

ความต้องการจำเป็นต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อ จังหวัดมหาสารคาม

Needs Assessment on Competitive Competencies of Beef Cattle Business in Mahasarakham Province

ปวิวัติ คุณดิลกพจน์^{1*} และ สันญา เคนาภูมิ²

Patiwat Khundilokpoch^{1*} and Sanya Kenaphoom²

^{1*}นักศึกษาร.ด. (รัฐประศาสนศาสตร์) คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

²รองศาสตราจารย์ ดร. คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

*Email : khundilokpoch@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างศึกษา ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ จำนวน 500 ราย เครื่องมือการวิจัยใช้แบบสอบถามรูปแบบการตอบสนองคู่ มีค่าความเชื่อมั่น 0.985 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าดัชนี PNI_{Modified} ผลการวิจัย พบว่า ความต้องการจำเป็นที่ต่อการพัฒนาแก้ไข เรียงลำดับดัชนี PNI_{Modified} จากมากไปหาน้อยคือ การสร้างตราสินค้า เงื่อนไขการตลาด การจัดการคุณภาพ การบริหารจัดการที่ดี การจัดการต้นทุนการผลิต ภาวะผู้นำเกษตรกร การส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ การสร้างนวัตกรรม และการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความต้องการจำเป็น โคเนื้อ จังหวัดมหาสารคาม

Abstract

The purposes of the research were to needs assessment of competitive competency development of beef cattle business in Mahasarakham province. The samples were five hundred beef farmers in Mahasarakham province. The data was collected by a dual response format questionnaire with a 0.985 reliability index. The statistics used were mean and standard deviation, and modified priority needed index (PNI_{Modified}) were used for the study. The research results were as follows. The priority of their needs for competency development regarding PNI_{Modified} index was creating brand image, marketing conditions, quality control, good management, cost production management, leadership of beef farmers, government support, creating innovation, and establishing clusters respectively.

Keyword : Needs Assessment, Beef Cattle, Mahasarakham Province

บทนำ

จากสถิติกรมปศุสัตว์โดยศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศการปศุสัตว์ (2560) วิเคราะห์ได้ว่าการเลี้ยงโคเนื้อในประเทศไทย ปี 2558 มีจำนวน 4,407,108 ตัว จำนวน 764,668 ครัวเรือน เฉลี่ยครัวเรือนละ 5.8 ตัว ร้อยละ 95.8 มีโคเนื้อต่ำกว่า 30 ตัวต่อครัวเรือน ซึ่งส่วนมากจำนวนเกษตรกรและโคเนื้อที่เลี้ยงอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 62.8 และ 48.7 ตามลำดับ และจำนวนเกษตรกรและพันธุ์โคที่เลี้ยงเป็นพันธุ์พื้นเมืองร้อยละ 68.7 และ 61.3

ตามลำดับ ส่วนใหญ่ยังคงเลี้ยงแบบทั่วๆ ไปตามครัวเรือนที่ทำการเกษตรรายย่อย ปล่อยโคหากินเองและให้ผสมพันธุ์กันตามธรรมชาติ เป็นอาชีพเสริมของชาวนามานานจนเป็นวิถีชีวิต มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 81.2 ของปริมาณโคเนื้อทั้งหมดในประเทศ เกษตรกรมองว่าการเลี้ยงโคแบบนี้เหมือนการออมเงินในรูปแบบที่มีชีวิตไม่มีค่าใช้จ่ายเงินสดมากนักและมีร้อยละ 18.8 ได้หันมาเลี้ยงโคเนื้อเพื่อการค้ามากขึ้น พัฒนาการเลี้ยงโดยใช้อาหารข้นและอาหารหยาบคุณภาพดี ทำให้โคเนื้อเจริญเติบโตเร็ว มีค่าใช้จ่ายเป็นเงินสดมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าพันธุ์โคเนื้อและค่าอาหาร และจากการวิเคราะห์ของ วิภาวรรณ ปาณะพล (2560, น. 3) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551-2559 จำนวนโคเนื้อของไทยมีอัตราการลดลงร้อยละ 10 ต่อปี ในห้วงสิบปีที่ผ่านมาจำนวนโคเนื้อที่มีแนวโน้มลดลงเกือบครึ่ง สอดคล้องกับสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรที่ระบุว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อกว่าร้อยละ 50 ได้หันไปปลูกพืชชนิดอื่นทดแทน อาทิ อ้อย มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ เป็นต้น ส่งผลให้พื้นที่เลี้ยงโคเนื้อลดลงและโคเนื้อที่มีจำนวนน้อยลงตามไปด้วย ถึงแม้ว่าราคาจะสูงขึ้นแต่ยังไม่จูงใจให้เกษตรกรกลับมาเลี้ยงโคเนื้อมากนักเพราะพันธุ์โคเนื้อที่มีราคาสูงเป็นปัญหาอุปสรรคสำหรับเกษตรกรที่จะจัดหาเข้ามาเลี้ยงใหม่ (อึ้งรงค์ เมฆโหรา และเกษม เทียงธรรม, 2555, น. 1-10) อย่างไรก็ตามการที่ประเทศไทยได้จัดทำความตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) กับประเทศต่างๆ อาทิ ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ย่อมส่งผลกระทบต่อการค้าโคเนื้อภายในประเทศ เนื่องจากประเทศดังกล่าวมีศักยภาพการผลิตสูงกว่าและต้นทุนต่ำกว่าประเทศไทย เมื่อเปิดการค้าเสรีที่สมบูรณ์ภาษีโคเนื้อ เนื้อโคและเครื่องในจะเป็นศูนย์และไม่จำกัดโควตานำเข้า ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 (จณัญญา บัณชกุล, 2560, น. 4-5, 8) จะยิ่งทำให้ราคาเนื้อโคคุณภาพนำเข้าต่ำลง ส่งผลให้มีการนำเข้ามากขึ้น จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อราคาโคเนื้อและเนื้อโคภายในประเทศ ราคาจะตกต่ำ เกษตรกรจะอยู่ไม่ได้เพราะรายได้ไม่คุ้มกับต้นทุน สอดคล้องกับ ศกร คุณวุฒิฤทธิ์ และคณะ (2556) นราวุธ ระพันธ์คำ และคณะ (2557) ที่พอสรุปได้ว่า การเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรจะมีกำไรเงินสดจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสายพันธุ์และรูปแบบการเลี้ยง แต่หากรวมค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นเงินสดด้วย อาทิ ค่าแรงงาน ผลการศึกษาระบุว่าเกษตรกรจะขาดทุน และต้นทุนการเลี้ยงสูงขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลให้อาชีพโคเนื้อของเกษตรกรภายในประเทศอ่อนแอและลดลง ผลผลิตไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ ทั้งนี้หากไม่มีการศึกษาวิจัยแก้ไขปัญหามาและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อด้านทางอาจทยอยล้มเลิกกิจการไปจนยากที่จะฟื้นฟูล้มขึ้นมาได้เหมือนเดิม จะสูญเสียความสามารถในการแข่งขันไปในที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มประชากร ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 31,510 ราย (สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดมหาสารคาม, 2559) คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ใช้สูตรของ Taro Yamane (197, p. 727) ได้เท่ากับ 395 ราย การศึกษาครั้งนี้เพื่อลดโอกาสเกิดความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มลง ผู้วิจัยได้ปรับใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 500 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือน สิงหาคม 2559 - มกราคม 2560 โดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Stratified Random Sampling) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555, น. 61-64) การประเมินความต้องการจำเป็นตามปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากการศึกษาแบบปรากฏการณ์ (Kenaphoom, Sanya, 2014, p. 49-51) แนวคิด ทฤษฎี ทบทวนวรรณกรรมเอกสารต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งคล้ายคลึงใกล้เคียงที่มีการศึกษามาแล้ว ได้แก่ การสร้างตราสินค้า เงื่อนไขการตลาด การจัดการคุณภาพ การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ การสร้างนวัตกรรม การจัดการต้นทุนการผลิต ภาวะผู้นำเกษตรกร การบริหารจัดการที่ดี และการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ สำหรับองค์ประกอบขีดความสามารถในการแข่งขัน จำแนกย่อยเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการเติบโตของกิจการ โดยผู้วิจัยนำไปสร้างแบบสอบถามรูปแบบการตอบสนองคู่ (Dual Response Format Questionnaires) มีข้อคำถามวัดระดับความคิดเห็นในแต่ละข้อเป็นแบบประเมินค่า 5 คำตอบ วิเคราะห์หาสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1970, p. 161) ของ

แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.985 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปเอ็มพลัส (Mplus) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ทำการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) ทำการวิเคราะห์ดัชนีลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น (Modified Priority Needs Index: $PNI_{Modified}$) ที่ปรับปรุงโดย นงลักษณ์ วิรัชชัย และสุวิมล ว่องวาณิช (สุวิมล ว่องวาณิช, 2558, น. 18) โดยใช้สูตรในการคำนวณคือ

$$PNI_{Modified} = (I-D)/D$$

PNI หมายถึง ดัชนีอันดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น (Priority Needs Index)

I (Importance) หมายถึง ระดับความคาดหวังที่ต้องการให้เกิดขึ้น หรือค่าเฉลี่ยของสภาพที่ควรจะเป็น

D (Degree of Success) หมายถึง ค่าเฉลี่ยของสภาพที่เป็นอยู่

ในส่วนการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นใช้เรียงดัชนีจากมากไปหาน้อย โดยดัชนีที่มีค่ามากแปลว่ามีความต้องการจำเป็นสูงที่ต้องได้รับการพัฒนาแก้ไขมากกว่าดัชนีที่มีค่าน้อย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงสาเหตุกับตัวแปรผล พบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุทั้ง 9 ตัว มีความสัมพันธ์ไปในทางบวกกับขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) ระหว่าง 0.660 ถึง 0.807

