

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 หลักการและเหตุผล

ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (ประเทศสปป.ลาว) เป็นประเทศหนึ่งที่ตั้งชื่อว่าการผลิตการเกษตรเป็นสินค้าส่งออกเป็นสิ่งที่สำคัญมีความจำเป็นต่อประเทศและรัฐบาลเป็นอย่างมาก ประเทศสปป.ลาวจึงถือว่าการเกษตรกรรมเพื่อการส่งออกเป็นแผนที่รัฐบาลให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก(นุริมสิทธิ) สินค้าส่งออกหลักของประเทศสปป.ลาว ได้แก่ สินค้าเกษตรซึ่งมีมูลค่ามากกว่า 50% ของ GDP นอกจากนี้ประชากรของประเทศสปป.ลาวทั้งหมดมีประมาณ 5,500,000 คน 70% ของประชากรอาศัยอยู่ในเขตชนบท และมีอาชีพเป็นเกษตรกรยังทำให้อาชีพเกษตรกรรมมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

กาแฟเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศสปป.ลาวเป็นจำนวนมาก เพราะกาแฟเป็นสินค้าหลักติดอันดับ 1 ใน 5 ของสินค้าส่งออกของประเทศมานานกว่า 50 ปี มูลค่าการส่งออกกาแฟ ในปี ค.ศ 1995 ทั้งหมด 25,000,000 USD และในปี 1998 เพิ่มขึ้นเป็น 49,250,000 \$US ต่อมาในปี 2003 มีการปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ 10,915,964 \$US เป็นเพราะราคากาแฟของตลาดโลกมีการลดลง

ส่วนมากเกษตรกรจะปลูกกาแฟบนภูเขาที่มีพื้นที่ราบสูง(ดงบริเวณ)เป็นเขตการผลิตกาแฟที่ใหญ่ที่สุดของประเทศได้แก่ จังหวัดจำปาสัก จังหวัดเซกอง จังหวัดสาละวัน และจังหวัดอัตปือ รวมมีเนื้อที่การผลิตกาแฟทั้งหมดประมาณ 70,000 เฮกตาร์ (ha) คิดเป็น 40,000 เฮกตาร์ (1 ha = 6 ไร่ 3 งาน) ที่ให้ผลผลิตแล้ว ส่วนจังหวัดจำปาสักมีพื้นที่ปลูกกาแฟถึง 30,000 เฮกตาร์ ที่ให้ผลผลิตแล้ว คิดเป็น 75% ของพื้นที่ปลูกกาแฟที่ให้ผลผลิตแล้วทั้งหมดทั่วประเทศ และรองลงมาคือ จังหวัดเซกอง จังหวัดสาละวัน และจังหวัดอัตปือ ตามลำดับ โดยเฉลี่ย 1 เฮกตาร์ จะให้ผลผลิตประมาณ 500 - 800 กิโลกรัม (kg) จะเห็นได้ว่า การผลิตกาแฟของประเทศสปป.ลาวมุ่งเน้นเพื่อการส่งออกเป็นสิ่งสำคัญ (กระทรวงเกษตรและป่าไม้สปป.ลาว, 2003)

ในด้านการส่งออกปัจจุบันนี้ ประเทศสปป.ลาวได้มีการส่งออกมากกว่า 50 ประเทศโดยประเทศหลักในการส่งออกรวมทุกชนิดสินค้าที่ส่งออก ประมาณ 80 - 90% ของปริมาณการส่งออกทั้งหมดได้แก่ประเทศแถบยุโรป อาเซียน ญี่ปุ่น อเมริกา และประเทศจีน ตลาดแถบยุโรป มีประมาณ 50% ของการส่งออกทั้งหมดในแต่ละปี ตลาดที่สองคือ ตลาดของอาเซียน นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997 เป็นต้นมา ประเทศ สปป.ลาวได้เข้าเป็นสมาชิกของอาเซียนและได้ส่งออกสินค้ากาแฟไปยังตลาด อาเซียน โดยส่งออกกาแฟมายังประเทศไทยมากกว่า 80% และตลาดอื่นๆ ในอาเซียน อีก 20%

