



รายงานผลการวิจัย
เรื่อง

การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)
กรณีศึกษา สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

โดย

รัชพล หลิมวัฒนา ¹

ภาณุพันธุ์ ประภาติกุล ²

วุฒิชัย คำดี ³

¹ สำนักพัฒนาพันธุ์สัตว์ กรมปศุสัตว์

² มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

³ สำนักงานปศุสัตว์เขต 5 กรมปศุสัตว์

การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)
กรณีศึกษา สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่

โดย

รัชพล หลิมวัฒนา ¹

ภาณุพันธุ์ ประภาติกุล ²

วุฒิชัย คำดี ³

¹ สำนักพัฒนาพันธุ์สัตว์ กรมปศุสัตว์

² มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

³ สำนักงานปศุสัตว์เขต 5 กรมปศุสัตว์

2566

คำนำ

ธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์หรือ Feed Center ในสหกรณ์โคนมเกิดขึ้นภายใต้การส่งเสริมและพัฒนาของภาครัฐ เพื่อให้สหกรณ์โคนมสร้างหน่วยธุรกิจของสหกรณ์ด้านการผลิต และให้บริการด้านอาหารสัตว์แก่สมาชิก เพื่อให้เกิดการพัฒนาการเลี้ยงโคนม การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการลดต้นทุนการผลิต ลดปัญหาการใช้แรงงานฟาร์มในการจัดการด้านอาหารสัตว์ การดำเนินธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ มีปัจจัยความสำเร็จคือ สามารถผลิตอาหารสัตว์ให้บริการแก่สมาชิกในราคาที่เหมาะสมหรือในราคาที่เท่ากับหรือถูกกว่าท้องตลาด และอาหารสัตว์ที่ผลิตจะต้องมีคุณภาพสูงหรือเท่าเทียมกับอาหารสัตว์ที่จำหน่ายโดยทั่วไป การบริหารจัดการศูนย์ผลิตอาหารสัตว์นอกจากการผลิตอาหารสัตว์ที่มีคุณภาพและราคาต่ำแล้ว จะต้องมีการบริหารจัดการด้านการตลาดที่ดีด้วย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่เกษตรกรที่เป็นสมาชิกที่มีความหลากหลาย และมีความแตกต่างด้านปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ด้านเงินลงทุน ความพร้อมและขนาดของฟาร์มของสมาชิก ดังนั้น การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไทยปรการ จำกัด เพื่อให้ทราบถึงสถานภาพการประกอบธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ โดยวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ความพึงพอใจและยอมรับสินค้าอาหารโคนมของเกษตรกรที่เป็นสมาชิก ซึ่งถือเป็นปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) และนำผลการศึกษาไปใช้ในวางกลยุทธ์เพื่อเสนอแนะการบริหารจัดการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ของธุรกิจการศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ต่อไป

หวังเป็นอย่างยิ่งว่า การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไทยปรการ จำกัด ฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ที่จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการประกอบธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์แก่สหกรณ์โคนมในพื้นที่อื่น ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอาชีพเลี้ยงโคนมของประเทศต่อไป

คณะผู้วิจัย

กรกฎาคม 2566

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการจนสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่ให้ความช่วยเหลือและให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ขอขอบพระคุณผู้บังคับบัญชาทุกท่านที่สนับสนุนให้เกิดงานวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ส่วนยุทธศาสตร์และสารสนเทศการปศุสัตว์ และเจ้าหน้าที่ส่วนส่งเสริมและพัฒนาการปศุสัตว์ สำนักงานปศุสัตว์เขต 5 ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านการประสานงานกับสหกรณ์โคนมและเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในพื้นที่ ขอขอบคุณคณะกรรมการบริหารสหกรณ์และเจ้าหน้าที่งานส่งเสริมโคนมของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ที่อำนวยความสะดวกในการเข้าพื้นที่เพื่อจัดเก็บข้อมูล และขอขอบคุณเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูลจนทำให้การวิจัยครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์

คณะผู้วิจัย

กรกฎาคม 2566

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) กรณีศึกษา สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เกษตรกรพึงพอใจยอมรับสินค้าอาหารสัตว์ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 143 ราย โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีค่าความเชื่อมั่นตามวิธีศรอนบาคเท่ากับ 0.958 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตลอดจนการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญและประสิทธิภาพ ความพึงพอใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยความสำเร็จด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA)

ผลการวิจัย พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 52.36 ปี มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.67 เกษตรกรมีประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมเฉลี่ย 15.73 ปี โดย ณ วันสัมภาษณ์ พบว่า เกษตรกรมีจำนวนโคนมเฉลี่ย 74.84 ตัว แบ่งเป็น โครตินมเฉลี่ย 30.17 ตัว สามารถให้ผลผลิตน้ำนมดิบเฉลี่ย 337.26 กิโลกรัม/วัน โดยในปี พ.ศ. 2566 พบว่า เกษตรกรมีรายได้สุทธิเฉลี่ยจากการเลี้ยงโคนม 77,046.57 บาทต่อเดือน ในขณะที่มีต้นทุนค่าอาหารชั้นเฉลี่ย 72,493.50 บาทต่อเดือน ทั้งนี้ เกษตรกรมีพื้นที่แปลงหญ้าเฉลี่ย 10.27 ไร่ แต่เกษตรกรส่วนใหญ่กลับไม่มีการสำรองพืชอาหารสัตว์ในฤดูแล้ง ปัญหาและอุปสรรคด้านการดำเนินงานภายในฟาร์ม พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงประสบปัญหาในระดับมากด้านโรงเรือน เนื่องจากอุปกรณ์มีราคาแพง การสร้างโรงเรือนมาตรฐานต้องใช้เงินทุนสูง

การวิเคราะห์สถานการณ์โดยเทคนิค SWOT Analysis พบว่า สหกรณ์มีผู้นำและคณะกรรมการที่มีวิสัยทัศน์ มีความสามารถ เชื่อสัจย์ มีความมุ่งมั่นในการบริหารงาน และธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ถือเป็นกิจกรรมที่เกื้อหนุนต่อการประกอบอาชีพเลี้ยงโคนมของเกษตรกรที่เป็นสมาชิก และสอดคล้องกับอุดมการณ์ของสหกรณ์ ในขณะที่ข้อจำกัดที่สำคัญคือ ด้านที่ตั้งของศูนย์ผลิตอาหารสัตว์อยู่ไกลกับแหล่งวัตถุดิบอาหารสัตว์ ปัญหาด้านวัตถุดิบอาหารสัตว์ราคาแพงที่ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ปัญหาด้านต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตสูง และปัญหาด้านต้นทุนค่าเครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์ที่มีราคาแพง การวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) พบว่า ปัจจัยย่อยทางการตลาดจำนวน 19 ปัจจัยอยู่ใน Quadrant B สามารถตอบสนองเกษตรกรได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่เกษตรกรให้ความสำคัญมาก ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A จำนวน 1 ปัจจัย ที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษ และควรจะมีการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เรื่องฝ่ายผลิตและฝ่ายการตลาดมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการแก่เกษตรกรสมาชิก ปัจจัยย่อยอยู่ใน Quadrant C จำนวน 14 ปัจจัย ที่สหกรณ์สามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่มี

ความสำคัญต่อเกษตรกร และปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant D ที่สหกรณ์ให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของเกษตรกรคือ ปัจจัยการให้ความสำคัญกับการสร้างช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลายกว่าการที่เกษตรกรจะมารับสินค้าเองที่จุดจำหน่ายของสหกรณ์

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้มีดังนี้ (1) การพัฒนาศักยภาพผู้นำและคณะกรรมการของสหกรณ์โคนมอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการสร้างและพัฒนาเกษตรกรผู้นำและคณะกรรมการในรุ่นต่อไป โดยเฉพาะการเปิดโอกาสให้เกษตรกรรุ่นใหม่ได้เข้ามาส่วนร่วมในการบริหารสหกรณ์โคนมมากขึ้น (2) การเชื่อมโยงกับแหล่งวัตถุดิบอาหารสัตว์ หรือการส่งเสริมให้เกษตรกรในพื้นที่ที่มีพื้นที่การเกษตรว่างเปล่าหันมาวัตถุดิบอาหารสัตว์ โดยเฉพาะพืชอาหารสัตว์ ในลักษณะเกษตรพันธะสัญญา (Contract Farming) กับสหกรณ์โคนม (3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรต้องเข้าปாயทอดความรู้และทักษะด้านการวิจัยและวิเคราะห์ตลาด วางแผนการตลาด วางแผนการจัดการ ด้านการเงิน การบริหารจัดการต้นทุนต่าง ๆ รวมถึงการจัดการทางด้านบัญชี วิเคราะห์ต้นทุน ยอดขาย กำไร ให้กับผู้นำ คณะกรรมการ และเจ้าหน้าที่สหกรณ์โคนมอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนร่วมวางแผนกลยุทธ์ร่วมกับสหกรณ์โคนม ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และ (4) การให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับข้อดีและประโยชน์ทางตรงและทางอ้อมที่เกษตรกรจะได้รับหากซื้ออาหารสัตว์จากศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนม ในขณะเดียวกันสหกรณ์โคนมจะต้องมีการสำรวจความต้องการตามชนิดและประเภทของโคนมของเกษตรกรส่วนใหญ่ ที่สำคัญ ก็คือ มีการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่มีคุณภาพ การกำหนดราคาจำหน่ายที่เหมาะสม การจัดเก็บในบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และมีอายุการเก็บรักษาที่เหมาะสม ซึ่งคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์ดังกล่าวย่อมส่งผลส่งผลทำให้เกษตรกรมีความพึงพอใจ ซึ่งจะนำไปสู่ความภักดีในสินค้า (Royalty) ของเกษตรกรในอนาคต

คำสำคัญ : ความสำเร็จ ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ และสหกรณ์โคนมการเกษตรไทยปรกาการ

Abstract

The Research topic was factors for success of the animal feed production center business (Feed Center), case study: Chai Prakan Agricultural Dairy Cooperative Limited, Chiang Mai Province There is an important objective to analyze the marketing mix factors that farmers were satisfied with and except for animal feed products. Data were collected from a sample of 143 people using an interview schedules with a reliability using the Cronbach's method equal to 0.958. Data were analyzed using frequency, percentage, maximum, minimum, mean and standard deviation. as well as comparing the importance and efficiency satisfaction of marketing mix factors to analyze success factors using techniques Importance-Performance Analysis (IPA).

The results of the research found that most farmers were male, with an average age of 52.36 years and had a bachelor's degree in the majority, accounting for 28.67 percent. The farmers had an average of 15.73 years of experience raising dairy cattle. On the day of the interview, it was found that the farmers had an average number of dairy cattle of 74.84. Divided into an average of 30.17 milking dairy cattle, able to produce an average raw milk yield of 337.26 kilograms/day. In 2023, it was found that farmers had an average net income from raising dairy cattle of 77,046.57 baht per month, while having feed costs. The average concentration feed was 72,493.50 baht per month. Farmers have an average pasture area of 10.27 rai, but most farmers do not have animal feed reserves in the dry season. Problems and obstacles in farm operations. It was found that most farmers still face high levels of problems in animal housing. Because the equipment is expensive, building a standard animal housing requires a lot of capital.

Analysis of the situation using the SWOT Analysis technique found that the cooperative has leaders and committees with vision, ability, honesty, and determination in management. And the animal feed production center business is considered an activity that supports the dairy farming career of farmers and is in line with the cooperative's ideology. While the important limitations are the location of the animal feed production center is far from the source of animal feed ingredients. Problems with expensive animal feed raw materials that result in higher production costs. Problem of high labor costs in production and problems with machinery costs expensive tools and equipment technical analysis Importance Performance Analysis (IPA) found that 19 marketing sub-factors in Quadrant B were able to respond well to

farmers in the characteristics that farmers attach great importance. One sub-factor in Quadrant A should be given special attention. and should be urgently improved. The production department and marketing department were involved in the process of providing services to farmers. There were 14 sub-factors in Quadrant C that cooperatives can postpone improving for the time being. This is because the sub-factors are not important to farmers. And the factors in Quadrant D that cooperatives place more emphasis on than necessary are characteristics that are of little importance to farmers' decisions. The factor is to focus on creating more diverse distribution channels than when farmers pick up their products at the cooperative's sales point.

Suggestions from this research are as follows: (1) Continuously develop the potential of leaders and committees of dairy cooperatives. Along with creating and developing the next generation of farmers, leaders, and committee members. There is an opportunity for new generations of farmers to become more involved in the management of dairy cooperatives. (2) Linking with the source of animal feed raw materials or encouraging farmers in areas with empty agricultural land to turn to animal feed ingredients. especially animal feed crops in the form of contract farming (Contract Farming) with dairy cooperatives. (3) Relevant agencies should be involved in imparting knowledge and skills in market research and analysis. Marketing plan financial management, various cost management, including accounting management. Continuously analyze costs, sales, and profits for leaders, committees, and dairy cooperative officials. as well as jointly planning strategies with dairy cooperatives Both in the short and long term and (4) Providing knowledge and understanding about the direct and indirect advantages and benefits that farmers will receive if they purchase animal feed from the Animal Feed Production Center (Feed Center) of the dairy cooperative. At the same time, the dairy cooperative must survey the needs of most farmers based on the type and type of dairy cattle. Importantly, quality animal feed ingredients are used. Determining the appropriate selling price Storing in appropriate packaging and has an appropriate shelf life. The characteristics of such animal feed products will result in farmers being satisfied. This will lead to product loyalty (Royalty) among farmers in the future.

Keywords: Success, Animal Feed Center, and Chai Prakan Agricultural Dairy Cooperative

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม	5
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และความรู้ทางวิชาการหรือแนวคิดที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย	5
2.1.1 ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจ	5
2.1.2 ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's)	7
2.1.3 ทฤษฎีการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis	9
2.1.4 แนวคิดความพึงพอใจให้ลูกค้า (Customer Satisfaction)	9
2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความพึงพอใจ	10
2.1.6 ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด	12
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	17
3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	17
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	17
3.3 ขอบเขตพื้นที่ทำการวิจัย	18
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	18
3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย และวิจารณ์ผล	21
ส่วนที่ 4.1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคม ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม	21
ส่วนที่ 4.2 สภาพการดำเนินงานฟาร์มโคนมบางประการของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม	33
ส่วนที่ 4.3 ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของเกษตรกร ผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด	41
4.3.1 ระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของ สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)	41
4.3.2 ระดับความสำคัญของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของ สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)	48
4.3.3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) โดยใช้การเปรียบเทียบความพึงพอใจและระดับ ความสำคัญของเกษตรกรต่อส่วนประสมการตลาดของศูนย์ผลิต อาหารสัตว์ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด	56
4.3.4 ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตร ไชยปราการ จำกัด ต่อธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)	60
ส่วนที่ 4.4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ ของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)	66
ส่วนที่ 4.5 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่เป็นส่วนสำคัญในความสำเร็จของการผลิตและ จำหน่ายอาหารสัตว์ของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)	68
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	72
5.1 สรุปผลการวิจัย	72
5.1.1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้าน สังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม	72

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.1.2 สภาพการดำเนินงานฟาร์มโคนมบางประการของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม	73
5.1.3 ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด	74
5.1.4 ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะการผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)	83
5.1.5 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคที่สำคัญในความสำเร็จของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด	84
5.2 ข้อเสนอแนะ	85
เอกสารอ้างอิง	88
ภาคผนวก	90
ภาพที่ตั้งศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed center) ของสหกรณ์โคนมไชยปราการ จำกัด	91
ภาพกิจกรรมศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed center)	92
ภาพกิจกรรมสนทนากลุ่ม (FOCUS GROUP) ด้วยเทคนิค SWOT ANALYSIS ณ โรงแรมวันบัดเจต อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย	94

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละ เพศของเกษตรกร	21
ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อายุของเกษตรกร	2
ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ร้อยละ ระดับการศึกษาของเกษตรกร	22
ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมของเกษตรกร	22
ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนโคนมเริ่มแรกของเกษตรกร	23
ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนโคนมปัจจุบันของเกษตรกร	23
ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนโครีดนมของเกษตรกร	24
ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนโคหยดรีดนมของเกษตรกร	24
ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนโคสาวท้องของเกษตรกร	25
ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนโครุ่นของเกษตรกร	26
ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนลูกโคของเกษตรกร	26
ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนลูกโคเพศผู้ของเกษตรกร	27
ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ การสืบทอดกิจการโคนมของเกษตรกร	27
ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แรงงานในครัวเรือนของเกษตรกร	28
ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แรงงานจ้างนอกครัวเรือนของเกษตรกร	28

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รายได้สุทธิเฉลี่ยของเกษตรกร	29
ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ แนวโน้มรายได้ของเกษตรกร	30
ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รายได้จากแหล่งอื่น ๆ ของเกษตรกร	30
ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาระหนี้สินคงค้างของเกษตรกร	31
ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ แหล่งเงินทุนของเกษตรกร	31
ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกร	32
ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลผลิตน้ำนมดิบของเกษตรกร	32
ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสารของเกษตรกร	33
ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การติดต่อเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์ของเกษตรกร	33
ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การติดต่อเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการเกษตรของเกษตรกร	34
ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การติดต่อเจ้าหน้าที่ของบริษัทเอกชนของเกษตรกร	35
ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พื้นที่แปลงหญ้าสำหรับใช้เลี้ยงโคนมของเกษตรกร	35
ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ การสำรองพืชอาหารสัตว์ในฤดูแล้งของเกษตรกร	36
ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ต้นทุนค่าอาหารของเกษตรกร	36
ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ การรับรองมาตรฐานฟาร์มของเกษตรกร	37
ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ปัญหาและอุปสรรค ด้านการดำเนินงานภายในฟาร์มของเกษตรกร	39

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
<p>ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล ความพึงพอใจของเกษตรกร ผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)</p>	43
<p>ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการแปลผล ระดับความสำคัญของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)</p>	51
<p>ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และ IPA Quadrants ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)</p>	58
<p>ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)</p>	62
<p>ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ระดับปัญหาของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด</p>	66
<p>ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant B ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)</p>	79
<p>ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant C ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)</p>	81

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบการให้ความสำคัญและประสิทธิภาพ (ความพึงพอใจ) ของผลิตภัณฑ์และบริการ	11
ภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย	16
ภาพที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลความพึงพอใจและระดับความสำคัญ ของเกษตรกรต่อส่วนประสมการตลาดของศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไร่ชัยปราการ จำกัด ตามแนวคิดการวิเคราะห์ ความพึงพอใจ	57

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

วิวัฒนาการด้านอาหารสัตว์ของประเทศไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งทางด้านการศึกษาวิจัยและพัฒนาการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เหมาะสม เพื่อการเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต การนำเข้าวัตถุดิบอาหารสัตว์จากต่างประเทศ การคำนวณสูตรอาหารสัตว์ การปรับปรุงกระบวนการผลิตอาหารสัตว์ เพื่อให้อาหารสัตว์มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม ซึ่งในปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารสัตว์มีความเกี่ยวข้องกับภาคการผลิตอื่น ได้แก่ ผู้ผลิตวัตถุดิบอาหารสัตว์เพื่อป้อนให้กับโรงงานอาหารสัตว์ ผู้ค้าวัตถุดิบอาหารสัตว์ ซึ่งรวบรวมพืชไร่ชนิดต่าง ๆ จำหน่ายให้โรงงานอาหารสัตว์ เป็นต้น

ต้นทุนทางด้านอาหารของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม คิดเป็น 60-70% ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ดังนั้น การจัดการด้านอาหารสัตว์จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการที่เหมาะสมให้ความสำคัญด้านคุณภาพอาหาร เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อการผลิตและสุขภาพของโคนม อย่างไรก็ตามการจัดการด้านอาหารโคนมมีปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องที่ทำให้การจัดการให้อาหารไม่สามารถควบคุมปริมาณและคุณภาพได้ ดังนั้น เกษตรกรจึงมีความจำเป็นต้องใช้วัสดุเศษเหลือทางการเกษตรที่ไม่สามารถควบคุมคุณภาพได้และมีปริมาณที่ไม่สม่ำเสมอและเพียงพอ จึงส่งผลทำให้การใช้ประโยชน์ได้อย่างไม่เต็มที่

ธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์หรือ Feed Center ในสหกรณ์โคนมได้เกิดขึ้นภายใต้การส่งเสริมและพัฒนาของภาครัฐ เพื่อให้สหกรณ์โคนมสร้างหน่วยธุรกิจของสหกรณ์ด้านการผลิตและให้บริการอาหารสัตว์แก่สมาชิก เพื่อมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนาการเลี้ยงโคนมที่มั่นคงด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการลดต้นทุนการผลิต ลดปัญหาการใช้แรงงานฟาร์มในการจัดการอาหารสัตว์ที่เกษตรกรต้องออกตระเวนไปตัดหญ้ายังสถานที่ที่ไกลจากที่ตั้งฟาร์ม ลดแรงงานในการปลูกแปลงพืชอาหารสัตว์ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมด้านการสร้างเครือข่ายผู้ผลิตอาหารหยาบ เพื่อการจำหน่ายให้ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ ลดการพึ่งพาแหล่งอาหารสัตว์จากภายนอก และยังสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอีกทางหนึ่ง อย่างไรก็ตามธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ของสหกรณ์โคนมจะสำเร็จได้นั้นต้องบริหารการผลิตที่มีต้นทุนการผลิตให้ต่ำมากที่สุด เพื่อจำหน่ายอาหารสัตว์ให้แก่สมาชิกในราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาด และอาหารสัตว์ที่ผลิตจะต้องมีคุณภาพสูงหรือเท่าเทียมกับอาหารสัตว์ที่จำหน่ายโดยทั่วไป ซึ่งต้องอาศัยการบริหารจัดการที่ดี สหกรณ์โคนมจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่สมาชิก และมีการบริการเสริมอื่น ๆ ที่เป็นแรงจูงใจให้แก่สมาชิก เช่น การฝึกอบรมการใช้อาหารส่วนในฟาร์มโคนม การสร้างฟาร์มสาธิต และทดสอบการใช้อาหาร เป็นต้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่เกษตรกร

สมาชิกที่มีความหลากหลายและมีความแตกต่างด้านความพร้อมในแต่ละด้านที่ไม่เท่ากัน ที่สำคัญคือ ความแตกต่างด้านปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ด้านเงินลงทุน ความพร้อม และขนาดของฟาร์มของสมาชิก ซึ่งล้วนแล้วแต่มีผลต่อความสำเร็จต่อการดำเนินงานของศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ของสหกรณ์โคนมแทบทั้งสิ้น

สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2511 เมื่อวันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2532 ในนามสหกรณ์การเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อมาในปี พ.ศ. 2546 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด เนื่องจากสหกรณ์ได้ดำเนินธุรกิจหลายด้าน และมีธุรกิจในการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมขยายตัวได้ดีตอบสนองความต้องการของสมาชิก สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 176 หมู่ที่ 1 ตำบลศรีดงเย็น อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มดำเนินกิจการเมื่อวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2532 โดยมีสมาชิกเริ่มต้น 83 ราย ในปี พ.ศ. 2538 ได้เริ่มส่งเสริมการเลี้ยงโคนมโดยการส่งเสริมของกรมปศุสัตว์ ภายใต้โครงการปรับปรุงและเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร (คปร.) สมาชิกเริ่มต้น 100 ราย และได้รับสนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำจากสถาบันการเงิน สมาชิกได้รับโคนมเมื่อปลายปี พ.ศ. 2538 รายละ 5 ตัว รวมแม่โคนมที่เริ่มต้นจำนวน 500 ตัว ปัจจุบันกิจกรรมการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมนับได้ว่าเป็นกิจกรรมที่ประสบความสำเร็จและถือเป็นสหกรณ์โคนมที่ผลผลิตน้ำนมต่อวันรายฟาร์ม และปริมาณน้ำนมเฉลี่ยต่อตัวต่อวันมากที่สุดในเขตภาคเหนือตอนบน โดยในปัจจุบันมีฟาร์มโคนมของสมาชิกจำนวน 223 ฟาร์ม ปริมาณน้ำนม 73.4 ตันต่อวัน จำนวนโคนมทั้งหมด 16,731 ตัว จำนวนแม่โค 8,290 ตัว (สำนักงานปศุสัตว์เขต 5, 2566) ซึ่งสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ถือเป็นสหกรณ์ที่มีการดำเนินธุรกิจหลายอย่าง กล่าวคือ (1) ธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย เช่น อาหารสัตว์ ข้าวสาร ปุ๋ย และยาสัตว์ (2) ธุรกิจสินเชื่อ (3) ธุรกิจรวบรวมน้ำนมดิบ (4) ธุรกิจส่งเสริมการเกษตร และ (5) ธุรกิจตลาดกลางสินค้าเกษตรเพื่อบริการตราซั่งผลผลิตทางการเกษตรเพื่อจำหน่ายให้กับพ่อค้าต่อไป และจากการดำเนินธุรกิจดังกล่าวล้วนมีส่วนทำให้สหกรณ์ได้พัฒนาตนเองจนสามารถเป็นที่พึ่งด้านเศรษฐกิจของเกษตรกรที่เป็นสมาชิกได้ จากการที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้มีนโยบายสนับสนุนและสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมและสหกรณ์โคนมให้สามารถดำเนินธุรกิจโคนมอย่างยั่งยืน เน้นการปรับโครงสร้างการผลิตสินค้าเกษตร และการลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกรไทย เพื่อส่งเสริมเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในการผลิตน้ำนมดิบที่มีคุณภาพ ในปี พ.ศ. 2559 ได้จัดสรรงบประมาณให้สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ให้ดำเนินโครงการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันสหกรณ์ ผู้เลี้ยงโคนมจำนวน 7,700,000 บาท เพื่อดำเนินโครงการธนาคารโคทดแทนฝูง และการผลิตอาหารหยาบ TMR แก่ลูกโคสาวในโครงการ เพื่อเป็นการส่งเสริมการลดภาระเลี้ยงลูกโคและโคสาว และในปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ได้รับการจัดสรรงบประมาณจากภาครัฐตามโครงการส่งเสริมการใช้เครื่องจักรกลการเกษตรทดแทนแรงงานเกษตรกร จำนวน 6,576,400 บาท เพื่อ

สนับสนุนการก่อสร้างโครงการศูนย์ผลิตอาหารสัตว์หรือ Feed Center เพื่อจำหน่ายให้แก่เกษตรกรที่เป็นสมาชิก และสหกรณ์โคนมในพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกร ผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิก และในพื้นที่ใกล้เคียง สามารถลดต้นทุนการผลิต เพิ่มรายได้ และลดรายจ่ายได้ (วิเชียร สันกาวิ, 2566)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) กรณีศึกษา สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีหน่วยธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ให้บริการแก่สมาชิก เพื่อให้ทราบถึงสถานภาพการทำธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) และวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เกษตรกรให้ความสำคัญต่อการยอมรับสินค้าอาหารโคนมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ตลอดจนการวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ทั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้มาใช้ในวงกลยุทธ์ เพื่อเสนอแนะกระบวนการบริหารจัดการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ของธุรกิจการศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม สถานภาพการดำเนินงานฟาร์มโคนมบางประการของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด

2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เกษตรกรพึงพอใจและให้ความสำคัญต่อการยอมรับสินค้าอาหารสัตว์ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด

3) เพื่อให้ทราบถึงปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหารสัตว์ ของธุรกิจการศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ทำให้ทราบถึงแนวทางการบริหารจัดการศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับปัจจัยความต้องการของผู้รับบริการ (เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม)

2) สหกรณ์โคนมหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) กรณีศึกษา สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด

จังหวัดเชียงใหม่ ไปกำหนดนโยบายหรือใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการส่งเสริมการทำธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมในพื้นที่ต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 นิยามศัพท์

