

แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของ
เกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ อ.น้ำโสม จ.อุดรธานี
**Marketing Potential Development Guideline for Beef Cattle Raising Group
among Farmers and Community Enterprise in Nam Som
District, Udon Thani Province**

ลลิตตา มหาพรหม และ ช่อ วายุกัณฑ์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Lalitta Mahaprom and Chaw Wayoopagtr

Khon Kaen University, Thailand

Corresponding Author, E-mail : Lalitta.ma@kkumail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ อ.น้ำโสม จ.อุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการ 2) ศึกษาความสนใจของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการ 3) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ และ 4) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน จากเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี จำนวน 8,500 ครัวเรือน ผลการศึกษาพฤติกรรมของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นลูกค้า ธ.ก.ส. ไม่ได้เลี้ยงโคเนื้อ ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ไม่รู้จักสินเชื่อโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเนื่องจากชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร ติดต่อขอสินเชื่อที่สาขาโดยตรง ชำระเงินเชื่อด้วยตนเอง มีเงินกู้คงเหลือกับ ธ.ก.ส. ต่ำกว่า 100,000 บาท กู้เงินเพื่อใช้ในการทำนา ทำไร่ ทำสวน และชำระหนี้ได้ทันตามกำหนดระยะเวลา มีเกษตรกรสนใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ถึงร้อยละ 80.50 ของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี มีการดำเนินโครงการด้านสินเชื่อ จำนวน 4 โครงการ ได้แก่ 1) โครงการสินเชื่อธุรกิจชุมชนสร้างไทย 2) โครงการสนับสนุนส่งเสริมการทำเกษตรแบบแปลงใหญ่ เพื่อปรับโครงสร้างการผลิต 3) โครงการสนับสนุนการขยายธุรกิจและเพิ่มศักยภาพการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกร และ 4) โครงการสินเชื่อนวัตกรรมเกษตร (Smart Farmer)

* วันที่รับบทความ: 27 ตุลาคม 2564; วันที่แก้ไขบทความ 23 พฤศจิกายน 2564; วันที่ตอบรับบทความ: 24 พฤศจิกายน 2564

Received: October 27, 2021; Revised: November 23, 2021; Accepted: November 24, 2021

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา; ศักยภาพทางการตลาด; การเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่ม; เกษตรกร; วิสาหกิจชุมชน
ขุน

Abstracts

A research on Marketing Potential Development Guideline for Beef Cattle Raising Group among Farmers and Community Enterprise in Nam Som District, Udon Thani Province. The objectives of this research were 1) to study the behavior of farmers participating in the project, 2) to study the farmers' interest in participating in the project 3) to study the factors of marketing mix that affecting the decision to participate in the project, and 4) to study the potential development guidelines. Marketing in group farming of beef cattle and community enterprises in Nam Som district Udon Thani Province Data were collected by using a questionnaire with a sample of 400 people from farmers in Nam Som district. Udon Thani Province, amounting to 8,500 households. A study on the behavior of farmers participating in the project found that most of the BAAC customers did not raise beef cattle. Not a member of the community enterprise group Unknown Animal Farming Program Loan Decided to join the program because of the bank's reputation and credibility. Contact the branch directly to apply for a loan. self loan payment Having a loan balance with the BAAC less than 100,000 baht, borrowing money for use in farming, farming, gardening and repaying debt in a timely manner More than 80.50 percent of the respondents were interested in participating in animal husbandry promotion projects. The marketing mix factors affecting the decision to participate in the animal husbandry promotion project were found to be at a high level in all aspects. Guidelines for developing marketing potential in group farming of beef cattle. and community enterprises in Nam Som district Udon Thani Province There are 4 credit projects, namely 1) Build Thai Community Business Loan Project 2) Project to support large-scale farming. to adjust the production structure, 3) the project to support business expansion and increase the operational potential of the farmer institutions, and 4) the project for agricultural innovation credit (Smart Farmer).

Keywords: Development Guidelines; Marketing Potential; Beef Cattle Raising Group Among Farming; Farmer; Community Enterprise

บทนำ

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ โดยกรมปศุสัตว์ ร่วมกับ กระทรวงการคลัง โดย ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) มีเจตนารมณ์ในการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ ได้แก่ โคเนื้อ กระบือ แพะเนื้อ และไก่พื้นเมือง รวมถึงกิจการที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถภาคปศุสัตว์ไทย พื้นฟูอาชีพแก่เกษตรกร บรรเทาความเดือดร้อนเสียหายอันเนื่องมาจากภัยพิบัติ ภัยธรรมชาติ และผลกระทบจากราคาพืชผลการเกษตรตกต่ำ พร้อมทั้งสนับสนุนการจัดการตลาดผลิตผลการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ เพื่อเป็นการสร้างอาชีพทางเลือกใหม่ด้วยการปรับเปลี่ยนพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมมาเลี้ยงสัตว์ เพื่อจำหน่ายทั้งภายในและต่างประเทศ จึงได้ลงนามในบันทึกความเข้าใจ (MOU) โครงการสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ และกิจการที่เกี่ยวข้อง เมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2562 ณ ห้องประชุม 134 - 135 กระทรวงเกษตรและ

สหกรณ์ (กองส่งเสริมและพัฒนากิจการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, 2563 : 134 -135) โดยกำหนดขอบเขตความร่วมมือ ดังนี้

