

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

บทนี้นำเสนอวิธีการวิจัยที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อความเข้าใจในเครื่องมือที่เป็นฐานของแนวคิดของการศึกษา นอกจากนี้ยังนำเสนอกรอบแนวคิดในการวิจัยและระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้เพื่อแสดงขั้นตอนการดำเนินงานร่วมกับเกษตรกร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้

3.1.1 แนวคิดศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ

การเปรียบเทียบเงื่อนไขด้านต่าง ๆ ที่อาศัยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจใช้แบบจำลองเพชร (Diamond's Model) ของ Michael E. Porter เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมเพื่อทราบถึงปัจจัยที่สนับสนุนหรือกีดขวางความสามารถในการแข่งขันในระดับมหภาค โดยประเด็นพิจารณาประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ด้าน (Michael E. Porter, 1990 และฝ่ายวิจัยและข้อมูล สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม, 2555)

(1) เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (factor conditions) ได้แก่ สถานะของปัจจัยการผลิตของประเทศ เช่น ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค โครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แหล่งเงินทุน เป็นต้น ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ

(2) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (demand conditions) ได้แก่ อุปสงค์ของผู้บริโภคในแต่ละส่วนของตลาด ทักษะและรสนิยมของผู้บริโภค ลักษณะและโครงสร้างตลาด และส่วนแบ่งการตลาด เป็นต้น

(3) บริบทด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (strategy and rivalry context) ได้แก่ ลักษณะและบรรยากาศของการแข่งขันทางธุรกิจ กลไกการตลาดที่ส่งผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ เป็นต้น

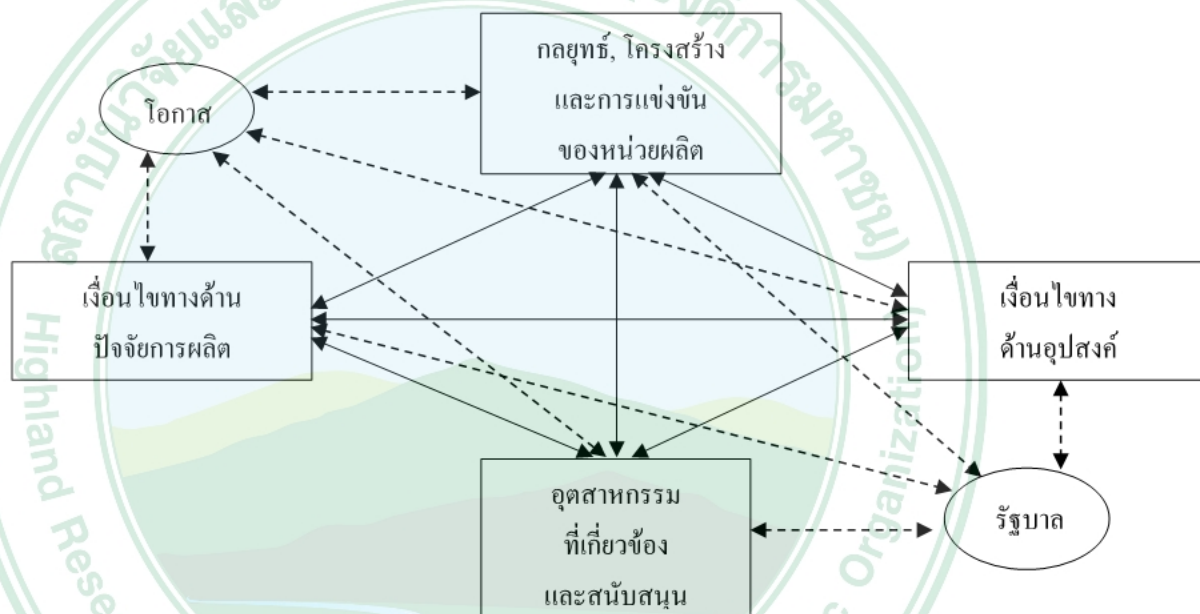
(4) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (related and supporting industries) ได้แก่ การมีอยู่หรือไม่มีของกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันในสายของห่วงโซ่อุปทาน และระดับของความสัมพันธ์ ร่วมมือระหว่างกันเพียงใด เช่น แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้ระหว่างกัน เป็นต้น

ส่วนปัจจัยเสริมมี 2 ด้านดังต่อไปนี้

(1) บทบาทภาครัฐ (role of government) ที่มีอิทธิพลและได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลัก ทั้งสี่ข้างต้นทั้งทางบวกและทางลบ ได้แก่ บทบาทที่ส่งเสริมให้กลไกของธุรกิจในอุตสาหกรรมนั้น

ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น มาตรการด้านการส่งออกและนำเข้า มาตรการทางภาษี รวมทั้งมาตรการที่ก่อให้เกิดการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมต่าง ๆ โดยการสร้างอุปสงค์ให้เกิดขึ้น อันจะนำไปสู่การเคลื่อนตัวของผู้ผลิตและปัจจัยการผลิตในที่สุด

(2) โอกาสทางธุรกิจ (chance) หมายความว่า ความเปลี่ยนแปลงใด ๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ อันก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจแก่อุตสาหกรรม เช่น ความต้องการของผู้บริโภค การเกิดนวัตกรรมสินค้าบริการและเทคโนโลยี เป็นต้น และความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม (competitive advantage) ที่ทำให้อุตสาหกรรมหรือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมได้รับโอกาสในการแข่งขัน (ภาพที่ 3.1)



ที่มา: Porter, 1990

ภาพที่ 3.1 แบบจำลองเพชรของ Porter

ในแบบจำลองเพชร จะวิเคราะห์หน่วยผลิตผ่าน 4 มุมมอง ดังนี้

- (1) มุมมองเงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต เช่น แรงงาน เงินทุน ทรัพยากรธรรมชาติ ระบบสาธารณูปโภค เป็นต้น
- (2) มุมมองเงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ เช่น ยอดสั่งซื้อ ความต้องการเชิงปริมาณ ความต้องการเชิงคุณภาพ ขนาดของผู้บริโภค เป็นต้น

(3) มุมมองด้านอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมที่สนับสนุน เช่น ความช่วยเหลือจากผู้ซื้อ ผู้ขาย หรือผู้จำหน่าย จำนวนวิสาหกิจที่เชื่อมโยงกัน การซื้อวัตถุดิบร่วมกันในอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน เป็นต้น

(4) มุมมองด้านกลยุทธ์ โครงสร้าง และการแข่งขันของหน่วยผลิตเช่น คุณภาพของสินค้า การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เพื่อโอกาสทางการตลาด การแข่งขันในตลาด การประชาสัมพันธ์ให้ตัวสินค้า การรับรองมาตรฐานต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเสริมซึ่งเป็นปัจจัยทางอ้อมที่เชื่อมโยงกับทั้ง 4 มุมมองในแบบจำลอง เพอร์ ได้แก่ โอกาส และรัฐบาล (Porter, 1990)

3.1.2 แนวคิดโซ่มูลค่า (value chain: VC)

แนวคิดหลักของโซ่มูลค่าคือ การบริหารจัดการโซ่อุปทานที่มีความต้องการของผู้บริโภคเป็นเป้าหมาย โดยการบริหารจัดการนำไปสู่การลดต้นทุน การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการขยายส่วนแบ่งการตลาดโดยทั้งหมดทั้งสิ้นช่วยให้เกิดผลตอบแทนสูงสุดต่อองค์กร แนวคิดโซ่มูลค่า (value chain) เป็นแนวคิดที่ Michael E. Porter เสนอไว้ในปี ค.ศ. 1995 เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภคคนสุดท้าย

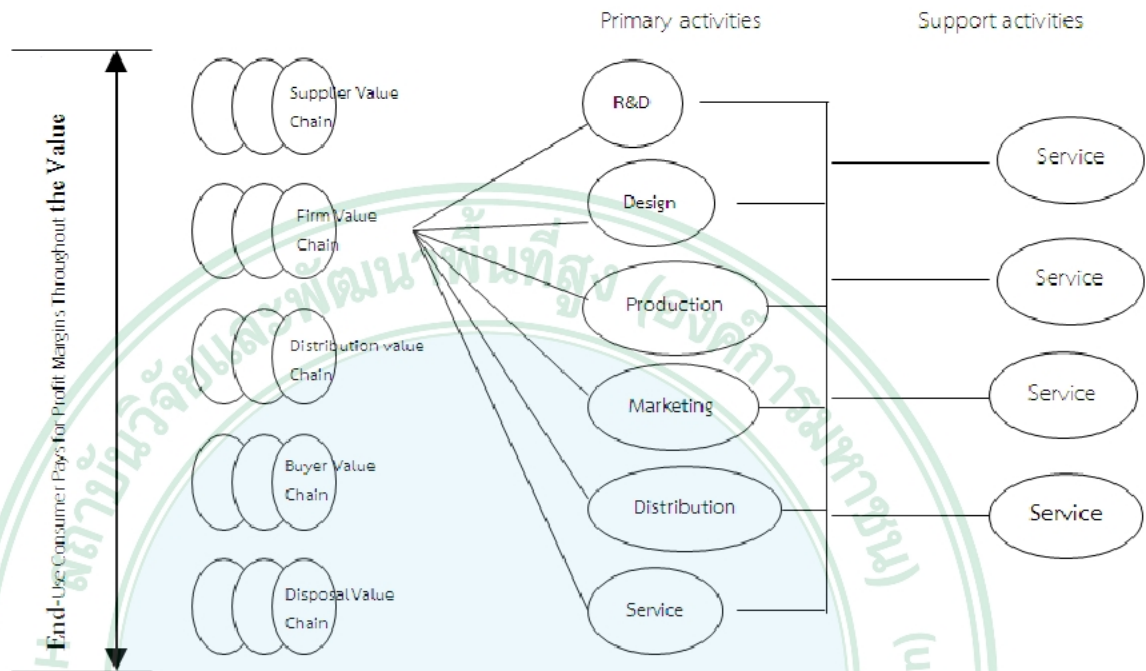
การวิเคราะห์โซ่มูลค่าจึงให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันขององค์กร ต้นทุนประสิทธิภาพและปัจจัยที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อศักยภาพขององค์กรได้แก่ การตอบคำถามต่าง ๆ ดังนี้

