Value Chain Management for Increasing Value of Exports in Lower Northeastern Thailand

Assistant Professor Dr. Nontaya Ittichinbanchon
General Management Program
Faculty of Arts and Sciences
Sisaket Rajabhat University
E-mail: ya__non2992@hotmail.co.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของพักราและกำหนดแนวการพัฒนาการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของพักราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกไปตลาดระหว่างประเทศ ด้วยการดำเนินการวิจัยแบบผสมผสานการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่งที่ซับซ้อนเป็นเครื่องมือการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์การค้าอย่างหนึ่
Abstract

The objectives of this research were to study the state of rubber value chain management, and the setting for managerial development of the rubber value chain for increasing the value of exports in the lower northeast. The research procedure consisted of quality and quantitative research by using an in–depth interview, questionnaires and focus groups for gathering data. The major findings are that activities that support related industries concerning factor conditions and those of demand conditions are used most. The factors that affect the rubber value chain management are collective learning, teamwork and covisions. There are four components for managerial development: factor conditions, support activities-demand conditions, related and supporting industries, and context for firm strategy, structure and competition. There are five components for the development setting: contents, objectives, developing process, developing procedure and evaluation.

Keywords: Rubber Value Chain Management, Export Value
บทนำ

ยางพาราจัดเป็นพืชเศรษฐกิจที่มีความสำคัญอย่างหนึ่งของประเทศไทย เนื่องจากยางพาราเป็นพืชที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์และสร้างอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้อย่างมากมาย นับเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับยางพารามากอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรม แม้ว่าจะมีการผลิตยางส่งเสริมท้องถิ่นอยู่ แต่ยังคงมีการผลิตยางเป็นวัสดุที่ได้รับการยอมรับและใช้กันอยู่ทั่วโลกในปัจจุบัน และหลังจากปี 2543 เป็นต้นมา การขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมส่งผลให้ผู้บริโภคหน้าใช้ยางธรรมชาติแทนยางสังเคราะห์ลงส่งผลให้การควบคุมการยางธรรมชาติยังต้องการไปต่อทันท่วงที แต่เมื่อพิจารณาผลจากตลาดยางพาราในปี 2554 ที่ผ่านมา ราคายางพาราไม่แน่นอนแสดงถึงความต้องการใช้ยางพาราในตลาดโลกลดลง และมีการพยายามทำกำไรของบางกลุ่มยุโรปในตลาดนี้ ซึ่งอย่างนี้ นอกจากนี้ ความตึงกล้งเกิดขึ้นเนื่องมาจากเศรษฐกิจโลกที่เร่งรัดอย่างมากในการสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราทั่วโลกให้สู่การมีส่วนร่วมอย่างยิ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราและกลุ่มประเทศที่มีความเป็นที่ต้องการในปัจจุบัน (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรมวิชาการเกษตร, สภาบัณฑิต, 2555)

จากภาวะดังกล่าวประเทศไทยได้มีการแก้ปัญหารายยางตกค่า โดยเข้าไปดูแลราคาและกำหนดนโยบายสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราอย่างจริงจังโดยสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยางพาราในขั้นปลาย naz เพื่อเพิ่มมูลค่าจากการส่งออกและผลประโยชน์จากความดันพันของราคาในตลาดโลก โดยส่งเสริมการจัดการท่องวงใช้คุณค่า (Value Chain) ของยางพาราระหว่างพื้นที่ที่ใช้เทคโนโลยียั่งยืนสู่เป้าหมายผลการใช้ยางพาราในเชิงพาณิชย์ให้มากขึ้นแทนการส่งออกยางในรูปวัสดุพื้นฐาน เพื่อดึงดูดทางการผลิตส่งเสริมการผลิตยางมูลค่าเพิ่มและยางรายได้จากการส่งออกยางพาราให้มีมูลค่าสูงขึ้น ซึ่งนอกจากจะช่วยรักษาเสถียรภาพของยางพาราในประเทศและผลกระทบจากความตันดานราคadesตลาดโลกแล้ว ยังทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพาราไทยอย่างต่อเนื่องและควบคุมจัดอันดับ ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและผลักดันให้ประเทศไทยก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางยางพาราโลกในอนาคต (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, กรมวิชาการเกษตร, สภาบัณฑิต, 2555)