2. ผลการประเมินความต้องการจำเป็นองค์ประกอบขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม ซึ่งจำแนกย่อยเป็น 4 ด้าน เรียงลำดับค่าดัชนี $PNI_{Modified}$ จากมากไปหาน้อยคือ การเติบโตของกิจการ ($PNI = 0.626$) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ($PNI = 0.609$) การสร้างความแตกต่าง ($PNI = 0.603$) และเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ ($PNI = 0.471$) ตามลำดับ โดยภาพรวมค่าดัชนี $PNI_{Modified}$ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.471 ถึง 0.626

3. ผลการประเมินความต้องการจำเป็นในปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 9 ตัว เรียงลำดับค่าดัชนี $PNI_{Modified}$ จากมากไปหาน้อยคือ การสร้างตราสินค้า ($PNI = 0.731$) เงื่อนไขการตลาด ($PNI = 0.710$) การจัดการคุณภาพ ($PNI = 0.646$) การบริหารจัดการที่ดี ($PNI = 0.618$) การจัดการต้นทุนการผลิต ($PNI = 0.610$) ภาวะผู้นำเกษตรกร ($PNI = 0.609$) การส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ ($PNI = 0.607$) การสร้างนวัตกรรม ($PNI = 0.598$) และการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ($PNI = 0.542$) ตามลำดับ โดยภาพรวมค่าดัชนี $PNI_{Modified}$ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.542 ถึง 0.731 ซึ่งแปลว่า ทุกปัจจัยที่ศึกษามีความต้องการจำเป็นที่ต้องได้รับการพัฒนาแก้ไขอยู่ในระดับสูงมาก

สรุปและวิจารณ์ผล

สรุปผลการประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม ในองค์ประกอบขีดความสามารถทางการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อ พบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม มีความต้องการให้เกิดสภาพที่พึงประสงค์จากสภาพที่เป็นอยู่ในด้านการเติบโตของกิจการ มากที่สุดรองลงมาคือ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การสร้างความแตกต่าง และการเป็นผู้นำด้านต้นทุนหรือต้นทุนต่ำตามลำดับ สำหรับปัจจัยเชิงสาเหตุที่ศึกษาจำนวน 9 ตัว พบว่า ทุกปัจจัยมีความต้องการจำเป็นในการพัฒนาแก้ไขอยู่ในระดับสูงมากทุกตัว โดยปัจจัยการสร้างตราสินค้า มีความต้องการจำเป็นในการพัฒนาแก้ไขมากที่สุด รองลงมาคือ เงื่อนไขการตลาด การจัดการคุณภาพ การบริหารจัดการที่ดี การจัดการต้นทุนการผลิต ภาวะผู้นำเกษตรกร การส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ การสร้างนวัตกรรม และการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ตามลำดับ ซึ่งหากกิจการสามารถพัฒนาแก้ไขปัจจัยดังกล่าวให้คงความเหนือกว่าไว้ได้ในระยะยาว จะเป็นข้อได้เปรียบที่จะช่วยให้กิจการดีกว่าคู่แข่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Porter (1985, อ้างถึงใน กิตติ เจริญพรพานิชกุล, 2556, น. 51-52);

Bharadwaj, *et al.* (1993, p. 96, อ้างถึงใน กิตติ เจริญพรพานิชกุล, 2556, น. 52) โดยมีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปราย ดังนี้คือ

ปัจจัยการสร้างตราสินค้า เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการหรือให้กับธุรกิจนั้นๆ (ปฐมพร เนตินันท์, 2552, น. 30) ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถรับรู้และจดจำข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ง่ายขึ้น นำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด (บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์, 2550, น. 1) สอดคล้องกับ Aaker (1991, อ้างถึงใน ภูริศ ศรสุทร, 2552, น. 50) ที่ระบุว่า การสร้างตราสินค้าที่ดีเป็นข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจและในท้ายที่สุดเป็นที่มาของรายได้ในอนาคต ซึ่งเป็นความจำเป็นในยุคการแข่งขันที่รุนแรง เป็นสิ่งที่มีบทบาทและความสำคัญต่อความอยู่รอดของธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต โดยภาครัฐควรให้สิทธิพิเศษบางประการแก่ตราสินค้าไทยด้วย มิฉะนั้นแล้วตราสินค้าต่างประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านเงินทุนก็จะครองตลาดและเพิ่มระยะห่างระหว่างตราสินค้าไทยกับตราสินค้าต่างประเทศ (ชุดิภาญจน์ ศรีวิบูลย์ และคณะ, 2554, น. 76, 79) โดยเฉพาะอุตสาหกรรมโคเนื้อซึ่งเป็นความหวังของเกษตรกรรายย่อยของไทย ที่จะต้องเผชิญเส้นทางสองแพร่งระหว่างโอกาสที่ทำให้อาจจะก้าวไปไกลหรืออุปสรรคที่จะทำให้ไปไม่รอด ที่ภาษีโคเนื้อและเนื้อโคนาเข้าจากออสเตรเลียและนิวซีแลนด์จะเป็นศูนย์ภายในปี 2563 อันเนื่องจากผลการทำความตกลงการค้าเสรี (FTA) (จุฑารัตน์ เศรษฐกุล, 2557, น. 4, 6) ดังนั้นเครือข่ายโคเนื้อตักสลาควรเร่งพัฒนาสร้างตราสินค้าเนื้อโคขุนตักสลา อาทิ การขุดด้วยหญ้าหวานมหาสารคาม สามารถเป็นแก่นเอกลักษณ์การผลิตเนื้อโคขุนตักสลาได้ปัจจัยหนึ่ง เนื่องจากผลการตรวจวิเคราะห์ทางห้องปฏิบัติการศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารสัตว์ปากช่อง ระบุว่า ลายพิมพ์ DNA มีความแตกต่างจากสายพันธุ์เนเปียร์ที่สำนักพัฒนาอาหารสัตว์ กรมปศุสัตว์ มีอยู่ในประเทศไทย ประกอบกับผลการศึกษาของ เขาวฤทธิ จันปะโท และเมธา วรรณพัฒน์ (2560, น. 57-63) ระบุว่า หญ้าหวานมหาสารคามมีโปรตีนสูงกว่าหญ้าสายพันธุ์อื่นๆ โดยทำการศึกษเปรียบเทียบ เช่น แพงโกล่า รูชี เนเปียร์ยักษ์ ที่นิยมปลูกเลี้ยงโคกันในปัจจุบัน ดังนั้นการทำให้เป็นผู้นำในเรื่องนี้จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับ Enz (2008, p. 73-78, อ้างถึงใน กิตติ เจริญพรพานิชกุล, 2556, น. 51) ที่กล่าวว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันสามารถสร้างได้จากการจัดการทรัพยากรที่มีความสำคัญและทำให้เป็นหนึ่งในสิ่งนั้น