เกษตรกร หมายถึง เกษตรกรเลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด

สหกรณ์ หมายถึง สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด

ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) หมายถึง ธุรกิจจัดหาสินค้าอาหารสัตว์มาจำหน่าย เช่น อาหารสัตว์ประเภทอาหารหยาบ อาหารข้น วัตถุดิบอาหารสัตว์ อาหารสัตว์สำเร็จรูป แร่ธาตุและอาหารเสริม

ปัจจัย หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งเป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งสหกรณ์ใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเกษตรกร ประกอบด้วยปัจจัย 7 ประการ ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยความสำเร็จ หมายถึง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่เกษตรกรซึ่งเป็นผู้รับบริการให้ความสำคัญ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นในการวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ กรณีศึกษา สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ โดยแนวคิดทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และความรู้ทางวิชาการหรือแนวคิดที่ใช้ในการดำเนินการ ประกอบด้วย

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และความรู้ทางวิชาการหรือแนวคิดที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย

2.1.1 ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของธุรกิจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ได้อธิบายถึง ส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเป็นส่วนสำคัญในการตลาดมาก เพราะการที่จะเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับตลาดเป้าหมายได้ถูกต้องนั้น จะต้องสร้างสรรค์ส่วนประสมทางการตลาดขึ้นมาในอัตราส่วนที่พอเหมาะกัน ซึ่งในการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4P's นั้น ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอเพื่อขายโดยธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตน หรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล โดยผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้

2) ราคา (Price) จำนวนเงินที่ต้องชำระเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ หรือมีสิ่งที่มีค่าอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคต้องนำไปแลกเปลี่ยนกับประโยชน์ที่ได้รับจากการมี หรือได้ใช้สินค้าหรือเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ออกมาในรูปของเงินตราผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์ และราคาผลิตภัณฑ์นั้น โดยถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาจะตัดสินใจซื้อ

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution Channel) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย จึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภคคนสุดท้าย หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม โดยมีกิจกรรมซึ่งเป็นกิจกรรมที่ช่วยกระจายสินค้า ประกอบด้วย (1) การขนส่ง (2) การเก็บรักษาสินค้าคงคลังและการคลังสินค้า และ (3) การบริการสินค้าคงเหลือ

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อ

เตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อของผู้ซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน ซึ่งเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ อาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่งชั้นโดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการตลาด การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง

สำหรับธุรกิจบริการจะนำหลักการของ 7P's เข้ามาใช้ โดย ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) ได้อธิบายว่า ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ประกอบด้วยปัจจัย 7 ประการ (Marketing Mix หรือ 7P's) ดังต่อไปนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) การพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บริการ จะต้องพิจารณาถึงขอบเขตของบริการ คุณภาพของบริการ ระดับชั้นของการบริการ ราคาสินค้า สายการบริการ การรับประกันและการบริการหลังการขาย นั่นคือส่วนผสมด้านผลิตภัณฑ์บริการจะต้องครอบคลุมขอบข่ายที่กว้าง เช่น สังคมภายในอาคารเล็ก ๆ อาคารเดี่ยว จนกระทั่งจุดใหญ่ที่สุดในประเทศ หรือจากร้านอาหารขนาดเล็กไปจนถึงห้องอาหารของโรงแรมระดับสี่ดาว

2) ราคา (Price) การพิจารณาด้านราคาดังกล่าวจะต้องรวมถึงระดับราคา ส่วนลดเงินช่วยเหลือค่านายหน้า และเงื่อนไขการชำระเงิน สินเชื่อการค้า เนื่องจากราคามีส่วนในการให้บริการต่าง ๆ มีความแตกต่างกันและมีผลต่อผู้บริโภคในการรับรู้ถึงคุณค่าที่ได้รับจากบริการโดยเทียบระหว่างราคา และคุณภาพของบริการ

3) การจัดจำหน่าย (Place) ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึง เป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของตลาดบริการ ทั้งนี้ความยากง่ายในการเข้าถึงบริการนั้นมีใช้แต่เฉพาะการเน้นทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นประเภทของทางการจัดจำหน่ายและความครอบคลุมจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเข้าถึงบริการอีกด้วย

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดรวบรวมวิธีการที่หลากหลายของการสื่อสารกับตลาดต่างๆ ไม่ว่าจะผ่านการโฆษณา กิจกรรมการขายโดยบุคคล กิจกรรมส่งเสริมการขายและรูปแบบอื่น ทั้งทางตรงสู่สาธารณชนและทางอ้อมผ่านสื่อ เช่น การประชาสัมพันธ์

5) บุคลากร (People) จะครอบคลุม 2 ประเด็น ดังนี้

5.1) บทบาทของบุคลากรสำหรับธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการนอกจากจะทำหน้าที่ผลิตบริการแล้ว ยังต้องทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์บริการไปพร้อมกันด้วย การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ามีส่วนจำเป็นอย่างมากสำหรับการบริการ

5.2) ความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าด้วยกัน คุณภาพการบริการของลูกค้ารายหนึ่งอาจมีผลมาจากลูกค้ารายอื่นแนะนำมา ตัวอย่างที่เกิดขึ้น เช่น กลุ่มลูกค้าหรือลูกค้าจากร้านอาหารที่บอกต่อกันไป แต่ปัญหาหนึ่งที่ผู้บริหารการตลาดจะพบก็คือการควบคุมระดับคุณภาพการบริการให้อยู่ในระดับคงที่

6) กระบวนการ (Process) ในกลุ่มธุรกิจบริการ กระบวนการในการส่งมอบบริการมีความสำคัญเช่นเดียวกับเรื่องทรัพยากรมนุษย์ แม้ว่าผู้ให้บริการจะมีความสนใจดูแลลูกค้าอย่างดี ก็ไม่สามารถแก้ปัญหาลูกค้าได้ทั้งหมด เช่น การเข้าแถวรอ ระบบการส่งมอบบริการจะครอบคลุมถึงนโยบายและกระบวนการที่นำมาใช้ ระดับการใช้เครื่องจักรกลในการให้บริการอำนาจตัดสินใจของพนักงาน การที่มีส่วนร่วมของลูกค้าในกระบวนการให้บริการ อย่างไรก็ตามความสำคัญของประเด็นปัญหาดังกล่าวไม่เพียงแต่จะสำคัญต่อฝ่ายปฏิบัติการเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญต่อฝ่ายการตลาดด้วย เนื่องจากเกี่ยวข้องกับความพอใจที่ลูกค้าได้รับ ซึ่งสามารถเห็นได้ว่าการจัดการทางการตลาดต้องให้ความสนใจในเรื่องของกระบวนการให้บริการและการนำเสนอ ดังนั้นส่วนประสมการตลาดควรครอบคลุมถึงประเด็นของกระบวนการนี้ด้วย

7) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มีธุรกิจบริการจำนวนไม่มากนักที่นำลักษณะทางกายภาพเข้ามาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด แม้ว่าลักษณะทางกายภาพจะเป็นส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการก็ตาม ที่ปรากฏให้เห็นส่วนใหญ่จะเป็นการสร้างสภาพแวดล้อม การสร้างบรรยากาศ การเลือกใช้สี แสง และเสียงภายในร้าน เป็นต้น หรือใช้ลักษณะทางกายภาพเพื่อสนับสนุนการขาย เช่น ยี่ห้อและคุณภาพของรถของบริษัทให้เช่ารถสำหรับใส่เสื้อผ้าซักแห้งต้องสะอาด เป็นต้น

2.1.2 ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's)

ดังได้อธิบายแล้วว่าธุรกิจจะต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัว ที่อธิบายมาเป็นมุมมองของธุรกิจที่ให้บริการ การที่จะบริหารการตลาดของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้น จะต้องพิจารณาถึงส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้า (7C's) ประกอบด้วย

1) คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value) ลูกค้าจะเลือกใช้บริการอะไรหรือกับใครสิ่งที่คุณค่าใช้พิจารณาเป็นหลักคือ คุณค่าหรือคุณประโยชน์ต่าง ๆ ที่จะได้รับเมื่อเทียบกับเงินที่จ่าย ดังนั้น ธุรกิจต้องเสนอเฉพาะบริการที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าได้อย่างแท้จริง

2) ต้นทุน (Cost to Customer) ต้นทุนหรือเงินลูกค้ายินดีที่จะจ่ายสำหรับบริการนั้น ต้องคุ้มค่ากับบริการที่จะได้ หากลูกค้ายินดีจ่ายในราคาสูง แสดงว่าความคาดหวังในบริการนั้นย่อมสูงด้วย ดังนั้นในการตั้งราคาค่าบริการธุรกิจต้องหาราคาที่ลูกค้ายินดีที่จะจ่ายให้ได้ เพื่อนำราคานั้นไปใช้ในการลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ทำให้สามารถเสนอบริการในราคาที่ลูกค้ายอมรับได้

3) ความสะดวก (Convenience) ลูกค้าจะใช้บริการกับธุรกิจใด ธุรกิจนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสอบถามข้อมูลและการไปใช้บริการ หากลูกค้าไปติดต่อใช้บริการได้ไม่สะดวก ธุรกิจจะต้องทำหน้าที่สร้างความสะดวกด้วยการให้บริการถึงที่บ้านหรือที่ทำงานลูกค้า

4) ความสบาย (Comfort) สิ่งแวดล้อมของการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นอาคาร เคนเตอร์บริการ ห้องน้ำ ทางเดิน ป้ายประชาสัมพันธ์ต่างๆ จะต้องสร้างความสบายตาและความสบายใจให้ลูกค้า โดยเฉพาะหากลูกค้ามาใช้บริการประเภทหรูหราฟุ่มเฟือย สิ่งเหล่านั้นจะต้องทำให้ความทุกขใจและความสบายกายได้บรรเทาเบาบางลง เช่น การนั่งฟังเพลงของลูกค้า

5) การติดต่อสื่อสาร (Communication) ลูกค้าย่อมต้องการได้รับข่าวสารอันเป็นประโยชน์จากธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันลูกค้าก็ต้องการติดต่อธุรกิจเพื่อให้ข้อมูลความเห็นหรือข้อร้องเรียน ธุรกิจจะต้องจัดหาสื่อที่เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมาย เพื่อการให้และรับข้อมูลความเห็นจากลูกค้า ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดทั้งหลายจะไม่ประสบความสำเร็จเลยหากการสื่อสารล้มเหลว

6) การดูแลเอาใจใส่ (Caring) ลูกค้าที่มาใช้บริการไม่ว่าจะเป็นบริการที่จำเป็นหรือบริการที่ฟุ่มเฟือย เช่น ด้านความงาม ลูกค้าต้องการการเอาใจใส่ดูแลเป็นอย่างดีจากผู้ให้บริการ ตั้งแต่เริ่มก้าวเท้าแรกเข้ามาจนถึงก้าวออกจากร้านนั้น ไม่ว่าจะเป็นครั้งแรกหรือครั้งใดของการใช้บริการก็ตาม หรือไม่ว่าจะเป็นพนักงานผู้ใดที่ให้บริการก็ตาม

7) ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ลูกค้ามุ่งหวังให้ได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ ไม่ว่าจะเป็นบริการตัดผม ผมที่ออกมาจะต้องมีความเรียบร้อยตรงกับความต้องการลูกค้า หรือการเข้ารักษาอาการป่วยไม่ว่าในโรงพยาบาลใดอาการป่วยจะต้องหาย ในแต่ละธุรกิจบริการแม้ขั้นตอนการให้บริการจะมีความซับซ้อนเพียงใดต้องจ้างพนักงานจำนวนมากมายเพียงใด ลูกค้าไม่มีส่วนมารับรู้ รู้อย่างเดียวว่ากระบวนการให้บริการต้องตอบสนองความต้องการอย่างครบถ้วน ไม่ขาดตกบกพร่อง

2.1.3 ทฤษฎีการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์ เพื่อให้ผู้บริหาร รู้จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่าองค์กรได้เดินทางมาถูกทิศ และไม่หลงทาง นอกจากนี้ยังบอกได้ว่าองค์กรมีแรงขับไปยังเป้าหมายได้ดีหรือไม่ มั่นใจได้อย่างไรว่า ระบบการทำงานในองค์กรยังมีประสิทธิภาพอยู่ มีจุดอ่อนที่จะต้องปรับปรุงอย่างไร ซึ่งการวิเคราะห์ สภาวะแวดล้อม (SWOT Analysis) มีปัจจัยที่ควรนำมาพิจารณา 2 ส่วนดังนี้ (ณรงค์วิทย์ แสนทอง, 2551)

ปัจจัยภายใน (Internal Environment Analysis) ได้แก่

S มาจาก Strengths หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัย ภายในเป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร เช่น จุดแข็งด้านส่วนประสม จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านการผลิต จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล องค์กรจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์

W มาจาก Weaknesses หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัย ภายใน เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งองค์กร จะต้องหาวิธีในการแก้ปัญหาเหล่านั้น

ปัจจัยภายนอก (External Environment Analysis) ได้แก่

O มาจาก Opportunities หมายถึง โอกาส เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อม ภายนอกขององค์กรเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร โอกาสแตกต่างจากจุดแข็ง ตรงที่โอกาสนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อม ภายใน ผู้บริหารที่ดีจะต้องเสาะแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ และใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น

T มาจาก Threats หมายถึง อุปสรรค เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อม ภายนอก ซึ่งการบริหารจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องและพยายามขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ได้จริง

2.1.4 แนวคิดความพึงพอใจให้ลูกค้า (Customer Satisfaction)

จิตตินันท์ นันทไพบูลย์ (2551) อธิบายว่า ความพึงพอใจ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Satisfaction ซึ่งมีความหมายว่า ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และตาม ความหมายที่ยึดประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายอย่างที่เกี่ยวข้องกับ ผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า อย่างต่อเนื่อง ความรู้สึกของลูกค้าที่มีต่อการบริการ (ฉัตยาพร เสมอใจ, 2549) สามารถบ่งบอกได้ถึง

คุณภาพของการบริการหรือระดับของขีดความรู้สึกลูกค้าที่ได้รับจากการบริการต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 4 ระดับ คือ (1) ความไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าไม่ได้รับในสิ่งที่เขาคาดหวังจากบริการนั้น ๆ (2) ความพึงพอใจ (Satisfaction) เกิดขึ้นจากเมื่อลูกค้าได้รับในสิ่งที่เขาคาดหวังจากบริการนั้น ๆ (3) ความประทับใจ (Delighted) เกิดขึ้นจากเมื่อลูกค้าได้รับผลประโยชน์มากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวังได้จากบริการนั้น ๆ และ (4) ความภักดี (Loyalty) เกิดขึ้นเมื่อลูกค้ารู้สึกพึงพอใจ และประทับใจกับการบริการที่ได้รับ เขาไม่พยายามที่จะหาบริการอื่นมาทดแทนจะใช้บริการนั้น ๆ จากผู้ให้บริการเดิมต่อไป ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาตามความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายอย่างที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรืออีกนัยหนึ่งคือ ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ตามความหมายของฉัตยาพร เสมอใจ ที่อธิบายมาข้างต้น

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความพึงพอใจ

สาโรช ไสยสมบัติ (2534) อธิบายว่า ในการวัดความพึงพอใจต่อบริการอาจกระทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยการขอร้องหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะการให้บริการ สถานที่ให้บริการ ระยะเวลาในการให้บริการ และพนักงานให้บริการ เป็นต้น

การสัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีหนึ่งในการที่ได้ทราบถึงระดับความพอใจของผู้มาใช้บริการ ซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิค และความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจงใจให้ผู้สัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีการที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพมากวิธีหนึ่ง

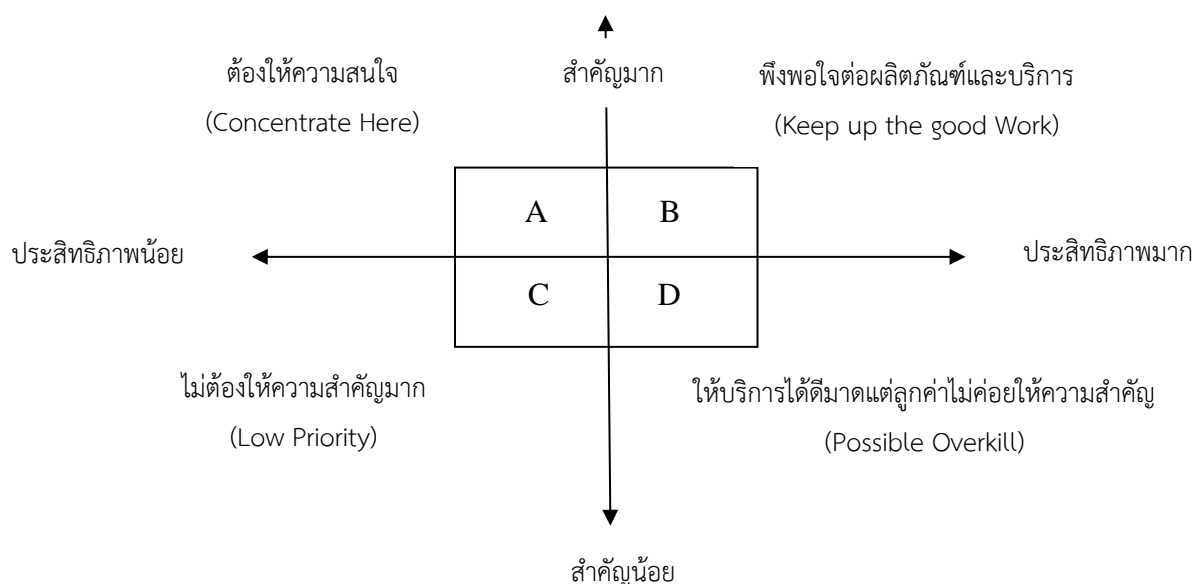
การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรม ทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการและหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกิริยา ท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น

การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจัง และมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการได้อย่างถูกต้องจะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้น สามารถที่จะทำการวัดได้หลายวิธี ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้

วิเคราะห์ความพึงพอใจยังมีกรอบแนวคิดมาจากการศึกษาของ Martilla, J.A. and James, J.C. (1977) : Importance-Performance Analysis (IPA), Journal of Marketing ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสำคัญกับประสิทธิภาพ เรียกว่า IPA สรุปได้ดังนี้

Importance-Performance Analysis (IPA) เป็นเทคนิคที่ใช้วิเคราะห์คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อวัดผลหรือประเมินการยอมรับ และพึงพอใจในสินค้าของผู้บริโภค ในการตลาดลักษณะเฉพาะรูปแบบต่างๆ เป็นวิธีการวิเคราะห์ที่ใช้ได้ง่ายสำหรับการประเมินหรือวัดผลในคุณลักษณะผลประกอบการและความสำคัญของผลิตภัณฑ์และบริการ หรืออีกนัยหนึ่งสิ่งนี้คือ ความคาดหวังของลูกค้าที่จะได้รับผลิตภัณฑ์และบริการตามที่ต้องการ

IPA เป็นวิธีการที่นำเสนอข้อมูลการประเมินผลการยอมรับของผู้บริโภคในโปรแกรมทางการตลาด เป็นการประเมินที่มีต้นทุนต่ำ เทคนิคการประเมินที่เข้าใจง่าย และให้ข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญในแง่ของส่วนประสมการตลาดกับกิจการ กิจการสามารถมุ่งความสนใจไปยังส่วนที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือระบุพื้นที่ที่อาจใช้ทรัพยากรเกินความจำเป็น การนำเสนอผลการประเมิน IPA ในรูปภาพ ทำให้สามารถแปลผล จัดการข้อมูลได้อย่างสะดวกและเข้าใจมากขึ้น ทำให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์และตัดสินใจด้านการตลาดได้ดียิ่งขึ้น ลักษณะที่น่าสนใจของ IPA คือ ผลที่ได้สามารถแสดงออกมาในรูปภาพที่ง่ายต่อการแปลผลในรูปของกราฟสองมิติจากคุณลักษณะต่างๆ ซึ่งมาจาก มาตรการส่วนประเมินค่า Rating Scale ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบการให้ความสำคัญและประสิทธิภาพ (ความพึงพอใจ) ของผลิตภัณฑ์และบริการ

เมื่อนำค่าความคาดหวังและความเห็นมาเปรียบเทียบกันในแต่ละคุณสมบัติ ผลลัพธ์ที่ได้ตกอยู่ที่ Quadrants ใดๆ จะสามารถอธิบายความหมายได้ 4 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

Quadrant A (Concentrate Here) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อเกษตรกร และไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ (คะแนนความสำคัญสูง แต่คะแนนความพึงพอใจต่ำ)

Quadrant B (Keep up the good Work) คือ ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่เกษตรกรให้ความสำคัญมาก (คะแนนความสำคัญ และคะแนนความพึงพอใจสูง)

Quadrant C (Low Priority) คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำ หรือมีการบริการต่ำ ในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อเกษตรกร ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน (คะแนนความสำคัญและคะแนนความพึงพอใจต่ำ)

Quadrant D (Possible Overkill) คือ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไป ความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของเกษตรกร (คะแนนความสำคัญต่ำ และคะแนนความพึงพอใจสูง)

2.1.6 ประวัติความเป็นมาของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด

สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ได้จดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2511 เมื่อวันที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2532 สำนักงานตั้งอยู่เลขที่ 176 หมู่ 1 ตำบลศรีดงเย็น อำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ เดิมเป็นสหกรณ์การเกษตรได้เริ่มดำเนินการเมื่อวันที่ 17 มีนาคม พ.ศ. 2532 มีสมาชิก 83 ราย ในปี พ.ศ. 2536 - 2537 เกิดภาวะแห้งแล้งจากปรากฏการณ์ทางธรรมชาติทำให้ผลผลิตทางการเกษตรได้รับความเสียหายและราคาผลผลิตตกต่ำ สหกรณ์ได้จัดหาอาชีพใหม่ที่มีความคุ้มค่ามีรายได้ตลอดปีเพื่อทดแทนอาชีพเดิม อาชีพการเลี้ยงโคนมจึงเป็นอาชีพที่สหกรณ์ได้มอบให้คณะกรรมการทดลองเลี้ยง พบว่า อาชีพนี้มีความเหมาะสมกับพื้นที่ จึงเผยแพร่สู่สมาชิกที่มีความต้องการเปลี่ยนแปลงอาชีพใหม่

ในปี พ.ศ. 2538 ได้เริ่มส่งเสริมการเลี้ยงโคนมโดยการส่งเสริมของกรมปศุสัตว์ภายใต้โครงการปรับปรุงและเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร (คปร.) สมาชิกเริ่มต้น 100 ราย โดยได้รับสนับสนุนเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำจากสถาบันการเงิน สมาชิกได้รับโคนมรายละ 5 ตัว รวมแม่โคนมที่เริ่มต้นจำนวน 500 ตัว ต่อมาในปี พ.ศ. 2546 ได้เปลี่ยนชื่อเป็นสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด เนื่องจากสหกรณ์ได้ดำเนินธุรกิจหลายด้าน และมีธุรกิจในการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมขยายตัวได้ดี ตอบสนองความต้องการของสมาชิก จากการร่วมมือของสมาชิกผู้เลี้ยงโคนมที่ให้ความร่วมมือกับทางราชการ ชุมชน สังคม จึงทำให้ฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้น กรมปศุสัตว์ได้สนับสนุนจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการปศุสัตว์ไชยปราการ หน่วยผสมเทียมไชยปราการ และสหกรณ์โคนมการเกษตร

ไชยปราการ จำกัด ได้ร่วมดำเนินการนำข้อมูลมาใช้ในการจัดการฟาร์มเกษตรกร เพื่อเพิ่มผลผลิตและพัฒนาคุณภาพน้ำนมระดับฟาร์ม อันส่งผลให้คุณภาพน้ำนมรวมของสหกรณ์มีปริมาณเพิ่มขึ้นและคุณภาพน้ำนมดีขึ้น นอกจากนี้ยังได้เข้าร่วมทดสอบน้ำเชื้อพ่อพันธุ์โคนมชั้นดี (Master Bull) ใช้ทดสอบปรับปรุงสายพันธุ์โคนมในอำเภอไชยปราการ ให้มีระดับสายเลือดที่เหมาะสมกับพื้นที่และมีประสิทธิภาพในการผลิตน้ำนมคุณภาพดี

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีโครงการสนับสนุนเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในการผลิตน้ำนมดิบที่มีคุณภาพ ได้จัดสรรงบประมาณ ในปี พ.ศ. 2559 ให้แก่สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ในโครงการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันสหกรณ์ผู้เลี้ยงโคนม จำนวน 7,700,000 บาท ดำเนินโครงการธนาคารโคททดแทนฝูงและการผลิตอาหารหยาบ TMR แก่ลูกโคสาวในโครงการ เพื่อเป็นการส่งเสริมการลดภาระเลี้ยงลูกโคและโคสาว โดยรับฝากลูกโคอายุระหว่าง 4 – 6 เดือน จากสมาชิกมาเลี้ยงในฟาร์ม เพื่อเลี้ยงดูตามหลักวิชาการจนกระทั่งโตเป็นแม่โคสาวท้อง 3 เดือน พร้อมให้สมาชิกมาไถ่ถอนคืน ซึ่งสมาชิกจะได้รับประโยชน์จากต้นทุนที่ลดลงจากการเลี้ยง อีกทั้งยังช่วยให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพผ่านการบริหารจัดการฟาร์ม อาหารสัตว์ สุขอนามัยสัตว์ที่เหมาะสม

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ยังได้รับการจัดสรรงบประมาณจากภาครัฐ ตามโครงการส่งเสริมการใช้เครื่องจักรกลการเกษตรทดแทนแรงงานเกษตร จำนวน 6,576,400 บาท เพื่อสนับสนุนการก่อสร้างโครงการศูนย์ผลิตอาหารสัตว์หรือ Feed Center เพื่อจำหน่ายให้แก่สมาชิกของสหกรณ์และสหกรณ์โคนมในพื้นที่ใกล้เคียง ช่วยให้เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิก สามารถลดต้นทุนการผลิต เพิ่มรายได้ และลดรายจ่ายได้

ปัจจุบันกิจกรรมการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด นับได้ว่าเป็นกิจกรรมที่ประสบความสำเร็จ เป็นสหกรณ์โคนมที่ผลิตน้ำนมต่อวันรายฟาร์มและปริมาณน้ำนมเฉลี่ยต่อตัวต่อวันมากที่สุดในเขตภาคเหนือตอนบน โดยมีฟาร์มโคนมของสมาชิกจำนวน 223 ฟาร์ม ปริมาณน้ำนม 73.4 ตันต่อวัน จำนวนโคนมทั้งหมด 16,731 ตัว จำนวนแม่โคนม 8,290 ตัว (สำนักงานปศุสัตว์เขต 5, 2566)

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เฉลิมพล เอื้องกลาง และคณะ (2551) ศึกษาผลของแหล่งของอาหารหยาบในอาหารแบบผสมครบส่วนต่อปริมาณการกินได้อย่างอิสระ ค่าสัมประสิทธิ์การย่อยได้ของโภชนะ ผลผลิตน้ำนม องค์ประกอบของน้ำนม ค่าไขมันและอัตราการผลิต พบว่า ปริมาณการกินได้ของโคนมที่ได้รับอาหารผสมครบส่วนที่มีหญ้าแห้งมากที่สุด รองลงมาคือ ช้างข้าวโพด ฟางข้าว และฟางหมักยูเรีย และผลผลิตน้ำนมของโคนมที่ได้รับอาหารผสมครบส่วนที่มีหญ้าแห้งให้ผลผลิตน้ำนมมากที่สุด รองลงมาคือ ช้างข้าวโพด ฟางข้าว และฟางหมักยูเรีย และพบว่า โคนมในกลุ่มที่ได้รับหญ้าแห้งเป็นแหล่งของ

