

[ກາເຟ



ບົດສະເໜີສໍາລັບກອງປະຊຸມກ່ຽວກັບ
Commodity Associations
05/14/2010

[ໄລຍະເລີ້ມຕົ້ນຂອງກາເຟຢູ່ໃນລາວ (1920-1950)]

- ສວນກາເຟຕອນທຳອິດ : 1920
- ກາເຟນ້ອຍທັງໝົດ (ສວນຂອງພວກລ່າເມືອງຂຶ້ນ)
- ໄດ້ຮັບການຍອມຮັບເປັນຢ່າງດີຈາກຜູ້ຜະລິດ
- ເນື້ອທີ່ຜະລິດມີເຖິງ 5,000 ຮຕ.
- ຂະບວນການແປຮູບ : ໂດຍທາງປຽກ (ການອົວ, ການບົມ, ການລ້າງ ແລະ ອື່ນໆ.)
- ຕົ້ນຕໍແມ່ນສົ່ງອອກໄປບັນດາປະເທດຢູໂຣບ ດ້ວຍພາບລັກຂອງກາເຟທີ່ມີຄຸນນະພາບສູງ.

[ສິ່ງຄາມ ແລະ ການເຊື່ອມໂຊມຂອງ ຂະແໜງການກາເຟ (1950-1975)]

- ສິ່ງຄາມ/ ການຂັດແຍ່ງ : ຜູ້ປູກ, ຜູ້ລົງທຶນ, ພໍ່ຄ້າ ໄດ້ຫາຍໄປຈາກເຂດນີ້
- ສວນກາເຟໄດ້ຮັບຄວາມເສຍຫາຍຈາກປະກົດການນ້ຳໝອກຊຸ້ນ ແລະ ໂດຍສະເພາະແມ່ນພະຍາດຂີ້ໝັ້ງເຫຼັກ.
ຜົນສະທ້ອນອັນທຳອິດ ແມ່ນການປະປ່ອຍສວນກາເຟໂດຍຜູ້ຜະລິດ ເຊິ່ງໄດ້ຫັນປ່ຽນໄປເລັ່ງໃສ່ການ ປູກພືດເພື່ອເປັນອາຫານ.
ຜົນສະທ້ອນອັນທີສອງ ແມ່ນການປ່ຽນແທນຈາກການປູກກາເຟນ້ອຍ ດ້ວຍສາຍພັນໃໝ່ທີ່ມີຄວາມທົນທານຕໍ່ພະຍາດຂີ້ໝັ້ງເຫຼັກໂດຍແມ່ນ: ກາເຟກາງ(Robusta).
ເປັນຫຍັງ ? ກາເຟກາງມີຄວາມຕ້ອງການໜ້ອຍທາງດ້ານແຮງງານໃນການຜະລິດ ແລະ ການແປຮູບ (ໂດຍທາງແທ້ໆ).

ສິ່ງທີ່ພື້ນເດັ່ນກ່ຽວກັບກາເຟກາງ ໃນຂະແໜງການກາເຟ ທີ່ລັດຖຸມຄອງ (1975-1990)

- ຫຼັງຈາກປີ 1975 : ຜູ້ຜະລິດດັ່ງເດີມ ແລະ ຜູ້ຜະລິດໃໝ່ໄດ້ມາຄອບຄອງ ບັນດາເນື້ອທີ່ກາເຟທີ່ໄດ້ປະປ່ອຍ ໃນເຂດພູພຽງບໍລະເວນ.
- ອຳນາດການປົກຄອງໄດ້ຈັດຕັ້ງ ແບບແຜນການເຮັດຮ່ວມກັນ ທີ່ລວມທັງ ການສ້າງຜົນຜະລິດກາເຟ ແລະ ສະຫະກອນການຄ້າ
- ຂະແໜງການກາເຟໄດ້ຢູ່ພາຍໃຕ້ການຄຸ້ມຄອງຂອງລັດ: ລວບລວມ ການ ຄ້າ, ການສົ່ງອອກກາເຟ ຈົນໄປຮອດນະໂຍບາຍທາງດ້ານລາຄາ ກໍແມ່ນ ລັດຄຸ້ມຄອງໃນທັດສະນະເລັ່ງດ້ານປະລິມານ