1. จะลดต้นทุนได้จากองค์ประกอบใด
2. ทำไมต้นทุนจึงแตกต่างกัน เมื่อใช้เส้นทางและทางเลือกการจัดการที่แตกต่าง
3. ทำไมกำไรจึงขาดเสถียรภาพ
4. ประสิทธิภาพหรือความด้อยประสิทธิภาพเกิดจากขั้นตอนใด
5. ต้นทุนของกลุ่มคู่แข่งได้เปรียบเราหรือไม่
6. เรามีข้อได้เปรียบคู่แข่งหรือไม่เพราะอะไร

ในการวิเคราะห์โซ่มูลค่า (VC) นั้น มี 3 วิธีหลัก ๆ คือ

1. การวิเคราะห์ต้นทุนภายใน ซึ่งองค์กรต้องเข้าใจ VC ของตนเองเพื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งของตน
2. การวิเคราะห์จุดเด่นที่เป็นความแตกต่างของตนโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในแนวดิ่ง (vertical linkage) การวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นการทำความเข้าใจระบบการส่งมอบสินค้าและบริการตลอดเส้นทางจากต้นน้ำถึงปลายทาง โดยพิจารณามูลค่าที่เกิดขึ้นในทุก ๆ ขั้นตอนในโซ่อุปทาน การศึกษาในลักษณะนี้จะช่วยองค์กรสามารถชี้ได้ว่าองค์กรของตนจะกำหนดตำแหน่งการตลาด (positioning) อย่างไร

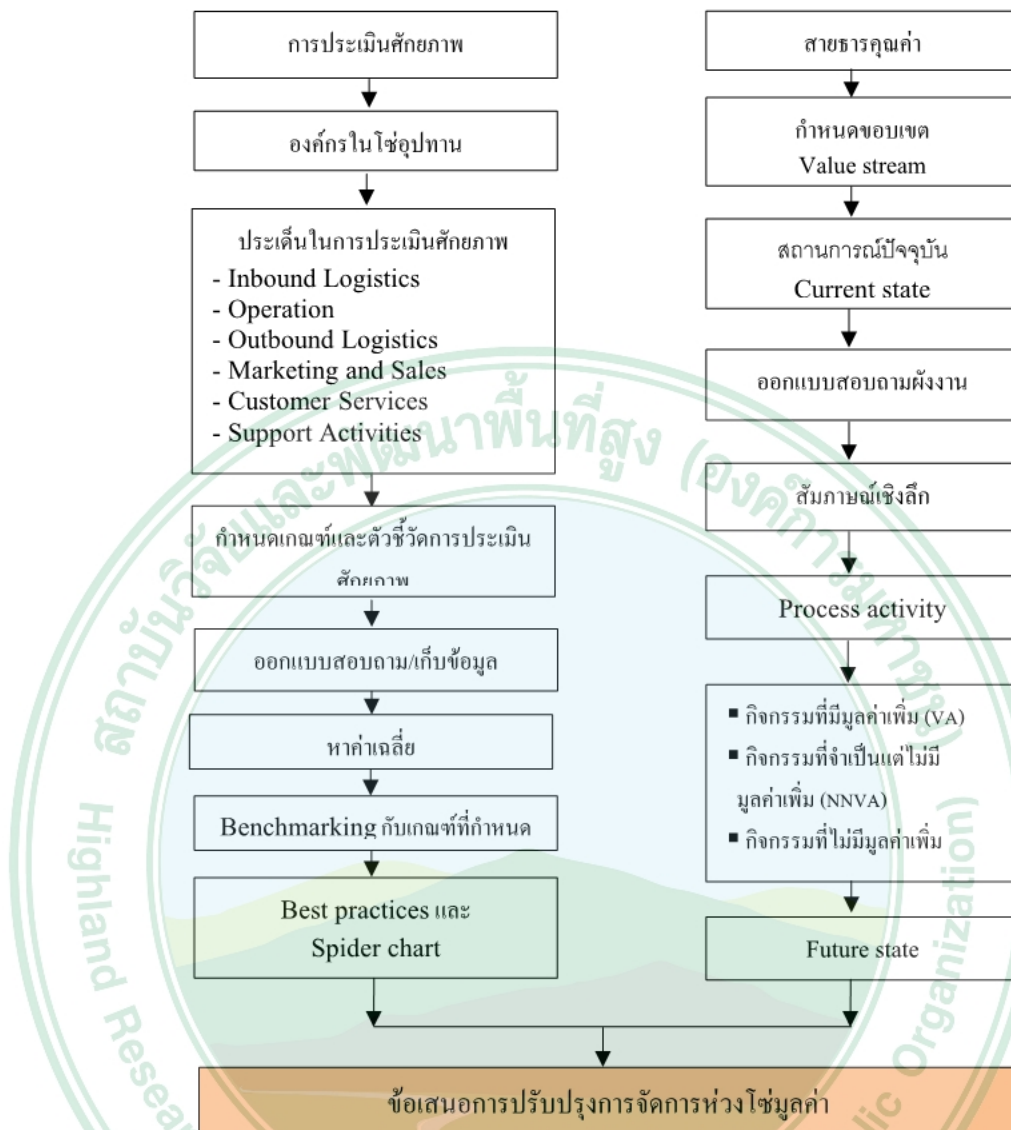
องค์ประกอบของโซ่มูลค่า จากต้นทางถึงผู้ซื้อคนสุดท้ายโดยทั่วไป (ภาพที่ 3.2) ที่นำเสนอโดย CMA Handbook (Blaney & associates Inc., 2002) มีดังนี้