อาหารหยาบในอาหารผสมครบส่วนมีค่าอัตราการตั้งท้องสูงที่สุด สรุปได้ว่าหญ้าแห้งเป็นแหล่งอาหารหยาบในอาหารผสมครบส่วนที่ดีที่สุด

พิเชษฐ กนกร (2552) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า เหตุที่เลือกซื้อปุ๋ยจากร้านจำหน่ายเพราะซื้อได้ในราคาต่ำ และมีการเปรียบเทียบคุณภาพและราคา ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ปุ๋ยเคมี พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ดานบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านราคา ตามลำดับ ความแตกต่างระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกร

ภาณุพันธุ์ ประภาติกุล (2552) ศึกษาการวิเคราะห์ศักยภาพของสหกรณ์โคนมในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยโดยใช้เทคนิค SWOT Analysis พบว่า สหกรณ์โคนมในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยมีผู้นำและคณะกรรมการที่มีความซื่อสัตย์และทุ่มเทในการบริหารงานสหกรณ์ สามารถแก้ไขวิกฤตด้านการตลาดได้ รวมทั้งความสามารถในการประสานความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน จากสถานการณ์การปรับราคารับซื้อน้ำนมดิบเพิ่มขึ้น ส่งผลทำให้สหกรณ์โคนมมีรายได้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับเกษตรกรที่กำลังสนใจในอาชีพการเลี้ยงโคนม ด้านต้นทุนการดำเนินงานของสหกรณ์โคนมที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อสหกรณ์โคนม โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการขนส่งน้ำนมดิบจากสหกรณ์โคนมไปยังโรงงานแปรรูปนมที่อยู่ไกล สหกรณ์โคนมขนาดใหญ่ยังมีจุดอ่อนในด้านการจัดการและเจ้าหน้าที่ของสหกรณ์ ดังนั้น ควรจะมีการปรับปรุงด้านการจัดการโดยเฉพาะในด้านการจัดซื้อ จัดจ้าง ลดขั้นตอนการขออนุมัติให้มีความสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ สหกรณ์โคนมขนาดกลางและขนาดเล็กควรมีหน่วยงานของภาครัฐและสถาบันการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคนมเข้าไปช่วยเหลือในด้านวิชาการ และเป็นที่ปรึกษาในด้านการบริหารจัดการให้กับสหกรณ์โคนมอย่างสม่ำเสมอ ให้ความรู้ ความเข้าใจ ในด้านการบริหารจัดการสหกรณ์ และการตลาดให้กับสหกรณ์ และปัญหาส่วนใหญ่ที่พบ คือ สหกรณ์ขาดแคลนเงินทุนที่ใช้หมุนเวียนและใช้ในการพัฒนาสหกรณ์โคนม โดยเฉพาะสหกรณ์โคนมขนาดเล็ก

วุฒิพันธุ์ เนตรวิชัย (2562) ศึกษาการยอมรับนวัตกรรมการใช้อาหารผสมครบส่วน (TMR) ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาบริบทของชุมชนและบริบทของเกษตรกร และศึกษาการยอมรับนวัตกรรมการใช้อาหารผสมครบส่วน (TMR) ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า เกษตรกรที่เป็นเจ้าของฟาร์มโคนมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 45-54 ปี การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) โดยเฉลี่ย

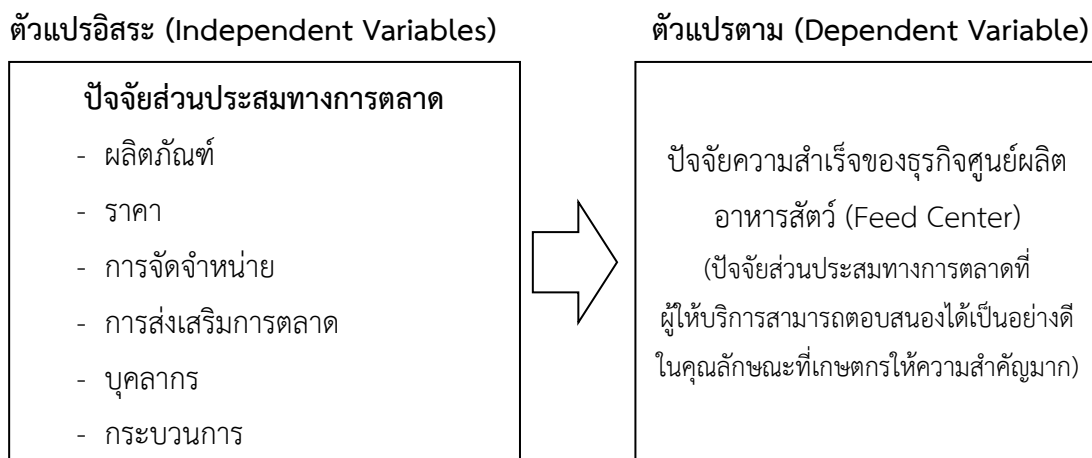
เกษตรกรจะมีประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม 13.52 ปี ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของสหกรณ์ที่ตนเองสังกัด มีพื้นที่ปลูกพืชอาหารสัตว์ โดยเฉลี่ยเท่ากับ 5.52 ไร่ ต่อฟาร์ม จำนวนโคนมในฟาร์ม โดยเฉลี่ยเท่ากับ 45.71 ตัวต่อฟาร์ม มีจำนวนโครีดนมโดยเฉลี่ย เท่ากับ 17.85 ตัวต่อฟาร์ม มีแรงงานในครอบครัว โดยเฉลี่ยเท่ากับ 1.63 คนต่อฟาร์ม มีแรงงานรับจ้างในฟาร์ม โดยเฉลี่ย 1.39 คนต่อฟาร์ม ปริมาณน้ำนมดิบต่อวันต่อฟาร์ม โดยเฉลี่ยเท่ากับ 275.30 กิโลกรัมต่อวัน รายได้สุทธิจากการจำหน่ายน้ำนมดิบมากที่สุดอยู่ระหว่าง 200,001 - 300,000 บาทต่อปี และมีรายจ่ายค่าอาหารโคนมอยู่ระหว่าง 1,000,001 - 2,000,000 บาทต่อปี ด้านการยอมรับนวัตกรรมอาหารผสมครบส่วน (TMR) ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม โดยรวมยอมรับว่านวัตกรรมอาหารผสมครบส่วน (TMR) สามารถช่วยลดต้นทุน อยู่ในระดับการยอมรับเฉลี่ย เท่ากับ 1.81 รองลงมา ยอมรับว่าสามารถช่วยเพิ่มผลผลิตอยู่ในระดับการยอมรับเฉลี่ยเท่ากับ 1.78 ส่วนด้านความสะดวกสบาย เป็นการยอมรับที่ต่ำสุดอยู่ในระดับการยอมรับเฉลี่ยเท่ากับ 1.76

อรุณทัย เหง้าโพธ (2563) ศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูป ในเขตอำเภอกันทรลักษ์จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ความคิดเห็นของผู้เลี้ยงสุกรเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพสินค้า ด้านราคา คือ สินค้ามีราคาถูก ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ เรื่องของทำเลที่ตั้งเดินทางสะดวก ด้านส่งเสริมการตลาด คือ การให้ส่วนลด แลก แจก แถม ด้านบุคคล คือ พนักงานมีความรู้ให้คำแนะนำได้ ด้านลักษณะทางกายภาพ คือ ความสะอาดภายในร้าน จัดวางเป็นระเบียบ ด้านกระบวนการ คือ การบริการจัดส่งตรงตามเวลาที่กำหนด ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุกรสำเร็จรูป พบว่า (1) จุดแข็ง ผู้ประกอบธุรกิจอาหารสุกรสำเร็จรูปสามารถบริหารสินค้าคงคลังในช่วงระยะเวลาที่ผู้เลี้ยงสุกรต้องการใช้ได้ (2) จุดอ่อน ขาดระบบการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับการปฏิบัติงานของพนักงานและรถนำส่งสินค้าเข้าฟาร์มสุกร ซึ่งมีความเสี่ยงในการแพร่เชื้อโรคได้ (3) โอกาส นโยบายการปราบปรามร้านขายอาหารสัตว์ที่ไม่ได้มีการขึ้นทะเบียนและผ่านการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ ทำให้ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจถูกต้องสามารถดำเนินธุรกิจได้ตามปกติ และ (4) อุปสรรค การเกิดโรคระบาดที่มีการติดต่อร้ายแรงในสุกรที่แพร่กระจายทั่วภูมิภาคต่าง ๆ ทำให้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการเลี้ยงสุกรและอุตสาหกรรมธุรกิจอาหารสัตว์

อุทัย สุขศิริ (2540) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้อาหารชั้นสำเร็จรูปของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งพบว่า เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเป็นเพศชาย เป็นระบบการดำเนินงานในครอบครัว เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมส่วนใหญ่ร่วมโครงการพัฒนาการเลี้ยงโคนมในจังหวัดขอนแก่น ส่วนที่เหลือเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการเลี้ยงโคนมอื่นๆ มีการเข้าร่วมประชุมสัมมนาอย่างน้อย 3 ครั้ง/ปี เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมส่วนใหญ่ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการเลี้ยงโคนมโดยการใช้อาหารสำเร็จรูปในการเลี้ยงโคทุกระยะ การเลือกใช้อาหารสำเร็จรูปด้านผลิตภัณฑ์ คือ

คุณภาพของอาหารมีสารอาหารครบถ้วน ด้านบุคคล การได้รับคำแนะนำจากบุคคลที่มีความรู้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการจำหน่ายจากตัวแทนจำหน่ายใกล้ชุมชน ด้านการส่งเสริมการขาย มีการบริการจากบริษัทที่ผลิตอาหารสำเร็จรูป ด้านราคา ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ กรณีศึกษา สหกรณ์โคนม การเกษตรไทยปราการ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ มีรายละเอียดระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากร และการสุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกสามัญของ สหกรณ์โคนมการเกษตรไทยปราการ จำกัด โดยในปี พ.ศ. 2566 ที่ยังคงประกอบอาชีพการเลี้ยงโคนม และส่งน้ำนมดิบจำหน่ายให้แก่สหกรณ์โคนมการเกษตรไทยปราการ จำกัด จำนวน 223 ราย ทั้งนี้ ผู้วิจัยจึงทำการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) โดยกำหนดความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ระดับ 0.05

$$\begin{aligned} \text{สูตร} & n = N / 1 + Ne^2 \\ \text{แทนค่าในสูตรได้ดังนี้} & n = 223 / 1 + 223 (0.05)^2 \\ & = 223 / 1.5575 \\ & = 143.18 \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ 143 ราย

3.1.2 การสุ่มตัวอย่าง (Sampling)

ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample random sampling) ด้วยการจับสลากหมายเลขรายชื่อเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมเป็นสมาชิกสามัญของสหกรณ์โคนมการเกษตรไทยปราการ จำกัด โดยไม่นำสลากหมายเลขรายชื่อที่จับแล้วใส่กลับคืน เพื่อให้ครบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้คำนวณไว้

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) มีรายละเอียดดังนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมโดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นเพื่อการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมจากแบบสัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นเกษตรกรสมาชิกสามัญของสหกรณ์โคนมการเกษตรไทยปราการ จำกัด และนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้วิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยจากหน่วยงานต่างๆ และภาคีพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งงานวิจัยที่มีผู้วิจัยได้ศึกษาไว้แล้ว และข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการสร้างกรอบแนวคิดของการวิจัยนี้

3.3 ขอบเขตพื้นที่ทำการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ กรณีศึกษา สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลในพื้นที่อำเภอไชยปราการ ซึ่งเป็นที่ตั้งฟาร์มโคนมของสมาชิกสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการสัมภาษณ์แบบรายบุคคล (Personal Interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การสร้างแบบทดสอบและเครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Structured Interview) ประกอบด้วยคำถามที่มีลักษณะให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ (Open - ended Question) คำถามที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือก (Close-ended Question) บางส่วน และคำถามมาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคมของเกษตรกรสมาชิกสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด

ส่วนที่ 2 สภาพการดำเนินงานฟาร์มโคนมบางประการของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

ส่วนที่ 3 ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด

ส่วนที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด

3.4.1 การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์การวิจัยก่อนที่จะนำไปใช้สัมภาษณ์เกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมในพื้นที่เป้าหมาย ผู้วิจัยจะทำการทดสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ก่อน โดยมีวิธีการวัดคุณภาพของแบบสัมภาษณ์ 2 วิธี ดังนี้

1) การวัดความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบว่า มีความถูกต้องและควบคุมเนื้อหาสาระในทุกประเด็นที่ต้องการวัดแล้วหรือไม่ แล้วมาปรับแก้ก่อนจะนำไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะคล้ายกับประชากรที่จะทำการวิจัยก่อนจะนำไปใช้จริง

2) การวัดความเชื่อถือได้ (Reliability)

เป็นการวัดค่าความสอดคล้องภายในของคำถามแต่ละข้อในแบบสัมภาษณ์ ด้วยการนำไปทดสอบสัมภาษณ์เกษตรกรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา จำนวน 20 คน แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อคำนวณค่าความเชื่อถือของแบบสัมภาษณ์ได้ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha โดยค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha จะต้องมีความสูงกว่า 0.70 จึงจะถือว่าแบบสัมภาษณ์มีความเชื่อถือได้ ทั้งนี้ แบบสัมภาษณ์ในการวิจัยครั้งนี้มีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.958 ซึ่งถือว่าแบบสัมภาษณ์นี้มีค่าความเชื่อมั่นที่ใช้ได้ (สิน, 2554)

3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคมของเกษตรกร ใช้สถิติค่าความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าสูงสุด (Maximum) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน	ระดับความพึงพอใจ/การให้ความสำคัญ	ค่าเฉลี่ย
5	หมายถึง พึงพอใจ/สำคัญ มากที่สุด	4.21 – 5.00
4	หมายถึง พึงพอใจ/สำคัญ มาก	3.41 – 4.20
3	หมายถึง พึงพอใจ/สำคัญ ปานกลาง	2.61 – 3.40
2	หมายถึง พึงพอใจ/สำคัญ น้อย	1.81 – 2.60
1	หมายถึง พึงพอใจ/สำคัญ น้อยที่สุด	1.00 – 1.80

3) การวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคที่มีผลต่อการผลิตและจำหน่ายอาหารโคนมของธุรกิจ ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน	ระดับปัญหา/อุปสรรค	ค่าเฉลี่ย
3	หมายถึง ปัญหา/อุปสรรคมาก	2.33 – 3.00
2	หมายถึง ปัญหา/อุปสรรคปานกลาง	1.67 – 2.32
1	หมายถึง ปัญหา/อุปสรรคน้อย	1.00 – 1.66

4) การวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) เป็นการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญและประสิทธิภาพ (ความพึงพอใจ) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เมื่อนำค่าความคาดหวังและความเห็นมาเปรียบเทียบกันในแต่ละคุณสมบัติ ผลลัพธ์ที่ได้ตกอยู่ที่ Quadrants ไต ๆ จะสามารถอธิบายความหมายได้ 4 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

Quadrant A (Concentrate Here) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อเกษตรกร และไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ (คะแนนความสำคัญสูง แต่คะแนนความพึงพอใจต่ำ)

Quadrant B (Keep up the good Work) คือ ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่เกษตรกรให้ความสำคัญมาก (คะแนนความสำคัญและคะแนนความพึงพอใจสูง)

Quadrant C (Low Priority) คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำหรือมีการบริการต่ำ ในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อเกษตรกร ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน (คะแนนความสำคัญ และคะแนนความพึงพอใจต่ำ)

Quadrant D (Possible Overkill) คือ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนเกินความจำเป็น ในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของเกษตรกร (คะแนนความสำคัญต่ำ และคะแนนความพึงพอใจสูง)

โดยจุดตัดของแผนภาพหาได้จากค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญ และค่าเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจ

5) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดหมวดหมู่ข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์ที่กำหนดเป็นหัวข้อ แล้วพิจารณาข้อมูลตามวัตถุประสงค์ และทำความเข้าใจกับความหมายของแต่ละประเด็น จำแนกข้อมูลเป็นหัวข้อและประเด็นต่าง ๆ ตามที่จัดหมวดหมู่ไว้ แล้ววิเคราะห์ข้อมูลโดยการการนำทฤษฎี แนวคิด หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการศึกษาข้อมูลที่ได้จากเทคนิค SWOT analysis เพื่ออธิบายสภาพการดำเนินงานของศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ถึงความเชื่อมโยงระหว่างประเด็น และเขียนบรรยาย

บทที่ 4 ผลการวิจัย และวิจารณ์ผล

ส่วนที่ 4.1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคมของเกษตรกร ผู้เลี้ยงโคนม

4.1.1 เพศของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 79.72 ที่เหลือเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 20.28 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละ เพศของเกษตรกร

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	114	79.72
หญิง	29	20.28
รวม	143	100.00

4.1.2 อายุของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีอายุเฉลี่ย 52.36 ปี โดยเกษตรกรมีอายุ 56 – 65 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.37 รองลงมาคือ อายุ 46 - 55 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.78 และอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.79 ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อายุของเกษตรกร

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 35 ปี	14	9.79
36 - 45 ปี	32	22.38
46 - 55 ปี	34	23.78
56 - 65 ปี	42	29.37
มากกว่า 65 ปี	21	14.69
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 27 ปี	ค่าสูงสุด 84 ปี
	ค่าเฉลี่ย 52.36 ปี	S.D. 11.69

4.1.3 ระดับการศึกษาของเกษตรกร

จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรมีการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.67 รองลงมาคือ ประถมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 21.68 และอนุปริญญา หรือ ปวส. น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.68 ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ร้อยละ ระดับการศึกษาของเกษตรกร

ระดับการศึกษา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประถมศึกษาตอนต้น	31	21.68
ประถมศึกษาตอนปลาย	19	13.29
มัธยมศึกษาตอนต้น	17	11.89
มัธยมศึกษาตอนปลาย	23	16.08
อนุปริญญา หรือ ปวส.	12	8.39
ปริญญาตรี	41	28.67
สูงกว่าปริญญาตรี	31	21.68
รวม	143	100.00

4.1.4 ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมเฉลี่ย 15.73 ปี โดยมีประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม 6 - 10 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.48 รองลงมาคือ 11 - 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.68 และ น้อยกว่า 6 ปี น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.79 ตามลำดับ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมของเกษตรกร

ประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 ปี	14	9.79
6 - 10 ปี	35	24.48
11 - 15 ปี	31	21.68
16 - 20 ปี	29	20.28
21 - 25 ปี	17	11.89
มากกว่า 25 ปี	17	11.89
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 1 ปี	ค่าสูงสุด 42 ปี
	ค่าเฉลี่ย 15.73 ปี	S.D. 8.17

4.1.5 จำนวนโคนมเริ่มแรกของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีจำนวนโคนมเริ่มแรกเฉลี่ย 13.89 ตัว โดยเกษตรกรมีจำนวนโคนมเริ่มแรก จำนวน 1 - 10 ตัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.94 รองลงมาคือ 11 - 20 ตัว คิดเป็นร้อยละ 16.78 และ 40 ตัวขึ้นไป น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.90 ตามลำดับ (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
จำนวนโคนมเริ่มแรกของเกษตรกร

จำนวนโคนมเริ่มแรก	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1 - 10 ตัว	90	62.94
11 - 20 ตัว	24	16.78
21 - 30 ตัว	13	9.09
31 - 40 ตัว	9	6.29
40 ตัวขึ้นไป	7	4.90
รวม	344	100.00
	ค่าต่ำสุด 1 ตัว	ค่าสูงสุด 60 ตัว
	ค่าเฉลี่ย 13.89 ตัว	S.D. 13.17

4.1.6 จำนวนโคนมปัจจุบันของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีจำนวนโคนมปัจจุบันเฉลี่ย 74.84 ตัว โดยเกษตรกรมีจำนวนโคนมปัจจุบันจำนวน 50 ตัวขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.43 รองลงมาคือ 41 - 50 ตัว คิดเป็นร้อยละ 10.49 และ 11 - 20 ตัว น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.20 ตามลำดับ (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
จำนวนโคนมปัจจุบันของเกษตรกร

จำนวนโคนมปัจจุบัน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
11 - 20 ตัว	6	4.20
21 - 30 ตัว	8	5.59
31 - 40 ตัว	9	6.29
41 - 50 ตัว	15	10.49
50 ตัวขึ้นไป	105	73.43
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 16 ตัว	ค่าสูงสุด 210 ตัว
	ค่าเฉลี่ย 74.84 ตัว	S.D. 36.08

4.1.6.1 จำนวนโครีดนมของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีจำนวนโครีดนมเฉลี่ย 30.17 ตัว โดยเกษตรกรมีจำนวนโครีดนมจำนวน 21 - 30 ตัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.47 รองลงมาคือ 11 - 20 ตัว คิดเป็นร้อยละ 23.08 และ 1 - 10 ตัว น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.59 ตามลำดับ (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนโครีดนมของเกษตรกร

จำนวนโครีดนม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1 - 10 ตัว	8	5.59
11 - 20 ตัว	33	23.08
21 - 30 ตัว	45	31.47
31 - 40 ตัว	28	19.58
41 - 50 ตัว	17	11.89
50 ตัวขึ้นไป	12	8.39
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 3 ตัว	ค่าสูงสุด 85 ตัว
	ค่าเฉลี่ย 30.17 ตัว	S.D. 15.02

4.1.6.2 จำนวนโคหยุดรีดนม

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีจำนวนโคหยุดรีดนมเฉลี่ย 7.92 ตัว โดยเกษตรกรมีจำนวนโคหยุดรีดนม 10 ตัวขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.48 รองลงมาคือ 5 - 6 ตัว คิดเป็นร้อยละ 23.08 และไม่มีโคหยุดรีดนม น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนโคหยุดรีดนมของเกษตรกร

จำนวนโคหยุดรีดนม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่มีโคหยุดรีดนม	5	3.50
1 - 2 ตัว	17	11.89
3 - 4 ตัว	15	10.49
5 - 6 ตัว	33	23.08
7 - 8 ตัว	18	12.59

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
จำนวนโคหยุดรีดนมของเกษตรกร (ต่อ)

จำนวนโคหยุดรีดนม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
9 - 10 ตัว	20	13.99
10 ตัวขึ้นไป	35	24.48
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 0 ตัว	ค่าสูงสุด 34 ตัว
	ค่าเฉลี่ย 7.92 ตัว	S.D. 5.50

หมายเหตุ ค่าต่ำสุด 0 ตัว หมายถึง ไม่มีจำนวนโคหยุดรีดนม

4.1.6.3 จำนวนโคสาวท้องของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีจำนวนโคสาวท้องเฉลี่ย 7.36 ตัว โดยเกษตรกรมีจำนวนโคสาวท้อง จำนวน 5 - 6 ตัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 22.38 รองลงมาคือ 3 - 4 ตัว คิดเป็นร้อยละ 20.28 และ ไม่มีโคสาวท้อง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.90 ตามลำดับ (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
จำนวนโคสาวท้องของเกษตรกร

จำนวนโคสาวท้อง	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่มีโคสาวท้อง	7	4.90
1 - 2 ตัว	9	6.29
3 - 4 ตัว	29	20.28
5 - 6 ตัว	32	22.38
7 - 8 ตัว	21	14.69
9 - 10 ตัว	18	12.59
10 ตัวขึ้นไป	27	18.88
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 0 ตัว	ค่าสูงสุด 30 ตัว
	ค่าเฉลี่ย 7.36 ตัว	S.D. 5.19

หมายเหตุ ค่าต่ำสุด 0 ตัว หมายถึง ไม่มีจำนวนโคสาวท้อง

4.1.6.4 จำนวนโครุ่นของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีจำนวนโครุ่นเฉลี่ย 15.83 ตัว โดยเกษตรกรมีจำนวนโครุ่น จำนวน 16 - 20 ตัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.28 รองลงมาคือ 1 - 5 ตัว คิดเป็นร้อยละ 18.88 และไม่มีโครุ่น น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.90 ตามลำดับ (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
จำนวนโครูนของเกษตรกร

จำนวนโครูน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่มีโครูน	7	4.90
1 - 5 ตัว	27	18.88
6 - 10 ตัว	18	12.59
11 - 15 ตัว	20	13.99
16 - 20 ตัว	29	20.28
21 - 25 ตัว	20	13.99
25 ตัว ขึ้นไป	22	15.38
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 0 ตัว	ค่าสูงสุด 50 ตัว
	ค่าเฉลี่ย 15.83 ตัว	S.D. 11.00

หมายเหตุ ค่าต่ำสุด 0 ตัว หมายถึง ไม่มีจำนวนโครูน

4.1.6.5 จำนวนลูกโคของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีจำนวนลูกโคเฉลี่ย 10.59 ตัว โดยเกษตรกรมีจำนวนลูกโค จำนวน 10 ตัวขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.57 รองลงมาคือ 3 - 4 ตัว และ 5 - 6 ตัว คิดเป็นร้อยละ 15.38 เท่ากัน และ ไม่มีลูกโค น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.90 ตามลำดับ (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
จำนวนลูกโคของเกษตรกร

จำนวนลูกโค	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่มีลูกโค	7	4.90
1 - 2 ตัว	16	11.19
3 - 4 ตัว	22	15.38
5 - 6 ตัว	22	15.38
7 - 8 ตัว	19	13.29
9 - 10 ตัว	19	13.29
10 ตัว ขึ้นไป	38	26.57
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 0 ตัว	ค่าสูงสุด 70 ตัว
	ค่าเฉลี่ย 10.59 ตัว	S.D. 11.11

หมายเหตุ ค่าต่ำสุด 0 ตัว หมายถึง ไม่มีจำนวนลูกโค

4.1.6.6 จำนวนลูกโคเพศผู้ของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีจำนวนลูกโคเพศผู้เฉลี่ย 2.54 ตัว โดยเกษตรกรไม่มีลูกโคเพศผู้ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.96 รองลงมาคือ 1 - 2 ตัว คิดเป็นร้อยละ 24.48 และ 9 - 10 ตัว น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำนวนลูกโคเพศผู้ของเกษตรกร

จำนวนลูกโคเพศผู้	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่มีลูกโคเพศผู้	60	41.96
1 - 2 ตัว	35	24.48
3 - 4 ตัว	19	13.29
5 - 6 ตัว	13	9.09
7 - 8 ตัว	5	3.50
9 - 10 ตัว	4	2.80
10 ตัว ขึ้นไป	7	4.90
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 0 ตัว	ค่าสูงสุด 20 ตัว
	ค่าเฉลี่ย 2.54 ตัว	S.D. 3.67

หมายเหตุ ค่าต่ำสุด 0 ตัว หมายถึง ไม่มีจำนวนลูกโคเพศผู้

4.1.7 การสืบทอดกิจการโคนมของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีผู้สืบทอดกิจการโคนม คิดเป็นร้อยละ 79.02 และเกษตรกรไม่มีผู้สืบทอดกิจการโคนม คิดเป็นร้อยละ 20.98 (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ การสืบทอดกิจการโคนมของเกษตรกร

การสืบทอดกิจการโคนม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มี ผู้สืบทอดกิจการโคนม	113	79.02
ไม่มี ผู้สืบทอดกิจการโคนม	30	20.98
รวม	143	100.00

หมายเหตุ มีบุตรเป็นผู้สืบทอด (109) น้องเป็นผู้สืบทอด (1) และหลานเป็นผู้สืบทอด (3)

จากผู้ตอบมีผู้สืบทอดกิจการ จำนวน 113 ราย

4.1.8 แรงงานในครัวเรือนของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรใช้แรงงานในครัวเรือนเฉลี่ย 2.40 คน โดยเกษตรกรมีการใช้แรงงานในครัวเรือน 1 - 2 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.84 รองลงมาคือ 3 - 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.98 และ มากกว่า 6 คน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.80 และมีเกษตรกรที่ไม่ใช้แรงงานครัวเรือนเลย คิดเป็นร้อยละ 6.99 ตามลำดับ (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
แรงงานในครัวเรือนของเกษตรกร