นอกจากนี้ ประเทศสปป.ลาวยังได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) จากประเทศต่างๆ ถึง 35 ประเทศทั่วโลก ได้แก่ กลุ่มประเทศยุโรป จีน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ไทย และประเทศอื่น ๆ ในปัจจุบัน ประเทศสปป.ลาวมีคู่ค้าประมาณ 50 ราย และมี 18 รายที่สามารถทำสัญญาซื้อขายกันได้ ส่วนการส่งออกกาแฟของประเทศ สปป.ลาว มีตลาดที่สำคัญ และมีขนาดใหญ่คือ ตลาดยุโรป มี 90% และตลาดรองลงมาคือตลาดอาเซียน มี 10% (แผนกสถิติและแผน กระทรวงพาณิชย์ สปป.ลาว, 2004)

อย่างไรก็ตาม การประกอบธุรกิจส่งออกกาแฟยังประสบปัญหาในการดำเนินกิจการในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการผลิตกาแฟที่ไม่ได้คุณภาพ การดำเนินงาน การตลาด การบริการ การจัดซื้อ ตลอดจนการบริหารงานบุคคล ฯลฯ ดังนั้น เพื่อเป็นการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ส่งออกกาแฟของประเทศสปป.ลาว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาด้านการดำเนินธุรกิจการส่งออกกาแฟและปัญหาอุปสรรคในแต่ละองค์ประกอบของการดำเนินงานอันจะทำให้สามารถเข้าใจปัญหา อุปสรรคและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการส่งออกกาแฟ โดยเลือกศึกษากรณีศึกษาที่มีการปลูกกาแฟมากที่สุดของประเทศ สปป.ลาว คือ จังหวัดจำปาสัก ประเทศสปป.ลาว เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจในการดำเนินกิจการส่งออกกาแฟตลอดจนหน่วยงานทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนที่จะช่วยสนับสนุนการส่งออกกาแฟให้ประสบความสำเร็จต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจส่งออกกาแฟของผู้ส่งออกในจังหวัดจำปาสัก ประเทศสปป.ลาว

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทราบการดำเนินธุรกิจส่งออกกาแฟของผู้ส่งออกในจังหวัดจำปาสัก ประเทศ สปป.ลาว
2. ทราบปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจส่งออกกาแฟของผู้ส่งออกในจังหวัดจำปาสัก ประเทศ สปป.ลาว

## 1.4 นิยามศัพท์

การดำเนินธุรกิจการส่งออกกาแฟ หมายถึง กิจกรรมของธุรกิจประกอบด้วย กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยที่กิจกรรมหลักประกอบด้วย การรับเข้า จัดเก็บและขนส่งวัตถุดิบ การควบคุมสินค้าคงคลัง การผลิตกาแฟ การควบคุมคุณภาพกาแฟ กระบวนการในการกระจายสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการจัดจำหน่าย การตั้งราคา และการให้บริการ กิจกรรมสนับสนุนประกอบด้วย การจัดหา การวิจัย

และพัฒนา ตลอดจนเทคโนโลยีในการผลิต และการขาย การบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ การบริหารงานโดยทั่วไปในองค์กร การวางแผน การบัญชี และการเงิน

ผู้ส่งออกกาแฟในจังหวัดจำปาสัก ประเทศสปป.ลาว หมายถึง บุคคล นิติบุคคลหรือ บริษัทในจังหวัดจำปาสัก ประเทศสปป.ลาว ที่จดทะเบียนการค้ากับพาณิชย์จังหวัดจำปาสักประเทศ สปป.ลาว ในการดำเนินธุรกิจด้านการส่งออกกาแฟออกสู่ต่างประเทศ ซึ่งมีการดำเนินธุรกิจดังนี้คือ กิจการที่มีการรับซื้อกาแฟ และขายต่อตลาดต่างประเทศ และกิจการที่มีการรับซื้อกาแฟสดมาทำการอบแห้ง หรือตากแห้ง และส่งขายสู่ตลาดต่างประเทศ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk and a flame-like symbol above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on the left and right sides of the inner circle.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved