

การศึกษาแรงกดดันทางการแข่งขัน
และความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด
จังหวัดเชียงใหม่

The Study of Competitive Pressures and the Creating
Competitive Advantage of Thepsadet Community Coffee Entrepreneur
Doisaket District Chiang Mai Province

ศตวรรษ ปทุมมาสุตร*¹ และ กัญญาสุดา นิมอนุสสรณ์กุล²

Satanun Pathumasute and Kunsuda Nimanussornkul

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงกดดันทางการแข่งขันและการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่โดยประเมินจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพของผู้เพาะปลูกกาแฟ ข้อมูลทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจเพาะปลูกกาแฟ และแรงกดดันทางการแข่งขัน วิธีการศึกษาครั้งนี้เป็นการรวบรวมเชิงพรรณนาเชิงปริมาณ เป็นการเก็บแบบสอบถามจากผู้ประกอบการวิสาหกิจกาแฟชุมชนเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 229 คน ณ สถานที่ทำการประชุมหมู่บ้านประจำเดือน

ผลการศึกษาพบว่า ความคิดเห็นที่มีแรงกดดันทางการแข่งขันที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ สินค้าบริการมีความแตกต่าง / มีเอกลักษณ์มากกว่าคู่แข่ง ความคิดเห็นในเรื่องการสร้าง ความได้เปรียบทางการค้าในระดับมากที่สุด คือมีการนำข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ หรือการบริการอย่างรวดเร็ว ผลการศึกษายังพบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างแรงกดดันทางการแข่งขันกับ ความได้เปรียบของธุรกิจในทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : แรงกดดันทางการแข่งขัน, การสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน, ผู้เพาะปลูกกาแฟ, วิสาหกิจชุมชน, การบริการอย่างรวดเร็ว

*Corresponding author. E-mail : satanun_pathumasute@cmu.ac.th

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (ภาคพิเศษ) คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

This independent study aims to study the competitive pressures and competitive advantage creation of Thepsadej Community Enterprise entrepreneurs. Doi Saket District Chiang Mai Province by evaluating the physical environment of coffee growers. Business information for coffee farming business operators and competitive pressure The method of this study was a quantitative descriptive collection. It is a collection of questionnaires from entrepreneurs of Thepsadej community coffee enterprises. Doi Saket District Chiang Mai Province, 229 people at the monthly village meeting location

The results of the study found that The study that has the highest level of competitive pressure is that products and services are different/unique than those of competitors. Opinions on creating the highest level of trade advantage That is, customer suggestions are used to quickly improve products or services. The results of the study found that There is a statistically significant relationship between competitive pressure and business advantage in every aspect.

Keywords: competitive pressures, competitive advantage, coffee growers, community enterprises, quickly improve products

ที่มาและความสำคัญ

ประเทศไทยเป็นแหล่งปลูกกาแฟที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจต่อประเทศไทยและอาเซียนเนื่องจากเป็นประเทศผู้ปลูกอันดับ 6 ของโลก ประเทศไทยนำผลผลิตมาใช้ภายในประเทศและการส่งออก ซึ่งปริมาณความต้องการใช้กาแฟของโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปีพ.ศ.2564/2565 มีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ 1.12% ในขณะที่ผลผลิตกาแฟของโลกกลับมีอัตราขยายตัวลดลงในปีพ.ศ.2564/2565 อยู่ที่ 6.26% สำหรับประเทศไทยมีความต้องการใช้เมล็ดกาแฟในประเทศปี พ.ศ.2565 อยู่ที่ 89,208 ตันต่อปี แต่ภายในประเทศผลิตได้เพียง 18,688 ตัน จึงต้องนำเข้าถึง 70,520 ตันหรือคิดเป็น 79% เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการใช้ภายในประเทศ (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2565) ตลาดที่สำคัญของการส่งออกกาแฟไทย คือ สหรัฐอเมริกาและประเทศในอาเซียน ซึ่งประเทศไทยมีการปลูกกาแฟตัวหลัก 2 สายพันธุ์ คือ สายพันธุ์โรบัสต้ามีพื้นที่เพาะปลูกมากทางภาคใต้ เช่น ระนอง