แรงงานในครัวเรือน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่ได้ใช้แรงงานในครัวเรือน	10	6.99
1 - 2 คน	87	60.84
3 - 4 คน	30	20.98
5 - 6 คน	12	8.39
มากกว่า 6 คน	4	2.80
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 0 คน	ค่าสูงสุด 10 คน
	ค่าเฉลี่ย 2.40 คน	S.D. 1.75

หมายเหตุ ค่าต่ำสุด 0 คน หมายถึง ไม่มีการใช้แรงงานในครัวเรือน

4.1.9 แรงงานจ้างนอกครัวเรือนของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรใช้แรงงานจ้างนอกครัวเรือนเฉลี่ย 2.34 คน โดยเกษตรกรไม่ได้จ้างแรงงานนอกครัวเรือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.37 รองลงมาคือใช้แรงงานจ้าง 1 - 2 คน และ 3 - 4 คน คิดเป็นร้อยละ 27.97 เท่ากัน และ มากกว่า 6 คน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.40 ตามลำดับ (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
แรงงานจ้างนอกครัวเรือนของเกษตรกร

แรงงานในครัวเรือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้จ้างแรงงานนอกครัวเรือน	42	29.37
1 - 2 คน	40	27.97
3 - 4 คน	40	27.97
5 - 6 คน	19	13.29

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
แรงงานจ้างนอกครัวเรือนของเกษตรกร (ต่อ)

แรงงานในครัวเรือน	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 6 คน	2	1.40
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 0 คน	ค่าสูงสุด 9 คน
	ค่าเฉลี่ย 2.34 คน	S.D. 2.05

หมายเหตุ ค่าต่ำสุด 0 คน หมายถึง ไม่มีการจ้างแรงงานนอกครัวเรือน

4.1.10 รายได้สุทธิเฉลี่ยจากการเลี้ยงโคนมโดยประมาณ (บาท/เดือน) (ในปี พ.ศ. 2566)

จากการวิจัย พบว่า ในปี พ.ศ. 2566 เกษตรกรมีรายได้สุทธิเฉลี่ยจากการเลี้ยงโคนมเฉลี่ย 77,046.57 บาทต่อเดือน โดยเกษตรกรมีรายได้สุทธิเฉลี่ยมากกว่า 60,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.36 รองลงมาคือ 40,001 - 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.58 และ 50,001 - 60,000 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.29 ตามลำดับ (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
รายได้สุทธิเฉลี่ยของเกษตรกร (ในปี พ.ศ. 2566)

รายได้สุทธิเฉลี่ย	จำนวน (บาท)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	20	13.99
30,001 - 40,000 บาท	24	16.78
40,001 - 50,000 บาท	28	19.58
50,001 - 60,000 บาท	19	13.29
มากกว่า 60,000 บาท	52	36.36
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 5,400 บาท	ค่าสูงสุด 1,000,000 บาท
	ค่าเฉลี่ย 77,046.57 บาท	S.D. 105837.42

4.1.11 แนวโน้มรายได้จากการเลี้ยงโคนมเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2565

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีแนวโน้มรายได้จากการเลี้ยงโคนมลดลง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.03 รองลงมาคือ มีแนวโน้มคงที่ คิดเป็นร้อยละ 20.98 และ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 13.99 (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ แนวโน้มรายได้ของเกษตรกร

แนวโน้มรายได้	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มีแนวโน้ม คงที่	30	20.98
มีแนวโน้ม ลดลง	93	65.03
มีแนวโน้ม เพิ่มขึ้น	20	13.99
รวม	143	100.00

4.1.12 รายได้จากแหล่งอื่น ๆ นอกเหนือจากการเลี้ยงโคนมโดยประมาณ (บาท/ปี)
(ในปี พ.ศ. 2566)

จากการวิจัย พบว่า ในปี พ.ศ. 2566 เกษตรกรมีรายได้จากแหล่งอื่น ๆ นอกเหนือจากการเลี้ยงโคนมเฉลี่ย 96,482.52 บาทต่อเดือน โดยเกษตรกรไม่มีรายได้จากแหล่งอื่น ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.85 รองลงมาคือ มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.98 และมีรายได้ 30,001 - 50,000 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.29 ตามลำดับ (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
รายได้จากแหล่งอื่นๆ ของเกษตรกร (ในปี พ.ศ. 2566)

รายได้จากแหล่งอื่น ๆ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่มีรายได้จากแหล่งอื่นๆ	77	53.85
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10	6.99
10,001 - 30,000 บาท	17	11.89
30,001 - 50,000 บาท	9	6.29
มากกว่า 50,000 บาท	30	20.98
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 0 บาท	ค่าสูงสุด 3,000,000 บาท
	ค่าเฉลี่ย 96,482.52 บาท	S.D. 311758.09

หมายเหตุ ค่าต่ำสุด 0 บาท หมายถึง ไม่มีรายได้จากแหล่งอื่นๆ

4.1.13 ภาระหนี้สินคงค้างของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีภาระหนี้สินคงค้างเฉลี่ย 1,071,398.60 บาท โดยเกษตรกรมีหนี้สินคงค้างมากกว่า 700,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.65 รองลงมาคือ ไม่มีหนี้สินคงค้าง คิดเป็นร้อยละ 20.98 และมีหนี้สินคงค้างน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100,000 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ภาระหนี้สินคงค้างของเกษตรกร

ภาระหนี้สินคงค้าง	จำนวน (บาท)	ร้อยละ
ไม่มีหนี้สินคงค้าง	30	20.98
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100,000 บาท	4	2.80
100,001 - 300,000 บาท	10	6.99
300,001 - 500,000 บาท	21	14.69
500,001 - 700,000 บาท	7	4.90
มากกว่า 700,000 บาท	71	49.65
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 0 บาท	ค่าสูงสุด 10,000,000 บาท
	ค่าเฉลี่ย 1,071,398.60 บาท	S.D. 1335768.41

หมายเหตุ ค่าต่ำสุด 0 บาท หมายถึง ไม่มีหนี้สินคงค้าง

4.1.14 แหล่งเงินทุนของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรสามารถหาแหล่งเงินทุนได้แต่มีความยุ่งยาก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.03 รองลงมาคือ สามารถหาแหล่งเงินทุนได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 13.29 และหาได้ง่ายมาก น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.10 ตามลำดับ (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ แหล่งเงินทุนของเกษตรกร

แหล่งเงินทุน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่สามารถหาแหล่งเงินทุนได้	18	12.59
หาแหล่งเงินทุนได้แต่มีความยุ่งยาก	103	72.03
สามารถหาแหล่งเงินทุนได้ง่าย	19	13.29
หาได้ง่ายมาก	3	2.10
รวม	143	100.00

4.1.15 ตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีตำแหน่งทางสังคม คิดเป็นร้อยละ 87.41 และมีตำแหน่งทางสังคม คิดเป็นร้อยละ 12.59 (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ตำแหน่งทางสังคมของเกษตรกร

ตำแหน่งทางสังคม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี ตำแหน่งทางสังคม	125	87.41
มี ตำแหน่งทางสังคม	18	12.59
รวม	143	100.00

หมายเหตุ เกษตรกรระบุตำแหน่งทางสังคมได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบว่ามีตำแหน่งทางสังคม ทั้งหมด 18 ราย โดยมีตำแหน่ง ดังนี้ อาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) (3) สมาชิก อบต. (2) กำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน/ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน (5) ประธานกลุ่มอาชีพ (2) อาสาสมัครเกษตรหมู่บ้าน (อกม.) (2)

4.1.16 ผลผลิตน้ำนมดิบ (กิโลกรัม/วัน) ของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีผลผลิตน้ำนมดิบเฉลี่ย 337.26 กิโลกรัม/วัน โดยเกษตรกรมีผลผลิตน้ำนมดิบ 201 - 300 ก.ก. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.87 รองลงมาคือ 301 - 400 ก.ก. คิดเป็นร้อยละ 23.78 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 ก.ก. น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.09 ตามลำดับ (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลผลิตน้ำนมดิบของเกษตรกร

ผลผลิตน้ำนมดิบ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 100 ก.ก.	13	9.09
101 - 200 ก.ก.	24	16.78
201 - 300 ก.ก.	37	25.87
301 - 400 ก.ก.	34	23.78
401 - 500 ก.ก.	16	11.19
มากกว่า 500 ก.ก.	19	13.29
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 30 กิโลกรัม/วัน	ค่าสูงสุด 1,000 กิโลกรัม/วัน
	ค่าเฉลี่ย 337.26 กิโลกรัม/วัน	S.D. 181.24

ส่วนที่ 4.2 สภาพการดำเนินงานฟาร์มโคนมบางประการของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

4.2.1 ช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมทางอินเทอร์เน็ต มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 79.02 รองลงมาคือ ทางโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 37.06 และทางหนังสือพิมพ์ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.29 ตามลำดับ (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสารของเกษตรกร

ช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสาร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ผ่านพีชหรือไปปลิว	22	15.38
หนังสือพิมพ์	9	6.29
นิตยสารเกษตร	29	20.28
วิทยุ	12	8.39
โทรทัศน์	53	37.06
อินเทอร์เน็ต	113	79.02
อื่นๆ	37	25.87

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบทั้งหมด 143 ราย, อื่น ๆ ได้แก่ Facebook (42) และ Line (24)

4.2.3 การได้รับการติดต่อเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมจากเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์ (ในปี พ.ศ. 2566)

จากการวิจัย พบว่า ในปี พ.ศ. 2566 เกษตรกรได้รับการติดต่อเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมจากเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์เฉลี่ย 2.93 ครั้ง โดยเกษตรกรได้รับการติดต่อ 1 - 2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.85 รองลงมา คือ ไม่เคยได้รับการติดต่อ คิดเป็นร้อยละ 18.18 และได้รับการติดต่อ 5 - 6 ครั้ง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.99 ตามลำดับ (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การติดต่อเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์ของเกษตรกร (ในปี พ.ศ. 2566)

การติดต่อเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เคยได้รับการติดต่อ	26	18.18
1 - 2 ครั้ง	67	46.85
3 - 4 ครั้ง	21	14.69
5 - 6 ครั้ง	10	6.99
มากกว่า 6 ครั้ง	19	13.29
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 0 ครั้ง	ค่าสูงสุด 13 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย 2.93 ครั้ง	S.D. 3.43

หมายเหตุ ค่าต่ำสุด 0 ครั้ง หมายถึง ในปี พ.ศ. 2566 เกษตรกรไม่เคยติดต่อเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์

4.2.4 การได้รับการติดต่อเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมจากเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการเกษตร (ในปี พ.ศ. 2566)

จากการวิจัย พบว่า ในปี พ.ศ. 2566 เกษตรกรได้รับการติดต่อเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมจากกรมส่งเสริมการเกษตรเฉลี่ย 0.98 ครั้ง โดยเกษตรกรไม่เคยได้รับการติดต่อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.93 รองลงมาคือ เคยติดต่อ 1 - 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.88 และได้รับการติดต่อมากกว่า 6 ครั้ง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.50 (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
การติดต่อเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการเกษตรของเกษตรกร

การติดต่อเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการเกษตร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เคยได้รับการติดต่อ	100	69.93
1 - 2 ครั้ง	27	18.88
3 - 4 ครั้ง	4	2.80
5 - 6 ครั้ง	7	4.90
มากกว่า 6 ครั้ง	5	3.50
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 0 ครั้ง	ค่าสูงสุด 12 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย 0.98 ครั้ง	S.D. 2.26

หมายเหตุ ค่าต่ำสุด 0 ครั้ง หมายถึง ในปี พ.ศ. 2566 เกษตรกรไม่เคยติดต่อเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการเกษตร

4.2.5 การได้รับการติดต่อเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทเอกชน (ในปี พ.ศ. 2566)

จากการวิจัย พบว่า ในปี พ.ศ. 2566 เกษตรกรได้รับการติดต่อเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทเอกชนเฉลี่ย 0.57 ครั้ง โดยเกษตรกรไม่เคยได้รับการติดต่อ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.22 รองลงมาคือ เคยติดต่อ 1 - 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 16.08 และได้รับการติดต่อ 3 - 4 ครั้ง น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ (ตารางที่ 26)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การติดต่อเจ้าหน้าที่ของบริษัทเอกชนของเกษตรกร

การติดต่อเจ้าหน้าที่ของบริษัทเอกชน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยติดต่อ	109	76.22
1 - 2 ครั้ง	23	16.08
3 - 4 ครั้ง	4	2.80
5 - 6 ครั้ง	7	4.90
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 0 ครั้ง	ค่าสูงสุด 6 ครั้ง
	ค่าเฉลี่ย 0.57 ครั้ง	S.D. 1.35

หมายเหตุ ค่าต่ำสุด 0 ครั้ง หมายถึง ในปี พ.ศ. 2566 เกษตรกรไม่เคยติดต่อเจ้าหน้าที่ของบริษัทเอกชน

4.2.6 พื้นที่แปลงหญ้าสำหรับใช้เลี้ยงโคนมของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรมีพื้นที่แปลงหญ้าสำหรับใช้เลี้ยงโคนมเฉลี่ย 10.27 ไร่ โดยเกษตรกรมีพื้นที่แปลงหญ้าสำหรับใช้เลี้ยงโคนมมากกว่า 11 ไร่ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.87 รองลงมาคือ เกษตรกรมีแปลงหญ้าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 18.88 และไม่มีแปลงหญ้าน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.79 ตามลำดับ (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พื้นที่แปลงหญ้าสำหรับใช้เลี้ยงโคนมของเกษตรกร

พื้นที่แปลงหญ้าสำหรับใช้เลี้ยงโคนม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่มีแปลงหญ้า	14	9.79
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 ไร่	27	18.88
3.01 - 5.00 ไร่	13	9.09
5.01 - 7.00 ไร่	9	6.29
7.01 - 9.00 ไร่	10	6.99
9.01 - 11.00 ไร่	23	16.08
มากกว่า 11 ไร่	47	32.87
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 0 ไร่	ค่าสูงสุด 50 ไร่
	ค่าเฉลี่ย 10.27 ไร่	S.D. 9.78

หมายเหตุ ค่าต่ำสุด 0 ไร่ หมายถึง เกษตรกรไม่มีแปลงหญ้าสำหรับใช้เลี้ยงโคนม

4.2.7 การสำรวจพืชอาหารสัตว์ในฤดูเลี้ยงของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรไม่มีการสำรวจพืชอาหารสัตว์ในฤดูเลี้ยง คิดเป็นร้อยละ 61.54 และมีการสำรวจพืชอาหารสัตว์ในฤดูเลี้ยง คิดเป็นร้อยละ 38.46 (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละ การสำรวจพืชอาหารสัตว์ในฤดูเลี้ยงของเกษตรกร

การสำรวจพืชอาหารสัตว์ในฤดูเลี้ยง	จำนวน	ร้อยละ
มี การสำรวจพืชอาหารสัตว์ในฤดูเลี้ยง	55	38.46
ไม่มี การสำรวจพืชอาหารสัตว์ในฤดูเลี้ยง	88	61.54
รวม	143	100

4.2.8 ต้นทุนค่าอาหารชั้น (บาท/เดือน) ของเกษตรกร (ในปี พ.ศ. 2566)

จากการวิจัย พบว่า ในปี พ.ศ. 2566 เกษตรกรมีต้นทุนค่าอาหารชั้นเฉลี่ย 72,493.50 บาทต่อเดือน โดยเกษตรกรมีต้นทุนค่าอาหารชั้นมากกว่า 100,000 บาท/เดือน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.08 รองลงมาคือ ไม่มีต้นทุนค่าอาหารชั้น คิดเป็นร้อยละ 22.38 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท/เดือน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.20 ตามลำดับ (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ต้นทุนค่าอาหารของเกษตรกร

ต้นทุนค่าอาหารชั้น	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่มีต้นทุนค่าอาหารชั้น	32	22.38
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท/เดือน	6	4.20
20,001 - 40,000 บาท/เดือน	19	13.29
40,001 - 60,000 บาท/เดือน	17	11.89
60,001 - 80,000 บาท/เดือน	15	10.49
80,001 - 100,000 บาท/เดือน	21	14.69
มากกว่า 100,000 บาท/เดือน	33	23.08
รวม	143	100.00
	ค่าต่ำสุด 0 บาท	ค่าสูงสุด 400,000 บาท
	ค่าเฉลี่ย 72,493.50 บาท	S.D. 70713.05

หมายเหตุ ค่าต่ำสุด 0 บาท/เดือน หมายถึง ในปี พ.ศ. 2566 เกษตรกรไม่มีต้นทุนค่าอาหารชั้น

4.2.9 การรับรองมาตรฐานฟาร์มของเกษตรกร

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรผ่านการรับรองมาตรฐานฟาร์ม คิดเป็นร้อยละ 97.20 และไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานฟาร์ม คิดเป็นร้อยละ 2.80 (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละ การรับรองมาตรฐานฟาร์มของเกษตรกร

การรับรองมาตรฐานฟาร์ม	จำนวน	ร้อยละ
<u>ผ่าน</u> การรับรองมาตรฐานฟาร์ม	139	97.20
<u>ไม่ผ่าน</u> การรับรองมาตรฐานฟาร์ม	4	2.80
รวม	143	100.00

4.2.10 ปัญหาและอุปสรรคด้านการดำเนินงานภายในฟาร์ม ผลการวิจัย ดังนี้

1) **ด้านพันธุ์โคนม** ภาพรวมเกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 1.98) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกประเด็นย่อย เช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ขาดการส่งเสริมพันธุ์โคที่เหมาะสมกับเกษตรกร (ค่าเฉลี่ย 1.99) และขาดเทคโนโลยีการพัฒนาสายพันธุ์ที่ดี (ค่าเฉลี่ย 1.97) (ตารางที่ 31)

2) **ด้านสุขภาพโคนม** ภาพรวมเกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 1.95) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกประเด็นย่อย เช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ปศุสัตว์มีไม่เพียงพอกับความต้องการของเกษตรกร (ค่าเฉลี่ย 1.97) และเกษตรกรขาดความรู้ด้านการป้องกันโรคระบาด (ค่าเฉลี่ย 1.94) ตามลำดับ (ตารางที่ 31)

3) **ด้านโรงเรือน** ภาพรวมเกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 2.50) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับมากและปานกลาง โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อุปกรณ์มีราคาแพง (ค่าเฉลี่ย 2.71) การสร้างโรงเรือนมาตรฐานต้องใช้เงินทุนสูง โดยเฉพาะการปรับปรุงให้ฟาร์มผ่านมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.59) และประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ขนาดพื้นที่มีจำกัด (ค่าเฉลี่ย 2.20) (ตารางที่ 31)

4) **ด้านขนาดของฟาร์ม** ภาพรวมเกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.17) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกประเด็นย่อยเช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนโครุ่น, ลูกโค มีมากกว่าแม่โคที่ให้นม (ค่าเฉลี่ย 2.24) และแม่โคมีจำนวนน้อย ไม่คุ้มค่าการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 2.10) ตามลำดับ (ตารางที่ 31)

5) **ด้านการจัดการเลี้ยงโคนม** ภาพรวมเกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 1.72) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับน้อยและปานกลาง โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ พื้นที่ไม่เหมาะสมกับการเลี้ยงโคนม (ค่าเฉลี่ย 1.77) ผู้เลี้ยงขาดความรู้ในการเลี้ยงโคนม (ค่าเฉลี่ย 1.73) และประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ การเลี้ยงโคนมไม่ถูกสุขลักษณะ (ค่าเฉลี่ย 1.65) (ตารางที่ 31)

6) **ด้านอาหารโคนม** ภาพรวมเกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.23) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกประเด็นย่อยเช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ อาหารมีราคาแพง (ค่าเฉลี่ย 2.85) ขาดแคลนอาหารหยาบในฤดูแล้ง (ค่าเฉลี่ย 2.25) อาหารมีคุณภาพไม่ดี (ค่าเฉลี่ย 2.09) และอาหาร TMR มีไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 1.72) ตามลำดับ (ตารางที่ 31)

7) **ด้านการบริหารจัดการ** ภาพรวมเกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 1.92) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับมาก ปานกลาง และน้อย โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีเงินทุนจำนวนจำกัด (ค่าเฉลี่ย 2.45) ประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การวางแผนในการปรับปรุงพันธุ์ (ค่าเฉลี่ย 2.07) ขาดการจัดการอาหารหยาบในช่วงฤดูแล้ง (ค่าเฉลี่ย 1.97) ขาดความเอาใจใส่ในการบันทึกข้อมูล (ประวัติโค, การเป็นสัตว์) และขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการฟาร์มที่ถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 1.82) เท่ากัน ขาดแคลนแรงงาน (ค่าเฉลี่ย 1.78) ขาดการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (มูลโค, ซากโค, น้ำเสีย) (ค่าเฉลี่ย 1.77) และประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ขาดการควบคุมคุณภาพน้ำนมดิบ (ค่าเฉลี่ย 1.66) (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ปัญหาและอุปสรรคด้านการดำเนินงานภายในฟาร์มของเกษตรกร

ปัญหาและอุปสรรค ด้านการดำเนินงานภายในฟาร์ม	ระดับของปัญหา			ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
	น้อย	ปานกลาง	มาก			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ด้านพันธุ์โคนม						
1.1 ขาดเทคโนโลยีการพัฒนาสายพันธุ์ที่ดี	26 (18.18)	96 (67.13)	21 (14.69)	1.97	0.57	ปานกลาง
1.2 ขาดการส่งเสริมพันธุ์โคที่เหมาะสมกับเกษตรกร	29 (20.28)	87 (60.84)	27 (18.88)	1.99	0.63	ปานกลาง
รวม				1.98	0.60	ปานกลาง

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปรผล ปัญหาและอุปสรรคด้านการดำเนินงาน
ภายในฟาร์มของเกษตรกร (ต่อ)

ปัญหาและอุปสรรค ด้านการดำเนินงานภายในฟาร์ม	ระดับของปัญหา			ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปรผล
	น้อย จำนวน (ร้อยละ)	ปานกลาง จำนวน (ร้อยละ)	มาก จำนวน (ร้อยละ)			
2. ด้านสุขภาพโคนม						
2.1 เจ้าหน้าที่ปศุสัตว์มีไม่เพียงพอกับความ ต้องการของเกษตรกร	35 (24.48)	78 (54.55)	30 (20.98)	1.97	0.68	ปานกลาง
2.2 เกษตรกรขาดความรู้ด้านการป้องกัน โรคระบาด	32 (22.38)	88 (61.54)	23 (16.08)	1.94	0.62	ปานกลาง
รวม				1.95	0.65	ปานกลาง
3. ด้านโรงเรือน						
3.1 การสร้างโรงเรือนมาตรฐานต้องใช้ เงินทุนสูง โดยเฉพาะการปรับปรุงให้ ฟาร์มผ่านมาตรฐาน	8 (5.59)	42 (29.37)	93 (65.03)	2.59	0.60	มาก
3.2 ขนาดพื้นที่มีจำกัด	15 (10.49)	85 (59.44)	43 (30.07)	2.20	0.61	ปานกลาง
3.3 อุปกรณ์มีราคาแพง	2 (1.40)	38 (26.57)	103 (72.03)	2.71	0.49	มาก
รวม				2.50	0.56	มาก
4. ด้านขนาดของฟาร์ม						
4.1 แม่โคมีจำนวนน้อยไม่คุ้มค่าการลงทุน	23 (16.08)	82 (57.34)	38 (26.57)	2.10	0.65	ปานกลาง
4.2 จำนวนโครุ่น , ลูกโค มีมากกว่าแม่โคที่ ให้นม	17 (11.89)	74 (51.75)	52 (36.36)	2.24	0.65	ปานกลาง
รวม				2.17	0.65	ปานกลาง
5 ด้านการจัดการเลี้ยงโคนม						
5.1 พื้นที่ไม่เหมาะสมกับการเลี้ยงโคนม	47 (32.87)	82 (57.34)	14 (9.79)	1.77	0.61	ปานกลาง
5.2 การเลี้ยงโคนมไม่ถูกสุขลักษณะ	59 (41.26)	75 (52.45)	9 (6.29)	1.65	0.60	น้อย
5.3 ผู้เลี้ยงขาดความรู้ในการเลี้ยงโคนม	54 (37.76)	74 (51.75)	15 (10.49)	1.73	0.64	ปานกลาง
รวม				1.72	0.62	ปานกลาง

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ปัญหาและอุปสรรคด้านการดำเนินงาน
ภายในฟาร์มของเกษตรกร (ต่อ)

ปัญหาและอุปสรรค ด้านการดำเนินงานภายในฟาร์ม	ระดับของปัญหา			ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
	น้อย	ปานกลาง	มาก			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
6. ด้านอาหารโคนม						
6.1 อาหารมีราคาแพง	3 (2.10)	16 (11.19)	124 (86.71)	2.85	0.42	มาก
6.2 อาหารมีคุณภาพไม่ดี	16 (11.19)	98 (68.53)	29 (20.28)	2.09	0.56	ปานกลาง
6.3 ขาดแคลนอาหารหยابในฤดูแล้ง	14 (9.79)	79 (55.24)	50 (34.97)	2.25	0.62	ปานกลาง
6.4 อาหาร TMR มีไม่เพียงพอ	55 (38.46)	73 (51.05)	15 (10.49)	1.72	0.64	ปานกลาง
รวม				2.23	0.56	ปานกลาง
7. ด้านการบริหารจัดการ						
7.1 ขาดแคลนแรงงาน	44 (30.77)	86 (60.14)	13 (9.09)	1.78	0.60	ปานกลาง
7.2 ขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการ ฟาร์มที่ถูกต้อง	39 (27.27)	91 (63.64)	13 (9.09)	1.82	0.58	ปานกลาง
7.3 ขาดการจัดการอาหารหยابในช่วงฤดู แล้ง	31 (21.68)	86 (60.14)	26 (18.18)	1.97	0.63	ปานกลาง
7.4 ขาดความเอาใจใส่ในการบันทึกข้อมูล (ประวัติโค, การเป็นสัตว์)	44 (30.77)	81 (56.64)	18 (12.59)	1.82	0.64	ปานกลาง
7.5 การวางแผนในการปรับปรุงพันธุ์	26 (18.18)	81 (56.64)	36 (25.17)	2.07	0.66	ปานกลาง
7.6 มีเงินทุนจำนวนจำกัด	13 (9.09)	52 (36.36)	78 (54.55)	2.45	0.66	มาก
7.7 ขาดการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (มูลโค, ซากโค, น้ำเสีย)	49 (34.27)	78 (54.55)	16 (11.19)	1.77	0.64	ปานกลาง
7.8 ขาดการควบคุมคุณภาพน้ำนมดิบ	57 (39.86)	77 (53.85)	9 (6.29)	1.66	0.59	น้อย
รวม				1.92	0.62	ปานกลาง

หมายเหตุ	การแปลผลค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.66 หมายถึง มีระดับปัญหาน้อย
		1.67 – 2.32 หมายถึง มีระดับปัญหาปานกลาง
		2.33 – 3.00 หมายถึง มีระดับปัญหา มาก

ส่วนที่ 4.3 ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไทยปรกาการ จำกัด

4.3.1 ระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไทยปรกาการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

1) **ด้านผลิตภัณฑ์** ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกประเด็นย่อย เช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการใช้สูตรอาหารสัตว์ที่หลากหลายเหมาะสมกับความต้องการตามชนิดและประเภทของโคนมของสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เหมาะสมมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.83) มีการจัดเก็บในบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.80) ผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บรักษาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.76) และผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเท่ากับหรือมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรเคยใช้อยู่มาก่อน (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ (ตารางที่ 32)

