ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม

Factors affecting competitiveness of beef cattle business in Mahasarakham Province

ปฏิวัติ คุณดิลกพจน์[1*] และ สัญญา เคณาภูมิ[2]
Patiwat Khundilokpoch[1*] and Sanya Kenaphoom[2]

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างศึกษา ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อ จำนวน 500 ราย เครื่องมือการวิจัยใช้แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่น 0.985 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง การวิเคราะห์อิทธิพลเส้นทาง ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($p<.01$) มีจำนวน 7 ตัว ได้แก่ การบริหารจัดการที่ดี เงื่อนไขการตลาด ภาวะผู้นำเกษตรกร การส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ การจัดการต้นทุนการผลิต การสร้างตราสินค้า และการจัดการคุณภาพ โดยรวมปัจจัยเชิงสาเหตุดังกล่าวสามารถพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงหรือการผันแปรต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม ได้ร้อยละ 71

คำสำคัญ: ขีดความสามารถในการแข่งขัน โคเนื้อ จังหวัดมหาสารคาม

ABSTRACT

The purposes of the research were to analyze the factors affecting competitiveness of beef cattle business in Mahasarakham province. The samples were five hundred beef cattle farmers. The data was collected by a questionnaire with a 0.985 reliability. The statistics used were mean and standard deviation, multiple linear regression analysis and

[1] นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม อ.เมือง จ.มหาสารคาม 44000
[1] Doctoral Student of Public Administration Program. Faculty of Political Science and Public Administration. Rajabhat Maha Sarakham University, Maha Sarakham, 44000
[2] คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม อ.เมือง จ.มหาสารคาม 44000
[2] Faculty of Political Science and Public Administration. Rajabhat Maha Sarakham University, Maha Sarakham, 44000
* Email: khundilokpoch@gmail.com

path analysis. The results found that there are 7 factors affected competitiveness of beef cattle business in Mahasarakham province ($p<0.01$), which were good management, marketing conditions, leadership of beef farmers, government support, cost production management, creating brand image and quality control. The factors could predict the variance of competitiveness of beef cattle business in Mahasarakham province and the percentage of the consistency of the factors with the empirical data was 71%

Keywords: Competitiveness, Beef Cattle, Mahasarakham Province

บทนำ

ในทศวรรษที่ผ่านมาอุตสาหกรรมโคเนื้อของไทยขาดสมดุลจนก่อให้เกิดวิกฤตรุนแรง การผลิตโคไม่เพียงพอต่อการบริโภคภายในประเทศ ประมาณ 290,000 ตัวต่อปี (กรมปศุสัตว์, 2559; ศกร, 2559; คณะกรรมาธิการการเกษตรและสหกรณ์ สภานิติบัญญัติแห่งชาติ, 2560) ซึ่งรัฐบาลหลายยุคหลายสมัยได้ส่งเสริมและสนับสนุนแก้ไขปัญหามาโดยตลอด แต่การแก้ไขปัญหาความไม่สมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานในอุตสาหกรรมโคเนื้อของไทยที่เกิดขึ้น ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันส่วนใหญ่มุ่งเน้นแก้ปัญหาการผลิตเป็นหลักโดยเพิ่มโคต้นทาง ให้ความสำคัญด้านการตลาดและการแปรรูปผลิตภัณฑ์น้อย (ธำรงค์ และคณะ, 2558) ต่อมาหลายฝ่ายได้ให้ความสำคัญต่อการปรับกระบวนทัศน์กำหนดทิศทางการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมโคเนื้อของไทยทั้งระบบตลอดโซ่อุปทาน โดยในคราวประชุมสภานิติบัญญัติแห่งชาติ ครั้งที่ 14/2557 เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 9 ตุลาคม 2557 ได้มีมติตั้งคณะกรรมาธิการสามัญประจำสภานิติบัญญัติแห่งชาติ โดยคณะกรรมาธิการได้ตระหนักถึงปัญหาอุปสรรคของการเลี้ยงโคเนื้อของเกษตรกรไทยและเห็นโอกาสในการแก้ไขปัญหา เพื่อให้อุตสาหกรรมโคเนื้อสามารถเติบโตได้อย่างมีเสถียรภาพ และยกระดับเกษตรกรสาขาปศุสัตว์การเลี้ยงโคเนื้อให้มีความภาคภูมิใจในอาชีพ สร้างความเชื่อมั่นให้กับเกษตรกรในการผลิตและสร้างความมั่นใจต่อผู้บริโภคในด้านความปลอดภัยอาหาร นำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของตลาดเนื้อโคและโคเนื้อให้กับประเทศไทย “เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมโคเนื้ออย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สู่ประเทศไทย 4.0” ภายใต้เงื่อนไขที่จะต้องรักษาตลาดการบริโภคเนื้อโคไทย การเพิ่มปริมาณเนื้อโคและโคเนื้อในระบบให้เพียงพอต่อความต้องการบริโภคภายในประเทศ รวมถึงโอกาสส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียน และยกระดับผลิตภาพโคเนื้อไทยจากการบริหารจัดการวัตถุดิบพืชอาหาร ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากการเกษตรเพื่อเป็นอาหารโคที่มีคุณภาพ รวมทั้งพัฒนายกระดับโรงฆ่าให้ได้มาตรฐานความปลอดภัย (คณะกรรมาธิการการเกษตรและสหกรณ์ สภานิติบัญญัติแห่งชาติ, 2560)