อย่างไรก็ตาม ขีดความสามารถในการแข่งขันการส่งออกยางพาราจะต้องมีการสำรองมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำได้จากวัสดุพื้นฐานยางพาราที่มีในประเทศไทยทั้งการพัฒนาเทคโนโลยี Know how และเพิ่มศักยภาพในการขยายตลาดใหม่ ๆ รวมทั้งการพัฒนาระบบการบริการของรัฐบาลฯ มาตรฐานใหม่ที่ยอมรับทั่วโลก ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายผู้ผลิตได้สำโรงเสียทางธุรกิจจากยางพาราขึ้น โดยอาศัยเครื่องที่เรียกว่า “ตัวค่าใช้จ่าย” (Value Chain) เป็นตัวในการส่งรายได้กลุ่มของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับยางพาราเข้าได้ด้วยกันแล้วจะบริหารจัดการท่องวงใช้คุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออก โดยเฉพาะในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ดังนั้นผู้ริเริ่มจะทำการศึกษาการจัดการท่องวงใช้คุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ทั้งนี้เพื่อให้ได้แนวทางการจัดการท่องวงใช้คุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่า
ในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของต่างประเทศ สามารถพัฒนาธุรกิจกิจที่เกี่ยวข้องทางการค้าของประเทศได้สามารถแข่งขันได้กับนานาประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการจัดการ ที่จะคุณค่าทางการค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของต่างประเทศ

2. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการจัดการ ที่จะคุณค่าทางการค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของต่างประเทศ

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่องการจัดการที่จะคุณค่าทางการค้า เพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของต่างประเทศ มีขอบเขตการวิจัยดังนี้

ขอบเขตเนื้อหา

ผู้วิจัยศึกษาภายใต้กรอบของหลักขององค์ประกอบของการบริหารจัดการ (Management Process) ที่ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) (ศิริธรรม เสรีวัฒน์, 2545; สมยศ นาวิศร, 2545; ธงชัย สันติวงศ์, 2545; รังเจน สารวัฒน์, 2546; chunkarn, ภานุพงษ์, 2547; Robbins and Coutler, 2002) ในการจัดการที่จะคุณค่าทางการค้า เพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของต่างประเทศ ตามแนวคิดการจัดการที่จะคุณค่า (Value Chain Management) ของ Porter (1988) และเพื่อให้เข้ากับบริบทของการศึกษาตามสภาพจริง ผู้วิจัยจึงได้นำมาบูรณาการกับแนวคิดการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Diamond Model) โดยแบ่งออกเป็น 1) ตัวกิจกรรมหลัก (Primary Activities) ได้แก่ เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) คือ การเคลื่อนย้าย และเก็บรักษาวัสดุต้น เครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิต การผลิต การเก็บรักษาสินค้า การจัดส่งต่อไป และ 2) ตัวกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ได้แก่ เงื่อนไขต้นอุปสงค์ (Demand Conditions) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ (Context for Firm Strategy, Structure and Rivalry) เพื่อให้กิจกรรมปฐมภูมิสามารถดำเนินการไปได้ด้วยดี

ขอบเขตด้านผู้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล

1. ผู้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลสำคัญของการ ศึกษาภูมิปัญญาขององค์ประกอบของการจัดการที่จะคุณค่าทางการค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของต่างประเทศ คือ ผู้ทรงคุณวุฒิ ตำแหน่งธุรกิจธุรกิจ จำนวน 8 คน ซึ่งได้มาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selected) ตามคุณวุฒิ และประสบการณ์ทางด้านการค้า และสินค้าเกษตร

2. ผู้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลสำคัญในการ ศึกษาสภาพปัจจุบันของการจัดการที่จะคุณค่าทางการค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของต่างประเทศ ประกอบด้วย ผู้ค้ารายใหญ่ ผู้ส่งออกของหน่วยงานของต่างประเทศ และผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการค้า ของต่างประเทศ ตามพระราชบัญญัติควบคุมการค้า พ.ศ. 2542 ประจำปี 2554 ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ตอนล่าง 9 จังหวัด คือ จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัด อุบลราชธานี จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดยะลา จังหวัดชัยภูมิ และจังหวัดมุกดาหาร รวมจำนวน 340 คน