2) **ด้านราคา** ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.30) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทุกประเด็นย่อย เช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาที่จำหน่ายเกษตรกรจะได้รับประโยชน์คุ้มค่างว่าการซื้ออาหารสัตว์แบบเดิม ๆ ที่เกษตรกรเคยใช้และใช้อยู่ (ค่าเฉลี่ย 3.38) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา (ค่าเฉลี่ย 3.31) การตั้งราคาจำหน่ายคำนึงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรจะได้รับมากกว่าผลตอบแทนหรือกำไรที่สหกรณ์ จะได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.30) ราคาจำหน่ายมีความเหมาะสมกับการลงทุนและผลตอบแทน (ค่าเฉลี่ย 3.26) และผลิตภัณฑ์มีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรเคยใช้มาก่อน (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับ (ตารางที่ 32)

3) **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและปานกลาง โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สหกรณ์มีการจัดการคลังสินค้าที่เพียงพอเพื่อการบริการสมาชิกอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.84) สหกรณ์ให้ความสำคัญกับการสร้างช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลายกว่าการที่เกษตรกรจะมารับสินค้าเองที่จุดจำหน่ายของสหกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) สหกรณ์มีการบริการอำนวยความสะดวก

ความสะดวกจัดส่งสินค้าถึงฟาร์มโคนมของเกษตรกรโดยบริการของสหกรณ์เอง (ค่าเฉลี่ย 3.50) ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สหกรณ์มีการบริการอำนวยความสะดวกจัดส่งสินค้าถึงฟาร์มโคนมของเกษตรกรโดยผ่านการบริการของผู้แทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.16) สหกรณ์มีการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ หรือ สินค้าที่เสื่อมสภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับ (ตารางที่ 32)

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.38) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากและปานกลาง โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สหกรณ์มีการติดต่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สินค้ากับเกษตรกรหรือผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.45) สหกรณ์มีการใช้เครื่องมือสื่อสาร การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย เพื่อส่งเสริมการขาย เพื่อให้มีการใช้สินค้าเพิ่มมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.48) สหกรณ์มีการสังเกตและเก็บข้อมูลการซื้อของผู้ซื้อเพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.53) ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการออกเยี่ยมชุมชน เพื่อให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.09) และสหกรณ์มีการประชาสัมพันธ์ หรือมีการจูงใจให้สมาชิกเกิดความต้องการใช้สินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.36) ตามลำดับ (ตารางที่ 32)

5) ด้านบุคคล ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกประเด็นย่อย เช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เจ้าหน้าที่มีความสุภาพ ยิ้มแย้ม (ค่าเฉลี่ย 3.98) เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.94) เจ้าหน้าที่มีความรู้และเข้าใจในผลิตภัณฑ์สามารถตอบคำถามได้ (ค่าเฉลี่ย 3.88) จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ และสหกรณ์มีระบบการควบคุมคุณภาพการให้บริการของบุคคลให้อยู่ในระดับที่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.85) เท่ากัน ตามลำดับ (ตารางที่ 32)

6) ด้านกระบวนการ ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดและมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สหกรณ์มีระบบการให้บริการก่อน – หลัง ตามคิวที่สมาชิกขอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.25) ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีระบบการทำงาน การให้บริการที่ถูกต้อง แม่นยำ ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.86) ฝ่ายผลิตและฝ่ายการตลาดมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการแก่เกษตรกรสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.60) เกษตรกรสมาชิกมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ (ตารางที่ 32)

7) **ด้านลักษณะทางกายภาพ** ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทุกประเด็นย่อยเช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ผลิตมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.85) ลักษณะภายนอกของสินค้าดูดี น่าสนใจ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) กระบวนการผลิตถูกสุขลักษณะ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.76) ลักษณะส่วนผสมของวัตถุดิบในสินค้ามีความโดดเด่น ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.66) และในกระบวนการบรรจุหีบห่อ การขนส่งสินค้า เป็นระบบ ป้องกันการปนเปื้อน มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ (ตารางที่ 32)

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไร่ไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ด้านผลิตภัณฑ์								
1.1 มีการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เหมาะสมมีคุณภาพ	2 (1.40)	0 (0.00)	32 (22.38)	96 (67.13)	13 (9.09)	3.83	0.64	มาก
1.2 มีการใช้สูตรอาหารสัตว์ที่หลากหลายเหมาะสมกับความต้องการตามชนิดและประเภทของโคนมของสมาชิก	0 (0.00)	2 (1.40)	40 (27.97)	73 (51.05)	28 (19.58)	3.89	0.72	มาก
1.3 มีการจัดเก็บในบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม	0 (0.00)	5 (3.50)	32 (22.38)	92 (64.34)	14 (9.79)	3.80	0.65	มาก
1.4 ผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บรักษาที่เหมาะสม	2 (1.40)	0 (0.00)	40 (27.97)	89 (62.24)	12 (8.39)	3.76	0.66	มาก
1.5 ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเท่ากับหรือมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรเคยใช้อยู่มาก่อน	2 (1.40)	9 (6.29)	32 (22.38)	80 (55.94)	20 (13.99)	3.75	0.83	มาก
	รวม					3.81	0.70	มาก

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจศูนย์ ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
2. ด้านราคา								
2.1 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ เหมาะสมกับราคา	8 (5.59)	9 (6.29)	75 (52.45)	32 (22.38)	19 (13.29)	3.31	0.97	ปานกลาง
2.2 การตั้งราคาจำหน่าย คำนึงถึงคุณค่าของ ผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรจะ ได้รับมาก กว่าผลตอบแทน หรือกำไรที่สหกรณ์จะได้รับ	8 (5.59)	15 (10.49)	56 (39.16)	54 (37.76)	10 (6.99)	3.30	0.95	ปานกลาง
2.3 ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกกว่า ผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรเคยใช้ มาก่อน	3 (2.10)	19 (13.29)	72 (50.35)	40 (27.97)	9 (6.29)	3.23	0.84	ปานกลาง
2.4 ราคาจำหน่ายมีความ เหมาะสม กับการลงทุนและ ผลตอบแทน	8 (5.59)	20 (13.99)	54 (37.76)	49 (34.27)	12 (8.39)	3.26	0.99	ปานกลาง
2.5 ราคาที่จำหน่ายเกษตรกร จะได้รับประโยชน์คุ้มค่ากว่า การซื้ออาหารสัตว์แบบเดิม ๆ ที่เกษตรกรเคยใช้และใช้อยู่	3 (2.10)	17 (11.89)	55 (38.46)	59 (41.26)	9 (6.29)	3.38	0.85	ปานกลาง
	รวม					3.30	0.92	ปานกลาง
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
3.1 สหกรณ์ ให้ความสำคัญ กับการสร้างช่องทางจัด จำหน่ายที่หลากหลายกว่า การที่เกษตรกรจะมารับสินค้า เองที่จุดจำหน่ายของสหกรณ์	4 (2.80)	7 (4.90)	45 (31.47)	63 (44.06)	24 (16.78)	3.67	0.91	มาก

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไร่ปรากการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจศูนย์ ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
3.2 สหกรณ์มีบริการ อำนวยความสะดวกจัดส่ง สินค้าถึงฟาร์มโคนมของ เกษตรกร โดยบริการของ สหกรณ์เอง	11 (7.69)	14 (9.79)	32 (22.38)	65 (45.45)	21 (14.69)	3.50	1.10	มาก
3.3 สหกรณ์มีบริการ อำนวยความสะดวกจัดส่ง สินค้าถึงฟาร์มโคนมของ เกษตรกรโดยผ่านการบริการ ของผู้แทนจำหน่าย	9 (6.29)	29 (20.28)	45 (31.47)	50 (34.97)	10 (6.99)	3.16	1.03	ปานกลาง
3.4 สหกรณ์มีการจัดการ คลังสินค้าที่เพียงพอเพื่อการ บริการสมาชิกอย่างเพียงพอ และต่อเนื่อง	4 (2.80)	5 (3.50)	31 (21.68)	73 (51.05)	30 (20.98)	3.84	0.89	มาก
3.5 สหกรณ์มีการบริหาร จัดการสินค้าคงเหลือ หรือ สินค้าที่เสื่อมสภาพ	13 (9.09)	13 (9.09)	42 (29.37)	60 (41.96)	15 (10.49)	3.36	1.08	ปานกลาง
	รวม					3.50	1.00	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด								
4.1 มีการออกเยี่ยมชุมชน เพื่อให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์นอก สถานที่	5 (3.50)	21 (14.69)	80 (55.94)	30 (20.98)	7 (4.90)	3.09	0.83	ปานกลาง
4.2 สหกรณ์มีการ ประชาสัมพันธ์ หรือมีการจูงใจ ให้สมาชิกเกิดความต้องการใช้ สินค้า	4 (2.80)	6 (4.20)	72 (50.35)	56 (39.16)	5 (3.50)	3.36	0.75	ปานกลาง

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไร่ปรากการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดของธุรกิจศูนย์ ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
4.3 สหกรณ์มีการ ติดต่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับ การใช้สินค้ากับเกษตรกรหรือ ผู้ซื้อ	3 (2.10)	13 (9.09)	54 (37.76)	63 (44.06)	10 (6.99)	3.45	0.84	มาก
4.4 สหกรณ์มีการใช้เครื่องมือ สื่อสาร การโฆษณา การขาย โดยใช้พนักงานขาย เพื่อ ส่งเสริมการขาย เพื่อให้มีการ ใช้สินค้าเพิ่มมากขึ้น	7 (4.90)	8 (5.59)	50 (34.97)	65 (45.45)	13 (9.09)	3.48	0.92	มาก
4.5 สหกรณ์มีการสังเกตและ เก็บข้อมูลการซื้อของผู้ซื้อเพื่อ นำมาปรับปรุงคุณภาพสินค้า และบริการ	0 (0.00)	8 (5.59)	64 (44.76)	58 (40.56)	13 (9.09)	3.53	0.74	มาก
	รวม					3.38	0.81	ปานกลาง
5. ด้านบุคคล								
5.1 เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าทุก คนเท่าเทียมกัน	4 (2.80)	2 (1.40)	26 (18.18)	77 (53.85)	34 (23.78)	3.94	0.85	มาก
5.2 เจ้าหน้าที่ที่มีคุณภาพ ยิ้มแย้ม	2 (1.40)	4 (2.80)	23 (16.08)	80 (55.94)	34 (23.78)	3.98	0.80	มาก
5.3 เจ้าหน้าที่มีความรู้และ เข้าใจในผลิตภัณฑ์สามารถ ตอบคำถามได้	4 (2.80)	0 (0.00)	34 (23.78)	76 (53.15)	29 (20.28)	3.88	0.83	มาก
5.4 จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอ ในการให้บริการ	4 (2.80)	5 (3.50)	27 (18.88)	80 (55.94)	27 (18.88)	3.85	0.87	มาก

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไร่ปรากการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
5.5 สหกรณ์มีระบบควบคุมคุณภาพการให้บริการของบุคคลให้อยู่ในระดับที่คงที่	6 (4.20)	6 (4.20)	23 (16.08)	76 (53.15)	32 (22.38)	3.85	0.96	มาก
รวม						3.90	0.86	มาก
6. ด้านกระบวนการ								
6.1 สหกรณ์มีระบบการให้บริการก่อน – หลัง ตามคิวที่สมาชิกขอรับบริการ	4 (2.80)	0 (0.00)	12 (8.39)	67 (46.85)	60 (41.96)	4.25	0.83	มากที่สุด
6.2 ความรวดเร็วในการให้บริการ	4 (2.80)	3 (2.10)	31 (21.68)	63 (44.06)	42 (29.37)	3.95	0.92	มาก
6.3 มีระบบการทำงาน การให้บริการที่ถูกต้อง แม่นยำ	4 (2.80)	0 (0.00)	37 (25.87)	73 (51.05)	29 (20.28)	3.86	0.84	มาก
6.4 เกษตรกรสมาชิกมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ	4 (2.80)	12 (8.39)	45 (31.47)	63 (44.06)	19 (13.29)	3.57	0.92	มาก
6.5 ฝ่ายผลิตและฝ่ายการตลาดมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการแก่เกษตรกรสมาชิก	10 (6.99)	0 (0.00)	47 (32.87)	66 (46.15)	20 (13.99)	3.60	0.97	มาก
รวม						3.85	0.90	มาก
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ								
7.1 สถานที่ผลิตมีความปลอดภัย	4 (2.80)	0 (0.00)	38 (26.57)	72 (50.35)	29 (20.28)	3.85	0.84	มาก
7.2 กระบวนการผลิตถูกสุขลักษณะ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า	4 (2.80)	3 (2.10)	33 (23.08)	86 (60.14)	17 (11.89)	3.76	0.80	มาก

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม ที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
7.3 ลักษณะภายนอกของสินค้าดูดี น่าสนใจ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า	4 (2.80)	0 (0.00)	40 (27.97)	79 (55.24)	20 (13.99)	3.78	0.79	มาก
7.4 ลักษณะส่วนผสมของวัตถุดิบในสินค้ามีความโดดเด่น ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า	4 (2.80)	0 (0.00)	51 (35.66)	74 (51.75)	14 (9.79)	3.66	0.77	มาก
7.5 ในกระบวนการบรรจุหีบห่อ การขนส่งสินค้าเป็นระบบ ป้องกันการปนเปื้อน มีความน่าเชื่อถือ	7 (4.90)	0 (0.00)	46 (32.17)	73 (51.05)	17 (11.89)	3.65	0.87	มาก
รวม						3.74	0.81	มาก

หมายเหตุ การแปลผล ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง พึงพอใจน้อย
 ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง พึงพอใจมาก
 ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

4.3.2 ระดับความสำคัญของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมเกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกประเด็นย่อยเช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เหมาะสมมีคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีการจัดเก็บในบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.89) มีการใช้สูตรอาหารสัตว์ที่หลากหลายเหมาะสมกับ

ความต้องการตามชนิดและประเภทของโคนมของสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.85)ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเท่ากับหรือมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรเคยใช้อยู่มาก่อน (ค่าเฉลี่ย 3.78) และผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บรักษาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ (ตารางที่ 33)

2) ด้านราคา ภาพรวมเกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกประเด็นย่อยเช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา (ค่าเฉลี่ย 3.63) การตั้งราคาจำหน่ายคำนึงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรจะได้รับ มากกว่าผลตอบแทนหรือกำไรที่สหกรณ์จะได้รับ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรเคยใช้มาก่อน (ค่าเฉลี่ย 3.43) ราคาจำหน่ายมีความเหมาะสมกับการลงทุนและผลตอบแทน (ค่าเฉลี่ย 3.48) และราคาที่จำหน่ายเกษตรกรจะได้รับประโยชน์คุ้มค่ากว่าการซื้ออาหารสัตว์แบบเดิมๆ ที่เกษตรกรเคยใช้และใช้อยู่ (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ (ตารางที่ 33)

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมเกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกประเด็นย่อยเช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สหกรณ์มีการจัดการคลังสินค้าที่เพียงพอเพื่อให้บริการสมาชิกอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.85) สหกรณ์มีการบริการอำนวยความสะดวกจัดส่งสินค้าถึงฟาร์มโคนมของเกษตรกรโดยบริการของสหกรณ์เอง (ค่าเฉลี่ย 3.66) สหกรณ์ ให้ความสำคัญกับการสร้างช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลายกว่าการที่เกษตรกรจะมารับสินค้าเองที่จุดจำหน่ายของสหกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) สหกรณ์มีการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ หรือ สินค้าที่เสื่อมสภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.48) สหกรณ์มีการบริการอำนวยความสะดวกจัดส่งสินค้าถึงฟาร์มโคนมของเกษตรกร โดยผ่านการบริการของผู้แทนจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ (ตารางที่ 33)

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมเกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.42) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากและปานกลาง โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สหกรณ์มีการใช้เครื่องมือสื่อสาร การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย เพื่อส่งเสริมการขาย เพื่อให้มีการใช้สินค้าเพิ่มมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.47) สหกรณ์มีการสังเกตและเก็บข้อมูลการซื้อของผู้ซื้อ เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ และสหกรณ์มีการประชาสัมพันธ์ หรือมีการจูงใจให้สมาชิกเกิดความต้องการใช้สินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.45) เท่ากัน สหกรณ์มีการติดต่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สินค้ากับเกษตรกรหรือผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย 3.43) ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการออกเยี่ยมชุมชน เพื่อให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์นอกสถานที่ (ค่าเฉลี่ย 3.31) ตามลำดับ (ตารางที่ 33)

5) ด้านบุคคล ภาพรวมเกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกประเด็นย่อย เช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพ ยิ้มแย้ม (ค่าเฉลี่ย 3.92) เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และเข้าใจในผลิตภัณฑ์สามารถตอบคำถามได้ (ค่าเฉลี่ย 3.88) เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน และจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.86) เท่ากัน สหกรณ์มีระบบการควบคุมคุณภาพการให้บริการของบุคคลให้อยู่ในระดับที่คงที่ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ (ตารางที่ 33)

6) ด้านกระบวนการ ภาพรวมเกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกประเด็นย่อย เช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สหกรณ์มีระบบการให้บริการก่อน - หลัง ตามคิวที่สมาชิกขอรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) ความรวดเร็วในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีระบบการทำงาน การให้บริการที่ถูกต้อง แม่นยำ ครบถ้วน (ค่าเฉลี่ย 3.93) ฝ่ายผลิตและฝ่ายการตลาดมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการแก่เกษตรกรสมาชิก (ค่าเฉลี่ย 3.73) เกษตรกรสมาชิกมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ (ตารางที่ 33)

7) ด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมเกษตรกรมีให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกประเด็นย่อยเช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ผลิตมีความปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 3.76) กระบวนการผลิตถูกสุขลักษณะ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72) ลักษณะภายนอกของสินค้าดูดี น่าสนใจ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.74) ลักษณะส่วนผสมของวัตถุดิบในสินค้ามีความโดดเด่น ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71) ในกระบวนการบรรจุหีบห่อ การขนส่งสินค้าเป็นระบบป้องกันการปนเปื้อน มีความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ตามลำดับ (ตารางที่ 33)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปรผล ระดับความสำคัญของเกษตรกรผู้เลี้ยง
โคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัดต่อปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center))	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ด้านผลิตภัณฑ์								
1.1 มีการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่ เหมาะสมมีคุณภาพ	2 (1.40)	2 (1.40)	29 (20.28)	81 (56.64)	29 (20.28)	3.93	0.77	มาก
1.2 มีการใช้สูตรอาหารสัตว์ที่ หลากหลายเหมาะสมกับความ ต้องการตามชนิดและประเภท ของโคนมของสมาชิก	0 (0.00)	2 (1.40)	40 (27.97)	78 (54.55)	23 (16.08)	3.85	0.69	มาก
1.3 มีการจัดเก็บในบรรจุภัณฑ์ที่ เหมาะสม	0 (0.00)	4 (2.80)	35 (24.48)	77 (53.85)	27 (18.88)	3.89	0.73	มาก
1.4 ผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บ รักษาที่เหมาะสม	2 (1.40)	0 (0.00)	41 (28.67)	89 (62.24)	11 (7.69)	3.75	0.66	มาก
1.5 ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเท่ากับ หรือมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่ เกษตรกรเคยใช้อยู่มาก่อน	2 (1.40)	10 (6.99)	23 (16.08)	91 (63.64)	17 (11.89)	3.78	0.80	มาก
รวม						3.84	0.73	มาก
2. ด้านราคา								
2.1 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ เหมาะสมกับราคา	3 (2.10)	19 (13.29)	36 (25.17)	55 (38.46)	30 (20.98)	3.63	1.03	มาก
2.2 การตั้งราคาจำหน่ายคำนึงถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกร จะได้รับมาก กว่าผลตอบแทน หรือกำไรที่สหกรณ์จะได้รับ	2 (1.40)	13 (9.09)	44 (30.77)	66 (46.15)	18 (12.59)	3.59	0.87	มาก
2.3 ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกกว่า ผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรเคยใช้มาก่อน	3 (2.10)	20 (13.99)	50 (34.97)	53 (37.06)	17 (11.89)	3.43	0.95	มาก
2.4 ราคาจำหน่ายมีความ เหมาะสม กับการลงทุนและ ผลตอบแทน	7 (4.90)	18 (12.59)	45 (31.47)	46 (32.17)	27 (18.88)	3.48	1.09	มาก

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปรผล ระดับความสำคัญของเกษตรกรผู้เลี้ยง
โคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัดต่อปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center))	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
2.5 ราคาที่จำหน่ายเกษตรกรจะ ได้รับประโยชน์คุ้มค่ากว่าการซื้อ อาหารสัตว์แบบเดิม ๆ ที่เคยใช้	8 (5.59)	7 (4.90)	46 (32.17)	57 (39.86)	25 (17.48)	3.59	1.02	มาก
รวม						3.54	0.99	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
3.2 สหกรณ์ ให้ความสำคัญกับ การสร้างช่องทางจัดจำหน่ายที่ หลากหลายกว่าการที่เกษตรกร จะมารับสินค้าเองที่จุดจำหน่าย ของสหกรณ์	4 (2.80)	7 (4.90)	47 (32.87)	62 (43.36)	23 (16.08)	3.65	0.91	มาก
3.2 สหกรณ์มีการบริการอำนวยความสะดวก จัดส่งสินค้าถึงฟาร์ม โคนมของเกษตรกร โดยบริการ ของสหกรณ์เอง	13 (9.09)	5 (3.50)	28 (19.58)	68 (47.55)	29 (20.28)	3.66	1.12	มาก
3.3 สหกรณ์มีการบริการอำนวยความสะดวก จัดส่งสินค้าถึงฟาร์ม โคนมของเกษตรกรโดยผ่านการ บริการของผู้แทนจำหน่าย	9 (6.29)	19 (13.29)	29 (20.28)	69 (48.25)	17 (11.89)	3.46	1.07	มาก
3.4 สหกรณ์มีการจัดการ คลังสินค้าที่เพียงพอเพื่อการ บริการสมาชิกอย่างเพียงพอและ ต่อเนื่อง	2 (1.40)	7 (4.90)	30 (20.98)	76 (53.15)	28 (19.58)	3.85	0.84	มาก
3.5 สหกรณ์มีการบริหารจัดการ สินค้าคงเหลือ หรือ สินค้าที่ เสื่อมสภาพ	13 (9.09)	10 (6.99)	35 (24.48)	66 (46.15)	19 (13.29)	3.48	1.10	มาก
รวม						3.62	1.01	มาก

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปรผล ระดับความสำคัญของเกษตรกรผู้เลี้ยง
โคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัดต่อปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center))	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด								
4.6 มีการออกเยี่ยมชุมชน เพื่อให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์นอก สถานที่	8 (5.59)	12 (8.39)	58 (40.56)	58 (40.56)	7 (4.90)	3.31	0.91	ปาน กลาง
4.7 สหกรณ์มีการประชาสัมพันธ์ หรือมีการจูงใจให้สมาชิกเกิด ความต้องการใช้สินค้า	2 (1.40)	6 (4.20)	67 (46.85)	61 (42.66)	7 (4.90)	3.45	0.72	มาก
4.8 สหกรณ์มีการติดต่อสื่อสาร ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สินค้ากับ เกษตรกรหรือผู้ซื้อ	2 (1.40)	16 (11.19)	51 (35.66)	67 (46.85)	7 (4.90)	3.43	0.81	มาก
4.9 สหกรณ์มีการใช้เครื่องมือ สื่อสาร การโฆษณา การขายโดย ใช้พนักงานขาย เพื่อส่งเสริมการ ขาย เพื่อให้มีการใช้สินค้าเพิ่มมาก ขึ้น	7 (4.90)	12 (8.39)	44 (30.77)	67 (46.85)	13 (9.09)	3.47	0.95	มาก
4.10 สหกรณ์มีการสังเกตและเก็บ ข้อมูลการซื้อของผู้ซื้อเพื่อนำมา ปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ	2 (1.40)	18 (12.59)	49 (34.27)	62 (43.36)	12 (8.39)	3.45	0.87	มาก
	รวม					3.42	0.85	มาก
5. ด้านบุคคล								
5.1 เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าทุกคน เท่าเทียมกัน	4 (2.80)	10 (6.99)	20 (13.99)	77 (53.85)	32 (22.38)	3.86	0.94	มาก
5.2 เจ้าหน้าที่ที่มีความสุภาพ ยิ้มแย้ม	4 (2.80)	2 (1.40)	28 (19.58)	76 (53.15)	33 (23.08)	3.92	0.86	มาก

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปรผล ระดับความสำคัญของเกษตรกรผู้เลี้ยง
โคเนื้อที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัดต่อปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center))	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
5.3 เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้และเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์สามารถตอบคำถาม ได้	4 (2.80)	5 (3.50)	25 (17.48)	79 (55.24)	30 (20.98)	3.88	0.88	มาก
5.4 จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอใน การให้บริการ	4 (2.80)	8 (5.59)	24 (16.78)	75 (52.45)	32 (22.38)	3.86	0.92	มาก
5.5 สหกรณ์มีระบบการควบคุม คุณภาพการให้บริการของบุคคล ให้อยู่ในระดับที่คงที่	10 (6.99)	2 (1.40)	25 (17.48)	78 (54.55)	28 (19.58)	3.78	1.01	มาก
	รวม					3.86	0.92	มาก
6. ด้านกระบวนการ								
6.1 สหกรณ์มีระบบการ ให้บริการก่อน - หลัง ตามคิวที่ สมาชิกขอรับบริการ	4 (2.80)	0 (0.00)	16 (11.19)	75 (52.45)	48 (33.57)	4.14	0.83	มาก
6.2 ความรวดเร็วในการ ให้บริการ	4 (2.80)	0 (0.00)	28 (19.58)	68 (47.55)	43 (30.07)	4.02	0.87	มาก
6.3 มีระบบการทำงาน การให้ บริการที่ถูกต้องแม่นยำ ครบถ้วน	4 (2.80)	0 (0.00)	28 (19.58)	81 (56.64)	30 (20.98)	3.93	0.81	มาก
6.4 เกษตรกรสมาชิกมีส่วนร่วม ในกระบวนการให้บริการ	4 (2.80)	9 (6.29)	38 (26.57)	76 (53.15)	16 (11.19)	3.64	0.87	มาก
6.5 ฝ่ายผลิตและฝ่ายการตลาดมี ส่วนร่วมในกระบวนการ ให้บริการแก่เกษตรกรสมาชิก	7 (4.90)	3 (2.10)	34 (23.78)	76 (53.15)	23 (16.08)	3.73	0.93	มาก
	รวม					3.89	0.86	มาก

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปรผล ระดับความสำคัญของเกษตรกรผู้เลี้ยง
โคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไร่ไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสม
ทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center))	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ								
7.1 สถานที่ผลิตมีความปลอดภัย	4 (2.80)	7 (4.90)	37 (25.87)	66 (46.15)	29 (20.28)	3.76	0.93	มาก
7.2 กระบวนการผลิตถูก สุขลักษณะ ช่วยส่งเสริม ภาพลักษณ์ของสินค้า	4 (2.80)	5 (3.50)	41 (28.67)	70 (48.95)	23 (16.08)	3.72	0.88	มาก
7.3 ลักษณะภายนอกของสินค้า ดูดี น่าสนใจ ช่วยส่งเสริม ภาพลักษณ์ของสินค้า	4 (2.80)	2 (1.40)	41 (28.67)	76 (53.15)	20 (13.99)	3.74	0.82	มาก
7.4 ลักษณะส่วนผสมของวัตถุดิบ ในสินค้ามีความโดดเด่น ช่วย ส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า	4 (2.80)	2 (1.40)	42 (29.37)	78 (54.55)	17 (11.89)	3.71	0.80	มาก
7.5 ในกระบวนการบรรจุหีบห่อ การขนส่งสินค้าเป็นระบบ ป้องกันการปนเปื้อน มีความ น่าเชื่อถือ	4 (2.80)	4 (2.80)	37 (25.87)	72 (50.35)	26 (18.18)	3.78	0.87	มาก
รวม						3.74	0.86	มาก