กรมปศุสัตว์ ดำเนินการประชาสัมพันธ์ชี้แจงสร้างความเข้าใจแก่เกษตรกรและผู้เข้าร่วมโครงการ จะให้คำแนะนำในการจัดการเลี้ยงสัตว์ กำหนดคุณลักษณะเฉพาะสัตว์ที่เข้าร่วมโครงการ การจัดการด้านการควบคุมป้องกันโรค การดูแลสุขภาพ การควบคุมมาตรฐานฟาร์ม การเคลื่อนย้าย การควบคุมการใช้สารต้องห้ามตามกฎหมาย การจัดทำฐานข้อมูล และการให้บริการพื้นฐานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง ประชาสัมพันธ์โครงการ รับสมัครสหกรณ์การเกษตร หรือกลุ่มเกษตรกร หรือวิสาหกิจชุมชน หรือนิติบุคคลอื่น ๆ หรือบุคคลธรรมดา และคัดกรองเบื้องต้นผู้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมเข้าร่วมโครงการ และให้การสนับสนุน ประสานงานด้านการตลาดตลอดห่วงโซ่การเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสร้างความเข้มแข็งให้กับสหกรณ์การเกษตร หรือกลุ่มเกษตรกร หรือวิสาหกิจชุมชน (กองส่งเสริมและพัฒนากิจการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, 2563 : 134 - 135)

ธ.ก.ส. ดำเนินการประชาสัมพันธ์ ชี้แจง สร้างความเข้าใจแก่เกษตรกรและผู้เข้าร่วมโครงการพร้อมให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำแผนธุรกิจการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นไปตามที่โครงการกำหนด และให้การสนับสนุนสินเชื่อให้แก่เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน สถาบันเกษตรกร นิติบุคคล และกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการตามหลักเกณฑ์ที่ ธ.ก.ส. กำหนดพร้อมทั้งสนับสนุนการจัดการตลาดตลอดห่วงโซ่การเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ในการส่งเสริมอาชีพด้านปศุสัตว์ เล็งเห็นว่า “โคเนื้อ โคขุน” เป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการพัฒนา เพราะตลาดมีความต้องการสูง ซึ่งในประเทศ มีความต้องการบริโภค ประมาณ 1.5 ล้านตัว/ปี และส่งออกต่างประเทศ (จีน ลาว เวียดนาม มาเลเซีย) อีก ประมาณ 500,000 ตัว/ปี โดยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นทุกปี เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ยุทธศาสตร์การพัฒนา ทั้งเกษตรกร และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่ในอุตสาหกรรมการเลี้ยงโคเนื้อของประเทศ กระทรวงการคลัง ได้มอบหมายให้ ธ.ก.ส. ดำเนินโครงการสินเชื่อธุรกิจชุมชนสร้างไทย โดยมีเป้าหมายในการสนับสนุนสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำร้อยละ 0.01 (วงเงินสินเชื่อ 50,000 ล้านบาท) ในสินค้าและบริการที่มีตลาดรองรับชัดเจน อาทิ การเลี้ยงโคขุนในระยะสั้น เป็นต้น ซึ่งจะสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ที่มั่นคงให้เกษตรกร และยกระดับอุตสาหกรรมการผลิตโคเนื้อให้เป็นผู้นำในภูมิภาค สามารถผลิตได้เพียงพอกับความต้องการในประเทศ และส่งออกเพิ่มขึ้นจากเดิม ประมาณ 500,000 ตัวต่อปี เป็น ไม่ต่ำกว่า จำนวน 1,000,000 ตัวต่อปี (กองส่งเสริมและพัฒนากิจการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์, 2563 : 134 - 135)

อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม คือทำนาและทำไร่ ได้แก่ ปลูกข้าว ปลูกอ้อย ข้าวโพด มันสำปะหลัง เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันเริ่มเปลี่ยนมาประกอบอาชีพ ทำสวนยางพารา และปลูกผลไม้ตามฤดูกาลเพิ่มมากขึ้น เช่น เงาะ ทุเรียน และมีประชากรบางส่วนทำอาชีพเสริมโดยการเลี้ยงสัตว์ ได้แก่ ไก่ เป็ด สุกร แพะ กระบือ และโคเนื้อ โดยในปี พ.ศ.2563 มีประชากรผู้เลี้ยงโคเนื้อจำนวน 116 ราย รวมทั้งหมด 748 ตัว (องค์การบริหารส่วนตำบลน้ำโสม, 2563 : 23)