ปัจจัยเงื่อนไขการตลาด สอดคล้องกับ Porter (1990, 2002, อ้างถึงใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2545, น. 3-4) และบุญอนันต์ พินัยทรัพย์ (2555, น. 161) ที่ระบุว่าศักยภาพความต้องการสินค้าของตลาดเป็นปัจจัยสำคัญต่อขีดความสามารถในการแข่งขันตามกรอบความคิด Porter's Diamond Model สำหรับตลาดเนื้อโคในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม การบริโภคเนื้อโคเป็นที่นิยมมากแต่ยังเป็นตลาดแบบดั้งเดิมบริโภคเนื้อชำแหละสด ส่วนใหญ่ยังไม่ให้ความสำคัญกับคุณภาพเนื้อมากนัก ด้วยการตลาดมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อห่วงโซ่อุปทาน ทำให้เกิดการหมุนเวียนของรายได้กลับสู่เกษตรกร ขณะที่ห่วงโซ่อุปทานเนื้อโคยังเป็นรูปแบบดั้งเดิมล่าหลัง ข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคยังไม่ถึงเกษตรกรรายย่อยที่เป็นผู้เลี้ยงส่วนใหญ่ การซื้อขายโคเนื้อและเนื้อโค ยังเป็นลักษณะผู้ซื้อน้อยรายและผู้ขายมาราย การตลาดยังคงผ่านพ่อค้าคนกลาง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2550, บทคัดย่อ, 2552, บทคัดย่อ), อ่าง แม่โหระ และเกษม เทียงธรรม (2555, น. 1-10) ฉะนั้นหากสามารถตัดพ่อค้าคนกลางออกก็จะเกิดประโยชน์ทั้งฝ่ายเกษตรกรผู้ผลิตและผู้บริโภค อาทิ การจัดทำศูนย์โคเนื้อตักสลาดิจิทัลเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย เพื่ออำนวยความสะดวกทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ทำให้ผู้ซื้อมารายจากที่อื่นๆ เข้าถึงข้อมูลติดต่อซื้อได้โดยตรงโดยไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

ปัจจัยการจัดการคุณภาพ สอดคล้องกับ Nada, *et al.* (2006, p. 153, อ้างถึงใน สุรสิทธิ์ บุญชนนท์, 2556, น. 52) ที่ระบุว่า ลูกค้าต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ การบริการที่น่าเชื่อถือ การจัดส่งสินค้าตรงต่อเวลาและความคุ้มค่าต่อเงินของลูกค้า เพราะคุณภาพมีนัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของการผลิตสินค้า อย่างไรก็ตามส่วนใหญ่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อเป็นรายย่อยจะติดกับดักไม่มีศักยภาพที่จะพัฒนาเข้าสู่ระบบการผลิตตามมาตรฐานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เนื่องจากมีปัญหาด้านขาดสภาพคล่องเงินสดและผลตอบแทนอาจไม่คุ้มค่าต่อการลงทุนในการปรับปรุงฟาร์มโคเนื้อของตนให้คณะกรรมการตรวจประเมินยอมรับได้ แต่คุณภาพเป็นเรื่องสำคัญและเป็นเรื่องที่ใช้ในการเจรจาการค้าเพื่อความอยู่รอดของกิจการในอนาคต ดังนั้นทางเลือกที่ควรทำคือ เครือข่ายโคเนื้อ