ที่มา: Blaney & associates Inc., 2002

ภาพที่ 3.2 การวิเคราะห์โซ่มูลค่าเพื่อการประเมิน comparative advantage – CMA Handbook

ในการวิเคราะห์โซ่มูลค่า (value chain) มีแนววิธวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาโซ่มูลค่าที่องค์กรดำเนินธุรกิจอยู่ได้แก่ (1) Supply Chain Operation Reference ซึ่งสร้างขึ้นโดย Supply Chain Council Inc. (2) Benchmarking and Best Practice วิธีประเมินผลการดำเนินงานได้แก่ (3) การวัดสมรรถนะการจัดการโซ่อุปทาน (supply chain performance) (4) การวิเคราะห์สายธารคุณค่า (value stream analysis) ซึ่งวิธีที่ 3 และ 4 เป็นแนวทางที่คณะวิจัยจะนำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ (ในการวิจัยระยะที่สอง) รายละเอียดของสองวิธีการมีดังภาพที่



ภาพที่ 3.3 แนวทางการวิเคราะห์เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาโซ่มูลค่า

3.1.3 แนวคิดเรื่องกระบวนการมีส่วนร่วม

กระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม (Appreciation Influence Control: AIC) เป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างกระบวนการการมีส่วนร่วมของเกษตรกรในพื้นที่ศึกษา เนื่องจากเป็นเทคนิคที่ง่าย และสามารถนำมาประยุกต์ให้เหมาะสำหรับการวางแผนพัฒนาชุมชน การกำหนดแผนปฏิบัติ และใช้เป็นเครื่องมือในการระดมความคิดเห็นและขั้นตอนที่รวมความคิดและความต้องการไว้ในแผน จากการประชุมระดมความคิดที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมระดมความคิดอย่างเป็นประชาธิปไตย มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ข้อมูลข่าวสาร ทำให้เข้าใจสภาพปัญหา ข้อจำกัด ความต้องการและศักยภาพของผู้ที่ระดมความคิดทุกคน (อรพินท์ สฟโชคชัย, 2537)

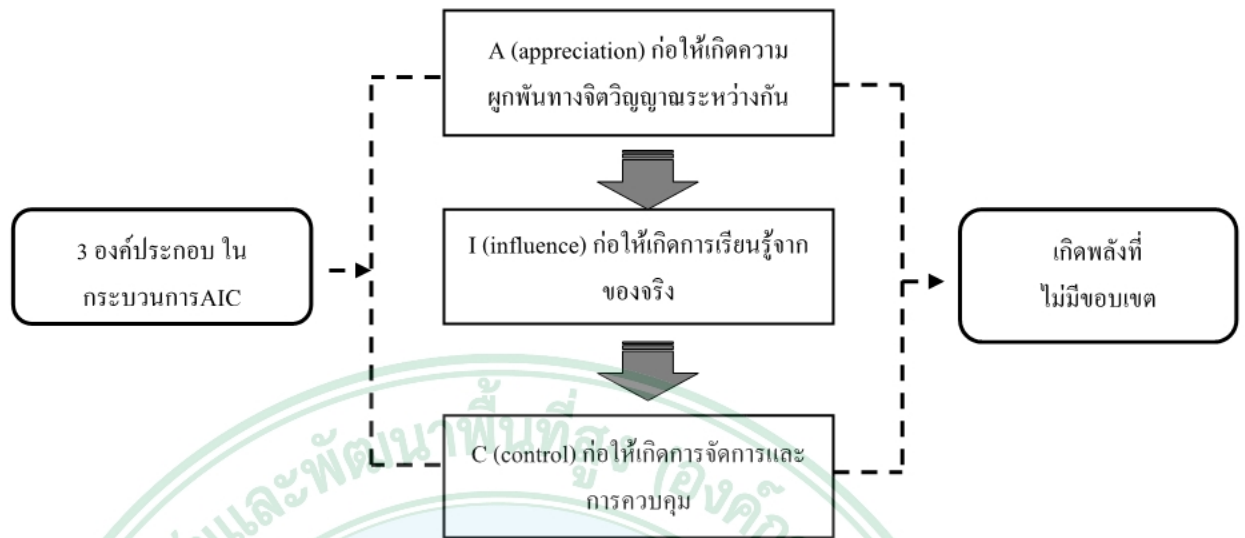
สำหรับขั้นตอนการระดมความคิดในกระบวนการ AIC ทำโดยการแบ่งผู้เข้าร่วมประชุมเป็นกลุ่มย่อย (เจลิยว บุรีภักดี และคณะ, 2545) แล้วดำเนินการระดมความคิดตามขั้นตอนหลัก 3 ขั้นตอนดังนี้