จากการที่ภาครัฐได้ให้ความสำคัญและมีการส่งเสริมให้มีการเลี้ยงโคเนื้อตาม “โครงการสนับสนุนสินเชื่อเพื่อการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ภายใต้บันทึกความเข้าใจ (MOU) ระหว่างกรมปศุสัตว์ และธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ดำเนินโครงการสินเชื่อธุรกิจชุมชนสร้างไทย โดยมีเป้าหมายในการสนับสนุนสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำ ร้อยละ 0.01 (วงเงินสินเชื่อ 50,000 ล้านบาท) โดยทางภาครัฐได้ชดเชยดอกเบี้ยให้กับผู้ร่วมโครงการในอัตรา 3.5 ต่อปี เป็นระยะเวลา 3 ปีนับตั้งแต่วันที่กู้ รวมถึงการส่งเสริมอาชีพในการเลี้ยง “โคเนื้อ โคขุน” ซึ่งจะสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่เกษตรกร และยกระดับอุตสาหกรรมการผลิตโคเนื้อให้เป็นผู้นำในภูมิภาค สามารถผลิตได้เพียงพอกับความต้องการในประเทศ และส่งออกเพิ่มขึ้น จึงเป็นอีกทางเลือกที่เกษตรกรจะมีแหล่งเงินทุนต้นทุนต่ำ เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมองเห็นโอกาสที่จะสร้างอาชีพและรายได้ที่มั่นคง ยั่งยืนให้แก่เกษตรกร และองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษาจึงให้ความสนใจที่จะศึกษาโครงการดังกล่าว เพื่อเพิ่มศักยภาพในการเลี้ยงโคเนื้อให้กับเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ให้แก่ผู้ผลิตโคเนื้อในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาความสนใจของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ให้แก่ผู้ผลิตโคเนื้อในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ เกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร อ.น้ำโสม จ.อุดรธานี จำนวนทั้งหมด 8,500 ครัวเรือน (สำนักงานเกษตรอำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี, 2563 : 1 - 4)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร อ.น้ำโสม จ.อุดรธานี ใช้สูตรคำนวณของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973 : 31) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง 382 คน ดังนั้น เพื่อลดความคลาดเคลื่อนและให้การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ศึกษาจึงทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ประเภทเกษตรกรรม และพื้นที่ทำการเกษตร

ส่วนที่ 2 สอบถามข้อมูลพฤติกรรมและความสนใจของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ส่วนที่ 3 สอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ซึ่งแบบสอบถามใช้เกณฑ์การวัด โดยใช้มาตราส่วนแบบประมาณค่า (Likert Scale) กำหนดเป็นระดับความสำคัญ 5 ระดับ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตั้งแต่ เดือนเมษายน 2564 ถึง เดือน กรกฎาคม 2564 โดยมีผู้ช่วยเก็บข้อมูลคือ พนักงาน ธ.ก.ส. สาขาน้ำโสม และนักศึกษาที่เคยฝึกงานกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาน้ำโสม อ.น้ำโสม จ.อุดรธานี ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขององค์กรในระดับหนึ่ง และเข้าใจวิถีชีวิตประชากรในพื้นที่เป็นอย่างดี โดยการแจกแบบสอบถามนั้น ผู้ศึกษาได้ทำการแจกแบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 วิธี คือ 1) แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกับกรมส่งเสริมการเกษตรที่เข้ามาใช้บริการธนาคาร คือ วันจันทร์ - วันศุกร์ เวลา 08.30 - 16.30 น. และ 2) แจกแบบสอบถามให้กับลูกค้าที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกับกรมส่งเสริม

การเกษตรใน วันเสาร์ - วันอาทิตย์ เวลา 9.00 – 16.00 น. โดยการลงพื้นที่ตามหมู่บ้านต่าง ๆ เป็นการเดินเข้าไปสอบถามและให้ประชากรกลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถาม โดยวิธีที่ 2 ผู้ศึกษาจะมีเวลาพูดคุยและเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ดีกว่าวิธีที่ 1 ซึ่งเป็นผลดีต่อการเก็บรวบรวมข้อมูล ให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น และเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับถัดไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการสำรวจมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลในแต่ละชุดแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามมาใช้คำนวณและประมวลผลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้

1) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพหรือประเภทเกษตรกรรม พื้นที่ทำการเกษตร รายได้ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และอัตราร้อยละ (Percentage)

2) วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร โดยวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการกู้ยืมเงิน แผนการดำเนินงาน รวมไปถึงการชำระคืนเงินกู้ พร้อมกับวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และอัตราร้อยละ (Percentage)

3) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ซึ่งแบบสอบถามใช้เกณฑ์การวัด โดยใช้มาตราส่วนแบบประมาณค่า (Likert Scale) กำหนดเป็นระดับความสำคัญ 5 ระดับ คือ 5, 4, 3, 2, 1 เพื่อหาค่าความถี่ (Frequency) อัตราร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