สุราษฎร์ธานี และชุมพร ส่วนสายพันธุ์อาราบิก้ามีพื้นที่เพาะปลูกมากทางภาคเหนือ เช่น เชียงราย เชียงใหม่ ลำพูน ลำปางและน่าน รวมพื้นที่เพาะปลูกทางภาคเหนือ จำนวน 130,884 ไร่ สามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตรวมได้ 9,059 ตันต่อปี (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2565) ขณะที่สายพันธุ์อาราบิก้ามีความต้องการทางตลาดที่สูงอย่างต่อเนื่อง เกษตรกรลดพื้นที่ปลูกร้อยละ 9.69 และพบว่าปริมาณผลผลิตยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟเชียงใหม่-เชียงรายร้อยละ 16.8 ไม่คิดเพิ่มเนื้อที่เพาะปลูก เนื่องจากเกษตรกรมีข้อจำกัดด้านพื้นที่ ขณะที่เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟเชียงใหม่-เชียงราย ร้อยละ 2.1 ต้องการลดเนื้อที่เพาะปลูก เนื่องจากเกษตรกรต้องใช้แรงงานและระยะเวลาในการดูแลการผลิตกาแฟอย่างมาก เกษตรกรผู้ปลูกกาแฟเชียงใหม่-เชียงรายนิยมปลูกต้นกาแฟสายพันธุ์อาราบิก้าเห็นว่าสภาพพื้นที่เพาะปลูกที่เหมาะสมร้อยละ 32.6 และราคาผลผลิตสูงร้อยละ 27.4 นอกจากนี้เกษตรกรผู้ปลูกมองว่าปัญหาสำคัญในการเพาะปลูก โดยกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟเน้นความสำคัญทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1.ข้อมูลสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น สภาพเศรษฐกิจนโยบายส่งเสริมภาครัฐ กฎหมายและภาษี 2.ข้อมูลลูกค้า เพื่อสำรวจความต้องการที่ชื่นชอบเป็นลักษณะแบบใด เพื่อนำข้อมูลที่ได้พัฒนาเพื่อให้ตอบโจทย์ลูกค้าตรงประเด็น 3.ข้อมูลคู่แข่ง เพื่อนำจุดแข็งและจุดอ่อนมาวิเคราะห์ เพื่อนำไปปรับแผนธุรกิจแนวทางเชิงรุกและรับการแข่งขันในอนาคตวิสาหกิจชุมชนเทพเสด็จจำนวน 8 หมู่บ้าน คือ หมู่ 1 บ้านปาง หมู่ 2 บ้านน้ำโค้ง หมู่ 3 บ้านป่าป่าน หมู่ 4 บ้านแม่ตอน หมู่ 5 บ้านพงษ์ทอง หมู่ 6 บ้านดง หมู่ 7 บ้านปางไฮและหมู่ 8 บ้านกำแพงหิน วิสาหกิจชุมชนเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งถือเป็นแหล่งเพาะปลูกกาแฟที่มีคุณภาพดีของจังหวัดเชียงใหม่ วิสาหกิจชุมชนเทพเสด็จมีความรู้และประสบการณ์เพาะปลูกมายาวนาน เป็นกาแฟที่ปลูกอยู่บนพื้นที่สูงในภูเขาในระดับ 1,100-1,500 เมตรจากระดับน้ำทะเล ทำให้อากาศในพื้นที่มีความเย็นเฉลี่ย 10-28 องศาเซลเซียสตลอดทั้งปี ประกอบกับต้นกาแฟขึ้นอยู่ในบริเวณต้นไม้ใหญ่ และมีดอกไม้ป่า หรือดอกก่อที่มีสีเหลืองขึ้น ประกอบกับในพื้นที่มีผึ้งโก๋น หรือผึ้งโพรง จึงมีผลให้กาแฟที่ปลูกจะมีรสชาติกลมกล่อม และมีกลิ่นหอมดอกไม้ป่ากาแฟเทพเสด็จ แต่ผลผลิตที่ได้มีคุณภาพต่ำ ทำให้ขายได้ในราคาต่ำ และต้นทุนวัตถุดิบกาแฟประเทศไทยสูงกว่าหลายประเทศที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำและมีผลผลิตที่สูงกว่าประเทศไทย ประกอบกับประเทศไทยมีการกำหนดกฎหมายการค้า FTA ตามความตกลงการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (TAFTA) เริ่มบังคับใช้ในปีพ.ศ.2548 โดยกำหนดปริมาณโควตาเมล็ดกาแฟอยู่ที่ 0.525 ตันที่นำเข้าจากประเทศออสเตรเลียไว้เป็นรายปีเป็นเวลา 15 ปี จนครบ 15 ปีในปีพ.ศ.2563 และหลังจากนั้นให้นำเข้าได้โดยไม่จำกัดปริมาณโควตา ส่วนอัตราภาษีโควตาในปีพ.ศ.2548 ได้กำหนดอัตราภาษีนำเข้าเมล็ดกาแฟไว้ร้อยละ 30 หลังจากนั้นอัตราภาษีลดลงในอัตราที่เพิ่มขึ้นจนเหลือร้อยละ 0 ในปีพ.ศ.2563