- ການຫຼຸດລົງທາງດ້ານຄຸນນະພາບຂອງກາເຟ ຍ້ອນຜູ້ຜະລິດບໍ່ໄດ້ ເອົາໃຈໃສ່ ກ່ຽວກັບ ສ່ວນກາເຟຂອງເຂົາເຈົ້າເອງ ແລະ ພ້ອມທັງການຫ ປະຕິບັດໃນຊ່ວງເກັບກ່ຽວ ແລະ ຫຼັງເກັບກ່ຽວ (ສຸມໃສ່ປະລິມານຫລາຍ ກວ່າຄຸນນະພາບກາເຟ).

ກົນໄກການຕະຫລາດ ແລະ ການກັບມາຂອງກາເຟ ນ້ອຍ (1990-2007)

- ກົນໄກເສດຖະກິດໃໝ່ (1986): ກົນໄກເສດຖະກິດໃໝ່ຂອງຂະແໜງການກາເຟ.
- ການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງລາຄາກາເຟໃນປີ 1994 ເນື່ອງຈາກປະກົດການນໍ້າໝອກຊັ້ນທີ່ປະເທດບຣາຊິວ
- ການຫລຸດລົງຂອງລາຄາກາເຟສາກົນໃນຊ່ວງປີ 1998 ແລະ 2003
- ແຕ່ວ່າ...ການຫລຸດຄ່າເງິນກີບໂດຍທຽບໃສ່ເງິນໂດລ້າໃນຊ່ວງປີ 1997 ທີ່ເກີດມີວິກິດການທາງດ້ານເສດຖະກິດ : ລາຄາກາເຟຍັງເປັນທີ່ດຶງດູດໃຈຢູ່



ມີການພັດທະນາຂອງຂະແໜງການສົ່ງອອກກາເຟ

- ຈົນມາຮອດທ້າຍຊຸມປີ 90 : ການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງຜົນຜະລິດກາເຟ ທີ່ໄດ້ອີງໃສ່ສວນກາເຟກາງ (95% ຂອງເນື້ອທີ່ປູກກາເຟທັງໝົດ).
- ໃນຊ່ວງຕົ້ນຊຸມປີ 90, ການສົ່ງເສີມການປູກກາເຟນ້ອຍ ໂດຍຜ່ານ 2 ໂຄງການພັດທະນາຕົ້ນຕໍຄື: ໂຄງການ LUADP (1991-1995) ແລະ PDRPB (1997-2002).



ການເພີ່ມຂຶ້ນຂອງເນື້ອທີ່ປູກກາເຟນ້ອຍ
(15 % ຂອງເນື້ອທີ່ປູກກາເຟທັງໝົດໃນປີ 2007).

[ສະພາບການໃນປີ 2005]

ຈຸດອ່ອນ

- ຜົນປະໂຫຍດຂອງຂະແໜງການກາເຟຍັງຂຶ້ນກັບການໃຫ້ສິນເຊື່ອເປັນສ່ວນໃຫຍ່
- ບໍ່ມີມາດຕະຖານທາງດ້ານຄຸນນະພາບ
- ລະບົບການຄວບຄຸມຄຸນນະພາບທີ່ບໍ່ເໝາະສົມ
- ຂະບວນການແປຮູບກາເຟທີ່ບໍ່ເໝາະສົມ (ການເກັບກຽວ, ການຕາກ, ການເກັບມ້ຽນ ຫລື ການຄັດເລືອກ)