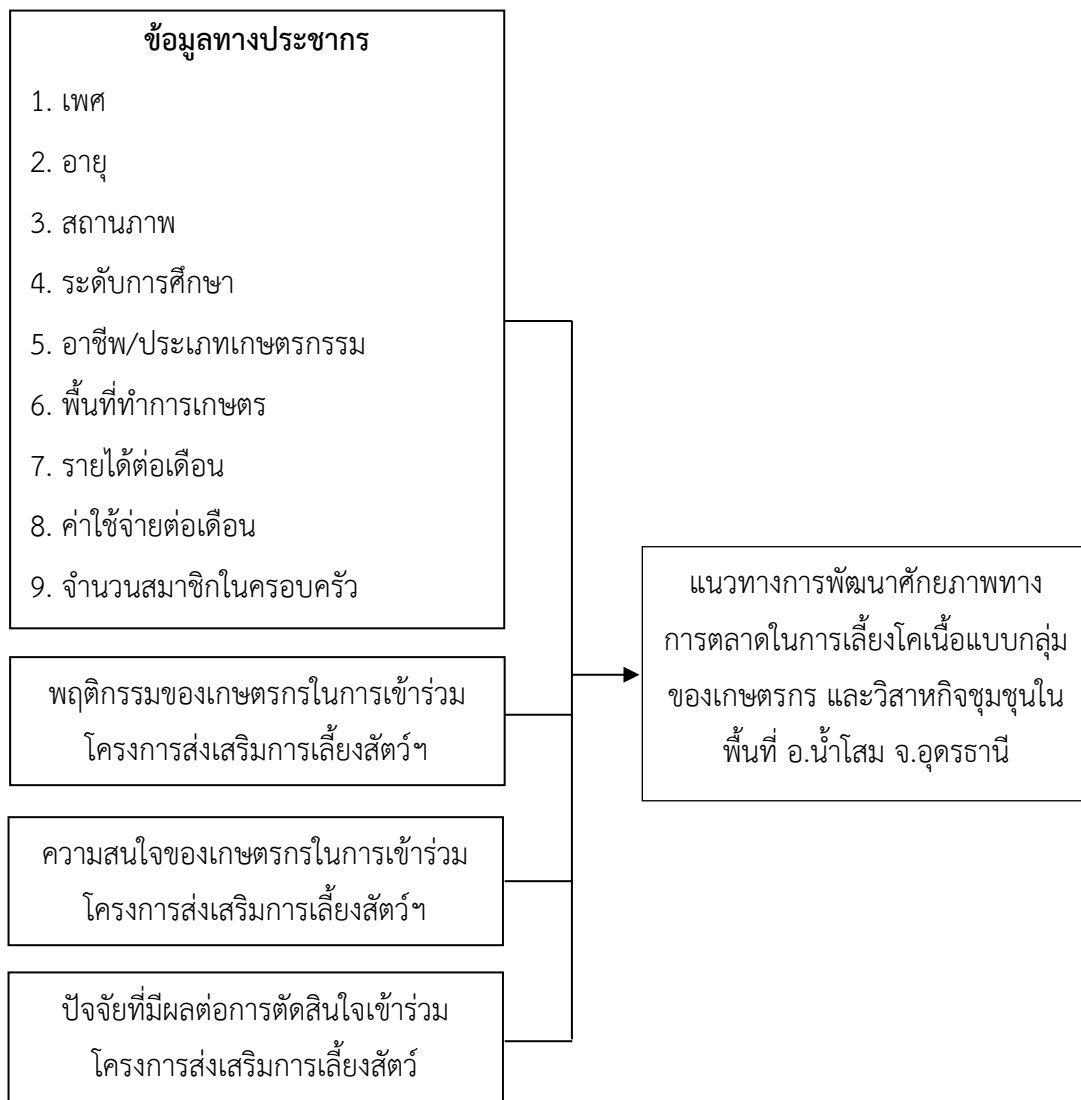
นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (PEST Analysis) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน (Five Force Model Analysis) และวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน (SWOT Analysis) ด้วย

4) การศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี ทำการศึกษาโดยการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เพื่อให้เป็นไปตามที่โครงการกำหนด และให้การสนับสนุนสินเชื่อให้แก่เกษตรกร วิสาหกิจชุมชน สถาบันเกษตรกร นิติบุคคล และกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการตามหลักเกณฑ์ที่ ธ.ก.ส. กำหนด เพื่อเป็นการสร้างอาชีพทางเลือกใหม่ด้วยการเลี้ยงสัตว์โดยเฉพาะโคเนื้อ โดยทำการศึกษาค้นคว้าโครงการที่ให้การสนับสนุนด้านสินเชื่อของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ที่เป็นโครงการดอกเบี้ยต่ำ ที่สนับสนุนการเลี้ยงโคเนื้อแก่เกษตรกรเป็นหลัก รวมทั้งศึกษาข้อมูลจากเกษตรกรผู้

ประสบความสำเร็จในการเลี้ยงโคเนื้อในอำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี แล้วนำเสนอข้อมูลที่ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาด โดยศักยภาพตลาด (Market Potention) ในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ อ.น้ำโสม จ.อุดรธานี จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง สามารถสรุป ผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ให้แก่ผู้ผลิตโคเนื้อในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 59.75 มีอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 22.50 สถานภาพสมรสจดทะเบียน ร้อยละ 56.75 ระดับการศึกษาประถมศึกษา ร้อยละ 27.00 อาชีพทำนา ร้อยละ 74.50 มีพื้นที่ทำการเกษตรไม่เกิน 10 ไร่ ร้อยละ 36.25 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 51.25 มีค่าใช้จ่ายต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 54.00 และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน จำนวน 97 คน คิดเป็น ร้อยละ 24.25

ส่วนพฤติกรรมของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้านักธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ร้อยละ 66.25 ไม่ได้เลี้ยงโคเนื้อ ร้อยละ 74.50 ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร้อยละ 82.25 ไม่รู้จักสินเชื่อตามโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ ร้อยละ 63.25 ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ เนื่องจากชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร ร้อยละ 62.50 ติดต่อกับสินเชื่อตามโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์โดยติดต่อที่สาขาโดยตรง ร้อยละ 88.50 ชำระสินเชื่อด้วยตนเอง ร้อยละ 90.75 มีเงินกู้คงเหลือของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นเงินต่ำกว่า 100,000 บาท ร้อยละ 33.50 กู้เงินกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เพื่อใช้ในการทำนา/ทำไร่/ทำสวนร้อยละ 79.50 และสามารถชำระหนี้ได้ทันตามกำหนดระยะเวลา ร้อยละ 85.50 ส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อกับ ธ.ก.ส. โดยไม่ได้ใช้บริการที่อื่น ร้อยละ 67.75

2. ผลการศึกษาความสนใจของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ให้แก่ผู้ผลิตโคเนื้อในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี

ผลการศึกษาความสนใจในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสนใจในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์กับ ธ.ก.ส. ในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี ร้อยละ 80.50

3. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องฯ ใน 7 ด้าน พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร (ค่าเฉลี่ย 4.35) รองลงมา ข้อที่มีความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ รูปแบบโครงการฯ มีความชัดเจน และน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.02) ราคาตลาดโคเนื้อที่มีมูลค่าสูงประชาชนในพื้นที่นิยมบริโภคส่งผลให้อยากเข้าร่วมโครงการ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ด้านราคา โดยรวม ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.850) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ วงเงินกู้เหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) รองลงมา อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำเมื่อเทียบกับแหล่งเงินกู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.93) ระยะเวลาผ่อนชำระหนี้เหมาะสมกับวงเงินกู้ (ค่าเฉลี่ย 3.84) ช่องทางในการจ่ายชำระเงินกู้มีหลายช่องทาง (ค่าเฉลี่ย 3.84) หลักประกันเงินกู้มีความยืดหยุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.77) และได้รับชดเชยอัตราดอกเบี้ยจากภาครัฐ (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความสำคัญในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ขั้นตอนในการติดต่อเข้าร่วมโครงการกับธนาคารมีความสะดวกและรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา ทำเลที่ตั้งของสาขาสามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ระยะเวลาในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อมีความรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.97) และธนาคารมีขนาดใหญ่ และมีสาขาทั่วไปประเทศ (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความสำคัญในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ มีพนักงานธนาคารให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับโครงการได้ถูกต้อง รวดเร็วและเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.90) รองลงมา มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และมีการประชาสัมพันธ์โดยการแจกแผ่นพับ ใบปลิวหรือมีป้ายโฆษณา ติดประกาศ (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ด้านพนักงาน โดยรวม ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความสำคัญในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ พนักงานมีความรู้ความชำนาญ สามารถชี้แจง และอธิบายรูปแบบโครงการได้อย่างชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา พนักงานมีความกระตือรือร้น และเต็มใจให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) พนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.01) พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ (ค่าเฉลี่ย 4.01) และมีพนักงานออกให้บริการนอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวม ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความสำคัญในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ขั้นตอนและการจัดเตรียมเอกสารในการขอกู้ไม่ยุ่งยาก และไม่ซับซ้อน ง่ายต่อการดำเนินงาน (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา เงื่อนไขในการอนุมัติเงินกู้มีความชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.02) สามารถให้บริการได้ถูกต้อง แม่นยำ และรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.00) ขั้นตอนในการใช้บริการธนาคารสะดวก รวดเร็ว ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน (ค่าเฉลี่ย 3.96) และมีการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง (ค่าเฉลี่ย 3.83)

ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวม ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความสำคัญในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ ธนาคารมีความสะอาดและมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา สถานที่กว้างขวาง มีการแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนตามการใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 4.16) เครื่องมือและอุปกรณ์ในการให้บริการของธนาคารมีความทันสมัยและให้บริการได้รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 4.14) และการออกแบบและตกแต่งสถานที่มีความสวยงาม (ค่าเฉลี่ย 4.13)

4. แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกร่วมกับการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี รายละเอียดดังนี้

4.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป พบว่า สภาพแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี มีผลกระทบด้านบวกต่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

4.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน พบว่า ภัยคุกคามที่มีผลต่อธุรกิจในระดับปานกลาง คือ ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อและภัยคุกคามจากอำนาจการต่อรองของผู้ขาย ส่วนภัยคุกคามที่มีผลต่อธุรกิจในระดับต่ำ คือ ภัยคุกคามจากการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจเดียวกัน ภัยคุกคามจากคู่แข่งหน้าใหม่และภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน

4.3 การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis)

จุดแข็ง (Strengths) ได้แก่ 1) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นธนาคารในการดูแลของรัฐบาลมีความมั่นคง มีแหล่งเงินทุนที่มั่นคง ทำให้เกษตรกรผู้ใช้บริการให้ความเชื่อถือและมีความมั่นใจในการใช้บริการ 2) เป็นธนาคารธนาคารที่มุ่งเน้นให้การช่วยเหลือเกษตรกร กลุ่มเกษตรกร และสหกรณ์การเกษตร สำหรับการประกอบอาชีพเกษตรกรรมหรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม 3) พนักงานธนาคารมีความใกล้ชิดและมีความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเกษตรกรที่เป็นลูกค้า 4) มีสาขาทุกอำเภอสามารถให้บริการแก่เกษตรกรได้ครอบคลุมทุกอำเภอ 5) มีการให้สินเชื่อร่วมกลุ่ม มีหัวหน้ากลุ่มเกษตรกรเป็นตัวแทนในการติดต่อกับธนาคาร และ 6) มีฐานลูกค้าเกษตรกรที่มีความจงรักภักดี