3. ผู้มีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลสำคัญของประชุมเสนอกลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวคุณค่าทางพื้นเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง คือ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านบริหารธุรกิจ จำนวน 8 คน และตัวแทนผู้ค้า ยางพารา ผู้ส่งออกยางพาราสำเร็จรูป โรงงานทำยางพารา และเกษตรกร ผู้ขายยางพันธุ์ด้านยางพาราที่ได้รับการสนับสนุนจากกรมการยาง ปี พ.ศ. 2542 ประมาณ 2554 ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จำนวน 7 คน ซึ่งได้มาจากจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selected) ตามคุณวุฒิ และประสบการณ์ทางด้านยางพาราและสินค้าเกษตร

นิยามคำพหุทศ

องค์ประกอบการบริหารจัดการ หมายถึง วิธีการหรือกระบวนการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวคุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งประกอบไปด้วยการวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การนำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) ดังนี้

1. การวางแผน (Planning) หมายถึง กระบวนการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวคุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

2. การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึงกระบวนการจัดระบบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนงานต่าง ๆ โดยยึดหลักการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ เดียวกันเพื่อให้ประสิทธิผลสำเร็จตามเป้าหมายของการจัดการท่องเที่ยวคุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างที่กำหนดไว้

3. การนำ (Leading) หมายถึง ได้توقعการพักของที่มุ่งผลักดันให้ผู้ร่วมงานทำงานตามที่ได้รับมอบหมายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป้าหมายของการจัดการท่องเที่ยวคุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งประกอบด้วยการสนับสนุนแนวทางช่วยเหลือการแก้ปัญหา การดำเนินการขอข้อมูลข่าวสาร และความเข้าใจไปยังผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

4. การควบคุม (Controlling) หมายถึงกระบวนการควบคุมและตรวจสอบ การปฏิบัติงานว่าดำเนินไปได้ดีหรือมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดในการส่งสู่การจัดการท่องเที่ยวคุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

การจัดการท่องเที่ยวคุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออก หมายถึง กระบวนการจัดการกิจกรรมหรืองานทั้งหลายเพื่อเพิ่มมูลค่าของการส่งออกยางพาราจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างสู่ตลาดต่างประเทศ ตามลำดับกิจกรรมหลัก (Primary Activities) ด้านเนื้อโยงของบริการผลิต โดยมีกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ให้การดำเนินการดังกล่าวประสบความสำเร็จ คือ เนื่องจากด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนบริบทของการแข่งขันและกลุ่มอุตสาหกรรม

ราชวิทยาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่ 33 ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม - ธันวาคม 2556
1. กิจกรรมหลัก (Primary Activities) หมายถึง กระบวนการจัดการกิจกรรมหรืองานทั้งหลายเพื่อเพิ่มมูลค่าของการส่งออกผลิตภัณฑ์ จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สู่ตลาดต่างประเทศ ตามเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) คือ การเคลื่อนย้าย และเก็บรักษาสินค้า เครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิต การผลิตและการเก็บรักษาสินค้า การจัดส่งต่อไป

2. กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) หมายถึง กระบวนการสนับสนุนการจัดการกิจกรรมหรืองานทั้งหลายเพื่อเพิ่มมูลค่าของการส่งออก ยางยางจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สู่ตลาดต่างประเทศ ตามเงื่อนไขด้านยุทธศาสตร์ (Demand Conditions) ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) บริบทของการแข่งขันและยุทธศาสตร์ (Context for Firm Strategy, Structure and Rivalry) เพื่อให้กิจกรรม ปรับปรุงสามารถดำเนินการไปได้ด้วยดี

2.1 เงื่อนไขยุทธศาสตร์ หมายถึง กระบวนการสนับสนุนการจัดการกิจกรรมหรืองานทั้งหลายเพื่อเพิ่มมูลค่าของการส่งออกยางยางจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สู่ตลาดต่างประเทศ ที่เกี่ยวกับความรู้และความสามารถในการตัดสินค้า อาทิเช่น ของสินค้า ตัวสินค้า และกฎหมายและกลไกการค้าแต่ละประเทศ