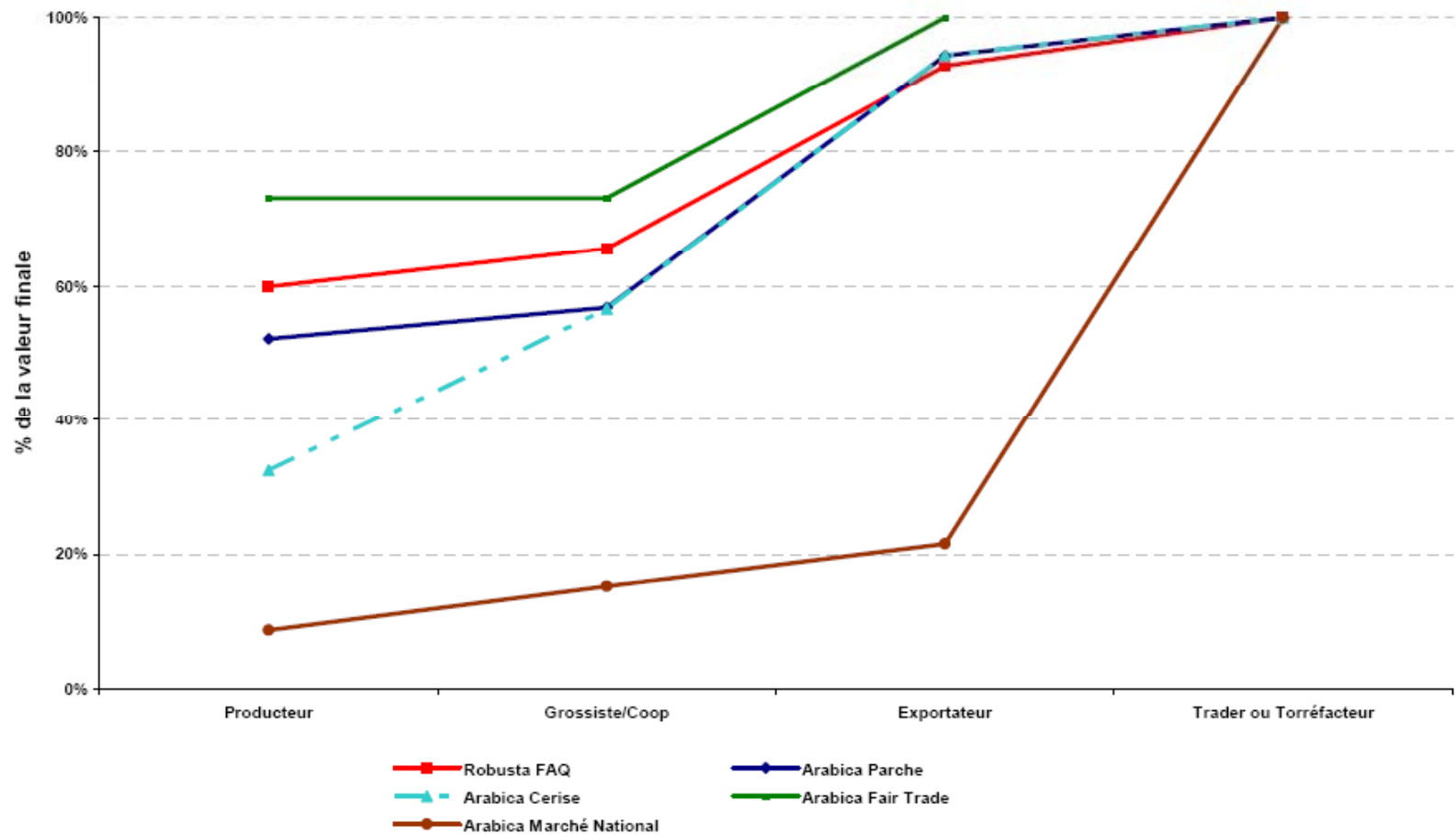
[2005-2009 : ໂຄງການ PAB]

- ສະພາບໃນຊ່ວງເລີ່ມຕົ້ນໂຄງການ:
 - ກາເຟລາວມີພາບລັກຂອງກາເຟທີ່ມີຄຸນນະພາບຕ່ຳ.
 - ຜູ້ຜະລິດແມ່ນມີລາຍໄດ້ໜ້ອຍ (ການເປັນໜີ້ສິນ ແລະ ອື່ນໆ)
- ຈຸດປະສົງຂອງໂຄງການ PAB:
 - ຜູ້ຜະລິດກາເຟມີລາຍຮັບເພີ່ມຂຶ້ນ ໂດຍຜ່ານການເຮັດກາເຟຄຸນນະພາບ, ຕະຫຼາດທີ່ດີຂຶ້ນ ແລະ ການກະຈາຍລາຍໄດ້ຈາກກິດຈະກຳອື່ນ.
 - ການຈັດສັນຜູ້ປະກອບການໃນລະບົບຕ່ອງໂສ້ກາເຟ (ຜູ້ຜະລິດ, ຜູ້ສົ່ງອອກ, ພາກສ່ວນລັດ/ເອກະຊົນ)

ການເພີ່ມຂຶ້ນທາງດ້ານລາຍຮັບຂອງ ຜູ້ຜະລິດ

- ໂຄງການ PAB ໄດ້ສ້າງຕັ້ງກຸ່ມຜູ້ຜະລິດຂຶ້ນຈຳນວນ 53 ກຸ່ມ (2 552 ຄອບຄົວ) ແລະ ສະມາຄົມກຸ່ມຜູ້ຜະລິດກາເຟພູພຽງບໍລະເວນ (AGPC)
- ການເຮັດກາເຟຄົນນະພາບ: ການແນະນຳ ກ່ຽວກັບ ສູນແປຮູບກາເຟໂດຍທາງປຽກ (38 ສູນ, ລົງທຶນ ເປັນຈຳນວນ 3 ຕື້ກີບ)
- ການຕະຫລາດທີ່ດີຂຶ້ນ: ເຮັດການຕະຫລາດໂດຍຜ່ານ ກຸ່ມ ແລະ ສະມາຄົມ AGPC (ການສົ່ງອອກໂດຍກົງ ສູ່ຕະຫລາດສະເພາະ/ຕະຫລາດການຄ້າເປັນທຳ)
- ມີຜົນສະທ້ອນໂດຍກົງຕໍ່ລາຍໄດ້

ການສຶກສາລະບົບຕ່ອງໂສ້ຂອງຂະແໜງການກາເຟ



ການຈັດແບ່ງມູນຄ່າກາເຟ ປຽບທຽບກັບລາຄາ FOB
bangkok (2008)

ກີບ/ກິໂລ	AGPC ການຄ້າເປັນທຳ		ວົງຈອນການຄ້າ ແບບດັ້ງເດີມ	
	ມູນຄ່າ	%	ມູນຄ່າ	%
ຜູ້ຜະລິດ	19 777	78,0	9500	46,0
ກຸ່ມ ຫລື ພໍ່ຄ້າຄົນກາງ	22 406	88,4	13 855	67,1
AGPC ຫລື ຜູ້ສົ່ງອອກ	23 794	93,9	19 183	92,9
FOB Bangkok	25 345	100	20 652	100

ການຈັດສັນລະບົບຕ່ອງໂສ້ຂອງຂະແໜງ ການກາເຟ (1)

- ຈຸດປະສົງ: ການເຕົ້າໂຮມຜູ້ປະກອບການໃນຂະແໜງການກາເຟ ເພື່ອປຶກສາຫາລືກ່ຽວກັບ “ຍຸດທະສາດ ແລະ ການພັດທະນາຂະແໜງການ”
- ການສ້າງອົງກອນການຈັດຕັ້ງຂອງຜູ້ປະກອບການທີ່ມີສ່ວນຮ່ວມໃນຂະແໜງການກາເຟ ເພື່ອ:
 - ໃຫ້ຄໍາແນະນຳ ແກ້ລັດຖະບານ;
 - ເປັນຕົວແທນ ແລະ ໂຄສານກ່ຽວກັບກາເຟລາວ
 - ຄວບຄຸມ ກ່ຽວກັບກົດໝາຍແຫ່ງຊາດຕ່າງໆ ທີ່ກ່ຽວກັບກາເຟ.

ການຈັດສັນລະບົບຕ່ອງໂສ້ຂອງ ຂະແໜງການກາເຟ (2)

- ການຈັດຕັ້ງ “ຄະນະຄົ້ນຄວ້າກ່ຽວກັບກາເຟ” (GTC) ເພື່ອກະກຽມການສ້າງຕັ້ງ ສະພາທີ່ປຶກສາກາເຟແຫ່ງຊາດລາວ (CNCL). ດ້ວຍ 2 ຈຸດປະສົງຄື:
 1. ເພື່ອເຮັດຂໍ້ສະເໜີຕ່າງໆ (ເຊັ່ນ: ຕົວແທນ, ການສະສາງ, ຄວາມສາມາດ, ງົບປະມານ ແລະ ອື່ນໆ) ເພື່ອນຳສະເໜີຕໍ່ລັດຖະບານໃນການສ້າງຕັ້ງ ສະພາທີ່ປຶກສາກາເຟແຫ່ງຊາດລາວ; ແລະ
 2. ເຮັດການສຶກສາກ່ຽວກັບລະບົບຕ່ອງໂສ້ຂອງຂະແໜງການກາເຟລາວແບບມີສ່ວນຮ່ວມ ເຊິ່ງສາມາດເປັນຂໍ້ມູນພື້ນຖານໃຫ້ແກ່ຍຸດທະສາດການພັດທະນາໃນໄລຍະສັ້ນ, ໄລຍະກາງ ແລະ ໄລຍະຍາວ.

[ຜົນໄດ້ຮັບຂອງຄະນະ GTC (1)]

- ການປະຊຸມກັບຜູ້ປະກອບການຕ່າງໆໃນໄລຍະ 2 ປີຜ່ານມາ:
 1. ຮ່າງພາລະບົດບາດ, ໂຄງປະກອບສ້າງ, ຕົວແທນ ແລະ ອື່ນໆຂອງສະພາທີ່ປຶກສາກາເຟແຫ່ງຊາດລາວ. ທີ່ໄດ້ສະເໜີ ຕໍ່ລັດຖະບານໃນປີ 2009; ແລະ
 2. ການວິເຄາະກ່ຽວກັບແຫຼ່ງທຶນທີ່ເປັນໄປໄດ້ສໍາລັບສະພາ, ປະເດັນນີ້ໄດ້ມີການປຶກສາຫາລືກັນຫລາຍຄັ້ງໃນກອງປະຊຸມ ຂັ້ນວິຊາການ.
 3. ກອງປະຊຸມຄັ້ງທໍາອິດລະຫວ່າງ ຜູ້ປະກອບການທາງດ້ານ ກາເຟ ແລະ ລັດຖະບານ

[ຜົນໄດ້ຮັບຂອງຄະນະ GTC (2)]

- ບົດສຶກສາລະບົບຕ່ອງໂສ້ຂອງຂະແໜງການກາເຟລາວ ແບບມື່ວສ່ວນຮ່ວມ ໄດ້ຈັດຂຶ້ນໃນປີ 2007 ແລະ ສະເໜີໃນປີ 2008 ໃຫ້ແກ່ຄະນະ GTC. (ເປັນພາສາອັງກິດ, ຈຳນວນ 85 ໜ້າ.; ບົດສະຫລຸບຫຍໍ້ ແລະ ສະຫລຸບລວມໄດ້ແປເປັນພາສາລາວໃນປີ 2008)
- ການວິເຄາະແບບ SWOT ໄດ້ສະເໜີເພື່ອໃຊ້ເປັນຍຸດທະສາດການພັດທະນາສຳລັບຂະແໜງການກາເຟແຫ່ງຊາດ.

[ບັນຫາທີ່ຍັງຄົງຄ້າງ]

- ຈຸດປະສົງ, ພາລະໜ້າທີ່, ຮ່າງໂຄງຮ່າງຂອງ CNCL ຈະໄດ້ປຶກສາຫາລື ແລະ ອະທິບາຍ
ແຕ່....
- ຄວາມເປັນເອກະພາບກັນທາງດ້ານພາລະບົດບາດ ຂອງແຕ່ລະຜູ້ປະກອບການຍັງບໍ່ທັນຕົກລົງ (ພາລະ ບົດບາດຂອງກະຊວງຕ່າງໆ, ການນຳສະເໜີກ່ຽວກັບ ຜູ້ຜະລິດ, ພາລະບົດບາດຂອງສະມາຄົມກາເຟລາວ)
- CNCL ຍັງບໍ່ທັນໄດ້ສ້າງຕັ້ງຂຶ້ນຢ່າງເປັນທາງການ
- ແຫຼ່ງທຶນສຳລັບ CNCL ຍັງບໍ່ທັນມີເທື່ອ (ອາກອນ ກຳໄລກາເຟ?)

[ໂຄງການຕໍ່ໄປ : “ໂຄງການ PRCC 2”]

- ທຶນໂດຍ AFD
- ທຶນຊ່ວຍເຫລືອ / 4 ປີ / 1,2 ລ້ານເອີໂຣ
- ຈຸດປະສົງໂດຍລວມ:
*ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງ ໃຫ້ຜູ້ປະກອບການຊອງ
ລະບົບຕ່ອງໂສ້ຂະແໜງການກາເຟ ເພື່ອສ້າງ
ຄວາມໝັ້ນຄົງ ແລະ ການຄ້າທີ່ເປັນທຳ ໂດຍ
ຜ່ານການສົ່ງອອກກາເຟ*

[ຈຸດປະສົງຂອງໂຄງການ PRCC 2]

- ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ລະບົບຕ່ອງໂສ້ຂອງຂະແໜງການກາເຟ ໂດຍຜ່ານສະພາທີ່ປຶກສາກາເຟແຫ່ງຊາດລາວ CNCL:
 - ອຳນວຍສະດວກໃຫ້ແກ່ການອະທິບາຍ ກ່ຽວກັບ ຍຸດທະສາດທົ່ວໄປຂອງລະບົບຕ່ອງໂສ້ຂອງຂະແໜງການກາເຟ,
 - ການໂຄສະນາກາເຟລາວໃນຕະຫລາດສາກົນ,
 - ຊອກຫາແຫລ່ງທຶນທີ່ເໝາະສົມ;
 - ສະໜັບສະໜູນຄວາມສາມາດຂອງລັດຖະບານ ໃນການສົ່ງເສີມລະບົບຕ່ອງໂສ້ການສົ່ງອອກ, ໂດຍຜ່ານປະສົບການຕ່າງໆໃນລະບົບຕ່ອງໂສ້ຂອງຂະແໜງການກາເຟ.
- ສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ອົງການຈັດຕັ້ງຂອງຊາວສວນ:
ສະມາຄົມ AGPC
 - ການສ້າງຄວາມສາມາດ ແລະ ຊຸກຍູ້ຊ່ວຍເຫລືອໃຫ້ແກ່ສະມາຄົມ AGPC, ເພື່ອສ້າງຄວາມເຂັ້ມແຂງໃຫ້ແກ່ອົງການຈັດຕັ້ງ, ຄວາມສາມາດທາງດ້ານການເງິນ ແລະ ການຕະຫລາດ

[ຄາດໝາຍ]

1. ລະບົບຕ່ອງໂສ້ທີ່ມີຄວາມເຂັ້ມແຂງ ແລະ ມີຫລາຍພາກສ່ວນເຕົ້າໂຮມກັນ: ສະພາທີ່ປຶກສາກາເຟແຫ່ງຊາດລາວ ສະແດງບົດບາດເປັນອົງການຈັດຕັ້ງກາເຟລະດັບແຫ່ງຊາດ
 1. ການພັດທະນາຍຸດທະສາດກາເຟແຫ່ງຊາດ;
 2. ເປັນຕົວແທນໃຫ້ແກ່ກາເຟລາວ ແລະ ມີສ່ວນແບ່ງຕະຫລາດສໍາລັບກາເຟລາວ;
 3. ການພັດທະນາລະບົບການເງິນທີ່ໝັ້ນຄົງສໍາລັບການພັດທະນາລະບົບຕ່ອງໂສ້ຂອງຂະແໜງການກາເຟ.
 4. ລັດຖະບານມີຄວາມສາມາດໃນການຈັດການ the necessary trade-offs ພາຍໃນສະພາທີ່ປຶກສາກາເຟແຫ່ງຊາດລາວ ແລະ ສົ່ງເສີມຂະແໜງການກາເຟ
2. ສະມາຄົມ AGPC ແມ່ນສະມາຄົມທີ່ມີຄວາມໝັ້ນຄົງທາງດ້ານການເງິນ ແລະ ການປະຕິບັດງານ
3. ຄວາມສາມາດ ແລະ ລາຍຮັບຂອງກຸ່ມຂອງສະມາຄົມ AGPC ແມ່ນດີຂຶ້ນ

ການສະໜັບສະໜູນໃຫ້ແກ່ CNCL

- ກຳນົດ ແລະ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຍຸດທະສາດອັນດຽວກັນ: ສິ່ງອຳນວຍຄວາມສະດວກໃຫ້ແກ່ການປຶກສາຫາລືຂອງ CNCL, ການໄປທັດສະນະສຶກສາ, ການຝຶກອົບຮົມຈາກຊ່ວຍຊານ, ການວາງສະແດງສິນຄ້າກະສິກຳ ແລະ ການໂຄສະນາຕ່າງໆ
- ກຳນົດ ແລະ ຈັດຕັ້ງປະຕິບັດຂອງມາດຕະຖານສາກົນຕ່າງໆ (GI, ຄຸນນະພາບ, ການປັບໄໝ ແລະ ອື່ນໆ): ການຝຶກອົບຮົມ ແລະ ຫ້ອງທົດລອງສຳລັບການກວດສອບ
- ອຳນວຍຄວາມສະດວກກ່ຽວກັບຂະບວນການເຂົ້າເປັນສະມາຊິກຂອງອົງການກາເຟສາກົນ (ICO)
- ຝຶກອົບຮົມໃຫ້ແກ່ພະນັກງານຂອງລັດ ກ່ຽວກັບອົງການຈັດຕັ້ງຂອງລະບົບຕ່ອງໂສ້ຂອງຂະແໜງການກາເຟ
- ຫຼຸດຜ່ອນການຊ່ວຍເຫຼືອຕໍ່ CNCL (100/100/70/50%).
- ຊ່ວຍຊານນ້ອຍປະຈຳ
- ຊ່ວຍຊານທີ່ຈະມາເພື່ອການສ້າງຄວາມສາມາດ

[ບູລິມະສິດໃນປະຈຸບັນ]

- ຕ້ອງມີການປຶກສາຫາລືໃນລະດັບຂັ້ນ
ລັດຖະບານ (ຫລາຍໆກະຊວງ) ກ່ຽວກັບການ
ສ້າງຕັ້ງ CNCL
- ຕ້ອງມີການເບິ່ງລາຍລະອຽດກ່ຽວກັບຄວາມ
ເປັນໄປໄດ້ໃນການນຳໃຊ້ບາງພາກສ່ວນຂອງ
ອາກອນກຳໄລກາເຟ ເພື່ອເປັນແຫລ່ງທຶນໃຫ້
ແກ່ CNCL

[ខំ ខាបໃຈ]