ทักษะแรงระดมความคิดร่วมมือกันออกแบบรายละเอียดคุณลักษณะการจัดการคุณภาพกระบวนการผลิตและการส่งมอบ การควบคุม การตรวจสอบย้อนกลับ การตรวจประเมินรับรองตามแนวทางการจัดการคุณภาพที่กำหนดไว้ของกลุ่มตนเองอย่างจริงจังต่อเนื่อง (Participatory Guarantee System: PGS) ในการสร้างการยอมรับตามกลไกและความต้องการของตลาดและสามารถดึงดูดสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป้าหมายเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ

ปัจจัยการบริหารจัดการที่ดี เนื่องจากความได้เปรียบในการแข่งขันสามารถสร้างได้จากการจัดการทรัพยากรที่มีความสำคัญทั้งทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรมนุษย์ องค์ความรู้และการเรียนรู้ขององค์กร และต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐานคือ คน เงิน และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ และการออกแบบให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Enz, 2008, อ้างถึงใน กิตติ เจริญพรพานิชกุล, 2556, น. 51) สอดคล้องกับ เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอมพร (2552, น. 43) ฉะนั้น เครือข่ายโคเนื้อดีกลาควรบริหารจัดการด้านการวางแผนการกำหนดต้นทุนราคาขายเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน มีการติดตามประเมินและทบทวนแผนงานอย่างสม่ำเสมอ กลุ่มเกษตรกรทำแผนธุรกิจโคเนื้อร่วมกันขอเงินลงทุนจาก ธกส. ดอกเบี้ยต่ำ ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในวงการธุรกิจโคเนื้อ แล้วนำมากำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่ง รวมถึงให้ความสำคัญในการจัดเก็บข้อมูลพันธุ์ประวัติและลักษณะที่สำคัญทางเศรษฐกิจโคเนื้อเพื่อประโยชน์เชิงการค้าของตน เป็นต้น

ปัจจัยการบริหารจัดการต้นทุนการผลิต เนื่องจากระยะเวลาการผลิตโคเนื้อมีเวลานาน ต้นทุนการผลิตมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (กรมปศุสัตว์, 2558, น. 1; จุฑารัตน์ เศรษฐกุล, 2557, น. 4) ดังนั้นจึงเป็นโจทย์สำคัญที่ต้องบริหารจัดการทำให้การผลิตมีค่าใช้จ่ายต่ำลง และยังคงรักษาระดับคุณภาพของสินค้าไว้ในระดับที่เท่าเทียมกับคู่แข่งจะสามารถอยู่รอดในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้ เพราะความได้เปรียบจากการมีต้นทุนที่ต่ำจะทำให้ประสิทธิภาพในการแข่งขันสูงขึ้น ธุรกิจได้รับผลตอบแทนที่มากกว่า (Porter, 1985, p. 11-14, อ้างถึงใน มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐ, 2550, น. 12) โดยผู้ประกอบการใดมีต้นทุนต่ำที่สุดจะเป็นผู้ชนะ (Porter, 2008, p. 4, อ้างถึงใน สุภาณี นวกุล, 2553, น. 23 และวรพล โสคติยานุรักษ์, ม.ป.ป., น. 16-21, 37-48) ทั้งนี้ต้องมีมาตรการควบคุมค่าใช้จ่ายในกระบวนการผลิตที่เข้มงวดเพื่อให้เกิดความสูญเสียน้อยที่สุด สามารถทำได้โดยหาทางลดต้นทุนตามเส้นทางของห่วงโซ่คุณค่า การประหยัดเนื่องจากขนาด โดยการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจและผลอันเนื่องมาจากการประสานงาน อาทิ การใช้เครื่องจักรกลร่วมกัน การจัดทำบัญชีฟาร์มเพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต ฯ เป็นต้น

ปัจจัยภาวะผู้นำเกษตรกร สอดคล้องกับ Hayami (2009, อ้างถึงใน โกศล จิตวิรัตน์, 2556, น. 45) ที่ระบุว่าองค์กรใดมีปัจเจกบุคคลที่มีความเฉลียวฉลาดตลกกลิ้งทางความรู้ ความสามารถและทักษะที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรตลอดเวลา ย่อมสร้างความได้เปรียบจากการใช้ทุนทางปัญญาขององค์กรเป็นเครื่องมือในการปรับตัว เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และ Brown (2009, p. 36, อ้างถึงใน โกศล จิตวิรัตน์, 2556, น. 41) กล่าวว่า ภาวะผู้นำเป็นสิ่งที่จำเป็นมากที่สุดมากกว่าปัจจัยอื่นๆ ในปัจจุบัน และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน (Hamel, 2007, อ้างถึงใน โกศล จิตวิรัตน์, 2556, น. 56) และแนวคิดของ (Lester, 2007, อ้างถึงใน โกศล จิตวิรัตน์, 2556, น. 41) และ Brett Walsh and Jeff Schwartz (2013, p. 5, อ้างถึงใน เสาวลักษณ์ นิกรพิทยา, 2558, น. 46) กล่าวว่าแนวโน้มในอนาคตภาวะผู้นำอาจเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่สามารถจัดการเกี่ยวกับคน กลยุทธ์และสถานการณ์ได้ เพราะภาวะผู้นำเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ธุรกิจ เพราะเมื่อองค์กรเกิดเหตุการณ์วิกฤตตกต่ำ ผู้นำสามารถสร้างความเชื่อมั่นในการพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสได้ (Blausten, 2009, อ้างถึงใน โกศล จิตวิรัตน์, 2556, น. 41)