2.2 ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน กัน หมายถึง กระบวนการสนับสนุน การจัดการกิจกรรมหรืองานทั้งหลายเพื่อเพิ่มมูลค่าของการส่งออกยางยางจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สู่ตลาดต่างประเทศ ที่เกี่ยวกับความเสี่ยงของ เกี่ยวข้องของยุทธศาสตร์ที่สนับสนุนถึงการตัดสินค้าหรือยุทธศาสตร์ยางยางจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างในการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลข่าวสาร การร่วมมือกันในการพัฒนาทักษะของบุคลากร การทำงานร่วมกันของการส่งออกยางยางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างนั้นสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตและบริการที่มีคุณภาพและราคาถูก และสามารถสร้างการจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 บริบทของการแข่งขันและยุทธศาสตร์ หมายถึง กระบวนการสนับสนุนการจัดการกิจกรรมหรืองานทั้งหลายเพื่อเพิ่มมูลค่าของการส่งออกยางยางจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สู่ตลาดต่างประเทศ ที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ธุรกิจเกิดขึ้น ตลอดจนผลกระทบของ การแข่งขันในหอสิ่ง ว่าทำให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมหรือเป็นคุณภาพผลิต (Productive) ของธุรกิจหรือไม่ เพื่อใช้ประโยชน์ในการพิจารณาถึงนโยบายและยุทธศาสตร์ของภาคเศรษฐกิจ เช่น นโยบายการแข่งขันทางการค้า นโยบายการค้าและการลงทุน รวมถึงประสิทธิภาพของกลไก ระบบราชการและการดำเนินงานภาครัฐ

ยางยาง หมายถึง ยางธรรมชาติจากพื้นที่ปลูกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่สามารถการปรับปรุงขึ้นด้านจากน้ำยางสดเป็นยางแห้ง น้ำยางซึ่ง ยางแห้งและอื่น ๆ เพื่อใช้เป็นวัสดุในการผลิตสินค้าลำธาร์รูปต่อไป

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรตัว (Independent Variables) ได้แก่
1.1 องค์ประกอบของการจัดการยางไข่ คุณค่าง่ายยางจากการเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

6 วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีที่ 33 ฉบับที่ 4 เดือนเมษายน - ธันวาคม 2556
1.2 สภาพปัจจุบันของการจัดการโครงสร้างคุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

1.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการโครงสร้างคุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่แนวทิศทางการพัฒนาการจัดการโครงสร้างคุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

กระบวนการในการวิจัย

การวิจัยเรื่องการจัดการโครงสร้างคุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ผู้วิจัยศึกษาภายใต้กรอบของหลักขององค์ประกอบของการบริหารจัดการ (Management Process) ที่ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดทำแผน (Organizing) การบริหาร (Controlling) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2545; สมประสงค์นารวิถี, 2545; ชัยชัย สันติวงศ์, 2545; ริโรจน์ สารีรัตน์, 2546; ขนงศรี นายทะลุมจุตร, 2547; Robbins and Coulter, 2002) ในการจัดการโครงสร้างคุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ตามแนวคิดการจัดการโครงสร้างคุณค่ายาว (Value Chain Management) ของ Porter (1988) และเพื่อให้เข้าใจบริบทของการศึกษาตามสภาพจริง ผู้วิจัยจึงได้นำมาใช้แนวคิดการจัดการเพื่อการวิจัยความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Diamond Model) โดยแบ่งออกเป็น 1) ด้านกิจกรรมปฐมภูมิ (Primary Activities) ได้แก่ เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) คือ การเคลื่อนย้ายและเก็บรักษาวัตถุดิบ เครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิต การผลิต การเก็บรักษาสินค้า การจัดส่งต่อไป และ 2) ด้านกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ได้แก่ เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries) บริบทของการแข่งขันและกลุ่มย่อย (Context for Firm Strategy, Structure and Rivalry) เพื่อให้กิจกรรมปฐมภูมิสามารถดำเนินการไปได้ด้วยดี ดังนี้
องค์ประกอบของการบริหารจัดการ
1. การวางแผน (Planning)
2. การจัดองค์การ (Organizing)
3. การนำ (Leading)
4. การควบคุม (Controlling)

strateปัจจุบันในการจัดการท่องไซคุณค่าของยางพารา เพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
1. กิจกรรมหลัก
   1.1 ต้นเนื้อไส้ของปัจจัยการผลิต
2. กิจกรรมสนับสนุน
   2.1 ต้นเนื้อไส้ด้านอุปสงค์
   2.2 ต้นเนื้อไส้กระบวนการเกี่ยวกับการผลิต
   2.3 ต้นเบื้องต้นของการแต่งนั่งกับกลุ่มที่เกี่ยวข้อง

แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องไซคุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

วิธีดำเนินการวิจัย
การศึกษาวิจัยครั้งนี้ดำเนินการวิจัย 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของการจัดการท่องไซคุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยดำเนินการวิจัย 3 ประเภท คือ 1) กิจกรรมการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก องค์ประกอบของการจัดการท่องไซคุณค่ายางพารา เพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ที่มีผู้เกี่ยวข้องด้านยางพาราและด้านการเกษตร จำนวน 15 คน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอุปนัย (Inductive Method) 2) การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการจัดการท่องไซคุณค่ายางพาราเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกโดยใช้แบบสอบถามกับผู้ดำเนินการยางพารา ผู้ค้าส่งยางพารา ผู้ผลิตยางพาราที่ถือเป็นผู้นำด้านยางพารา ตามประกาศของกรมการยางพารา ผู้ว่าราชการกรมการยางพารา ประกาศใน 9 จังหวัด คือ อุบลราชธานี นครราชสีมา สุรินทร์ บุรีรัมย์ อานจ//**************************************************************************** โยธา ชัยภูมิ และมุกดาหาร จำนวน 340 คน มีวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เครื่องมือและวิธีวิเคราะห์ข้อมูล 3) กิจกรรมการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องไซคุณค่ายางพารา เพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออก โดยวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบ (Factor
ผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลในเขตภาคตะวันออก เยี่ยงเหนือตอนล่างและการสัมภาษณ์เกณฑ์การผู้ปลูกทาง ผู้ประกอบการยาง พราว ภาคตะวันออก เยี่ยงเหนือตอนล่างมีพื้นที่ปลูกยางรวม 8.9 แสนไร่ พื้นที่เกิด 2.7 แสนไร่ และผลผลิตรวม 7.5 หมื่นตัน ผลผลิตต่อไร่ 2.1 พันตันต่อไร่ มีแหล่งที่ตั้งโรงงาน ปาร์ปายะขันตัน 9 แห่ง โรงงานผลิตกันชน อุตสาหกรรม 11 แห่ง เมื่อวิเคราะห์โครงสร้างใช้ ยูปทานการไหลของยางพร้าจากด้านน้ำไปยังกลางน้ำ และกลางน้ำ พบว่า

- ด้านน้ำหรือกระบวนการวัดอุติม ซึ่งมีผู้เกี่ยวข้องในใช้ยูปทาน ประกอบด้วยเกษตรผู้ปลูกที่ ยางพร้า และผู้จัดหาวัสดุสนับสนุนในการปาร์ปายะขันตันยางพร้าซึ่งบูรณาการเป็นน้ำยางสอดคล้องกับพื้นที่ต่อเนื่องที่เข้ามารับซื้อ หรือขายให้กับเกษตรกร และตลาดกลางยางพร้า ซึ่งเกษตรกรรายละ 94 จะขายผลผลิตให้กับพื้นที่กลางน้ำ เนื่องจากความสะดวกในการเดินทาง

- กลางน้ำ หรือกระบวนการผลิตมาด ประกอบด้วยผู้ประกอบขันตัน โดยปาร์ปายะยูปทาน หรือ น้ำยางขัน ซึ่งกลุ่มกลางน้ำจะเป็นผู้กำกับตลาดของยางพร้า ปาร์ปายะขันตันที่น่าจะเข้าร่วมกับอุตสาหกรรม แผ่นระดับและยางแห่ง ภาคตะวันออก ร้อยละ 47.2 เช่นสู่ อุตสาหกรรมยางแผ่นระดับและยางแห่งในภาคตะวันออก ร้อยละ 31.5 และเข้าสู่อุตสาหกรรม ปาร์ปายะขันกับ ร้อยละ 21.3 ของปริมาณผลผลิตยางพร้าทั้งหมดที่ผลิตในภาคตะวันออกเยี่ยงเหนือตอนล่างโดยมีอัตราการขันส่งประมาณ 12,000 บาท / ตัน (15 ตัน)

- ปลายน้ำ หรือ กระบวนการกระจายสินค้า ซึ่งประกอบด้วยผู้ส่งออก ผู้ผลิต ผู้ประกอบการร้านค้า

จากการศึกษาการจัดการการกระจายคุณค่ายางพร้าเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออก เยี่ยงเหนือตอนล่าง พบว่า