หมายเหตุ การแปรผล ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ให้ความสำคัญน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ให้ความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ให้ความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ให้ความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ให้ความสำคัญมากที่สุด

4.3.3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) โดยใช้การเปรียบเทียบความพึงพอใจและระดับความสำคัญของเกษตรกรต่อส่วนประสมการตลาดของศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด

จากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) เมื่อพิจารณาตามแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) สามารถทำได้โดยนำค่าระดับความสำคัญและความพึงพอใจมาเปรียบเทียบกันในแต่ละคุณสมบัติที่ตกอยู่ใน Quadrant ใดๆ

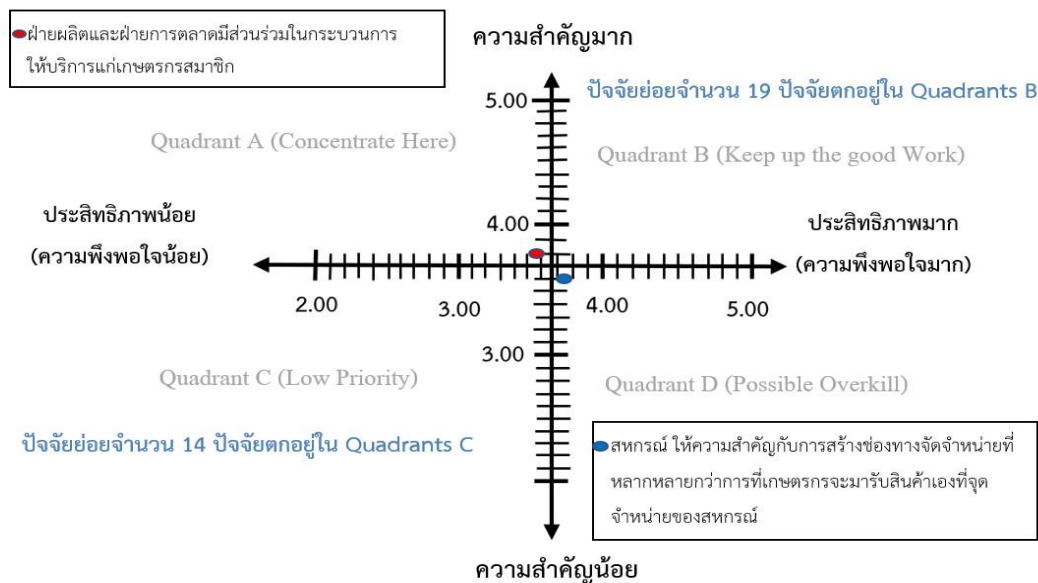
โดยจุดตัดของแกนทั้งสอง คือ ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และค่าเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจ (ค่าเฉลี่ย 3.64) จะสามารถอธิบายความหมายได้ 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

Quadrant A (Concentrate Here) คือ คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อเกษตรกร และไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ (คะแนนความสำคัญสูง แต่คะแนนความพึงพอใจต่ำ)

Quadrant B (Keep up the good Work) คือ ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้ เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่เกษตรกรให้ความสำคัญมาก (คะแนนความสำคัญ และ คะแนนความพึงพอใจสูง)

Quadrant C (Low Priority) คือ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำหรือมีการบริการต่ำ ในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญต่อเกษตรกร ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน (คะแนนความสำคัญ และ คะแนนความพึงพอใจต่ำ)

Quadrant D (Possible Overkill) คือ ผู้ให้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของเกษตรกร (คะแนนความสำคัญต่ำ และคะแนนความพึงพอใจสูง)



ภาพที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ และเปรียบเทียบผลความพึงพอใจและระดับความสำคัญของเกษตรกรต่อส่วนประสมการตลาดของศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ตามแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจ

หมายเหตุ: จุดตัดของแผนภาพหาได้จาก ค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญ (ค่าเฉลี่ย 3.70) และค่าเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจ (ค่าเฉลี่ย 3.64)

จากการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยทางการตลาดจำนวน 19 ปัจจัยอยู่ใน Quadrant B ซึ่งหมายถึง ส่วนประสมการตลาดของศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด สามารถตอบสนองเกษตรกรได้เป็นอย่างดี ในคุณลักษณะที่เกษตรกรให้ความสำคัญมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยเรื่องฝ่ายผลิตและฝ่ายการตลาดมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการแก่เกษตรกรสมาชิกที่ตกอยู่ใน Quadrant A ซึ่งเป็นปัจจัยที่ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะทำการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสำคัญต่อเกษตรกร แต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอจึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น (ตารางที่ 34)

ปัจจัยย่อยทางการตลาด จำนวน 14 ปัจจัย อยู่ใน Quadrant C ซึ่งเป็น Quadrant ที่สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด สามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อเกษตรกร (ตารางที่ 34)

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ให้ความสำคัญกับการสร้างช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลายกว่าการที่เกษตรกรจะมารับสินค้าเองที่จุดจำหน่ายของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ซึ่งเป็น Quadrant ที่สหกรณ์โคนม

การเกษตรไทยปรากการ จำกัด ให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของเกษตรกร (ตารางที่ 34)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และ IPA Quadrants ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไทยปรากการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
1	สหกรณ์มีระบบการให้บริการก่อน – หลังตามคิวที่สมาชิกขอรับบริการ	กระบวนการ	4.14	4.25	B
2	ความรวดเร็วในการให้บริการ	กระบวนการ	4.02	3.95	B
3	มีการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เหมาะสมมีคุณภาพ	ผลิตภัณฑ์	3.93	3.83	B
4	มีระบบการทำงาน การให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ ครบถ้วน	กระบวนการ	3.93	3.86	B
5	เจ้าหน้าที่มีความสุภาพ ยิ้มแย้ม	บุคคล	3.92	3.98	B
6	มีการจัดเก็บในบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม	ผลิตภัณฑ์	3.89	3.80	B
7	เจ้าหน้าที่มีความรู้และเข้าใจในผลิตภัณฑ์สามารถตอบคำถามได้	บุคคล	3.88	3.88	B
8	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน	บุคคล	3.86	3.94	B
9	จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ	บุคคล	3.86	3.85	B
10	มีการใช้สูตรอาหารสัตว์ที่หลากหลายเหมาะสมกับความต้องการตามชนิดและประเภทของโคนมของสมาชิก	ผลิตภัณฑ์	3.85	3.89	B
11	สหกรณ์มีการจัดการคลังสินค้าที่เพียงพอเพื่อการบริการสมาชิกอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.85	3.84	B
12	ในกระบวนการบรรจุหีบห่อ การขนส่งสินค้าเป็นระบบ ป้องกันการปนเปื้อน มีความน่าเชื่อถือ	ลักษณะทางกายภาพ	3.78	3.65	B
13	สหกรณ์มีระบบการควบคุมคุณภาพการให้บริการของบุคคลให้อยู่ในระดับที่คงที่	บุคคล	3.78	3.85	B

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และ IPA Quadrants ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของ สหกรณ์โคนมการเกษตรไทยปราการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ ธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
14	ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเท่ากับหรือมากกว่า ผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรเคยใช้อยู่มาก่อน	ผลิตภัณฑ์	3.78	3.75	B
15	สถานที่ผลิตมีความปลอดภัย	ลักษณะทางกายภาพ	3.76	3.85	B
16	ผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บรักษาที่เหมาะสม	ผลิตภัณฑ์	3.75	3.76	B
17	ลักษณะภายนอกของสินค้าดูดี น่าสนใจ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า	ลักษณะทางกายภาพ	3.74	3.78	B
18	ฝ่ายผลิตและฝ่ายการตลาดมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการแก่เกษตรกรสมาชิก	กระบวนการ	3.73	3.60	A
19	กระบวนการผลิตถูกสุขลักษณะ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า	ลักษณะทางกายภาพ	3.72	3.76	B
20	ลักษณะส่วนผสมของวัตถุดิบในสินค้ามีความโดดเด่น ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า	ลักษณะทางกายภาพ	3.71	3.66	B
21	สหกรณ์มีการบริการอำนวยความสะดวกจัดส่งสินค้าถึงฟาร์มโคนมของเกษตรกร โดยบริการของสหกรณ์เอง	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.66	3.16	C
22	สหกรณ์ให้ความสำคัญกับการสร้างช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลายกว่าการที่เกษตรกรจะมารับสินค้าเองที่จุดจำหน่ายของสหกรณ์	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.65	3.67	D
23	เกษตรกรสมาชิกมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ	กระบวนการ	3.64	3.57	C
24	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา	ราคา	3.63	3.31	C
25	การตั้งราคาจำหน่ายค่านึงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรจะได้รับมากกว่าผลตอบแทนหรือกำไรที่สหกรณ์จะได้รับ	ราคา	3.59	3.30	C
26	ราคาที่จำหน่ายเกษตรกรจะได้รับประโยชน์คุ้มค่ากว่าการซื้ออาหารสัตว์แบบเดิมๆ ที่เกษตรกรเคยใช้และใช้อยู่	ราคา	3.59	3.38	C
27	ราคาจำหน่ายมีความเหมาะสมกับการลงทุนและผลตอบแทน	ราคา	3.48	3.26	C
28	สหกรณ์มีการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือหรือ สินค้าที่เสื่อมสภาพ	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.48	3.36	C

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย และ IPA Quadrants ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของ สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของ ธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
29	สหกรณ์มีการใช้เครื่องมือสื่อสาร การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย เพื่อส่งเสริมการขาย เพื่อให้มีการใช้สินค้าเพิ่มมากขึ้น	การส่งเสริมการตลาด	3.47	3.48	C
30	สหกรณ์มีการบริการอำนวยความสะดวก จัดส่งสินค้าถึงฟาร์มโคนมของเกษตรกรโดย ผ่านการบริการของผู้แทนจำหน่าย	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.46	3.16	C
31	สหกรณ์มีการประชาสัมพันธ์ หรือมีการจูงใจ ให้สมาชิกเกิดความต้องการใช้สินค้า	การส่งเสริมการตลาด	3.45	3.36	C
32	สหกรณ์มีการสังเกตและเก็บข้อมูลการซื้อของผู้ซื้อเพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ	การส่งเสริมการตลาด	3.45	3.53	C
33	สหกรณ์มีการติดต่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สินค้ากับเกษตรกรหรือผู้ซื้อ	การส่งเสริมการตลาด	3.43	3.45	C
34	ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรเคยใช้อยู่มาก่อน	ราคา	3.43	3.23	C
35	การออกเยี่ยมชุมชน เพื่อให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ นอกสถานที่	การส่งเสริมการตลาด	3.31	3.09	C

4.3.4 ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

1) **คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value)** ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางและมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ประโยชน์ของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.78) คุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71) ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น (ค่าเฉลี่ย 3.52) คุณค่าดีกว่าสินค้าที่เคยใช้มาก่อน (ค่าเฉลี่ย 3.43) ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาถูกกว่าสินค้าที่เคยใช้มาก่อน (ค่าเฉลี่ย 3.29) ตามลำดับ (ตารางที่ 35)

2) ต้นทุน (Cost of Customer) ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.28) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทุกประเด็นย่อย เช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่วยลดต้นทุน (ค่าเฉลี่ย 3.31) เป็นทางเลือกที่ดีที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.33) ลดความเสี่ยงการลงทุน (ค่าเฉลี่ย 3.29) ความพึงพอใจในการลงทุนและได้รับผลตอบแทน (ค่าเฉลี่ย 3.25) และเพิ่มผลกำไร ผลตอบแทน (ค่าเฉลี่ย 3.23) ตามลำดับ (ตารางที่ 35)

3) ความสะดวก (Convenience) ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกประเด็นย่อย เช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการรับบริการจากสหกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.86) ด้านการนำไปใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.73) การแก้ปัญหาการจัดการฟาร์ม (ค่าเฉลี่ย 3.72) ด้านการแก้ปัญหาจากการใช้สินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68) และการติดต่อสื่อสาร (ค่าเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ (ตารางที่ 35)

4) ความสบาย (Comfort) ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกประเด็นย่อยเช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.91) การติดต่อสอบถามข้อมูล (ค่าเฉลี่ย 3.80) ลดเวลาการปฏิบัติงาน (เวลาการทำงาน) (ค่าเฉลี่ย 3.71) การไปใช้บริการ / การเข้าถึงบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และลดการใช้แรงงาน (จำนวนแรงงาน) (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ (ตารางที่ 35)

5) การติดต่อสื่อสาร (Communication) ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกประเด็นย่อยเช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.84) การแสดงความคิดเห็นต่อสินค้า และมีช่องทางสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.62) เท่ากัน การได้รับคำแนะนำการแก้ปัญหาที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีโอกาสที่จะแสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.55) ตามลำดับ (ตารางที่ 35)

6) การดูแลเอาใจใส่ (Caring) ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางและมาก โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการรับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) คุณภาพของสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.73) และด้านการแก้ปัญหา (ค่าเฉลี่ย 3.53) ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.29) และด้านข้อร้องเรียน (ค่าเฉลี่ย 3.22) ตามลำดับ (ตารางที่ 35)

7) ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion) ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่าเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกประเด็นย่อยเช่นกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้ ประเด็นย่อยที่เกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีความภาคภูมิใจในสินค้าและบริการของสหกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีความมั่นใจในสินค้าและบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.64) ได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ (ค่าเฉลี่ย 3.55) มีการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.54) สินค้าและบริการมีการปรับปรุง พัฒนาให้ดีขึ้นตามข้อเสนอจากผู้รับบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.48) ตามลำดับ (ตารางที่ 35)

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ระดับความพึงพอใจของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

ส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value)								
1.1 คุณภาพของสินค้า	7 (4.90)	10 (6.99)	21 (14.69)	85 (59.44)	20 (13.99)	3.71	0.96	มาก
1.2 ประโยชน์ของสินค้า	4 (2.80)	6 (4.20)	31 (21.68)	78 (54.55)	24 (16.78)	3.78	0.87	มาก
1.3 ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น	4 (2.80)	7 (4.90)	60 (41.96)	55 (38.46)	17 (11.89)	3.52	0.87	มาก
1.4 ราคาถูกกว่าสินค้าที่เคยใช้มาก่อน	6 (4.20)	22 (15.38)	52 (36.36)	50 (34.97)	13 (9.09)	3.29	0.98	ปานกลาง
1.5 คุณค่าดีกว่าสินค้าที่เคยใช้มาก่อน	4 (2.80)	8 (5.59)	63 (44.06)	59 (41.26)	9 (6.29)	3.43	0.81	มาก
รวม						3.55	0.90	มาก
2. ต้นทุน (Cost of Customer)								
2.1 ช่วยลดต้นทุน	13 (9.09)	12 (8.39)	59 (41.26)	35 (24.48)	24 (16.78)	3.31	1.13	ปานกลาง
2.2 ลดความเสี่ยงการลงทุน	14 (9.79)	11 (7.69)	56 (39.16)	43 (30.07)	19 (13.29)	3.29	1.11	ปานกลาง

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปรผล ระดับความพึงพอใจของเกษตรกร ผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
2.3 เพิ่มผลกำไร ผลตอบแทน	10 (6.99)	18 (12.59)	66 (46.15)	27 (18.88)	22 (15.38)	3.23	1.08	ปานกลาง
2.4 เป็นทางเลือกที่ดีที่สุด	8 (5.59)	6 (4.20)	71 (49.65)	47 (32.87)	11 (7.69)	3.33	0.89	ปานกลาง
2.5 ความพึงพอใจในการ ลงทุนและได้รับผลตอบแทน	10 (6.99)	9 (6.29)	70 (48.95)	43 (30.07)	11 (7.69)	3.25	0.95	ปานกลาง
รวม						3.28	1.03	ปานกลาง
3. ความสะดวก (Convenience)								
3.1 ด้านการรับบริการจาก สหกรณ์	6 (4.20)	0 (0.00)	33 (23.08)	73 (51.05)	31 (21.68)	3.86	0.90	มาก
3.2 ด้านการนำไปใช้	4 (2.80)	3 (2.10)	41 (28.67)	75 (52.45)	20 (13.99)	3.73	0.83	มาก
3.3 การแก้ปัญหาการจัดการ ฟาร์ม	4 (2.80)	8 (5.59)	34 (23.78)	75 (52.45)	22 (15.38)	3.72	0.89	มาก
3.4 การติดต่อสื่อสาร	9 (6.29)	6 (4.20)	42 (29.37)	64 (44.76)	22 (15.38)	3.59	1.01	มาก
3.5 ด้านการแก้ปัญหาจากการ ใช้สินค้า	4 (2.80)	6 (4.20)	44 (30.77)	67 (46.85)	22 (15.38)	3.68	0.88	มาก
รวม						3.71	0.90	มาก
4. ความสบาย (Comfort)								
4.1 การให้บริการ	6 (4.20)	0 (0.00)	27 (18.88)	78 (54.55)	32 (22.38)	3.91	0.89	มาก
4.2 การติดต่อสอบถามข้อมูล	4 (2.80)	5 (3.50)	34 (23.78)	72 (50.35)	28 (19.58)	3.80	0.89	มาก
4.3 การไปใช้บริการ / การเข้าถึงบริการ	4 (2.80)	6 (4.20)	45 (31.47)	63 (44.06)	25 (17.48)	3.69	0.91	มาก

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปรผล ระดับความพึงพอใจของเกษตรกร ผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
4.4 ลดการใช้แรงงาน (จำนวน แรงงาน)	6 (4.20)	12 (8.39)	47 (32.87)	51 (35.66)	27 (18.88)	3.57	1.02	มาก
4.5 ลดเวลาการปฏิบัติงาน (เวลาการทำงาน)	4 (2.80)	8 (5.59)	41 (28.67)	63 (44.06)	27 (18.88)	3.71	0.93	มาก
รวม						3.74	0.93	มาก
5. การติดต่อสื่อสาร (Communication)								
5.1 การได้รับข่าวสารที่เป็น ประโยชน์	6 (4.20)	0 (0.00)	33 (23.08)	76 (53.15)	28 (19.58)	3.84	0.89	มาก
5.2 การแสดงความคิดเห็นต่อ สินค้า	4 (2.80)	5 (3.50)	55 (38.46)	57 (39.86)	22 (15.38)	3.62	0.89	มาก
5.3 การได้รับคำแนะนำ การ แก้ปัญหาที่เกี่ยวกับสินค้าและ บริการ	4 (2.80)	6 (4.20)	58 (40.56)	50 (34.97)	25 (17.48)	3.60	0.92	มาก
5.4 มีโอกาสที่จะแสดงความ คิดเห็น ข้อเสนอแนะเพื่อ พัฒนาคุณภาพสินค้าและ บริการ	9 (6.29)	6 (4.20)	48 (33.57)	58 (40.56)	22 (15.38)	3.55	1.01	มาก
5.5 มีช่องทางสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว	7 (4.90)	5 (3.50)	48 (33.57)	58 (40.56)	25 (17.48)	3.62	0.98	มาก
รวม						3.64	0.94	มาก
6. การดูแลเอาใจใส่ (Caring)								
6.1 คุณภาพของสินค้า	6 (4.20)	3 (2.10)	37 (25.87)	74 (51.75)	23 (16.08)	3.73	0.90	มาก
6.2 ด้านราคา	7 (4.90)	16 (11.19)	63 (44.06)	42 (29.37)	15 (10.49)	3.29	0.97	ปานกลาง
6.3 ด้านการรับบริการ	4 (2.80)	3 (2.10)	43 (30.07)	65 (45.45)	28 (19.58)	3.77	0.89	มาก

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปรผล ระดับความพึงพอใจของเกษตรกร ผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของลูกค้าของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด ในมุมมองของลูกค้า	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปรผล
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
6.4 ด้านข้อร้องเรียน	12 (8.39)	18 (12.59)	51 (35.66)	50 (34.97)	12 (8.39)	3.22	1.05	ปานกลาง
6.5 ด้านการแก้ปัญหา	7 (4.90)	8 (5.59)	45 (31.47)	68 (47.55)	15 (10.49)	3.53	0.93	มาก
รวม						3.51	0.95	มาก
7. ความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ (Completion)								
7.1 ได้รับการตอบสนองความ ต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ	4 (2.80)	0 (0.00)	65 (45.45)	62 (43.36)	12 (8.39)	3.55	0.77	มาก
7.2 มีการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการ พัฒนาการให้บริการ	4 (2.80)	3 (2.10)	54 (37.76)	76 (53.15)	6 (4.20)	3.54	0.74	มาก
7.3 สินค้าและบริการมีการ ปรับปรุง พัฒนาให้ดีขึ้นตาม ข้อเสนอจากผู้รับบริการ	4 (2.80)	3 (2.10)	66 (46.15)	61 (42.66)	9 (6.29)	3.48	0.77	มาก
7.4 มีความมั่นใจในสินค้า และบริการ	4 (2.80)	3 (2.10)	47 (32.87)	75 (52.45)	14 (9.79)	3.64	0.80	มาก
7.5 มีความภาคภูมิใจในสินค้า และบริการของสหกรณ์	4 (2.80)	0 (0.00)	42 (29.37)	71 (49.65)	26 (18.18)	3.80	0.83	มาก
รวม						3.60	0.78	มาก

หมายเหตุ การแปรผล ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง พึงพอใจน้อย
 ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง พึงพอใจมาก
 ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

ส่วนที่ 4.4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ของธุรกิจ ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

ภาพรวม พบว่า ธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตร ไชยปราการ จำกัด ประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.09) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด จะพบว่า ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตร ไชยปราการ จำกัด มีค่าเฉลี่ยของปัญหาที่พบสูง 3 อันดับแรก คือ (1) วัตถุดิบอาหารสัตว์มีราคาแพง ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น (2) ต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตสูง และ (3) ต้นทุนค่าเครื่องจักร เครื่องมือ และ อุปกรณ์สูง ตามลำดับ (ตารางที่ 36)

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ระดับปัญหาของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตร ไชยปราการ จำกัด

สภาพปัญหาของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)	ระดับปัญหา			ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
	น้อย	ปานกลาง	มาก			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1. ที่ตั้งห่างไกลจากแหล่งวัตถุดิบอาหารสัตว์	16 (11.19)	101 (70.63)	26 (18.18)	2.07	0.54	ปานกลาง
2. ที่ตั้งห่างไกลจากผู้รับบริการ	25 (17.48)	99 (69.23)	19 (13.29)	1.96	0.56	ปานกลาง
3. ที่ตั้งอยู่ในเขตชุมชนเมือง	45 (31.47)	81 (56.64)	17 (11.89)	1.80	0.63	ปานกลาง
4. บุคลากรไม่เพียงพอ	60 (41.96)	78 (54.55)	5 (3.50)	1.62	0.56	น้อย
5. บุคลากรขาดองค์ความรู้ ความชำนาญ	55 (38.46)	78 (54.55)	10 (6.99)	1.69	0.60	ปานกลาง
6. ขาดเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตที่ทันสมัย	36 (25.17)	92 (64.34)	15 (10.49)	1.85	0.58	ปานกลาง
7. วัตถุดิบอาหารสัตว์ขาดแคลนในบางฤดูกาล	24 (16.78)	68 (47.55)	51 (35.66)	2.19	0.70	ปานกลาง
8. วัตถุดิบอาหารสัตว์มีราคาแพง ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น	14 (9.79)	29 (20.28)	100 (69.93)	2.60	0.66	มาก
9. คุณภาพวัตถุดิบอาหารสัตว์ไม่สม่ำเสมอ ส่งผลต่อคุณภาพอาหารสัตว์	17 (11.89)	64 (44.76)	62 (43.36)	2.31	0.68	ปานกลาง

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ระดับปัญหาของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด (ต่อ)

สภาพปัญหาของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)	ระดับปัญหา			ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
	น้อย	ปานกลาง	มาก			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
10. ขาดเครื่องมือ อุปกรณ์ในการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบอาหารสัตว์	23 (16.08)	67 (46.85)	53 (37.07)	2.21	0.70	ปานกลาง
11. เครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์ในกระบวนการผลิตไม่เพียงพอ	28 (19.58)	56 (39.16)	59 (41.26)	2.22	0.75	ปานกลาง
12. ต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตสูง	14 (9.79)	40 (27.97)	89 (62.24)	2.52	0.67	มาก
13. ต้นทุนค่าเครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์สูง	12 (8.39)	51 (35.66)	80 (55.94)	2.48	0.65	มาก
14. การควบคุมคุณภาพสินค้า ยังพบปัญหาคุณภาพสินค้าไม่สม่ำเสมอ	18 (12.59)	72 (50.35)	53 (37.06)	2.24	0.66	ปานกลาง
15. การจัดเก็บวัตถุดิบอาหารสัตว์	21 (14.69)	90 (62.94)	32 (22.38)	2.08	0.61	ปานกลาง
16. การจัดเก็บรักษาสินค้าในคลังสินค้า	25 (17.48)	103 (72.03)	15 (10.49)	1.93	0.53	ปานกลาง
17. การขนส่งสินค้าไปยังผู้รับบริการ	20 (13.99)	106 (74.13)	17 (11.89)	1.98	0.51	ปานกลาง
18. นโยบายของคณะกรรมการบริหารสหกรณ์	30 (20.98)	98 (68.53)	15 (10.49)	1.90	0.55	ปานกลาง
19. เงินลงทุน เงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจ	31 (21.68)	82 (57.34)	30 (20.98)	1.99	0.66	ปานกลาง
20. ระบบบัญชี การเงิน	27 (18.88)	89 (62.24)	27 (18.88)	2.00	0.62	ปานกลาง
21. การผลิตที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและต่อชุมชน	41 (28.67)	88 (61.54)	14 (9.79)	1.81	0.59	ปานกลาง
22. นโยบายและการส่งเสริม สนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ	29 (20.28)	88 (61.54)	26 (18.18)	1.98	0.62	ปานกลาง
23. ด้านราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่สูงขึ้น	14 (9.79)	56 (39.16)	73 (51.05)	2.41	0.66	มาก

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ระดับปัญหาของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด (ต่อ)

สภาพปัญหาของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)	ระดับปัญหา			ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
	น้อย	ปานกลาง	มาก			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
24. ด้านราคาน้ำนมดิบ	17 (11.89)	70 (48.95)	56 (39.16)	2.27	0.66	ปานกลาง
รวม				2.09	0.62	ปานกลาง

หมายเหตุ แปลผลค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.66 หมายถึง มีระดับปัญหาน้อย

1.67 – 2.32 หมายถึง มีระดับปัญหาปานกลาง

2.33 – 3.00 หมายถึง มีระดับปัญหาหนัก

ส่วนที่ 4.5 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่เป็นส่วนสำคัญในความสำเร็จของการผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และการใช้เทคนิค SWOT Analysis ผู้เข้าร่วมสนทนาเป็นตัวแทนจากคณะกรรมการบริหารสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด รับฟังความคิดเห็นเพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด ของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด โดยพิจารณาถึงปัจจัยภายใน คือ ทรัพยากรทางการบริหาร (Managerial Resources) ใน 4 ด้านหรือเรียกว่า 4 M ซึ่งได้แก่ คน (Man) วัสดุและอุปกรณ์ (Material) เงินทุน (Money) และการจัดการ (Management) และปัจจัยภายนอก ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวได้จัดขึ้นในวันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2567 ณ โรงแรมวันบัดเจท อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ผลจากการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ร่วมกับการใช้เทคนิค SWOT Analysis สามารถสรุปได้ดังนี้

1) จุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด (ปัจจัยภายใน)