(1) ขั้นตอนการสร้างความรู้ (appreciation หรือ A) คือ ขั้นตอนการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ แบ่งเป็น 2 ช่วงคือ A1 = การวิเคราะห์สถานการณ์ของกลุ่มในปัจจุบัน และ A2 = การกำหนดอนาคตของกลุ่มว่าต้องการให้เกิดการในทิศทางใด สำหรับการวิจัยครั้งนี้ คณะวิจัยเปิดโอกาสให้เกษตรกรในพื้นที่ศึกษาที่ยินดีเข้าร่วมโครงการใน 4 พื้นที่เป้าหมาย จำนวน 87 คน ร่วมกันวิเคราะห์สถานการณ์ในปัจจุบันของเกษตรกรในแต่ละพื้นที่เป้าหมาย สะท้อนปัญหาที่เกษตรกรเผชิญในการผลิตกาแฟ หาข้อสรุปร่วมกัน และกำหนดเป้าหมายทั้งในระยะสั้นและระยะยาวของกลุ่ม

(2) ขั้นตอนการสร้างแนวทางการพัฒนา (influence หรือ I) คือ การใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่แต่ละคนช่วยกันกำหนดวิธีการหรือยุทธศาสตร์ที่ทำให้บรรลุวิสัยทัศน์ร่วมหรืออุดมการณ์ร่วมของกลุ่มได้อย่างดีที่สุด สามารถแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ I1 = การคิดโครงการที่จะให้บรรลุวัตถุประสงค์ และ I2 = การจัดลำดับความสำคัญของกลุ่ม โดยแยกกิจกรรมเป็น 3 ประเภท คือ กิจกรรมที่สมาชิกทำได้เอง กิจกรรมหรือโครงการที่สมาชิกทำเองบางส่วนโดยร่วมมือกับภายนอกทั้งความรู้ทรัพยากรการจัดการและกิจกรรมหรือโครงการที่สามารถขอจากภาครัฐ โดยหลังจากกำหนดเป้าหมายในขั้นตอนแรกแล้วได้มีการร่วมกันกำหนดกิจกรรมที่ทำให้กลุ่มบรรลุเป้าหมายในระยะสั้นที่มุ่งส่งเสริมการเรียนรู้ของกลุ่มเกษตรกรโดยทำการจัดลำดับให้สอดคล้องกับบริบทของกลุ่ม

(3) ขั้นตอนการสร้างแนวทางปฏิบัติ (control หรือ C) คือ การนำวิธีการสำคัญมากำหนดเป็นแผนปฏิบัติการอย่างละเอียดว่า ทำอะไร มีหลักการและเหตุผลอย่างไรมีเป้าหมายอย่างไร ใครรับผิดชอบเป็นหลัก ใครต้องให้ความร่วมมือ จะต้องใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายเท่าไร จากแหล่งใด มีรายได้จากการดำเนินการดังกล่าวหรือไม่ ถ้าจะมีประมาณเท่าไรและรายละเอียดอื่นๆ ตามที่ควรระบุไว้ แบ่งเป็น 2 ช่วงคือ C1 = การแบ่งกลุ่มรับผิดชอบ และ C2 = การตกลงรายละเอียดในการดำเนินงาน

AIC จึงเป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อระดมความคิดเห็นของประชาชนในการจัดเวทีเพื่อช่วยกันวางแผนเพื่อการพัฒนา เป็นเทคนิคที่มีศักยภาพในการสร้างพลัง และกระตุ้นการยอมรับของเกษตรกรในกลุ่มให้มีส่วนร่วมในการคิด การวางแผนเพื่อการพัฒนา