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจัยของกระบวนการจัดการ การกระจายคุณค่ายางพร้าเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออก ในเขตภาคตะวันออกเยี่ยงเหนือตอนล่าง โดยการ สัมภาษณ์เชิงลึก

จากการศึกษาขั้นตอนการมีองค์ความรู้ ของการจัดการกระจายคุณค่ายางพร้าเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกรวม 4 ประสบการ คือ

1.1 การวางแผน (Planning) ประกอบด้วย ด้านกิจกรรมหลัก ด้านเงินไขของปัจจัยการผลิตสิ่ง ด้านการอย่างเป็นระบบ ด้านกิจกรรมสนับสนุน ด้านเงินไขอุปสงค์ ความมีการวางแผนการจัดการกระจาย วัสดุค่ายางพร้าโดยพื้นฐานตามผลประโยชน์ของการ ปัจจัยแม่เหลือมาหมายถึงความคุมไม่ได้ ด้านกิจกรรม สนับสนุน ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ควรให้ความสำคัญกับกระบวนการสื่อสารในระดับ
องค์กร รวมถึงการเข้าไปมีบทบาทร่วมกันในการวางแผนการผลิต ด้านกิจกรรมสนับสนุน ด้านบริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์การดำเนินการในลักษณะเป็นกลุ่มเครือขายที่มีสัดส่วนขึ้นใน 3-5 ปี และมีการวิเคราะห์คุณภาพพันธะยุทธ์

1.2 การจัดองค์กร (Organizing) ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก คือการเตรียมการพิจารณาการผลิต รวมถึงการจัดการผลิตภายใต้ระบบความสมัพนิย์ของการแข่งขัน ด้านกิจกรรมสนับสนุน การเตรียมการจัดเตรียมทรัพยากรเพื่อรองการผลิตการค้าต่างของ ด้านกิจกรรมสนับสนุน ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ตรวจสอบความเข้าใจในสิ่งสนับสนุนและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ด้านกิจกรรมสนับสนุนด้านบริบทของการแข่งขัน และกลยุทธ์การมีการวางแผนกระบวนการจัดการความรุ้แก่กลุ่มเครือขายบาง

1.3 การนำ (Leading) ประกอบด้วยกิจกรรมหลักด้านเนื่องในของปัจจัยการผลิตความมีความรู้การเป็นผู้นำการผลิตเพื่อให้เกิดการจัดองค์กรการเตรียมการผลิต ด้านกิจกรรมสนับสนุนด้านเนื่องในด้านอุปสงค์ ความมีการวางแผนเพื่อจัดการค้าในระบบการผลิตและปรับปรุงการผลิต ด้านกิจกรรมสนับสนุน ด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ความมีการเตรียมองค์ความรู้ของการตัดสินใจและการวางแผนการแข่งขันและกลยุทธ์ ความมีการกำหนดนโยบาย และวางแผนการดำเนินการเพื่อตอบสนองล่า

2. ผลการศึกษาภาพปัจจุบันของการจัดการ ทำให้เห็นคุณค่าของการเพิ่มขึ้นค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตลอดการจัดการค้าเล็กๆ ซึ่งสามารถให้การจัดการค้าเป็นไปตามนโยบายใน 3 อันดับแรกของแต่ละด้าน ดังนี้

2.1 กิจกรรมหลักด้านเนื่องในปัจจัยการผลิต มีการจัดการระหว่างคุณค่าของการเพิ่มขึ้นค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตลอดการจัดการค้า คือ 1) ผลผลิตทางการสามารถดังกล่าวที่คิดของการจัดการค้าได้กำหนดค่าต่อ 2) แรงงานที่ใช้ในการผลิตเป็นคนในท้องถิ่น 3) ผลผลิตทางการที่ได้มีการเก็บรักษาไว้เป็นอย่างดี