ปัจจัยการส่งเสริมสนับสนุนภาครัฐ สอดคล้องกับ Porter (1990, อ้างถึงใน โกศล จิตวิรัตน์, 2556, น. 47, 110) ที่ระบุว่า การเชื่อมโยงกับหน่วยงานหรือนโยบายรัฐบาลสามารถเสริมสร้างประโยชน์ต่อการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ และรายงานการศึกษาของ Morash and Lynch (2002, อ้างถึงใน ทรงวุฒิ ไกรภัสสรพงษ์, 2549, น. 67) ที่ระบุว่า หากจะให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน รัฐควรให้ความสนใจผลการดำเนินงานด้านการบริการลูกค้าของเอกชน และรัฐจะต้องมีนโยบายที่รัดกุมและเป็นจริงเป็นจังในเรื่องให้ความสำคัญการดำเนินงานด้านต้นทุนควบคู่กันไป ขณะที่ Kumar and Chadee (2002, อ้างถึงใน สุภาณี นวกุล,

2553, น. 42) ได้แนะนำให้รัฐเข้ามาช่วยส่งเสริมให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน และในรายงานการพิจารณา ศึกษายุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อไทยทั้งระบบ โดยคณะกรรมการการเกษตรและ สหกรณ์ สถาบันบัญญัติแห่งชาติ (2560, น. 77,86,99) ได้ระบุว่า เพื่อการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมโคเนื้อไทย จำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐจะต้องให้การสนับสนุนอย่างเร่งด่วนที่จะพัฒนาปรับปรุงโรงฆ่า สัตว์ที่มีอยู่ในประเทศทุกแห่งให้ได้มาตรฐานความปลอดภัย เพื่อควบคุมคุณภาพเนื้อสู่ผู้บริโภค โดยพัฒนาโรงฆ่าสัตว์ ที่อยู่ในพื้นที่ที่มีความพร้อมเหมาะสมเพื่อให้เป็นตัวอย่างของการขับเคลื่อน สำหรับโรงฆ่าสัตว์ที่อยู่ในความดูแลของ กรมปศุสัตว์ ให้กรมปศุสัตว์เป็นผู้เสนอแผนและงบประมาณ ส่วนโรงฆ่าสัตว์ที่อยู่ในความดูแลขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละพื้นที่เสนอแผนและงบประมาณ สอดคล้องกับ จุฑารัตน์ เศรษฐกุล (2557, น. 4,16) ที่ระบุว่า หากรัฐไม่แก้ไขเรื่องการพัฒนาโรงฆ่าสัตว์มาตรฐาน โอกาสเนื้อโคขุนคุณภาพปานกลาง ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อไทยจะเข้าสู่ Modern Trade จะเป็นไปได้อย่าง เนื้อโคนำเข้าจากออสเตรเลียจะเข้ามาแย่ง ตลาดอย่างแน่นอน และจะส่งผลถึงโอกาสการขยายตลาดโคเนื้อ เพราะจะไม่มีช่องทางที่จะทำตลาดได้ นำไปสู่การ ขาดความสามารถในการแข่งขันของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคขุน

ปัจจัยการสร้างนวัตกรรม สอดคล้องกับ Smith (2006, อ้างถึงใน สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, 2553, น. 51) ที่ระบุว่า การสร้างนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และ Porter (1990, อ้างถึงใน บุญอนันต์ พินัยทรัพย์, 2555, น. 164) กล่าวว่า ความยั่งยืนของความสามารถในการแข่งขันคือ การสร้าง นวัตกรรม ขณะที่ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ (2553, บทคัดย่อ) ระบุว่า นวัตกรรมถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ในขณะที่ผู้ประกอบการก็เป็นกลไกสำคัญในการ สร้างนวัตกรรม สอดคล้องกับ Dorf and Byers (2008, อ้างถึงใน สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, 2553, น. 52) ที่กล่าวว่า ธุรกิจที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้ ควรที่จะมีลักษณะเป็นองค์กรนวัตกรรม หรือมีความสามารถในการเชิงนวัตกรรม สอดคล้องกับ Nitsmer (2003, อ้างถึงใน สุภานี นวกุล, 2553, น. 38) ที่รายงานผลการศึกษาว่า ความสามารถในการแข่งขันระดับองค์กรหรือบริษัทในประเทศเอเชียตะวันออก ส่วนใหญ่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลิตภาพซึ่งนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันมี 2 ปัจจัยคือ ความสามารถหลักมาจาก นวัตกรรมทางเทคโนโลยี และกลยุทธ์การแข่งขัน และรายงานการศึกษาของ Anttonen, et al. (2012, อ้างถึงใน ธนรัตน์ ครุวรรณเจริญ, 2555, น. 143) พบว่า ประเด็นสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมอย่างยั่งยืนจะต้องเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับความต้องการปัจจุบันของสังคมด้วย

ปัจจัยการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ ต้องได้รับการพัฒนาแก้ไขเพราะเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อส่วนใหญ่ยังไม่มี การรวมกลุ่มเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้แปรรูป และผู้จำหน่าย ตลอดจนขาดศูนย์ข้อมูลในการติดต่อ ประสานงานระหว่างกัน (สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม, 2559, น. 4-8) เนื่องจากการรวมกลุ่มเป็นแนวทางในการ เสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันที่ยั่งยืน (จิระ หงส์ลดาธรรม, 2554, น. 1) สอดคล้องกับ Porter (2008, อ้างถึงใน สุภานี นวกุล, 2553, น. 18) ที่ระบุว่าเครือข่ายวิสาหกิจจะกลายเป็นระบบสนับสนุนในการเข้าถึงผู้จัดท้าววัตถุดิบที่ดี ที่สุดและลูกค้าที่มีความต้องการมากที่สุดทั้งสองฝ่าย รวมทั้งยังเป็นการแบ่งปันความรู้ที่ได้จากสถาบันวิจัยหรือผู้มี ประสบการณ์อีกด้วย และ Katel (2003, อ้างถึงใน สุภานี นวกุล, 2553, น. 37) ที่เสนอว่า ความสามารถของไทย ในอนาคตขึ้นอยู่กับความก้าวหน้าใน 2 มิติคือ การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจระหว่างอุตสาหกรรมที่มีผลต่อเศรษฐกิจ โดยรวม และการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม โดยที่การประกอบกิจการโคเนื้อจังหวัด มหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อย เป็นอาชีพเสริมจากการทำนา เกษตรกรมีพลังอำนาจต่อรองน้อย จึง สมควรต้องเร่งรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจโคเนื้อตักสิลา เพื่อให้มีอำนาจต่อรองในการรวมซื้อรวมขาย

อย่างไรก็ตาม ควรมีการศึกษาความต้องการจำเป็นของปัจจัยเชิงสาเหตุอื่นๆ เพิ่มเติมให้มีความครอบคลุม และสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นและนำผลการวิจัยไปสู่การปฏิบัติจริง

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สัณญา เคนาภูมิ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รองศาสตราจารย์ ดร. เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำ งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กรมปศุสัตว์. (2558). เอกสารโครงการฟาร์มโคเนื้อสร้างอาชีพ. กรุงเทพฯ : กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์.
- กิตติ เจริญพรพานิชกุล. (2556). อิทธิพลของปัจจัยหลักด้านการเทียบเคียงสมรรถนะต่อการเทียบเคียงสมรรถนะความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยางพาราไทย. ปรัชญาดุสิตบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- โกศล จิตวิรัตน์. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางพาราขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้การเปลี่ยนแปลงแบบพลวัต. ปรัชญาดุสิตบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- คณะกรรมการการเกษตรและสหกรณ์ สภานิติบัญญัติแห่งชาติ. (2560). รายงานผลการพิจารณาศึกษายุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อไทยทั้งระบบ. สำนักงานการกฤษฎีกา 1 สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภาปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภานิติบัญญัติแห่งชาติ.
- จณัญญา บัณฑิตกุล. (2560). เอกสารประกอบการบรรยาย “พันธกรณีสินค้าโคเนื้อและผลิตภัณฑ์ภายใต้กรอบความตกลงการค้าเสรี”. สำนักงานการค้าสินค้า กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.
- จุฑารัตน์ เศรษฐกุล. (2557). โคไทย : ความเสี่ยงบนโอกาสทางการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- จุฑารัตน์ เศรษฐกุล. (2557, พฤษภาคม – มิถุนายน). ปัญหาคอขวดของการพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อไทยสกว. จดหมายข่าวธุรกิจเนื้อโค (The TRF Beef Business Newsletter). 7(3), 1 - 12.
- จีระ หงส์ลดารมภ์. (2554). การพัฒนาภาวะผู้นำ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.go-to-know.org/posts/445772>. (วันที่ค้นข้อมูล : 12 พฤษภาคม 2559).
- ชุดิภาณูจน์ ศรีวิบูลย์ ชลภัตธรรม สิริวิรงค์ชัย ภฤศญา ปิยนุสรณ์ และวรรณิ์ สุทธิใจดี. (2554). รายงานการวิจัยการสร้างตราสินค้าของจังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เชาวฤทธิ์ มาปะโท และเมธา วรรณพัฒน์. (2560, มกราคม-มีนาคม). หล้าหวาน...หล้าทางเลือกใหม่สำหรับสัตว์เคี้ยวเอื้อง. วารสารโคนม องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย. 34(2), 57 - 63
- นราวุธ ระพันธ์คำและคณะ. (2557). รายงานการวิจัยโครงสร้างการผลิต ต้นทุนและผลตอบแทนการเงินของการเลี้ยงโคขุนจังหวัดสกลนคร.
- ทรงวุฒิ ไกรภัสสรพงษ์. (2549). มิติใหม่ของนโยบายรัฐในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้าไทย. รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ธนรัตน์ ครุวรรณเจริญ. (2555). การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ไทย. ปรัชญาดุสิตบัณฑิต, สาขาการจัดการเทคโนโลยี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนสามัญปิซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ธารัง เมฆโหรา และเกษม เทียงธรรม. (2555). รายงานการวิจัยการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของเนื้อโคเนื้อไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