1.1) จุดแข็ง

ด้านคน (Man) : สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด เป็นสหกรณ์ขนาดใหญ่ที่มีผู้นำและคณะกรรมการเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ มีความสามารถ ซื่อสัตย์ เสียสละ และมีความเข้าใจในหลักการของสหกรณ์ มีความมุ่งมั่นในการบริหารงานของสหกรณ์ให้ประสบความสำเร็จ เจ้าหน้าที่สหกรณ์ส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาตรงกับตำแหน่งความรับผิดชอบ มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ

ทางสนับสนุนต่อธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ ทั้งด้านการผลิต ด้านบัญชีและการตลาด มีความรู้ด้านการจัดการอาหารโคนมสามารถให้ความรู้แก่สมาชิกได้ ผู้จัดการสหกรณ์มีความรู้ด้านการบริหารธุรกิจที่สามารถให้คำแนะนำแก่คณะกรรมการสหกรณ์ได้ สมาชิกส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือและใช้บริการกับหน่วยธุรกิจของสหกรณ์ เข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของสหกรณ์ พร้อมทั้งจะปฏิบัติตามแนวทางการพัฒนาสหกรณ์และยอมรับเทคโนโลยีการเลี้ยงโคนมใหม่ ๆ ที่จะเป็นการพัฒนาการเลี้ยงโคนมของตนเอง ส่งผลดีต่อธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์

ด้านวัสดุและอุปกรณ์ (Material) : สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด มีอาคารปฏิบัติการที่กว้างขวางเพียงพอต่อการเก็บรักษาและอาหารสัตว์และวัตถุดิบอาหารสัตว์ มีไซโลสำหรับบรรจุและจัดเก็บอาหารหยาบหมัก และสำรองวัตถุดิบอาหารสัตว์ไว้บริการสมาชิก มีความพร้อมด้านเครื่องจักรกล เครื่องมือและอุปกรณ์พร้อมที่จะผลิตอาหารสัตว์ได้ในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของสมาชิกในปัจจุบัน มียานพาหนะที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการขนส่งอาหารสัตว์จากศูนย์ผลิตอาหารสัตว์เพื่อบริการส่งถึงฟาร์มของสมาชิก

ด้านเงินทุน (Money) : ปัจจุบันสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอที่จะใช้ในการดำเนินธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์และธุรกิจอื่น และพร้อมที่จะอำนวยความสะดวกให้กับสมาชิกในด้านต่าง ๆ เช่น การให้บริการสินเชื่อทางการเงินแก่สมาชิกเพื่อการจัดการด้านอาหารสัตว์ การจำหน่ายปัจจัยการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการเลี้ยงโคนม และการจำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของสมาชิก สหกรณ์มีความเข้มแข็ง ดำเนินธุรกิจต่าง ๆ และมีผลประกอบการที่มีผลกำไรต่อเนื่อง ทำให้มีความน่าเชื่อถือ เป็นโอกาสที่สามารถเข้าถึงแหล่งสินเชื่อเพื่อการพัฒนาธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ได้ในอนาคตหรือช่วงเวลาที่เหมาะสม

ด้านการจัดการ (Management) : สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด มีโครงสร้างการบริหารงานสหกรณ์โคนมตามระบบของสหกรณ์ เป็นโครงสร้างที่มีความชัดเจน มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบออกเป็นฝ่ายต่าง ๆ ทำให้การบริหารงานสหกรณ์มีประสิทธิภาพ มีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานของภาครัฐและสถาบันการศึกษาเพื่อการพัฒนาธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์และการให้บริการด้านวิชาการในด้านการเลี้ยงโคนม การจัดการอาหารสัตว์ ที่ถูกต้องตามหลักวิชาการให้กับสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ

1.2) จุดอ่อน

ด้านคน (Man) : เนื่องด้วยสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด มีธุรกิจหลายด้าน ทั้งธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่าย ธุรกิจสินเชื่อ ธุรกิจรวบรวมน้ำนมดิบ ธุรกิจส่งเสริมการเกษตร ธุรกิจตลาดกลางสินค้าเกษตร จำเป็นจะต้องใช้บุคลากรจำนวนมาก ทำให้มีค่าใช้จ่ายด้าน

บุคลากรค่อนข้างสูง จึงมีความจำเป็นต้องบริหารบุคลากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดรับผลิตขอทั้งธุรกิจ ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์และธุรกิจอื่น ๆ ควบคู่ไปด้วย

ด้านวัสดุและอุปกรณ์ (Material) : ถึงแม้ว่าสหกรณ์โคนมการเกษตร ไชยปราการ จำกัด จะมีความพร้อมด้านอาคารสถานที่ แต่ปัจจุบันยังพบว่าในฤดูเพาะปลูกที่มีผลพลอยได้จากการผลิตทางการเกษตรปริมาณมาก เช่น ต้นข้าวโพด สหกรณ์ไม่สามารถเก็บสำรองไว้เป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตอาหารสัตว์ได้ทั้งหมด ทั้งนี้เนื่องจากปริมาณมากเกินจนสถานที่จัดเก็บที่มีอยู่ไม่สามารถจัดเก็บได้หมด ทำให้เสียโอกาสในการใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่มีอยู่ในพื้นที่และเสียโอกาสทางธุรกิจ

ด้านเงินทุน (Money) : หากมีการขยายตัวของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ สหกรณ์โคนมการเกษตร ไชยปราการ จำกัด ยังคงต้องขอรับการสนับสนุนเงินทุนจากหน่วยงานรัฐ โดยเฉพาะกรมส่งเสริมสหกรณ์หรือแหล่งสินเชื่ออื่น ๆ เพื่อนำเงินทุนดังกล่าวไปลงทุน จึงทำให้สหกรณ์ต้องกู้เงินมาใช้เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน และมีต้นทุนการบริหารงานที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ด้านการจัดการ (Management) : เนื่องจากเป็นสหกรณ์โคนมขนาดใหญ่ มีโครงสร้างการบริหารที่ค่อนข้างซับซ้อนและเป็นลำดับขั้น ทำให้การดำเนินงานบางกรณีเกิดความล่าช้า เนื่องจากจะต้องปฏิบัติตามระเบียบและข้อบังคับของสหกรณ์โคนม

2) โอกาสและข้อจำกัดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ของสหกรณ์โคนมการเกษตร ไชยปราการ จำกัด (ปัจจัยภายนอก)

2.1) โอกาส

จากการที่รัฐบาลประกาศปรับเพิ่มราคาประกันในการรับซื้อน้ำนมดิบหน้าโรงงานแปรรูปนมจากราคา 19.00 บาทต่อกิโลกรัม เป็นราคา 21.25 บาทต่อกิโลกรัม สิ่งนี้ส่งผลทำให้เกษตรกรที่เป็นสมาชิกมีรายได้จากการจำหน่ายน้ำนมดิบเพิ่มขึ้น เกษตรกรมีความพึงพอใจ และรู้สึกมั่นใจในการประกอบอาชีพเลี้ยงโคนม ส่งผลทำให้เกษตรกรหลายรายตัดสินใจขยายกิจการฟาร์มโคนมของตนเอง ซึ่งย่อมที่จะส่งผลในเชิงบวกให้ธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามไปด้วย

การมีหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและสถาบันการศึกษาในพื้นที่พร้อมให้การสนับสนุนด้านวิชาการการผลิตอาหารสัตว์ การวิเคราะห์คุณภาพอาหารสัตว์ และให้ความช่วยเหลือให้ยืมเครื่องจักรกลในการผลิตอาหารสัตว์ ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนที่จะส่งผลต่อธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ของสหกรณ์โคนมการเกษตร ไชยปราการ จำกัด ให้มีความมั่นคง รวมไปถึงการพัฒนาการเลี้ยงโคนมของเกษตรกรสมาชิก และการพัฒนาสหกรณ์โคนมการเกษตร ไชยปราการ จำกัด ให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

พื้นที่ภาคเหนือตอนบนโดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย มีการปลูกพืชไร่ประเภทข้าวโพดฝักอ่อนจำนวนมาก ทำให้มีต้นข้าวโพดหลังจากเก็บเกี่ยวแล้วนำมาใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ได้เป็นอย่างดี โดยสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด สามารถนำมาสับแล้วหมักในไซโล แล้วนำมาใช้เป็นวัตถุดิบประกอบสูตรอาหารสัตว์ หรือจำหน่ายเป็นอาหารหยาบหมักให้แก่เกษตรกรสมาชิก

เกษตรกรที่เป็นสมาชิกสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ส่วนใหญ่มีพื้นที่แปลงหญ้าสำหรับใช้เลี้ยงโคนมน้อยเฉลี่ย 10.27 ไร่ ซึ่งไม่สามารถปลูกพืชอาหารสัตว์ให้เพียงพอต่อจำนวนโคนมที่มีอยู่ และเกษตรกรไม่สามารถสำรองพืชอาหารสัตว์ไว้ใช้ในฤดูแล้งหรือในยามที่ขาดแคลนอาหารสัตว์ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องพึ่งพาศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด โดยเฉพาะในช่วงฤดูแล้ง

2.2) ข้อจำกัด

พื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด อยู่ห่างไกลจากแหล่งผลิตอาหารสัตว์และแหล่งวัตถุดิบอาหารสัตว์บางชนิด ส่งผลทำให้สหกรณ์โคนมมีค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนค่าขนส่งสูง และเป็นต้นทุนที่เกษตรกรสมาชิกต้องรับภาระค่าอาหารสัตว์สูงกว่าเกษตรกรเลี้ยงโคนมทั่วๆไที่อยู่ใกล้แหล่งผลิตอาหารสัตว์ และเป็นเหตุที่ทำให้ส่วนต่างที่เป็นผลกำไรจากการประกอบการธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์น้อยลงไปด้วย

พื้นที่ที่เป็นแหล่งเพาะปลูกพืชอาหารสัตว์หรือแหล่งปลูกข้าวโพดเป็นพื้นที่แปลงขนาดเล็ก ไม่สามารถใช้เทคโนโลยีการเก็บเกี่ยวด้วยเครื่องจักรกลขนาดใหญ่ได้ ทำให้มีต้นทุนเป็นค่าใช้จ่ายค่าจ้างแรงงานคนสูง ซึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตอาหารสัตว์ที่สูงตามไปด้วย

การปรับขึ้นราคาน้ำมันโลกอย่างต่อเนื่อง ทำให้อาหารสัตว์และวัตถุดิบอาหารสัตว์มีราคาแพง ส่งผลทำให้ต้นทุนในการผลิตอาหารสัตว์ การขนส่งอาหารสัตว์และวัตถุดิบอาหารสัตว์เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะต้นทุนด้านการบริหารจัดการศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ ทำให้มีต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) กรณีศึกษา สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม สภาพการดำเนินงานฟาร์มโคนมบางประการของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เกษตรกรพึงพอใจ และให้ความสำคัญต่อการยอมรับอาหารสัตว์ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด และเพื่อให้ทราบถึงปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหารสัตว์ของธุรกิจการศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด จำนวน 143 ราย โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญและประสิทธิภาพ (ความพึงพอใจ) ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) นอกจากนี้ยังได้ทำการวิเคราะห์สถานการณ์การดำเนินงานของศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) โดยเทคนิค SWOT Analysis ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

5.1.1 ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยทางด้านสังคมของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 52.36 ปี มีการศึกษา ระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการเลี้ยงโคนมเฉลี่ย 15.73 ปี เกษตรกรมีจำนวนโคนมเริ่มแรกเฉลี่ย 13.89 ตัว และ ณ วันสัมภาษณ์ พบว่า เกษตรกรมีจำนวนโคนมปัจจุบันเฉลี่ย 74.84 ตัว แบ่งเป็น มีจำนวนโครีดนมเฉลี่ย 30.17 ตัว มีจำนวนโคหยูดรีดนมเฉลี่ย 7.92 ตัว มีจำนวนโคสาวท้องเฉลี่ย 7.36 ตัว มีจำนวนโครุ่นเฉลี่ย 15.83 ตัว มีจำนวนลูกโคเฉลี่ย 10.59 ตัว และมีจำนวนลูกโคเพศผู้เฉลี่ย 2.54 ตัว ทั้งนี้ การสืบทอดกิจการโคนมของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรมีผู้สืบทอดกิจการโคนม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบุตรของเกษตรกรเอง

เกษตรกรใช้แรงงานในครัวเรือนเฉลี่ย 2.40 คน โดยเกษตรกรร้อยละ 6.99 ไม่ได้ใช้แรงงานในครัวเรือน สำหรับการจ้างแรงงานนอกครัวเรือน พบว่า เกษตรกรใช้แรงงานจ้างนอกครัวเรือนเฉลี่ย 2.34 คน และมีเกษตรกรร้อยละ 29.37 ที่ไม่ได้จ้างแรงงานนอกครัวเรือนเลย

ในปี พ.ศ. 2566 พบว่า เกษตรกรมีรายได้สุทธิเฉลี่ยจากการเลี้ยงโคนมเฉลี่ย 77,046.57 บาทต่อเดือน และเกษตรกรมีรายได้จากแหล่งอื่น ๆ นอกเหนือจากการเลี้ยงโคนมเฉลี่ย 96,482.52 บาท ซึ่งแนวโน้มรายได้จากการเลี้ยงโคนมเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2565 พบว่า เกษตรกรมีแนวโน้มรายได้จากการเลี้ยงโคนมลดลง อย่างไรก็ตาม เกษตรกรมีภาระหนี้สินคงค้างเฉลี่ย 1,071,398.60 บาท โดยเกษตรกรร้อยละ 20.98 ไม่มีหนี้สินคงค้าง สำหรับด้านแหล่งเงินทุน พบว่า เกษตรกรสามารถหาแหล่งเงินทุนได้แต่มีความยุ่งยาก และเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีตำแหน่งทางสังคม ทั้งนี้ ด้านการผลิตน้ำนม พบว่า เกษตรกรมีผลผลิตน้ำนมดิบเฉลี่ย 337.26 กิโลกรัม/วัน

5.1.2 สภาพการดำเนินงานฟาร์มโคนมบางประการของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม

สภาพการดำเนินงานฟาร์มโคนมบางประการของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนม พบว่า ในปี พ.ศ. 2566 เกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมทางอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ เกษตรกรได้รับการติดต่อเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมจากเจ้าหน้าที่ของกรมปศุสัตว์เฉลี่ย 2.93 ครั้ง เกษตรกรได้รับการติดต่อเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมจากกรมส่งเสริมการเกษตรเฉลี่ย 0.98 ครั้ง และเกษตรกรได้รับการติดต่อเกี่ยวกับการเลี้ยงโคนมจากเจ้าหน้าที่ของบริษัทเอกชนเฉลี่ย 0.57 ครั้ง ด้านแหล่งอาหารสำหรับใช้เลี้ยงโคนมของเกษตรกร พบว่า เกษตรกรมีพื้นที่แปลงหญ้าสำหรับใช้เลี้ยงโคนมเฉลี่ย 10.27 ไร่ ทั้งนี้ เกษตรกรมีต้นทุนค่าอาหารชั้นเฉลี่ย 72,493.50 บาทต่อเดือน และเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีการสำรองพืชอาหารสัตว์ในฤดูแล้ง โดยเกษตรกรร้อยละ 97.20 ผ่านการรับรองมาตรฐานฟาร์มโคนมเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ปัญหาและอุปสรรคด้านการดำเนินงานภายในฟาร์ม พบว่า ด้านพันธุโคนม ด้านสุขภาพโคนม ด้านขนาดของฟาร์ม และด้านอาหารโคนม ภาพรวมเกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลางทุกประเด็นย่อย เช่นกัน ด้านโรงเรือน ภาพรวมเกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับมากและปานกลาง โดยประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อุปกรณ์มีราคาแพง การสร้างโรงเรือนมาตรฐานต้องใช้เงินทุนสูง โดยเฉพาะการปรับปรุงให้ฟาร์มผ่านมาตรฐานโคนม และประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ขนาดพื้นที่มีจำกัด ตามลำดับ ด้านการจัดการเลี้ยงโคนม ภาพรวมเกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับน้อยและปานกลาง โดยประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ พื้นที่ที่ไม่เหมาะสมกับการเลี้ยงโคนม ผู้เลี้ยงขาดความรู้ในการเลี้ยงโคนม และประเด็นย่อยที่เกษตรกร

ประสบปัญหาอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ การเลี้ยงโคนมไม่ถูกสุขลักษณะ ตามลำดับ ด้านการบริหารจัดการ ภาพรวมเกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับมาก ปานกลางและน้อย โดยประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีเงินทุนจำนวนจำกัด ประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การวางแผนในการปรับปรุงพันธุ์ ขาดการจัดการอาหารหยาบในช่วงฤดูแล้ง ขาดความเอาใจใส่ในการบันทึกข้อมูล (ประวัติโค, การเป็นสัตว์) และขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการฟาร์ม ที่ถูกต้อง ขาดแคลนแรงงาน ขาดการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (มูลโค, ชากโค, น้ำเสีย) และประเด็นย่อยที่เกษตรกรประสบปัญหาอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ขาดการควบคุมคุณภาพน้ำนมดิบ

5.1.3 ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด

5.1.3.1 ระดับความพึงพอใจของเกษตรกรต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

(1) มีการใช้สูตรอาหารสัตว์ที่หลากหลายเหมาะสมกับความต้องการตามชนิดและประเภทของโคนมของเกษตรกรที่เป็นสมาชิก

(2) มีการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เหมาะสม และมีคุณภาพ

(3) มีการจัดเก็บในบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

(4) ผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บรักษาที่เหมาะสม

(5) ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเท่ากับหรือมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรเคยใช้มาก่อน

2) ด้านราคา ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

(1) ราคาที่จำหน่ายเกษตรกรจะได้รับประโยชน์คุ้มค่ากว่าการซื้ออาหารสัตว์แบบเดิมที่เกษตรกรเคยใช้ และใช้อยู่

(2) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา

(3) การตั้งราคาจำหน่ายคำนึงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรจะได้รับมากกว่าผลตอบแทนหรือกำไรที่สหกรณ์โคนมจะได้รับ

(4) ราคาจำหน่ายมีความเหมาะสมกับการลงทุน และผลตอบแทน

(5) ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรเคยใช้มาก่อน

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

(1) สหกรณ์โคนมมีการจัดการคลังสินค้าที่เพียงพอ เพื่อการบริการสมาชิกอย่างเพียงพอ และต่อเนื่อง

(2) สหกรณ์โคนมให้ความสำคัญกับการสร้างช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลายกว่าการที่เกษตรกรจะมารับสินค้าเองที่จุดจำหน่ายของสหกรณ์โคนม

(3) สหกรณ์โคนมมีการบริการอำนวยความสะดวกจัดส่งสินค้าถึงฟาร์มโคนมของเกษตรกร โดยบริการของสหกรณ์โคนมเอง

(4) สหกรณ์โคนมมีการบริการอำนวยความสะดวกจัดส่งสินค้าถึงฟาร์มโคนมของเกษตรกรโดยผ่านการบริการของผู้แทนจำหน่าย

(5) สหกรณ์มีการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ หรือสินค้าที่เสื่อมสภาพ

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

(1) สหกรณ์โคนมมีการติดต่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สินค้ากับเกษตรกรหรือผู้ซื้อ

(2) สหกรณ์โคนมมีการใช้เครื่องมือสื่อสาร การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายเพื่อส่งเสริมการขาย ทั้งนี้ เพื่อให้มีการใช้สินค้าเพิ่มมากขึ้น

(3) สหกรณ์โคนมมีการสังเกตและเก็บข้อมูลการซื้อของผู้ซื้อ เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ

(4) มีการออกเยี่ยมชุมชน เพื่อให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์นอกสถานที่

(5) สหกรณ์โคนมมีการประชาสัมพันธ์ หรือมีการจูงใจให้สมาชิกเกิดความต้องการใช้สินค้า ตามลำดับ

5) ด้านบุคคล ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

(1) เจ้าหน้าที่สหกรณ์โคนมมีความสุขภาพ ยิ้มแย้ม

(2) เจ้าหน้าที่สหกรณ์โคนมบริการลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน

(3) เจ้าหน้าที่สหกรณ์โคนมมีความรู้และเข้าใจในผลิตภัณฑ์ และสามารถตอบคำถามได้

(4) จำนวนเจ้าหน้าที่สหกรณ์โคนมเพียงพอในการให้บริการ

(5) สหกรณ์โคนมมีระบบการควบคุมคุณภาพการให้บริการของบุคคลให้อยู่ในระดับที่คงที่

6) ด้านกระบวนการ ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

(1) สหกรณ์โคนมมีระบบการให้บริการก่อน – หลัง ตามคีวิตที่เกษตรกรที่เป็นสมาชิกขอรับบริการ

(2) ความรวดเร็วในการให้บริการ

(3) มีระบบการทำงาน การให้บริการที่ถูกต้อง แม่นยำ และครบถ้วน

(4) ฝ่ายผลิตและฝ่ายการตลาดมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการแก่เกษตรกรสมาชิก

(5) เกษตรกรสมาชิกมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ

7) ด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

(1) สถานที่ผลิตมีความปลอดภัย

(2) ลักษณะภายนอกของสินค้าดูดี น่าสนใจ และช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า

(3) กระบวนการผลิตถูกสุขลักษณะ และช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า

(4) ลักษณะส่วนผสมของวัตถุดิบในสินค้ามีความโดดเด่น และช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้า

(5) กระบวนการบรรจุหีบห่อ การขนส่งสินค้าเป็นระบบ เพื่อป้องกันการปนเปื้อน มีความน่าเชื่อถือ

5.1.3.2 ระดับความสำคัญของเกษตรกรต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจ ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมเกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย สามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

(1) มีการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เหมาะสมมีคุณภาพ

(2) มีการจัดเก็บในบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม

(3) มีการใช้สูตรอาหารสัตว์ที่หลากหลายเหมาะสมกับความต้องการตามชนิดและประเภทของโคนมของเกษตรกรที่เป็นสมาชิก

(4) ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเท่ากับหรือมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรเคยใช้อยู่มาก่อน

(5) ผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บรักษาที่เหมาะสม

2) ด้านราคา ภาพรวมเกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

- (1) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา
- (2) การตั้งราคาจำหน่ายคำนึงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรจะได้รับมากกว่าผลตอบแทนหรือกำไรที่สหกรณ์โคนมจะได้รับ
- (3) ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกลงกว่าผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรเคยใช้มาก่อน
- (4) ราคาจำหน่ายมีความเหมาะสมกับการลงทุน และผลตอบแทน
- (5) ราคาที่จำหน่ายเกษตรกรจะได้รับประโยชน์คุ้มค่ากว่าการซื้ออาหารสัตว์แบบเดิมที่เกษตรกรเคยใช้และใช้อยู่

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมเกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

- (1) สหกรณ์โคนมมีการจัดการคลังสินค้าที่เพียงพอ เพื่อการบริการสมาชิกอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง
- (2) สหกรณ์โคนมมีการบริการอำนวยความสะดวกจัดส่งสินค้าถึงฟาร์มโคนมของเกษตรกร โดยบริการของสหกรณ์โคนมเอง
- (3) สหกรณ์โคนมให้ความสำคัญกับการสร้างช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลายกว่าการที่เกษตรกรจะมารับสินค้าเองที่จุดจำหน่ายของสหกรณ์โคนม
- (4) สหกรณ์โคนมมีการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือ หรือสินค้าที่เสื่อมสภาพ
- (5) สหกรณ์โคนมมีการบริการอำนวยความสะดวกจัดส่งสินค้าถึงฟาร์มโคนมของเกษตรกรโดยผ่านการบริการของผู้แทนจำหน่าย

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมเกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

- (1) สหกรณ์โคนมมีการใช้เครื่องมือสื่อสาร การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมการขายเพื่อให้มีการใช้สินค้าเพิ่มมากขึ้น
- (2) สหกรณ์โคนมมีการสังเกตและเก็บข้อมูลการซื้อของผู้ซื้อ เพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ และสหกรณ์โคนมมีการประชาสัมพันธ์ หรือมีการจูงใจให้สมาชิกเกิดความต้องการใช้สินค้า
- (3) สหกรณ์โคนมมีการติดต่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สินค้ากับเกษตรกรหรือผู้ซื้อ
- (4) มีการออกเยี่ยมชุมชน เพื่อให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์นอกสถานที่

5) ด้านบุคคล ภาพรวมเกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

- (1) เจ้าหน้าที่สหกรณ์โคนมมีความสุภาพ ยิ้มแย้ม
- (2) เจ้าหน้าที่สหกรณ์โคนมมีความรู้และเข้าใจในผลิตภัณฑ์สามารถตอบคำถามได้
- (3) เจ้าหน้าที่สหกรณ์โคนมบริการลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน และจำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ
- (4) สหกรณ์สหกรณ์โคนมมีระบบการควบคุมคุณภาพการให้บริการของบุคคลให้อยู่ในระดับที่คงที่

6) ด้านกระบวนการ ภาพรวมเกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

- (1) สหกรณ์โคนมมีระบบการให้บริการก่อน – หลัง ตามคิวที่สมาชิกขอรับบริการ
- (2) ความรวดเร็วในการให้บริการ
- (3) มีระบบการทำงาน การให้บริการที่ถูกต้อง แม่นยำ ครบถ้วน
- (4) ฝ่ายผลิต และฝ่ายการตลาดมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการแก่เกษตรกรสมาชิก
- (5) เกษตรกรสมาชิกมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ

7) ด้านลักษณะทางกายภาพ ภาพรวมเกษตรกรให้ระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้

- (1) สถานที่ผลิตมีความปลอดภัย
- (2) กระบวนการผลิตถูกสุขลักษณะ และช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า
- (3) ลักษณะภายนอกของสินค้าดูดี น่าสนใจ และช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า
- (4) ลักษณะส่วนผสมของวัตถุดิบในสินค้ามีความโดดเด่น และช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้า
- (5) ในกระบวนการบรรจุหีบห่อ การขนส่งสินค้าเป็นระบบ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนและมีความน่าเชื่อถือ

5.1.3.3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) โดยใช้การเปรียบเทียบความพึงพอใจและระดับความสำคัญของเกษตรกรต่อส่วนประสมการตลาดของศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด

จากการวิจัยปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) เมื่อพิจารณาตามแนวคิดการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) สามารถทำได้โดยการนำค่าระดับความสำคัญและความพึงพอใจมาเปรียบเทียบกันในแต่ละคุณสมบัติที่ตกอยู่ใน Quadrant ใดๆ พบว่า ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด มีปัจจัยความสำเร็จจำนวน 19 ปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant B ซึ่งหมายถึง ส่วนประสมการตลาดของศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด สามารถตอบสนองเกษตรกรได้เป็นอย่างดี ในคุณลักษณะที่เกษตรกรให้ความสำคัญมาก ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อยดังแสดงในตารางที่ 37

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant B ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
1	สหกรณ์มีระบบการให้บริการก่อน – หลังตามคิวที่สมาชิกขอรับบริการ	กระบวนการ	4.14	4.25	B
2	ความรวดเร็วในการให้บริการ	กระบวนการ	4.02	3.95	B
3	มีการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่เหมาะสมมีคุณภาพ	ผลิตภัณฑ์	3.93	3.83	B
4	มีระบบการทำงาน การให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ ครบถ้วน	กระบวนการ	3.93	3.86	B
5	เจ้าหน้าที่มีความสุภาพ ยิ้มแย้ม	บุคคล	3.92	3.98	B
6	มีการจัดเก็บในบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม	ผลิตภัณฑ์	3.89	3.80	B
7	เจ้าหน้าที่มีความรู้และเข้าใจในผลิตภัณฑ์สามารถตอบคำถามได้	บุคคล	3.88	3.88	B
8	เจ้าหน้าที่บริการลูกค้าทุกคนเท่าเทียมกัน	บุคคล	3.86	3.94	B
9	จำนวนเจ้าหน้าที่เพียงพอในการให้บริการ	บุคคล	3.86	3.85	B