2.2 กิจกรรมสนับสนุนด้านเนื่องในด้านอุปสงค์มีการจัดการระหว่างคุณค่าของการเพิ่มขึ้นค่าในการส่งออก คือ 1) มีการสำรวจความต้องการสินค้าของตลาดก่อนผลิตผลผลิตทางการ 2) ทำวางแผนผลิตและการปรับแนวโน้มข้อมูลเพื่อเข้าสู่ระบบการจัดการ 3) มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนโยบายที่เกี่ยวข้องกับยางพาราของรัฐบาล
2.3 กิจกรรมสนับสนุนด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนมีการจัดการหว่างโซนคู่ค่านางพประทับ
ของพื้นที่เพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออก คือ 1) ภาค
อุตสาหกรรมที่สนับสนุนธุรกิจการพลาดมีส่วนร่วมในการ
พัฒนาอุตสาหกรรมให้เกิดผลลัพธ์อย่างรวดเร็ว 2)
ภาคอุตสาหกรรมที่สนับสนุนธุรกิจการพลังการให้
ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบมูลค่านางพื้นที่ใช้ผลิตสินค้า
จากแหล่งผลิตอื่น ๆ 3) ภาคอุตสาหกรรมที่สนับสนุน
ธุรกิจการพลาดมีส่วนร่วมในการทำตลาดนารพว่า
เพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออก

2.4 กิจกรรมสนับสนุนด้านบริบทของการ
แข่งขันและกลยุทธ์ มีการจัดการหว่างโซนคู่ค่าน
นางพื้นที่เพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออก คือ 1) การ
ให้ความรู้เกี่ยวกับกลุ่มเครือข่ายองค์กรที่เกี่ยวกับ
นโยบายการค้าและการลงทุนในตลาดต่างประเทศ
2) การส่งเสริมให้กลุ่มเครือข่ายองค์การมีความรู้
ความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลผลิต
3) การพิจารณาความเป็นธรรมของกฎระเบียบ
ทางการค้าระหว่างกับต่างประเทศ

ผลวิจัยจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการ
จัดการหว่างโซนคู่ค่านางพื้นที่เพิ่มมูลค่าในการ
ส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
พบว่า การเรียนรู้ร่วมกันเพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับ
การปรับรูปผลผลิตจากนาพยา เพื่อเพิ่มมูลค่าในการ
ส่งออก การทำงานเป็นทีมของกลุ่มเครือข่าย
นางพยาณ์ภาคอุตสาหกรรมในการปรับรูปผลผลิต
เพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออก และการทำงานร่วมกัน
ร่วมกันของกลุ่มเครือข่ายองค์การเพื่อสร้างกลุ่มเครือข
ในการแข่งขัน

3. ผลการศึกษาการกำหนดแนวทางการพัฒนา
การจัดการระหว่างโซนคู่ค่านางพื้นที่เพิ่มมูลค่าในการ
ส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

จากการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาการ
จัดการหว่างโซนคู่ค่านางพื้นที่เพิ่มมูลค่าในการ
ส่งออก ประกอบด้วยสาระสำคัญ 4 ด้าน คือ
1) กิจกรรมหลักที่เน้นประโยชน์ของปัจจัยการผลิต
2) กิจกรรมสนับสนุนด้านเงินของปัจจัยการผลิต
3) กิจกรรมสนับสนุนด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
และสนับสนุน และ 4) กิจกรรมสนับสนุนด้านบริบท
ของการแข่งขันและกลยุทธ์

ในแต่ละด้านมีองค์ประกอบของการพัฒนา 5
ประการ คือ 1) การกำหนดเนื้อหาในการพัฒนาการ
จัดการระหว่างโซนคู่ค่าน 2) การกำหนดวัตถุประสงค์
การพัฒนาการจัดการระหว่างโซนคู่ค่า 3) กระบวนการ
พัฒนาการจัดการระหว่างโซนคู่ค่า 4) วิธีการพัฒนาการ
จัดการระหว่างโซนคู่ค่า และ 5) การประเมินผลการ
พัฒนาการจัดการระหว่างโซนคู่ค่า

ผลการศึกษาดังกล่าวนำเสนอให้ภาครัฐและ
เงินให้เห็นตอนล่างจะมีบริการผลผลิตช่วยเหลือ
เพิ่มสู่ขั้น ส่งเสริมให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือต้องค้น
วิจัยงานอย่างมีมรรคและอย่างแห่งพื้น แต่ไม่ควร
เกิดบริการผลผลิตช่วยเหลือภายในภาคและปรับปรุง
ที่ส่งให้ภาคตะวันออก เพราะอาจทำให้เกิดการแข่งขัน
การรับซื้อนางพยาเขาสู่โรงานเหมือนภาคใต้และ
ภาคตะวันออก

