตลาดอาเซียน**.
มหาวิทยาลัยนานาชาติ แสตมฟอร์ด. :
วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
ปีที่2 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2558.