จุดอ่อน (Weaknesses) ได้แก่ 1) เน้นการสนับสนุนทางการเกษตรด้านเดียว ยังไม่ตอบสนองการบริการในด้านอื่น 2) จำนวนบุคลากรมีน้อย ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ 3) พนักงานขาดประสบการณ์ในการวิเคราะห์สินเชื่อ นอกภาคการเกษตร 4) ธ.ก.ส. ยังมีภาพลักษณ์ในเรื่องการบริการที่ล่าช้า การพิจารณาและอนุมัติสินเชื่อใช้เวลานาน และ 5) ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง

โอกาส (Opportunities) ได้แก่ 1) แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และนโยบายของรัฐบาลให้ความสำคัญกับภาคการเกษตร 2) การเปิด AEC เกษตรกรต้องการขยายตลาด ธ.ก.ส. จึงจะช่วยเหลือเป็นแหล่งเงินทุน 3) มีสาขาครอบคลุมทุกอำเภอสามารถให้บริการโครงการต่างๆ ได้ง่าย และ 4) แนวโน้มการผลิตและการบริโภคเนื้อของตลาดภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้น ตลาดเนื้อขยายตัวรวดเร็วและเนื้อมีราคาจำหน่ายสูงเป็นโอกาสที่ดีของผู้เลี้ยงโคเนื้อ

อุปสรรค (Threats) ได้แก่ 1) การเปลี่ยนแปลงนโยบายทางการเมือง 2) นโยบายของรัฐบาลทำให้นาการมีปริมาณงานมากเกินไปจนบุคลากร 3) ความสามารถในการชำระหนี้ของเกษตรกรลดลง เนื่องจากหนี้สินเพิ่มขึ้นขณะที่ ราคาสินค้าเกษตรลดลง และ 4) นโยบายรัฐมีเข้ามามากขึ้น อาจทำให้บริการลูกค้าไม่ทั่วถึงเท่าที่ควร

4.4 แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี ในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี โดย ธ.ก.ส. มีการดำเนินโครงการให้สินเชื่อเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสนับสนุนการเลี้ยง “โคเนื้อ โคขุน” ที่ยังไม่สิ้นสุดโครงการ โดยจำนวน 4 โครงการ ได้แก่ 1) โครงการสินเชื่อธุรกิจชุมชนสร้างไทย 2) โครงการสนับสนุนส่งเสริมการทำเกษตรแบบแปลงใหญ่ เพื่อปรับโครงสร้างการผลิต 3) โครงการสนับสนุนการขยายธุรกิจและเพิ่มศักยภาพการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกร และ 4) โครงการสินเชื่อนวัตกรรมเกษตร (Smart Farmer) โดยรัฐบาลมีเป้าหมายในการสนับสนุนสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำ ร้อยละ 0.01 (วงเงินสินเชื่อ 50,000 ล้านบาท) ในสินค้าและบริการที่มีตลาดรองรับชัดเจน เช่น การเลี้ยงโคขุนในระยะสั้น เป็นต้น ซึ่งจะสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ที่มั่นคงให้เกษตรกร และยกระดับอุตสาหกรรมผลิตโคเนื้อให้เป็นผู้นำในภูมิภาค สามารถผลิตได้เพียงพอกับความต้องการในประเทศ และส่งออกเพิ่มขึ้น ซึ่ง ธ.ก.ส. ได้ดำเนินการโครงการเพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรหันประกอบกิจการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากมีเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี มีความสนใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์กับ ธ.ก.ส. ในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี มากถึงเป็นร้อยละ 80.50

คาดว่า หากดำเนินการตามโครงการให้สินเชื่อเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ทั้ง 4 โครงการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาน้ำโสม

อำเภอป่าสัก จังหวัดอุดรธานี จะสามารถสนับสนุนการเลี้ยง “โคเนื้อ โคขุน” ของเกษตรกรที่เลี้ยงโคเนื้อในเขตอำเภอป่าสัก จากเดิมเกษตรกร จำนวน 116 ราย รวมเลี้ยงโคเนื้อทั้งหมด จำนวน 748 ตัว ให้มีเกษตรกรหันมาเลี้ยงโคเนื้อเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของจำนวนเกษตรกรที่เลี้ยงโคเนื้อในเขตอำเภอป่าสัก คือมีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 140 ราย และมีจำนวนโคเนื้อเพิ่มขึ้นเป็น 900 ตัว

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการศึกษานวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอป่าสัก จังหวัดอุดรธานี รายละเอียดดังนี้

พฤติกรรมของเกษตรกรในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้องภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ อำเภอป่าสัก จังหวัดอุดรธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ร้อยละ 66.25 ไม่ได้เลี้ยงโคเนื้อ ร้อยละ 74.50 ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร้อยละ 82.25 ไม่รู้จักสินเชื่อตามโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ ร้อยละ 63.25 ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ เนื่องจากชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร ร้อยละ 62.50 ติดต่อกับสินเชื่อตามโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์โดยติดต่อที่สาขาโดยตรง ร้อยละ 88.50 ชำระเงินด้วยตนเอง ร้อยละ 90.75 มีเงินกู้คงเหลือของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เป็นเงินต่ำกว่า 100,000 บาท ร้อยละ 33.50 กู้เงินกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) เพื่อใช้ในการทำนา/ทำไร่/ทำสวนร้อยละ 79.50 และสามารถชำระหนี้ได้ทันตามกำหนดระยะเวลา ร้อยละ 85.50 ส่วนใหญ่ใช้บริการสินเชื่อกับ ธ.ก.ส. โดยไม่ได้ใช้บริการที่อื่น ร้อยละ 67.75 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ(เพ็ญนภัส จันทรมณี และปิยะดา ห่อนาค, 2558 : 14 - 21) ศึกษาแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดการใช้บริการสินเชื่อในระบบของเกษตรกรลูกค้า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ที่พบว่า เกษตรกรสามารถชำระได้ทันตามกำหนด เหตุผลที่ลูกค้าเลือกใช้บริการสินเชื่อกับ ธ.ก.ส. คือ ระยะเวลาในการผ่อนชำระ เกษตรกรมีการใช้บริการกู้ยืมเงินนอกระบบด้วย โดยเหตุผลคือ ระยะเวลาในการอนุมัติสินเชื่อมีความรวดเร็วกว่า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ อำเภอป่าสัก จังหวัดอุดรธานี พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ด้านราคา โดยรวม ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.850) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) ด้านพนักงาน โดยรวม ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวม

ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยรวม ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (ศิวพร ยาสมร, 2561 : 11 - 17) ที่ศึกษาแผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายเชื้อธุรกิจรายย่อย ธนาคารกรุงไทย สาขาสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ในระดับสำคัญมากถึงมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ (จันทร์เพ็ญ พาอ่อน, 2560 : 23) ที่ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาในจังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการกับ ธ.ก.ส. ในระดับมากที่สุดในด้านราคา ด้านบุคลากรและด้านลักษณะทางกายภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ (สุภาวดี สะเดา, 2560 : 29) ศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายสินเชื่อเงินด่วน A-CASH ของลูกค้าเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น พบว่า ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อเงินด่วน A-CASH อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้ง 7 ด้าน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ (เพ็ญนภัส จันทรมณี และปิยะดา ห่อนาค, 2558 : 14 - 21) ที่ศึกษาแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดขายการใช้บริการสินเชื่อในระบบของเกษตรกรลูกค้า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสินเชื่อ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ธนาคารมีความมั่นคงทางการเงิน น่าเชื่อถือ และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป พบว่า สภาพแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี มีผลกระทบด้านบวกต่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน พบว่า ภัยคุกคามที่มีผลต่อธุรกิจในระดับปานกลาง คือ ภัยคุกคามจากอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และภัยคุกคามจากอำนาจการต่อรองของผู้ขาย ส่วนภัยคุกคามที่มีผลต่อธุรกิจในระดับต่ำ คือ ภัยคุกคามจากการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจเดียวกัน ภัยคุกคามจากคู่แข่งหน้าใหม่และภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน สอดคล้องกับการศึกษาของ (ขวัญฤทัย ฝาภิภา, 2555 : 32) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริการด้านสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาเชิงขวัญ จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษา พบว่า สภาพแวดล้อมทั่วไปมีปัจจัยที่เป็นผลกระทบด้านบวก คือ ปัจจัยด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี ด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และปัจจัยด้านลบ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเมือง และด้านเทคโนโลยี การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน พบว่า การคุกคามของสินค้าหรือบริการทดแทน ส่งผลในระดับสูง อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ส่งผลกระทบในระดับปานกลาง และการคุกคามของผู้เข้ามาใหม่และอำนาจต่อรองของผู้ขายส่งผลกระทบในระดับต่ำ

แนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี ในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี โดย ธ.ก.ส. มีการดำเนินโครงการให้สินเชื่อเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสนับสนุนการเลี้ยง “โคเนื้อ โคขุน” ที่ยังไม่สิ้นสุดโครงการ จำนวน 4 โครงการ ได้แก่ 1) โครงการสินเชื่อธุรกิจชุมชนสร้างไทย 2) โครงการสนับสนุนส่งเสริมการทำเกษตรแบบแปลงใหญ่ เพื่อปรับโครงสร้างการผลิต 3) โครงการสนับสนุนการขยายธุรกิจและเพิ่มศักยภาพการดำเนินงานของสถาบันเกษตรกร และ 4) โครงการสินเชื่อนวัตกรรมเกษตรกร (Smart Farmer) โดยรัฐบาลมีเป้าหมายในการสนับสนุนสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำ ร้อยละ 0.01 (วงเงินสินเชื่อ 50,000 ล้านบาท) ในสินค้าและบริการที่มีตลาดรองรับชัดเจน เช่นการเลี้ยงโคขุนในระยะสั้น เป็นต้น ซึ่งจะสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ที่มั่นคงให้เกษตรกร และยกระดับอุตสาหกรรมการผลิตโคเนื้อให้เป็นผู้นำในภูมิภาค สามารถผลิตได้เพียงพอกับความต้องการในประเทศ และส่งออกเพิ่มขึ้น ซึ่ง ธ.ก.ส. ได้ดำเนินการโครงการเพื่อสนับสนุนให้เกษตรกรหันประกอบกิจการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากมีเกษตรกรในเขตพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี มีความสนใจเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์กับ ธ.ก.ส. ในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี มากถึงเป็นร้อยละ 80.50 คาดว่า หากดำเนินการตามโครงการให้สินเชื่อเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ทั้ง 4 โครงการ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) สาขาน้ำโสม อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี สามารถขยายฐานการปล่อยสินเชื่อได้มากขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับการศึกษาของ (สุภาวดี สะเดา, 2560 : 24) ที่ศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อเงินด่วน A-CASH ของลูกค้าเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขานองเรือ จังหวัดขอนแก่น พบว่ามีแนวทางในการเพิ่มยอดทั้งหมด 5 โครงการคือ 1) B card A cash 2) เงินด่วนหน้าบ้าน 3) กู้ด่วนล้นด่วน 4) เพื่อนช่วยเพื่อน และ 5) หลักทรัพย์อุ่นใจ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