ข้อเสนอแนะและประโยชน์

ข้อเสนอข้อมูลเพื่อส่งเสริมการวิจัยครั้งนี้

ข้อเสนอข้อมูลประโยชน์ดังนี้

1. ควรส่งเสริมสนับสนุนให้เกษตรกรผลิต
ผลิตภัณฑ์ยางใช้เอง เพื่อเพิ่มบริการการใช้
และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับยางภายในประเทศ
2. คุณการกำหนดแนวทางการพัฒนาธุรกิจกลุ่มเครื่องช่วยยางยางในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เพื่ออำนวยความสะดวกในการพัฒนาการจัดทำเอกสารแนวทางการ ทำคุณค่าทางยางเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออก ข้อเสนอเชิงนโยบายระยะกลาง plib.

ควรมีการปฏิบัติต่อกันกลุ่มเครื่องช่วยยางยางยางและพัฒนาเป็นเครื่องช่วยวิสัยทัศน์ (Cluster) อย่างจริงจังและเข้มแข็ง โดยมีผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งยอมสมัครสนับสนุนกว่าจะ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในการส่งออกได้

ข้อเสนอเชิงนโยบายระยะยาว

1. ควรขยายบทบาทของภาคเครื่องช่วยยางยาง สถาบันการศึกษาด้านการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏ และหน่วยงานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร และห้องการจ้างหัวข้อที่ดีจะมีส่วนรวมใน การพัฒนาการจัดทำคุณค่าเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออก

2. การรัฐบาลมีหน่วยงานรับผิดชอบหลักและ ผลักดันให้มีการรัฐบาลยางยางยางในด้านนี้ก้าว มาตรฐานผลิตภัณฑ์ยาง ห้องคัดผลและห้องปฏิบัติการยางที่เชี่ยวชาญ และควรมีการพัฒนาบุคลากร ด้านยางให้มีความรู้มากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถและสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะส่วนการรัฐบาลรัฐต่อไป

1. ควรมีแนวทางการพัฒนาการจัดทำคุณค่าทางยางยางเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกก็รัฐการจัดทำคุณค่าทางยางเพื่อเพิ่มมูลค่าในการส่งออกในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างต่อไป
สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในกลุ่มประเทศอาเซียน และในนานาประเทศได้ต่อไป

ประโยชน์ด้านการนำไปปฏิบัติ

ทำให้องค์กรเตรียมข่ายเกษตรกรผู้ปลูกยาง พบ เพราะองค์กรเตรียมข่ายผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการใช้ยางพบเป็นวัตถุดิบ ได้รับการพัฒนาศักยภาพในการจัดการทรงใช้คู่ค้ายางร้อยเยี่ยมให้ยิ่งๆเพื่อเพิ่มความพร้อมในการสั่งซื้อความเป็นผู้นำในการส่งออกริ้วที่เกี่ยวกับยางร้อยในกลุ่มประเทศอาเซียน สามารถขยายผลการสร้างความเป็นผู้นำในการส่งออกริ้วที่เกี่ยวกับยางร้อยในกลุ่มประเทศอาเซียน ได้ยิ่งผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับเพียงเรื่องจริงอื่น ๆ ประเภทอื่น ๆ เพื่อให้สามารถบรรลุผลของการเพิ่มมูลค่าในการส่งออกริ้วที่การเกษตรของประเทศไทย

บรรณาธิการ

ข้างนอก ภูเพาะบุตร. 2547. หลักการจัดการและองค์การและการจัดการแนวคิดการบริหารธุรกิจในสถานการณ์ปัจจุบัน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.


สมศิริ นารีราษฎร์. 2545. การบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: บรรณาธิการ.


องชัย สั่งติวะริน. 2545. การจัดการ. กรุงเทพมหานคร: นานาพร เอนเดอร์ กราฟฟิก.


วิโรจน์ สารวัฒนา. 2546. การบริหาร หลักการ ทฤษฎี และประเด็นทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ทิพย์วัสดุ.


ศรีวิชญ์ เสรีรัตน์. 2545. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: บรรณาธิการ.


Assistant Professor Dr. Nontaya Ittichinbanchon received her Doctoral Degree (Business Management) from Suan Dusit Rajabhat University. She is currently a lecturer in the Faculty of Arts and Sciences, Sisaket Rajabhat University. Her research interests are Rubber Value Chain Management and Increased Exporting.