(กรมการค้าต่างประเทศ,2553) ทำให้มีการนำเข้าเมล็ดกาแฟจากประเทศออสเตรเลียเข้ามาในไทยเพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบอย่างมากผู้เพาะปลูกกาแฟรายย่อยในประเทศไทย ที่ต้องประสบปัญหาจากการแข่งขันของเมล็ดกาแฟนำเข้าจากต่างประเทศ และไม่สามารถขยายการลงทุนออกไปยังต่างประเทศได้ เท่ากับผู้เพาะปลูกรายใหญ่ในประเทศไทย ทางภาครัฐควรช่วยส่งเสริมสนับสนุนแก้ไขผลกระทบนี้ เพื่อส่งผลในการพัฒนาอุตสาหกรรมกาแฟไทยให้เป็นไปในทิศทางที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและยกระดับโอกาสเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของเกษตรกรผู้เพาะปลูกกาแฟให้เกษตรกรมีมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดียิ่งขึ้น งานศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงกดดันทางการแข่งขันและการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเทพเสด็จ อำเภอตอยสะแกด จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางการประโยชน์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเทพเสด็จ อำเภอตอยสะแกด จังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปและข้อมูลการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่เพื่อศึกษา ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดมูลค่าความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคที่มีต่อการชื้อยานยนต์ไฟฟ้านั่งส่วนบุคคลในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาลักษณะแรงกดดันทางการแข่งขันและความได้เปรียบทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงกดดันทางการแข่งขันกับความได้เปรียบทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

วิธีการศึกษา

การศึกษาลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและลักษณะของการประกอบการธุรกิจวิสาหกิจชุมชนเทพเสด็จ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จากแบบสอบถามส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ผลรวม (Sum) และค่าร้อยละ (Percentage) ในส่วนที่ 3 และ 4 ของแบบสอบถามโดยสามารถนำคะแนนมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยแล้วจัดเรียงคะแนนเฉลี่ยตามลำดับจากสำคัญมากที่สุดไปถึงสำคัญน้อยที่สุด มีหลักเกณฑ์ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าคะแนน} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

การวิเคราะห์ระดับความสำคัญจะมีชั้นของคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับความเห็นด้วยมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับความเห็นด้วยปานกลาง

1.51 – 2.00 หมายถึง ระดับความเห็นด้วยน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด

และทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงกดดันการแข่งขันกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ผลการศึกษา

การศึกษาในบทนี้เป็นการศึกษาแรงกดดันทางการแข่งขันและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบลดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการเก็บแบบสอบถามจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบลดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 229 คน ณ สถานที่ทำการประชุมหมู่บ้านประจำเดือน ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ 1.ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลดำเนินธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม 2.ลักษณะแรงกดดันทางการแข่งขันและความได้เปรียบทางธุรกิจ 3.ความสัมพันธ์ระหว่างแรงกดดันทางการแข่งขันกับความได้เปรียบทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบลดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการเพาะปลูกกาแฟ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีช่วงอายุ 51-60 ปีมากที่สุด และมีสถานภาพสมรสเป็นส่วนใหญ่ การศึกษาข้อมูลทางธุรกิจและการดำเนินธุรกิจ พบว่า เริ่มเพาะปลูกกาแฟด้วยเหตุผลเพราะกาแฟเป็นสินค้าเกษตรที่มีราคาสูงมากที่สุด ส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบลงทุนเอง มีแหล่งทุนจากส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อปีมากกว่า 1 แสนบาท แต่ไม่เกิน 3 แสนบาท มีต้นทุนเฉลี่ยต่อปีมากกว่า 5 หมื่น แต่ไม่เกิน 2 แสนบาท

การศึกษาแรงกดดันทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบลดอยสะเก็ด พบว่า มีแรงกดดันจากคู่แข่งรายเดิมในอุตสาหกรรมด้านสินค้าและบริการมีความแตกต่าง/มีเอกลักษณ์มากกว่าคู่แข่งในตลาดเดียวกันมากที่สุด มีแรงกดดันจากคู่แข่งรายใหม่ในอุตสาหกรรมด้านการบริหารที่ทำให้ต้นทุนต่ำจนยากที่คู่แข่งรายใหม่จะทำได้มากที่สุด มีแรงกดดันจากสินค้าทดแทนด้านการปรับปรุงคุณภาพ/บริการที่เหนือกว่าสินค้าที่ใช้ทดแทนกันในตลาดมากที่สุด และมีแรงกดดันจากอำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบด้านการมีแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพที่สามารถนำมาใช้ในการผลิตหลายแห่งมากที่สุด

การศึกษาการสร้างความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเทศบาลตำบลดอยสะเก็ด พบว่า ด้านต้นทุนมีความได้เปรียบในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดอย่างคุ้มค่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและสามารถรักษาระดับต้นทุนในการดำเนินงานให้เท่าเดิมหรือลดลงได้มากที่สุดด้านความรวดเร็วมีความได้เปรียบในการนำเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงผลิตภัณฑ์การบริการอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด ด้านความแตกต่างมีความได้เปรียบในการบริการหลังการขายและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเพื่อสร้างแตกต่างความประทับใจในการซื้อสินค้ามากที่สุด และด้านนวัตกรรมมีความได้เปรียบในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ตลอดจนแสวงหาวิธีการในการผลิต เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมาก

ที่สุด ความสัมพันธ์ระหว่างแรงกดดันทางการแข่งขันกับความได้เปรียบทางธุรกิจ พบว่า แรงกดดันทางการแข่งขันจากคู่แข่งรายเดิม คู่แข่งรายใหม่ สินค้าทดแทน และอำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ มีผลต่อความได้เปรียบเชิงธุรกิจทางด้านต้นทุน ด้านความรวดเร็ว ด้านความแตกต่าง และด้านนวัตกรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทางนโยบาย

จากข้อมูลทั่วไปพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา อายุระหว่าง 51 - 60 ปี ทำธุรกิจมากกว่า 10 ปี ใช้เงินส่วนตัวลงทุนเอง ควรถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการเพาะปลูกกาแฟแบบดั้งเดิมแก่เกษตรกรผู้สนใจหรือสร้างรายได้เพิ่มเติมจากพื้นที่ปลูกกาแฟจากนักท่องเที่ยวช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิตกาแฟเพื่อเพิ่มช่องทางรายได้ของเกษตรกรผู้เพาะปลูกกาแฟในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง ยังสามารถนำวัสดุเหลือใช้จากการผลิตเมล็ดกาแฟมาสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าและลดปริมาณขยะจากการผลิตกาแฟให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่า มีการพัฒนาและปรับปรุงร้านค้ากาแฟในพื้นที่ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายปัจจุบันและอนาคต

จากความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามทางด้านแรงกดดันทางการแข่งขัน พบว่าระดับความคิดเห็นที่มีต่อแรงกดดันทางการแข่งขันในเรื่องการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีความแตกต่าง มีเอกลักษณ์มากกว่าคู่แข่งในตลาดเดียวกัน มีการปรับปรุงคุณภาพสินค้า บริการที่เหนือกว่าสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ในตลาด และการที่สินค้ามีราคาต่ำกว่าสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกันได้เป็น 3 อันดับแรกของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุด ดังนั้นภาคการเกษตรผู้เพาะปลูกกาแฟไทยควรศึกษาความรู้การใช้เทคโนโลยีทางการเกษตรเข้ามาช่วยพัฒนาการเพาะปลูกเพิ่มเติมอย่างเหมาะสม เช่น การพัฒนาต่อเติมสายพันธุ์ การปรับปรุงรสชาติวัตถุดิบเมล็ดกาแฟด้วยวิธีเพาะปลูกเกษตรแนวใหม่ เพื่อให้ได้มาตรฐานการผลิตคุณภาพสูงขึ้นและตรงกับปริมาณความต้องการตลาดยิ่งขึ้น ขอร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมกาแฟไทยเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการบริหารจัดการการแข่งขัน เพื่อให้เกษตรกรผู้ปลูกสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันด้านต้นทุน และการตรวจสอบย้อนกลับเพื่อให้ทราบตั้งแต่วิธีปฏิบัติที่ทำการผลิตเมล็ดกาแฟ ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคกาแฟ การสร้างความมั่นคงในการแข่งขันระยะยาวของภาคการผลิตกาแฟไทย ตลอดจนยกระดับสินค้ากาแฟไทยตรงตามมาตรฐานสากลอย่างยั่งยืน

จากความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามทางความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็น มีการนำข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือการบริการอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีการส่งมอบสินค้าแก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็ว ตรงตามเวลาที่นัดหมายและเกิดความ

ผลิตผลได้น้อยที่สุด และมีการบริการหลังการขายและการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เพื่อสร้างความแตกต่างและความประทับใจในการซื้อสินค้าเป็น 3 อันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุด ดังนั้นเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าเกี่ยวกับเมล็ดกาแฟหลังจากการจำหน่าย เพื่อปรับปรุงปรับเปลี่ยนเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย และโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ดียิ่งขึ้น เพื่อรักษาสถานลูกค้าปัจจุบันและสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งและตลาดต่างประเทศในอนาคต

2.ข้อจำกัดในการศึกษา

ตัวชี้วัดด้านอำนาจต่อรองของลูกค้าในเรื่องแรงกดดันทางการแข่งขันในการศึกษาค้างนี้ไม่สามารถนำมาใช้ได้ ทั้งนี้เพราะระยะเวลาในการศึกษาที่มีอย่างจำกัด และข้อมูลดังกล่าวเป็นเรื่องเฉพาะของลูกค้าแต่ละวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกาแฟ

3.ปัญหาและอุปสรรคในการศึกษา

ช่วงที่ผู้ศึกษาทำการวิจัยประสบปัญหาโรคโควิด(COVID-19)ระบาด ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่สามารถอ่านออกเขียนได้ ต้องอาศัยบุคคลในครอบครัวช่วยเหลือ และพื้นที่อาศัยของผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะทางที่ห่างไกลกัน ทำให้เกิดความล่าช้า จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาการเก็บรวบรวมเพิ่มมากขึ้น

4.ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

ศึกษาเพิ่มตัวชี้วัดด้านอำนาจต่อรองของลูกค้า เพื่อทราบความเป็นไปได้ต่อการขยายธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงต้นทุนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ อุทองทรัพย์. (2559, มกราคม-มิถุนายน). การปรับตัวของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟในภาคเหนือภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : กรณีศึกษาจังหวัดเชียงรายและจังหวัดเชียงใหม่. วารสารวิทยาการการจัดการสมัยใหม่, 9(1), 94 – 105
- กิริติพงษ์ ปัญญาเรือง. (2559). กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวคิด Balance Scorecard ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร. กรุงเทพมหานคร.
- กระทรวงพาณิชย์. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). ธุรกิจผลิตกาแฟ. ค้นจาก <http://www.dbd.go.th>
- กระทรวงพาณิชย์. สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2565). วิเคราะห์สถานการณ์เศรษฐกิจไทยรายภูมิภาค. ค้นจาก <http://www.tpsoc.moc.go.th>
- กระทรวงพาณิชย์. กรมการค้าระหว่างประเทศ. (2553). คู่มือการนำเข้าและส่งออกกาแฟ. ค้นจาก <http://www.taxclinic.mof.go.th>
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. กรมส่งเสริมการเกษตร. (2559). ไม้ยืนต้นกาแฟ. ค้นจาก <http://www.agriinfo.doae.go.th>