- ภูริศ ศรสุทร. (2552). โมเดลการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างคุณค่าตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ **วัสดุทดแทนไม้**. ปรินญาดุษฐ์บัณฑิต, สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- บุญอนันต์ พินัยทรัพย์. (2555, กรกฎาคม-กันยายน). การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจ **ขนาดกลางและขนาดย่อมโดยใช้แนวทางคลัสเตอร์ : กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อการส่งออก**. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์. 52(3), 161 – 164.
- บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์. (2550). **บทบาทและความสำคัญตราสินค้า**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://utcc2.utcc.ac.th/brandthaicenter/doc/article_bubpa.pdf. (วันที่ค้นข้อมูล : 21 กุมภาพันธ์ 2559).
- ปฐมพร เนตินันท์. (2552). กระบวนการสื่อสารตราสินค้าของพรรคการเมืองไทย. ปรินญาดุษฐ์บัณฑิต, สาขา **สื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**.
- มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย. (2550). การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด **ย่อมของไทยตามแนวคิดฐานทรัพยากร : กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อการส่งออก**. ปรินญาดุษฐ์บัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิภาวรรณ ปาณะพล. (2560). **สถานการณ์การผลิตการตลาดโคเนื้อ**. เอกสารประกอบการสัมมนาเครือข่าย สหกรณ์ผู้เลี้ยงโคเนื้อ 28 กุมภาพันธ์ 2560, กองส่งเสริมและพัฒนากิจการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์.
- วรพล โสคติยานุรักษ์. (ม.ป.ป.). **Strategic Management**. เอกสารประกอบการบรรยาย.
- ศกร คุณวุฒิจิธริน และคณะ. (2556). การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโคเนื้อด้วยการจัดเก็บและใช้ประโยชน์ **จากข้อมูลกรณีการลดต้นทุนในการเลี้ยงแม่เพื่อผลิตลูกโคสำหรับการขุน**. คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ พักตร์ผอง วัฒนสินธุ์ อัจฉรา จันทน์ฉาย และประกอบ คุปรัตน์. (2553, ตุลาคม- **ธันวาคม**). **นวัตกรรม : ความหมาย ประเภทและความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ**. วารสาร บริหารธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 33(128), 49 - 65.
- สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม. (2560). **เอกสารประกอบการชี้แจงเสนอต่อคณะกรรมการวิสามัญพิจารณา ร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560**.
- สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดมหาสารคาม. (2559). **เอกสารการวิเคราะห์สถิติโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม**.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2545). ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของ **เศรษฐกิจไทยภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก : โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถ ในการแข่งขันของไทย**.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2550). **การศึกษาระบบตลาดโคเนื้อ**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www.oae.go.th/more_news.php?cid=254. (วันที่ค้นข้อมูล : 20 กุมภาพันธ์ 2559)
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2552). **วิถีตลาดโคเนื้อ**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www.oae.go.th/more_news.php?cid=254. (วันที่ค้นข้อมูล : 20 กุมภาพันธ์ 2559)
- สุภาณี นวกุล. (2553). การกำกับดูแลกิจการกับความสามารถในการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาด **หลักทรัพย์แห่งประเทศไทย**. ปรินญาดุษฐ์บัณฑิต, สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย สถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุวิมล ว่องวานิช. (2558). **การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น**, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรสิทธิ์ บุญขุนทด. (2556). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารทะเล แห่แห้งของประเทศไทย: บริษัทผลิตอาหารทะเลแห่แห้งเพื่อการส่งออก**. ปรินญาดุษฐ์บัณฑิต, สาขา บริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอมพร. (2552). **การพัฒนารูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในจังหวัด มหาสารคาม**. ปรินญาดุษฐ์บัณฑิต, สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ มหาสารคาม.

- เสาวลักษณ์ นิกรพิทยา. (2558). การพัฒนาทุนมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนตำบล กลุ่มจังหวัดร้อยแก่น
สารสินธุ์. ปริญญารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- Cronbach. L. J. (1970). **Essentials Psychological Testing**. New York : Harper and Row.
- Kenaphoom, Sanya. (2014, January - June). “The creating of Quantitative Research
Conceptual Framework of Public Administration by Literature Review”. Udonthani
Rajabhat University Journal of Humanities and Social Science. 3 (1), 49 – 51.
- Yamane, T. (1997). **Statistics : And Introductory Analysis**. Tokyo : Herpers International
Edition.