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant B ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
10	มีการใช้สูตรอาหารสัตว์ที่หลากหลายเหมาะสมกับความต้องการตามชนิดและประเภทของโคนมของสมาชิก	ผลิตภัณฑ์	3.85	3.89	B
11	สหกรณ์มีการจัดการคลังสินค้าที่เพียงพอเพื่อการบริการสมาชิกอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.85	3.84	B
12	ในกระบวนการบรรจุหีบห่อ การขนส่งสินค้าเป็นระบบ ป้องกันการปนเปื้อน มีความน่าเชื่อถือ	ลักษณะทางกายภาพ	3.78	3.65	B
13	สหกรณ์มีระบบการควบคุมคุณภาพการให้บริการของบุคคลให้อยู่ในระดับที่คงที่	บุคคล	3.78	3.85	B
14	ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเท่ากับหรือมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรเคยใช้อยู่มาก่อน	ผลิตภัณฑ์	3.78	3.75	B
15	สถานที่ผลิตมีความปลอดภัย	ลักษณะทางกายภาพ	3.76	3.85	B
16	ผลิตภัณฑ์มีอายุการเก็บรักษาที่เหมาะสม	ผลิตภัณฑ์	3.75	3.76	B
17	ลักษณะภายนอกของสินค้าดูดี น่าสนใจ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า	ลักษณะทางกายภาพ	3.74	3.78	B
18	กระบวนการผลิตถูกสุขลักษณะ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า	ลักษณะทางกายภาพ	3.72	3.76	B
19	ลักษณะส่วนผสมของวัตถุดิบในสินค้ามีความโดดเด่น ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า	ลักษณะทางกายภาพ	3.71	3.66	B

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant A ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องฝ่ายผลิตและฝ่ายการตลาดมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการแก่เกษตรกรสมาชิก (ด้านกระบวนการ) เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าว มีความสำคัญต่อเกษตรกรแต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ จึงทำให้เกิดความไม่พึงพอใจเกิดขึ้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวสหกรณ์ควรให้ความสนใจเป็นพิเศษและควรจะมีการปรับปรุงแก้ไขอย่างเร่งด่วน

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant D ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องสหกรณ์ให้ความสำคัญกับการสร้างช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลายกว่าการที่เกษตรกรจะมารับสินค้าเองที่จุดจำหน่าย

ของสหกรณ์ ซึ่งเป็น Quadrant ที่สหกรณ์ให้ความสำคัญมากเกินความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของเกษตรกร

ปัจจัยย่อยทางการตลาด จำนวน 14 ปัจจัย อยู่ใน Quadrant C ซึ่งเป็น Quadrant ที่สหกรณ์สามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน เนื่องจากปัจจัยย่อยดังกล่าวไม่มีความสำคัญต่อเกษตรกร ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อยดังแสดงในตารางที่ 38

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant C ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrants
			ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	
1	สหกรณ์มีบริการบริการอำนวยความสะดวกจัดส่งสินค้าถึงฟาร์มโคนมของเกษตรกรโดยบริการของสหกรณ์เอง	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.66	3.16	C
2	เกษตรกรสมาชิกมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ	กระบวนการ	3.64	3.57	C
3	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา	ราคา	3.63	3.31	C
4	การตั้งราคาจำหน่ายค่านึงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรจะได้รับมากกว่าผลตอบแทนหรือกำไรที่สหกรณ์จะได้รับ	ราคา	3.59	3.30	C
5	ราคาที่จำหน่ายเกษตรกรจะได้รับประโยชน์คุ้มค่ากว่าการซื้ออาหารสัตว์แบบเดิม ๆ ที่เกษตรกรเคยใช้และใช้อยู่	ราคา	3.59	3.38	C
6	ราคาจำหน่ายมีความเหมาะสมกับการลงทุนและผลตอบแทน	ราคา	3.48	3.26	C
7	สหกรณ์มีการบริหารจัดการสินค้าคงเหลือหรือ สินค้าที่เสื่อมสภาพ	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.48	3.36	C
8	สหกรณ์มีการใช้เครื่องมือสื่อสาร การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย เพื่อส่งเสริมการขาย เพื่อให้มีการใช้สินค้าเพิ่มมากขึ้น	การส่งเสริมการตลาด	3.47	3.48	C

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่อยู่ใน Quadrant C ของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัดต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ความสำคัญ	ความพึงพอใจ	IPA Quadrants
9	สหกรณ์มีบริการบริการอำนวยความสะดวกจัดส่งสินค้าถึงฟาร์มโคนมของเกษตรกร	ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.46	3.16	C
10	สหกรณ์มีการประชาสัมพันธ์ หรือมีการจูงใจให้สมาชิกเกิดความต้องการใช้สินค้า	การส่งเสริมการตลาด	3.45	3.36	C
11	สหกรณ์มีการสังเกตและเก็บข้อมูลการซื้อของผู้ซื้อเพื่อนำมาปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการ	การส่งเสริมการตลาด	3.45	3.53	C
12	สหกรณ์มีการติดต่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สินค้ากับเกษตรกรหรือผู้ซื้อ	การส่งเสริมการตลาด	3.43	3.45	C
13	ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรเคยใช้อยู่มาก่อน	ราคา	3.43	3.23	C
14	การออกเยี่ยมชุมชน เพื่อให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์นอกสถานที่	การส่งเสริมการตลาด	3.31	3.09	C

5.1.3.4 ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในมุมมองของเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด ต่อธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) พบว่า

1) ด้านคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเกษตรกรมีความพึงพอใจประเด็นประโยชน์ของสินค้า ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ คุณภาพของสินค้า ความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น คุณค่าดีกว่าสินค้าที่เคยใช้มาก่อน และราคาถูกกว่าสินค้าที่เคยใช้มาก่อน ตามลำดับ

2) ด้านต้นทุน ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยเกษตรกรมีความพึงพอใจประเด็นช่วยลดต้นทุน ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ เป็นทางเลือกที่ดีที่สุด ลดความเสี่ยงการลงทุน ความพึงพอใจในการลงทุนและได้รับผลตอบแทน และเพิ่มผลกำไรผลตอบแทน ตามลำดับ

3) ด้านความสะดวก ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเกษตรกรมีความพึงพอใจประเด็นด้านการรับบริการจากสหกรณ์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่

ด้านการนำไปใช้ การแก้ปัญหาการจัดการฟาร์ม ด้านการแก้ปัญหาจากการใช้สินค้า และการติดต่อสื่อสาร ตามลำดับ

4) ด้านความสบาย ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเกษตรกรมีความพึงพอใจประเด็นการให้บริการ ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ การติดต่อสอบถามข้อมูล ลดเวลาการปฏิบัติงาน การไปใช้บริการ/การเข้าถึงบริการและลดการใช้แรงงาน (จำนวนแรงงาน) ตามลำดับ

5) ด้านการติดต่อสื่อสาร ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเกษตรกรมีความพึงพอใจประเด็นการได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ การแสดงความคิดเห็นต่อสินค้า และมีช่องทางสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว การได้รับคำแนะนำ การแก้ปัญหาที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการ มีโอกาสที่จะแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ ตามลำดับ

6) ด้านการดูแลเอาใจใส่ ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเกษตรกรมีความพึงพอใจประเด็นด้านการรับบริการ ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ คุณภาพของสินค้า และด้านการแก้ปัญหา ด้านราคา และด้านข้อร้องเรียน ตามลำดับ

7) ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ ภาพรวมเกษตรกรมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเกษตรกรมีความพึงพอใจประเด็นมีความภาคภูมิใจในสินค้าและบริการของสหกรณ์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ มีความมั่นใจในสินค้าและบริการ ได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบ มีการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการ สินค้าและบริการมีการปรับปรุง พัฒนาให้ดีขึ้นตามข้อเสนอจากผู้รับบริการ ตามลำดับ

5.1.4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการผลิตและจำหน่ายอาหารสัตว์ของธุรกิจ ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

ภาพรวมพบว่า ธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตร ไชยปราการ จำกัด ประสบปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียด จะพบว่า ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ของสหกรณ์โคนมการเกษตร ไชยปราการ จำกัด มีค่าเฉลี่ยของปัญหาที่พบสูง 3 อันดับแรก คือ (1) วัตถุดิบอาหารสัตว์มีราคาแพง ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น (2) ต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตสูง และ (3) ต้นทุนค่าเครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์สูง ตามลำดับ

5.1.5 การวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT Analysis) เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคที่สำคัญในความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center)

ปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็งของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ของสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด พบว่า มีผู้นำและคณะกรรมการเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ มีความสามารถ ซื่อสัตย์ เสียสละ และมีความเข้าใจในหลักการของสหกรณ์ มีความมุ่งมั่นในการบริหารงานของสหกรณ์ ให้ประสบความสำเร็จ เจ้าหน้าที่สหกรณ์ส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาตรงกับตำแหน่งความรับผิดชอบ มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางสนับสนุนต่อธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ สมาชิกส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือ และใช้บริการกับหน่วยธุรกิจของสหกรณ์ ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์มีอาคารปฏิบัติการที่กว้างขวางเพียงพอต่อการเก็บรักษาและอาหารสัตว์และวัตถุดิบอาหารสัตว์ มีเครื่องจักรกล เครื่องมือและอุปกรณ์พร้อมที่จะผลิตอาหารสัตว์ได้ในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของสมาชิก มียานพาหนะที่เหมาะสมและเพียงพอต่อการขนส่งอาหารสัตว์จากศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอที่จะใช้ในการดำเนินธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์พร้อมที่จะให้บริการสินเชื่อทางการเงินแก่สมาชิก เพื่อการจัดการด้านอาหารสัตว์ และปัจจัยการผลิตอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการเลี้ยงโคนม ในภาพรวมสหกรณ์มีความเข้มแข็ง ดำเนินธุรกิจต่างๆ มีผลประโยชน์การที่มีผลกำไรต่อเนื่องทำให้มีเครดิตที่ดี ทั้งนี้ เนื่องจากสหกรณ์มีโครงสร้างการบริหารงานระบบของสหกรณ์ มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบ ออกเป็นฝ่ายต่างๆ ชัดเจน ทำให้การบริหารงานสหกรณ์มีประสิทธิภาพ มีการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานของภาครัฐและสถาบันการศึกษาเพื่อการพัฒนาธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์และการให้บริการด้านวิชาการในด้านการเลี้ยงโคนมอย่างสม่ำเสมอ

ปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อน พบว่า สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด มีธุรกิจหลายด้าน ต้องใช้บุคลากรจำนวนมาก ทำให้มีค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรค่อนข้างสูง ด้านการจัดการวัตถุดิบอาหารสัตว์ถึงแม้ว่าสหกรณ์จะมีความพร้อมด้านอาคารสถานที่ แต่ปัจจุบันยังพบว่าในฤดูเพาะปลูกที่มีผลพลอยได้จากการผลิตทางการเกษตรปริมาณมาก สหกรณ์ไม่สามารถเก็บสำรองไว้เป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตอาหารสัตว์ได้ทั้งหมด ทำให้เสียโอกาสในการใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่มีอยู่ในพื้นที่และเสียโอกาสทางธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ สหกรณ์ยังต้องขอรับการสนับสนุนเงินทุนจากหน่วยงานรัฐ หากมีการขยายธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์เนื่องจากมีต้นทุนการบริหารงานและเงินทุนหมุนเวียนที่สูง และสหกรณ์ขนาดใหญ่มีโครงสร้างการบริหารที่ค่อนข้างซับซ้อนและเป็นลำดับขั้น ทำให้การดำเนินงานบางกรณีเกิดความล่าช้า เนื่องจากจะต้องปฏิบัติตามระเบียบและข้อบังคับของสหกรณ์

ปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาส หลังจากรัฐบาลประกาศปรับเพิ่มราคาประกันในการรับซื้อน้ำนมดิบหน้าโรงงานแปรรูปนมเพิ่มขึ้น ทำให้เกษตรกรสมาชิกมีความมั่นใจในการประกอบอาชีพเลี้ยงโคนมและขยายกิจการฟาร์มโคนม จะส่งผลในเชิงบวกให้ธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ และสหกรณ์ได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานทั้งด้านวิชาการและให้ยืมเครื่องจักรกลในการผลิตอาหารสัตว์

ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนที่จะส่งผลต่อธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ของสหกรณ์ให้มีความมั่นคงมากขึ้น และสหกรณ์มีที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้กับแหล่งปลูกข้าวโพด มีต้นข้าวโพดหลังจากการเก็บเกี่ยวฝักสามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ได้เป็นอย่างดี และเนื่องจากเกษตรกรสมาชิกสหกรณ์ส่วนใหญ่มีพื้นที่แปลงหญ้าน้อย ไม่สามารถสำรองพืชอาหารสัตว์ไว้ใช้ในฤดูแล้งหรือในยามที่ขาดแคลน จำเป็นจะต้องพึ่งพาศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ของสหกรณ์จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์และสหกรณ์ได้ช่วยเหลือเกษตรกร

ปัจจัยภายนอกที่เป็นข้อจำกัด เนื่องจากสหกรณ์ตั้งอยู่ห่างไกลจากแหล่งผลิตอาหารสัตว์ และแหล่งวัตถุดิบอาหารสัตว์ ทำให้สหกรณ์มีค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนค่าขนส่งสูง และปัญหาด้านต้นทุนด้านแรงงานคนสูง ปัญหาราคาน้ำมันแพงทำให้อาหารสัตว์และวัตถุดิบอาหารสัตว์มีราคาแพง ส่งผลทำให้ต้นทุนในการผลิตอาหารสัตว์และการขนส่งเพิ่มขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย เรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) กรณีศึกษา สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะจากงานวิจัยเพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเสนอแนะกระบวนการบริหารจัดการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพในธุรกิจการศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed Center) ดังนี้

1) การดำเนินงานในธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ในสหกรณ์โคนมเป็นธุรกิจที่เกื้อหนุนต่อการประกอบอาชีพเลี้ยงโคนมของเกษตรกรสมาชิก เป็นกิจกรรมที่สำคัญที่สอดคล้องกับอุดมการณ์ของสหกรณ์ คือ “*ความร่วมมือกันที่ว่าการช่วยตนเองและการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ตามหลักการสหกรณ์จะนำไปสู่การกินดี อยู่ดี มีความเป็นธรรมและสันติสุขในสังคม*” ทั้งนี้ จะต้องมีส่วนนำและคณะกรรมการที่มีวิสัยทัศน์ มีความสามารถ ซื่อสัตย์ เสียสละ และมีความเข้าใจในหลักการของสหกรณ์ บุคลากรจะต้องมีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านอาหารสัตว์ ด้านบริหารธุรกิจสามารถให้คำแนะนำที่ถูกต้องแก่คณะกรรมการสหกรณ์โคนมได้ สามารถให้คำแนะนำแก่สมาชิกผู้ใช้บริการจากศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ได้เป็นอย่างดี

2) พื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ ควรอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบอาหารสัตว์ที่จำเป็นต้องใช้ในปริมาณที่มากเพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านการขนส่ง หรือตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการปลูกพืชไร่ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการผลิตอาหารสัตว์ได้ จะช่วยลดต้นทุนการผลิต ศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ควรมีความพร้อมด้านอาคารปฏิบัติการที่เก็บรักษาอาหารสัตว์และวัตถุดิบอาหารสัตว์ มีความพร้อมด้านสถานที่สำหรับจัดเก็บอาหารสัตว์และสำรองวัตถุดิบอาหารสัตว์ และความพร้อมด้านเครื่องจักรกล เครื่องมือ และอุปกรณ์ที่จะผลิตอาหารสัตว์ได้ในปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของสมาชิก

3) ธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์จะต้องมีโครงสร้างการบริหารและแบ่งหน้าที่รับผิดชอบที่มีความชัดเจน มีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอ มีการวางแผนด้านการผลิตและด้านการตลาด ซึ่งในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์มีปัญหาด้านวัตถุดิบอาหารสัตว์มีราคาแพง ส่งผลต่อต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ปัญหาต้นทุนค่าแรงงานในการผลิตสูง และต้นทุนค่าเครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์สูง ซึ่งปัญหาเหล่านี้เป็นความเสี่ยงในการลงทุน สหกรณ์โคนมจะต้องมีการวางแผนธุรกิจให้ชัดเจน ต้องวิเคราะห์ปัจจัยภายใน จุดแข็ง จุดอ่อน และปัจจัยภายนอก เพื่อนำมาวิเคราะห์และกำหนดเป้าหมายการดำเนินธุรกิจ ต้องวิจัยและวิเคราะห์ตลาด วางแผนการตลาด วางแผนการจัดการด้านการเงิน การบริหารจัดการต้นทุนต่าง ๆ เพื่อให้ธุรกิจสามารถสร้างกำไรและไม่ขาดทุน รวมถึงการจัดการทางด้านบัญชี วิเคราะห์ต้นทุน ยอดขาย กำไร โดยวางกลยุทธ์ในระยะยาวและมีความยืดหยุ่น โดยให้คำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับผู้รับบริการ คือสมาชิกของสหกรณ์เองมากกว่ารายได้หรือผลกำไรของสหกรณ์

4) การดำเนินธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใน **มุมมองของธุรกิจ** เพื่อให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจในการให้บริการของสหกรณ์ อธิบายคือ มีการใช้สูตรอาหารสัตว์ที่หลากหลายเหมาะสมกับความต้องการตามชนิด และประเภทของโคนมของสมาชิก มีการใช้วัตถุดิบอาหารสัตว์ที่มีคุณภาพ มีการจัดเก็บในบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม มีอายุการเก็บรักษาที่เหมาะสม ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าที่เกษตรกรสมาชิกพึงพอใจ ราคาจำหน่ายจะต้องเหมาะสมกับคุณภาพ การตั้งราคาจำหน่ายคำนึงถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เกษตรกรจะได้รับ สหกรณ์มีการจัดการคลังสินค้าที่เพียงพอ เพื่อการบริการสมาชิกอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง สหกรณ์มีการบริการอำนวยความสะดวกจัดส่งสินค้าถึงฟาร์มโคนมของเกษตรกร มีการติดต่อสื่อสาร ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สินค้ากับเกษตรกร เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีความสุภาพ มีเพียงพอในการให้บริการ มีความรู้และเข้าใจในผลิตภัณฑ์สามารถตอบคำถามได้ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีระบบการทำงานการให้บริการที่ถูกต้อง แม่นยำ ครบถ้วน และให้ความสำคัญกับลักษณะทางกายภาพ สถานที่ผลิตมีความปลอดภัย มีความโดดเด่นด้านคุณภาพและภาพลักษณ์ของสินค้าดูดี น่าสนใจ

5) การดำเนินธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดใน **มุมมองของลูกค้า** หรือเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมที่เป็นสมาชิกของสหกรณ์ โดยคำนึงถึงคุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับประโยชน์ของสินค้า คุณภาพของสินค้า ด้านต้นทุน ว่าเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด และลดความเสี่ยงการลงทุน ด้านความสะดวก ในการรับบริการจากสหกรณ์ ด้านความสบาย ความพึงพอใจ ในการให้บริการของสหกรณ์ ด้านการติดต่อสื่อสาร การได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ การแสดงความคิดเห็นต่อสินค้า ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านความสำเร็จในการตอบสนองความต้องการ หรือความภาคภูมิใจ มีความมั่นใจในสินค้าและบริการของสหกรณ์ มีการรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาการให้บริการ มีการพัฒนาสินค้าและบริการให้ดีขึ้น

ตามข้อเสนอจากผู้รับบริการ หากสหกรณ์สามารถทำให้เกษตรกรมีความพึงพอใจ เกษตรกรจะใช้นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง จะส่งผลดีทำให้ธุรกิจศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ประสบความสำเร็จ และมีความก้าวหน้าและมั่นคง

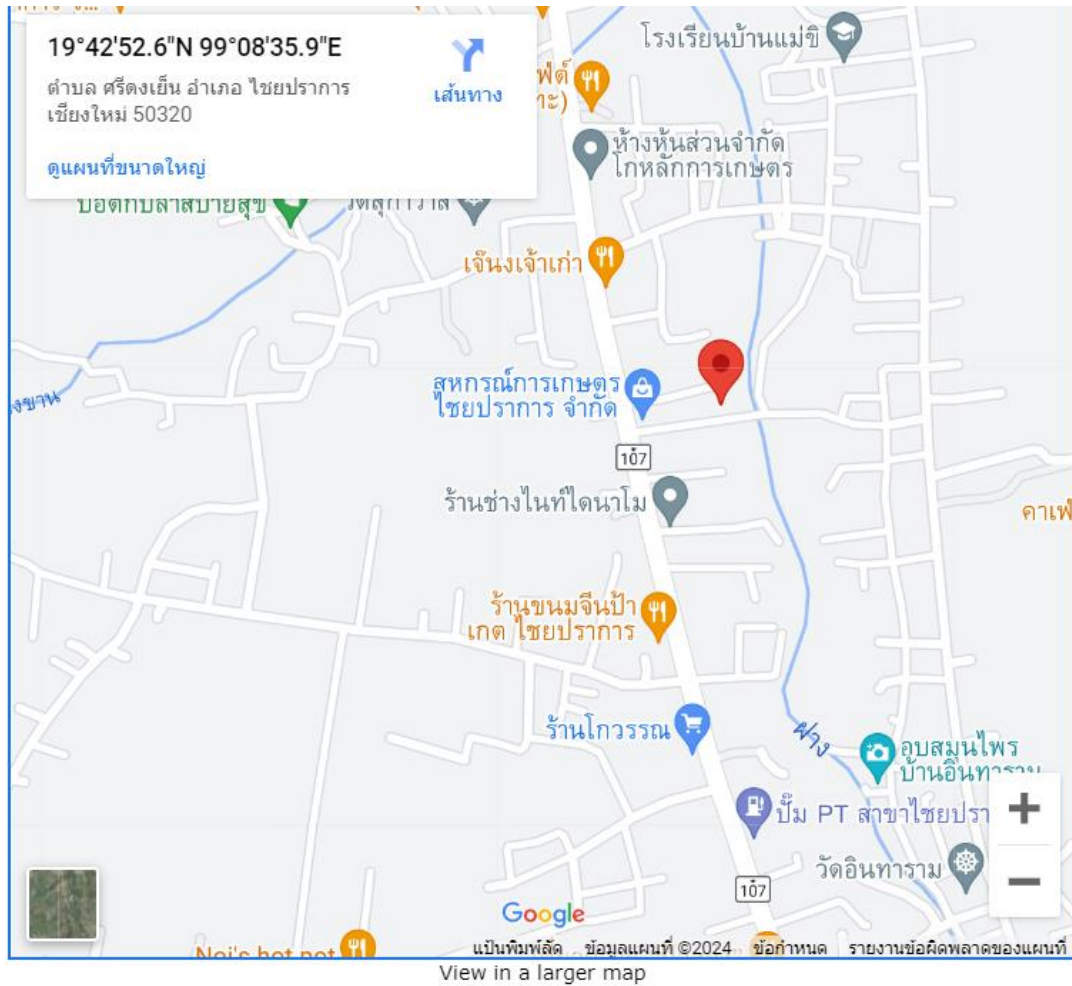
เอกสารอ้างอิง

- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. 2551. จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. 2549. การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- เฉลิมพล เยื้องกลาง, ไกรสิทธิ์ วสุเพ็ญ, ศศิพันธ์ วงศ์สุทธาวาส, สุนทร วิทยาคุณ และไพวัลย์ ปัญญาแก้ว.
2551. ผลของแหล่งของอาหารหยาบในอาหารผสมครบส่วนต่อปริมาณการกินได้อย่างอิสระ
ค่าการย่อยได้ของโภชนะ และกระบวนการหมักในกระเพาะรูเมนในโคนม. เรื่องเต็มการประชุม
ทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 46: สาขาสัตว และสัตวแพทยศาสตร์.
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. หน้า 215-224 (699 หน้า)
- ณรงค์วิทย์ แสนทอง. 2551. การบริหารผลงานเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- พิเชษฐ์ กนภธร. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี.
วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ภาณุพันธุ์ ประภาติกุล. 2552. การวิเคราะห์ศักยภาพของสหกรณ์โคนมในภาคเหนือตอนบน
ของประเทศไทยโดยใช้เทคนิค SWOT Analysis.วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร
ฉบับที่ 25(2). หน้า 38 – 45.
- ยุพาวรรณ วรณวณิชย. 2548. การจัดการการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- วุฒิพันธุ์ เนตรวิชัย. 2562. การยอมรับนวัตกรรมการใช้อาหารผสมครบส่วน (TMR) ของเกษตรกร
ผู้เลี้ยงโคนมจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการพัฒนาภูมิสังคมอย่างยั่งยืน. บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
(ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา
<http://ir.mju.ac.th/dspace/bitstream/123456789/32/1/5801417003.pdf>
- วิเชียร สันกาวิ. 2566. การสัมภาษณ์ประธานสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด อำเภอไชย
ปราการ จังหวัดเชียงใหม่. (สัมภาษณ์ ณ วันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2566)
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. 2552. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ :
เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- สาโรช ไสยสมบัติ. 2534. ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัด
กรมสามัญศึกษาจังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร
การศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมหาสารคาม.
- สิน พันธุ์พินิจ. 2554. เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 2) แก้ไขเพิ่มเติม. กรุงเทพฯ :
วิทย์พัฒน์.

- สำนักงานปศุสัตว์เขต 5. 2566. สรุปข้อมูลประชากรโคนมและปริมาณน้ำนมดิบจำหน่ายรายจังหวัด
ในภาคเหนือตอนบน ประจำเดือนกันยายน 2566. (ระบบออนไลน์). แหล่งที่มา
https://region5.dld.go.th/webnew/images/stories/e01/ko-nom_each2/960925662.pdf
- อรุณทัย เหง้าโพธิ์. 2563. กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับธุรกิจผลิตภัณฑ์อาหารสุกร
สำเร็จรูปในเขตอำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- อุทัย สุขศิริ. 2540. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้อาหารชั้นสำเร็จรูปของเกษตรกร
ผู้เลี้ยงโคนมในจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Martilla, J. A., & James, J. C. .1977. Importance-Performance Analysis. *Journal of
Marketing*, 41(1), 77-79
- Yamane, T.1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. Harper and Row, New York.

ภาคผนวก

แผนที่ที่ตั้งสหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด



ที่มา : Google Map (2566)

ภาพกิจกรรมศูนย์ผลิตอาหารสัตว์ (Feed center)
สหกรณ์โคนมการเกษตรไชยปราการ จำกัด



ส่งเสริมการปลูกข้าวโพดสัตว์เพื่อจำหน่ายให้สหกรณ์



สนับสนุนเงินเพื่อการจัดการเพาะปลูก



สนับสนุนเมล็ดพันธุ์ในการปลูก

กำหนดรอบการปลูก รอบละ 40 ไร่
หมุนเวียน



สหกรณ์ดำเนินการตัดข้าวโพด



จำหน่าย และจัดส่งให้แก่สมาชิก

รูปแบบการหมักข้าวโพด :แบบอัดก้อน



ใช้พลาสติกม้วนรอบก้อน จำนวน 15 – 22 รอบ



น้ำหนักเฉลี่ยก้อนละ 600 – 650 Kg.



ใช้เวลาหมักไม่น้อยกว่า 21 วัน ก่อนการจำหน่าย



จำหน่าย และจัดส่งให้แก่สมาชิก



สหกรณ์ขนส่ง จากแปลงไร่ – หน้าบ่อหมัก



หมักในหลุมปูนึงด้วยคอนกรีต

ภาพกิจกรรมสนทนากลุ่ม (FOCUS GROUP) ด้วยเทคนิค SWOT ANALYSIS
ณ โรงแรมวันบัดเจต อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย