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2565). กาแฟ. ค้นจาก <http://www.mis-app.oae.go.th>

เฉลิมพันธุ์ บุตรตานนท์ และคณะ. (2563). การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ปลูกและแปรรูปกาแฟในตำบลเทพเสด็จ อำเภอตอยสะแก จังหวัดเชียงใหม่. วารสารผลิตภัณฑ์การเกษตร, 2(1), 33-44. ค้นจาก <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/japmju/article/view/241826>

ชัยพร อุดมชนะโชค. (2563). “5 Forces Model” แรงกดดันทั้ง 5 ที่มีผลต่อสถานะแวดล้อมในการแข่งขันของธุรกิจ. ค้นจาก <https://www.maxideastudio.com/blog/5-forces-model/>

ทศพร แก้วขวัญไกร. (2560). ทางรอดวิกฤติเศรษฐกิจด้วยแนวทางวิสาหกิจชุมชน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 9(2), 33-50. ค้นจาก <file:///C:/Users/Administrator/Downloads/121407-ไฟล์บทความ-315299-1-10-20180501.pdf>

ไทยกรีนอะโกร. (2561). สสำรวจปลูกกาแฟภาคเหนือพบอาราบิก้าอนาคตสดใส. ค้นจาก <https://www.thaigreenagro.com>

ธำรง อังสุรัตน์โกมล. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการลานมันสำปะหลังไทย กรณีศึกษาผู้ประกอบการลานมันจังหวัดอุบลราชธานี. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพฯ.

ปรีชา วรรัตน์ไชย. (2562, กันยายน-ธันวาคม). กลยุทธ์การตลาดธุรกิจเครื่องดื่มเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน. วารสารสมาคมนักวิจัย, 24(3), 322-332. ค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jar/article/view/240761>

มหาอำนาจ ทาปิน. (2563). ความได้เปรียบทางการแข่งขัน/การพัฒนาคุณภาพ. ค้นจาก <http://mcutak.com/default.asp?content=contentdetail&id=23306>

มานพ ชุ่มอ่อน. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และขยายโอกาสทางการตลาดสินค้ากาแฟอาราบิก้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดแม่ฮ่องสอน. (โครงการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่). ค้นจาก <http://cmruir.cmru.ac.th/handle/123456789/1360>

วชิรวัชร งามละม่อม. (2563). แนวคิดวิสาหกิจชุมชน. ค้นจาก http://file.siam2web.com/trdm/article/2013328_38233.pdf

วิญญูวิรัช แจ่มพลอย. (2558). กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟของผู้ประกอบการรายย่อยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร. นครปฐม.

เสกสรร มณีธร และวีรศักดิ์ สมยานะ. (2562, กรกฎาคม-ธันวาคม). แนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์กาแฟดอยหวาน ต.เทพเสด็จ อ.ตอยสะแก สู่ประโยชน์เชิงพาณิชย์ และสาธารณะ ภายใต้ประชาคม

เศรษฐกิจอาเซียน. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 21(2), 97 – 106. ค้นจาก
<http://msjournals.aru.ac.th/index.php/msjournals/article/view/123>
องค์การบริหารส่วนตำบลเทพเสด็จ. (2559). กาแฟแก้วเทพเสด็จ. ค้นจาก
[http://www.thepsadej.go.th/public/otop/data/detail/otop_category_id/1/otop_id/5/m
enu/](http://www.thepsadej.go.th/public/otop/data/detail/otop_category_id/1/otop_id/5/menu/)
อัจฉรา สุขกลิ่น และคณะ. (2561, มกราคม-มิถุนายน). กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของ
ผู้ประกอบการเกษตรอัจฉริยะ. วารสารนักบริหาร, 38(1), 91-100