การก้าวเข้าสู่ AEC อย่างสมบูรณ์ในสิ้นปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยถูกจัดว่ามีความแข็งแกร่งด้านอุตสาหกรรมโคเนื้อมากที่สุดในภูมิภาคและมีศักยภาพการผลิตโคเนื้อส่งออกสูง (มนิสา, 2556; จุฑารัตน์, 2557) แต่ก็มีความเสี่ยงเมื่อเทียบกับออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ที่ได้ทำความตกลง FTA กับไทย โดยในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2564 ภาษีโคเนื้อและเนื้อโคจะลดลงเป็นศูนย์และไม่จำกัดโควต้านำเข้า (จณัญญา, 2560) จะส่งผลให้เนื้อโคนำเข้าเพิ่มมากขึ้น อุตสาหกรรมเนื้อโคของไทยต้องเผชิญเส้นทางสองแพร่งระหว่างโอกาสที่อาจจะก้าวไปไกลหรืออุปสรรคที่จะทำให้ไปไม่รอด (จุฑารัตน์, 2557) โดยหลักการทั้งภาครัฐและเอกชนต้องเร่งปรับตัวเพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันกับความท้าทายที่ถาโถมเข้ามา ไม่ว่าจะเป็นแรงกดดันทั้งภายในและนอกประเทศ ประกอบกับสภาพปัจจุบันปัญหาระบบการผลิตโคเนื้อและเนื้อโคของไทยไม่มีการวางแผนที่ดีพอ รูปแบบการเลี้ยงไม่เป็นอาชีพหลักเพราะตลาดหรือผู้รับซื้อไม่แน่นอน เกษตรกรยังคงเผชิญกับปัญหาต่างๆ ตั้งแต่การเลี้ยงจนถึงการตลาด ไม่มีเครือข่ายของการผลิตที่ทำครบวงจร ขาดอำนาจการต่อรอง อำนาจอยู่ที่พ่อค้าคนกลาง ส่งผลให้ปริมาณการผลิตผันแปรทั้งเพิ่มขึ้นและลดลงได้อย่างรวดเร็วและไร้ทิศทาง ส่งผลให้สถานการณ์โคเนื้อของไทยอยู่ในสภาวะวิกฤติ และโดยเฉพาะพื้นที่จังหวัดมหาสารคามเป็นแหล่งส่งเสริมของกรมปศุสัตว์ในการผลิตโคเนื้อต้นทางที่มีโครงสร้างพันธุกรรมดีที่สุดแห่งหนึ่งในภาคอีสานหรือประเทศไทย แต่เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อส่วนใหญ่ยังไม่มีการรวมกลุ่มเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้แปรรูป และผู้จำหน่าย ตลอดจนขาดศูนย์ข้อมูลในการ

ติดต่อประสานงานระหว่างกันและยังมีปัญหาการขาดแคลนลูกโคพันธุ์ดีและราคาอาหารสัตว์มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม, 2559) หากไม่มีการศึกษาวิจัยแก้ไขปัญหาและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อต้นทางอาจทยอยล้มเลิกกิจการไปจนยากที่จะฉุดฟื้นฟูขึ้นมาได้เหมือนเดิม จะสูญเสียความสามารถในการแข่งขันไปในที่สุด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม

วิธีการวิจัย

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม ใช้สูตรของ Yamane (1977) คำนวณหาขนาดตัวอย่างได้เท่ากับ 395 ราย สำหรับในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อลดโอกาสเกิดความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มลง ผู้วิจัยได้ปรับใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 500 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือนสิงหาคม 2559 - มกราคม 2560 โดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage stratified random sampling) (ธานินทร์, 2555) การกำหนดกรอบความคิดปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากปรากฏการณ์ (Kenaphoom, 2014) แนวคิด ทฤษฎี ทบทวนวรรณกรรมเอกสารต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งคล้ายคลึงใกล้เคียงที่มีการศึกษามาแล้ว ได้แก่ การสร้างตราสินค้า เงื่อนไขการตลาด การจัดการคุณภาพ การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ การสร้างนวัตกรรม การจัดการต้นทุนการผลิต ภาวะผู้นำเกษตรกร การบริหารจัดการที่ดี และการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ สำหรับองค์ประกอบขีดความสามารถในการแข่งขัน จำแนกย่อยเป็น 4 ด้าน ได้แก่ การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการเติบโตของกิจการ โดยผู้วิจัยนำไปสร้างแบบสอบถามที่มีข้อคำถามวัดระดับความคิดเห็นแต่ละข้อเป็นแบบประเมินค่า 5 คำตอบ วิเคราะห์หาสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach, 1970) มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.985 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติพื้นฐาน การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple linear regression analysis) และการวิเคราะห์อิทธิพลเส้นทาง (Path analysis) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดสัญลักษณ์และความหมายตัวแปรต่างๆในการนำเสนอข้อมูลดังนี้คือ

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรอิสระ

1.TRADE แทนกลุ่มปัจจัยการค้า
   1) Brand แทนการสร้างตราสินค้า
   2) markc แทนเงื่อนไขการตลาด
   3) quali แทนการจัดการคุณภาพ
   4) clust แทนการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ

2.PRODC แทนกลุ่มปัจจัยการผลิต
   1) mment แทนการบริหารจัดการที่ดี
   2) cost แทนการจัดการต้นทุนการผลิต
   3) lship แทนภาวะผู้นำเกษตรกร
   4) inno แทนการสร้างนวัตกรรม

3.GOVT แทน ปัจจัยการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐสัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปรตาม

1.COMPE แทน ขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม
   1) Cosleแทน การเป็นผู้นำด้านต้นทุนหรือต้นทุนต่ำ
   2) diffe แทน การสร้างความแตกต่าง
   3) quick แทน การตอบสนองอย่างรวดเร็ว
   4) growt แทน การเติบโตของกิจการ

ผลการวิจัยและวิจารณ์

1. ความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงสาเหตุที่ศึกษาทั้ง 9 ตัว ได้แก่ การบริหารจัดการที่ดี การรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจ เงื่อนไขการตลาด การจัดการต้นทุนการผลิต การส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ ภาวะผู้นำเกษตรกร การสร้างนวัตกรรม การจัดการคุณภาพ และการสร้างตราสินค้า มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.01$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่าง 0.718 ถึง 0.909 เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร โดยภาพรวมค่าสถิติ Bartlett's test of sphericity มีค่าเท่ากับ 7044.785 ($p<0.01$) ค่าดัชนีไกเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิล (KMO) มีค่าเท่ากับ 0.950 หมายความว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันดีมาก ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) ค่าดัชนีไกเซอร์-ไมเยอร์-ออลคิน (KMO) และค่า Bartlett's test of Sphericity ของตัวแปรวิจัย

ตัวแปร	กลุ่มตัวอย่าง (n = 500)									
(Variables)	markc	brand	inno	clus	cost	lship	quali	mment	govnt	COMPE
markc	1.000									
brand	.841**	1.000								
inno	.805**	.839**	1.000							
clus	.789**	.749**	.861**	1.000						
cost	.869**	.879**	.829**	.777**	1.000					
lship	.870**	.784**	.781**	.773**	.806**	1.000				
quali	.872**	.851**	.817**	.748**	.909**	.811**	1.000			
mment	.889**	.778**	.778**	.790**	.826**	.899**	.825**	1.000		
govnt	.849**	.814**	.773**	.718**	.835**	.835**	.832**	.847**	1.000	
COMPE	.782**	.660**	.682**	.789**	.718**	.697**	.671**	.807**	.757**	1.000

** P < 0.01

KMO measurers of sampling adequacy = 0.950

Bartlett's test of sphericity approx. chi-square = 7044.785, p <0.000 df = 45

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม

ปัจจัยเชิงสาเหตุ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) กับตัวแปรผล
1. การบริหารจัดการที่ดี (mment)	0.807**
2. การรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ (clus)	0.789**
3. เงื่อนไขการตลาด (markc)	0.782**
4. การจัดการต้นทุนการผลิต (cost)	0.718**
5. การส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ (govnt)	0.757**
6. ภาวะผู้นำเกษตรกร (lship)	0.697**
7. การสร้างนวัตกรรม (inno)	0.682**
8. การจัดการคุณภาพ (quali)	0.671**
9. การสร้างตราสินค้า (brand)	0.660**

** P < 0.01

2. ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงสาเหตุกับตัวแปรผล พบว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุทั้ง 9 ตัว มีความสัมพันธ์ไปในทางบวกกับขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p<0.01) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) ระหว่าง 0.660 ถึง 0.807 ดังแสดงในตารางที่ 2