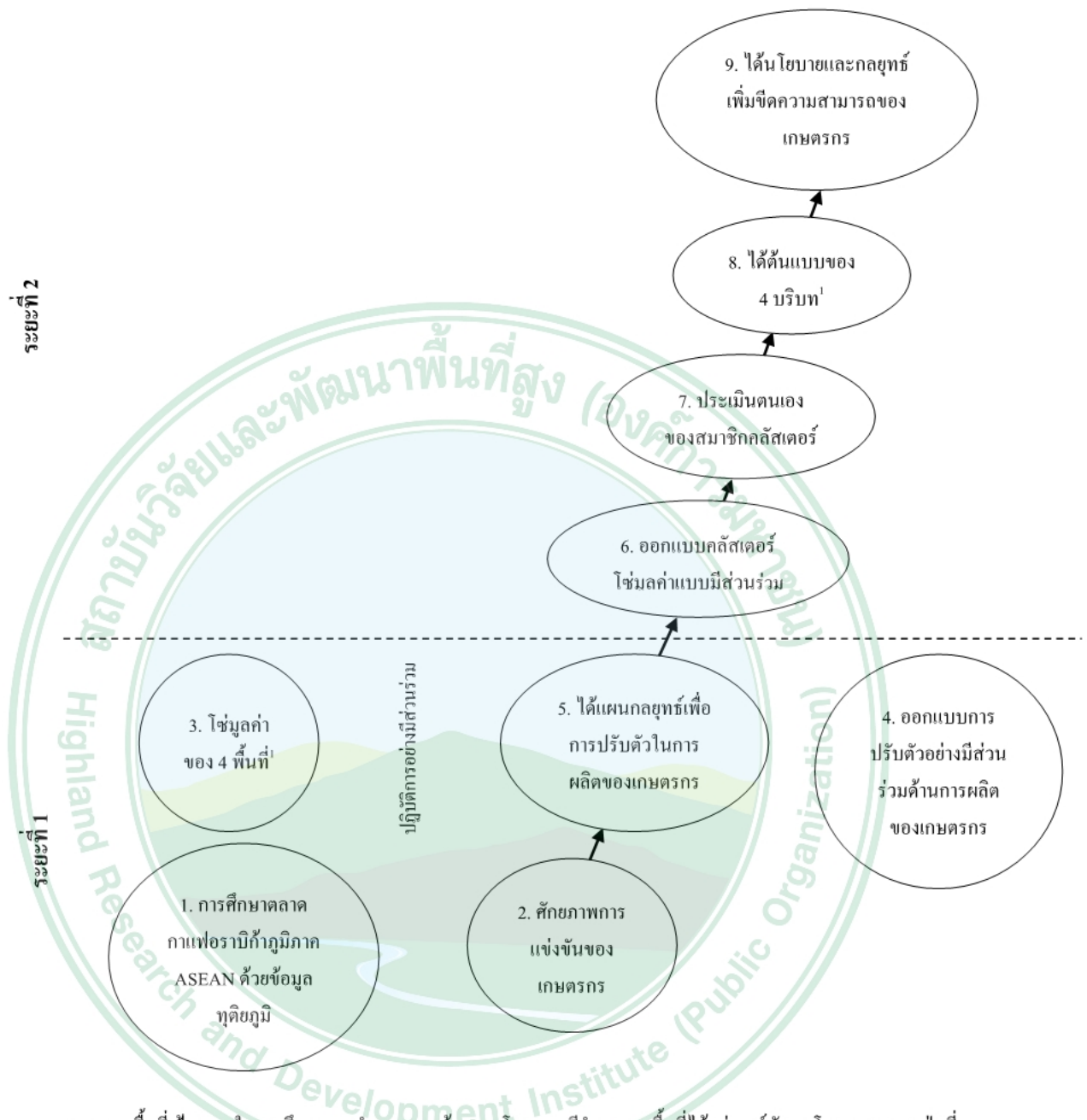


ที่มา: ประเวศ วะสี, 2539.

ภาพที่ 3.4 กรอบแนวคิดเทคนิคการมีส่วนร่วมแบบ AIC

3.2 กรอบการวิจัย

เพื่อความสำเร็จของการตอบคำถามงานวิจัย กรอบแนวคิดการวิจัยถูกแบ่งออกเป็น 2 ระยะ ระยะที่ 1 ระยะเวลาดำเนินงาน 300 วัน (ระหว่างเมษายน 2557 ถึงกุมภาพันธ์ 2558) และระยะที่ 2 ระยะเวลาดำเนินงาน 150 วัน (กุมภาพันธ์ 2558 ถึงมิถุนายน 2558) โดยที่การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการภายใต้กรอบการวิจัยในระยะที่ 1 (ภาพที่ 3.5)