จากการวิจัยพบว่า มีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี จำนวนไม่มาก แต่มีผู้สนใจอยากเข้าร่วมโครงการถึงร้อยละ 80.50 ดังนั้น ธ.ก.ส. จึงควรมีการดำเนินการเชิงรุก เพื่อให้มีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะแนวทางที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้สามารถดำเนินการเพื่อให้มีเกษตรกรเข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้น ดังนี้

1.1 ควรทำการติดต่อเกษตรกรกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีความสนใจในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์กับ ธ.ก.ส. ในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี อย่างเร่งด่วน เพื่อให้สามารถอนุมัติสินเชื่อเพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนลูกค้าให้ได้ตามเป้าหมายของธนาคาร

1.2 ควรมีการติดต่อเพื่อให้ข้อมูลข่าวสารกับลูกค้าของธนาคารอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษฐานลูกค้า เพื่อให้สามารถกระจายข่าวสารและเข้าถึงลูกค้าทุกคนได้ง่ายขึ้น พร้อมทั้งจัดกิจกรรมที่เป็นประโยชน์กับลูกค้า เช่น การจัดงาน เพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจในการเข้าร่วมโครงการสินเชื่อต่างๆ ของทางธนาคารมากขึ้น

1.3 ควรทำการวางแผนประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อให้สามารถเข้าถึงเกษตรกรกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว และเกษตรกรได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และกระตุ้นความสนใจและความต้องการในการเข้าร่วมโครงการขอสินเชื่อประเภทต่างๆ ของธนาคาร

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

จากการวิจัยแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี ในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์และกิจการที่เกี่ยวข้อง ภายใต้ความร่วมมือระหว่างกรมปศุสัตว์ กับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) ในการเลี้ยงโคเนื้อแบบกลุ่มของเกษตรกร และวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ อำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานีเพื่อการเลี้ยงโคเนื้อไม่น้อย ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการศึกษาวิจัยส่วนที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถดำเนินการโครงการได้ดีขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีข้อเสนอสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

2.1 ควรมีการศึกษาคู่แข่งที่มีการให้บริการด้านสินเชื่อทั้งคู่แข่งในระบบและคู่แข่งนอกระบบที่มีผลกระทบต่อการให้สินเชื่อของธนาคาร เพื่อวางแผนรับมือและหาแนวทางในการรักษฐานลูกค้าเพิ่มและเพิ่มลูกค้าใหม่

2.2 ควรศึกษาความต้องการในการขอสินเชื่อของเกษตรกรกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนประชาสัมพันธ์เชิงรุกของสาขา เพื่อให้สามารถให้คำแนะนำและเชิญชวนเกษตรกรผู้ใช้บริการเกิดความเข้าใจและมาใช้บริการด้านสินเชื่อของธนาคารเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กองส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์. (2563). *คู่มือการปฏิบัติงานโครงการส่งเสริมการเลี้ยงสัตว์ และกิจการที่เกี่ยวข้อง*. กรุงเทพมหานคร: กรมปศุสัตว์.
- ขวัญฤทัย ภาลิกา. (2555). *แนวทางการพัฒนาการบริการด้านสินเชื่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ การเกษตร สาขาเชียงใหม่ จังหวัดร้อยเอ็ด*. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต. บัณฑิตมหาวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- จันทร์เพ็ญ พาอ่อน. (2560). *ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร สาขาในจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตมหาวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เพ็ญนภัส จันทรมณี และปิยะดา ห่อนาค. (2558). *แผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดการใช้บริการสินเชื่อในระบบของ เกษตรกรลูกค้า ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ*. เอกสาร ประกอบการประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการ ระดับชาติและระดับนานาชาติ ประจำปี 2558. 19-20 กันยายน 2558. ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.
- ศิวพร ยาสมร. (2561). *แผนการตลาดเพื่อเพิ่มยอดสินเชื่อธุรกิจรายย่อย ธนาคารกรุงไทย สาขาสวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด*. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตมหาวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานเกษตรอำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี. (2563). *ข้อมูลเกษตรกรอำเภอน้ำโสม จังหวัดอุดรธานี*. อุดรธานี: สำนักงานเกษตรอำเภอน้ำโสม.
- สุภาวดี สะเดา. (2560). *แนวทางการเพิ่มยอดสินเชื่อเงินด่วน A-CASH ของลูกค้าเกษตรกร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขานองเรือ จังหวัดขอนแก่น*. รายงานการศึกษาอิสระปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตมหาวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- องค์การบริหารส่วนตำบลน้ำโสม. (2563). *ข้อมูลทั่วไปอำเภอน้ำโสม*. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2564. แหล่งที่มา: http://www.namsom.go.th/index.php?op=dynamiccontent_detail&dynamiccontent_id=25467
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd Ed). New York: Harper and Row.