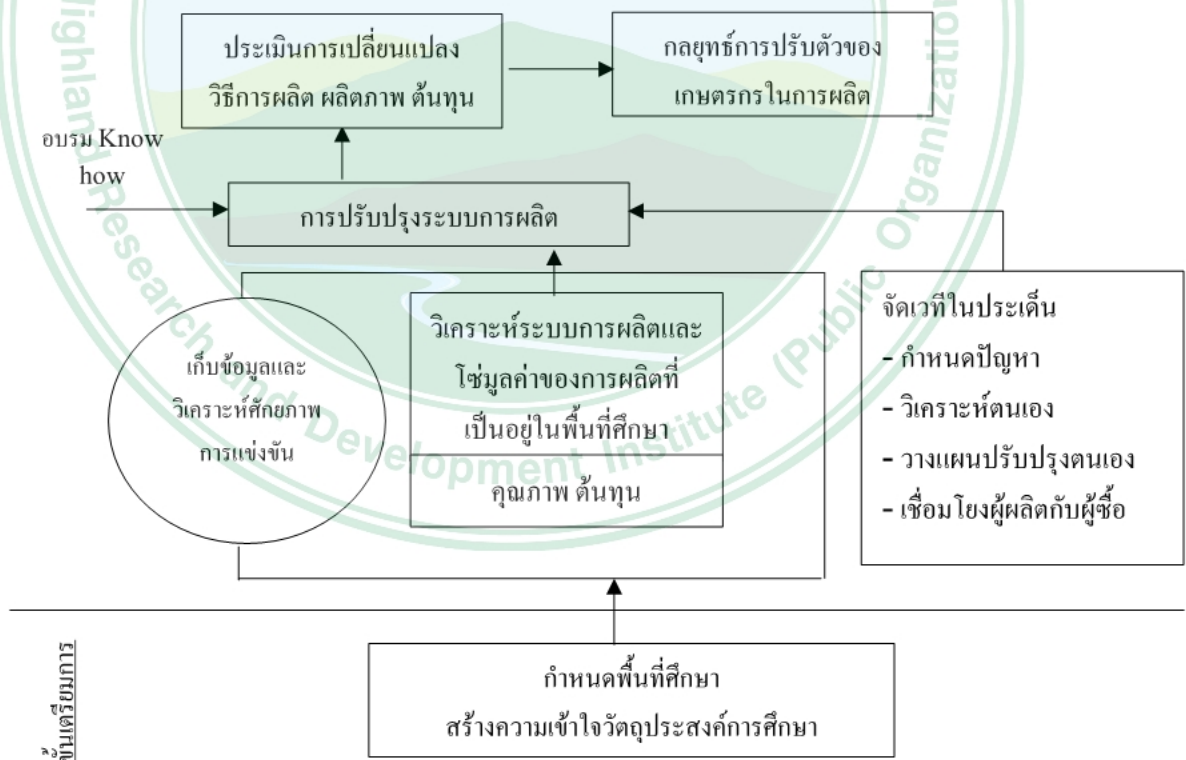


หมายเหตุ 1. พื้นที่เป้าหมายในการศึกษาตามกำหนดของข้อเสนอโครงการมีจำนวน 3 พื้นที่ ได้แก่ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงป่าเมี่ยง โครงการขยายผลโครงการหลวงวาวี และโครงการขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง อย่างไรก็ตามจากการสำรวจภาคสนามในพื้นที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงป่าเมี่ยงพบความแตกต่างของลักษณะการผลิตกาแฟอาราบิก้าของเกษตรกร จึงแบ่งพื้นที่ศึกษาออกเป็น 2 หมู่บ้าน (หมู่บ้านปางบง และหมู่บ้านปางไฮ) ทำให้มีพื้นที่เป้าหมายรวมเป็น 4 พื้นที่

ภาพที่ 3.5 กรอบการวิจัย: ความเชื่อมโยงของประเด็นวิจัยสู่การเสนอแผนนโยบาย

3.3 ระเบียบวิธีวิจัย

เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทั้ง 4 ข้อข้างต้นที่กล่าวในบทที่ 1 โครงการวิจัยได้รับการกำหนดพื้นที่ศึกษา 4 พื้นที่ ได้แก่ (1) ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงป่าเมี่ยง 2 หมู่บ้าน (หมู่บ้านปางบงและหมู่บ้านปางไฮ) (2) โครงการขยายผลโครงการหลวงวาวี (หมู่บ้านดอยช้าง) และ (3) โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง (หมู่บ้านแม่เต๋อ) ซึ่งมีระบบการผลิตและปริมาณการผลิตแตกต่างกัน การดำเนินงานร่วมกับเกษตรกรเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการศึกษาระยะที่ 1 โดยเริ่มจากการสำรวจข้อมูลการผลิตกาแฟในพื้นที่ศึกษาเพื่อวิเคราะห์ระบบการผลิตกาแฟของเกษตรกร นอกจากระบบการผลิตแล้วข้อมูลค่าของการผลิตของเกษตรกรยังถูกวิเคราะห์ เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ศักยภาพการผลิตและการแข่งขันในสถานการณ์ปัจจุบันของเกษตรกร ซึ่งการปรับปรุงระบบการผลิตของเกษตรกรเป็นเป้าหมายหลักของการวิจัยครั้งนี้ การอบรมความรู้และการจัดเวทีอย่างมีส่วนร่วมของเกษตรกรเป็นกลไกที่สำคัญที่ถูกนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ และจะทำการประเมินการเปลี่ยนก่อนสิ้นสุดโครงการ อย่างไรก็ตาม ผลการเปลี่ยนแปลงวิธีการผลิตของเกษตรกรอันนำมาสู่การเพิ่มศักยภาพในการผลิตและการแข่งขันยังต้องถูกประเมินต่อไปแม้โครงการดังกล่าวจะสิ้นสุดลง (ภาพที่ 3.6)



ภาพที่ 3.6 ขั้นตอนดำเนินงานร่วมกับเกษตรกรเพื่อพัฒนาต้นแบบการสร้างธุรกิจกาแฟรายครัว

3.3.1 วิธีการเก็บข้อมูล

1) เก็บข้อมูลจากเกษตรกรที่ประสงค์เข้าร่วมโครงการ 4 พื้นที่ เพื่อได้ข้อมูลการผลิต ศักยภาพการแข่งขันและสังเกตการณ์เปลี่ยนแปลงจากการเข้าร่วมเรียนรู้และดำเนินการปรับปรุง การผลิต. โดยใช้หลักของความเต็มใจของเกษตรกร จากการออกพื้นที่เพื่อทำความเข้าใจกับ เกษตรกรพบว่าในช่วงแรกของโครงการมีเกษตรกรให้ข้อมูลการผลิตจำนวน 63 ราย ต่อมาเมื่อมี การอธิบายเป้าหมายโครงการเพิ่มเติมจึงมีเกษตรกรประสงค์เข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้นเป็น 87 ราย ดังนี้

พื้นที่ศึกษา	เกษตรกรที่ให้ข้อมูลการผลิต	เกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ
1. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวง ป่าเมี่ยง	- หมู่บ้านปางบง 21 ราย - หมู่บ้านปางไฮ 24 ราย	- หมู่บ้านปางบง 20 ราย - หมู่บ้านปางไฮ 25 ราย
2. โครงการขยายผลโครงการ หลวงวาวี	- หมู่บ้านดอยช้าง 13 ราย	- หมู่บ้านดอยช้าง 23 ราย
3. โครงการขยายผลโครงการ หลวงแม่สลอง	- หมู่บ้านแม่เต๋อ 5 ราย	- หมู่บ้านแม่เต๋อ 19 ราย
รวม	63 ราย	87 ราย

2) สำรวจเส้นทางโซ่มูลค่าของเกษตรกรใน 4 พื้นที่เป้าหมาย จากเกษตรกรถึงผู้ซื้อราย แรกของเกษตรกรหรือผู้ซื้อหลักของเกษตรกร

3.3.2 เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) ศึกษารูปแบบสินค้ากาแฟอาราบิก้าและลักษณะการตลาดกาแฟอาราบิก้าในภูมิภาค อาเซียนรูปแบบสินค้ากาแฟอาราบิก้าและลักษณะการตลาดกาแฟในภูมิภาคนี้หมายถึง สัดส่วนตลาด กาแฟอาราบิก้าในภูมิภาคทั้งที่มีการผลิต การนำเข้าและส่งออกรวมถึงผู้ค้าหลักของประเทศไทย อินโดนีเซีย สปป.ลาว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นภูมิหลังสำหรับการออกแบบโซ่มูลค่าและการ เสนอนโยบายที่สมบูรณ์ขึ้นศึกษาโดยวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลจากการสำรวจผู้ค้าหลัก และใช้วิธีบรรยายตามบริบทเนื้อหา (content analysis)

2) ศึกษาโซ่มูลค่า (value chain) ของผลิตผลกาแฟอาราบิก้าในพื้นที่ศูนย์พัฒนา โครงการหลวงป่าเมี่ยง โครงการขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง และโครงการขยายผลโครงการ หลวงวาวี ศึกษาโดยการวิเคราะห์โซ่มูลค่าของผลิตผลกาแฟอาราบิก้าในแต่ละพื้นที่ ด้วยการ วิเคราะห์ vertical linkage analysis ซึ่งเป็นการวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจระบบการส่งมอบ สินค้าและบริการตลอดเส้นทางจากต้นน้ำถึงปลายทาง โดยพิจารณามูลค่าที่เกิดขึ้นในทุก ๆ ข้อต่อ

ในโซ่อุปทาน โดยจะช่วยชี้ได้ว่าแต่ละพื้นที่จะกำหนดตำแหน่งการตลาด (positioning) กาแฟอราบิก้าอย่างไร

3) การศึกษาศักยภาพในการแข่งขันของเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟอราบิก้าในพื้นที่เป้าหมายประกอบด้วยความสามารถในการปรับลดต้นทุน การปรับเพิ่มคุณภาพผลผลิตกาแฟใช้วิธีการบรรยายตามบริบทเนื้อหา (content analysis) วิเคราะห์ตามกรอบแบบจำลองเพชร (Diamond's Model) สำหรับแต่ละพื้นที่และเจาะลึกในระบบการผลิต คำนวณผลผลิตต่อพื้นที่ วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน ตลอดจนประเมินผลผลิตภาพต่อแรงงาน และต่อทุน และประเมินความเสี่ยงจากข้อมูลความแปรปรวน (variance) ของผลผลิตและราคา

4) เพื่อปรับปรุงการผลิตของเกษตรกรและเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมนั้น ใช้การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมและความเข้าใจในกระบวนการผลิตของเกษตรกร

3.4 สถานที่ดำเนินการวิจัย

1) เก็บข้อมูลในพื้นที่ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงป่าเมี่ยง (หมู่บ้านปางบง และหมู่บ้านปางไฮ) โครงการขยายผลโครงการหลวงวาวี (หมู่บ้านดอยช้าง) และโครงการขยายผลโครงการหลวงแม่สลอง (หมู่บ้านแม่เต๋อ) รวมถึงสำรวจความคิดเห็นจากผู้รับซื้อ/จำหน่ายกาแฟ

2) ดำเนินการวิจัย ณ หน่วยวิจัยเศรษฐกิจชุมชนและธุรกิจชุมชน คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่