3. ทุกตัวแปรที่ศึกษามีองค์ประกอบที่เหมาะสมสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยผลการทดสอบวิเคราะห์น้ำหนักแต่ละองค์ประกอบเชิงยืนยันของขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การสร้างความแตกต่าง การเติบโตของกิจการ และการเป็นผู้นำด้านต้นทุนมีค่าอยู่ระหว่าง 0.803 ถึง 0.919 กลุ่มปัจจัยการค้า ได้แก่ การสร้างตราสินค้า เงื่อนไขการตลาด และการจัดการคุณภาพ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.906 ถึง 0.939 กลุ่มปัจจัยการผลิต ได้แก่ การบริหารจัดการที่ดี การ

จัดการต้นทุนการผลิต และภาวะผู้นำเกษตรกร มีค่าอยู่ระหว่าง 0.860 ถึง 0.960 และตัวแปรการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.493 ถึง 0.879 และตัวบ่งชี้ที่ศึกษามีนัยสำคัญทางสถิติทุกตัว ทุกปัจจัยองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ที่ศึกษามีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า χ^2/df ต่ำกว่า 2 หรือน้อยกว่า 5 (กรณีโมเดลซับซ้อน), CFI และ TLI ตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป RMSEA และ SRMR น้อยกว่า 0.05 หรือระหว่าง 0.05 ถึง 0.08 มีค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้าง (P_c) มากกว่า 0.60 และมีค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (P_v) มากกว่า 0.50 ดังแสดงในตารางที่ 3-4

ตารางที่ 3 แสดงน้ำหนัก ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนขององค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรผลขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม

ตัวแปรผล/องค์ประกอบ		λ	S.E.	Z-test	e	R^2	P_c	P_v
ขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม(COMPE)	cosle	0.803	0.022	36.693**	0.356	0.644	0.995	0.981
	diffe	0.893	0.013	71.160**	0.202	0.798		
	quick	0.919	0.011	80.944**	0.156	0.844		
	growt	0.868	0.014	62.262**	0.247	0.753		

** P < 0.01

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยองค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม

ปัจจัย/ตัวแปรเชิงสาเหตุ	λ	S.E.	Z-test	e	R^2	P_c	P_v
การสร้างตราสินค้า (brand)	0.906	0.010	90.827**	0.179	0.821	0.997	0.990
เงื่อนไขการตลาด (markc)	0.939	0.008	116.210**	0.117	0.883		
การจัดการคุณภาพ (quali)	0.928	0.009	107.096**	0.138	0.862		
การบริหารจัดการที่ดี (mment)	0.960	0.007	130.107**	0.079	0.921	0.996	0.989
ภาวะผู้นำเกษตรกร (lship)	0.937	0.008	111.873**	0.123	0.877		
การจัดการต้นทุนการผลิต (cost)	0.860	0.013	66.225**	0.260	0.740		
การส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ (govnt)	0.763	0.018	49.246**	0.406	0.594	0.998	0.971

** P < 0.01

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p<0.01) มีจำนวน 7 ตัว ดังแสดงในตารางที่ 1

จากตารางที่ 5 ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 7 ตัว ได้แก่ การบริหารจัดการที่ดี เงื่อนไขการตลาด การส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ ภาวะผู้นำเกษตรกร การจัดการต้นทุนการผลิต การจัดการคุณภาพ และการสร้างตราสินค้า ในภาพรวมปัจจัยเชิงสาเหตุดังกล่าวสามารถพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงหรือการผันแปรขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม ได้ร้อยละ 71 สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับ Certo and Certo (2006, อ้างถึงใน เสาวลักษณ์ , 2552) ที่รายงานว่า การบริหารจัดการที่ดีโดยอาศัยปัจจัยพื้นฐานคือ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ และการออกแบบให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะมีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ขณะที่ Porter (1990, 2002, อ้างถึงในสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2545) และบุญอนันต์ (2555) รายงานว่า เงื่อนไขอุปสงค์เป็นปัจจัยสำคัญต่อขีดความสามารถในการแข่งขัน Porter (1990, อ้างถึงในโกศล, 2556) รายงานว่า การเชื่อมโยงกับหน่วยงานหรือนโยบายรัฐบาลสามารถเสริมสร้างประโยชน์ต่อการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการได้ สอดคล้องกับรายงานการศึกษาของ Morash and Lynch (2002, อ้างถึงใน ทรงวุฒิ, 2549) ที่กล่าวว่า หากจะให้ประสบความสำเร็จ

อย่างยั่งยืน รัฐควรให้ความสนใจผลการดำเนินงานด้านการบริการลูกค้าของเอกชน และรัฐจะต้องมีนโยบายที่รัดกุมและเป็นจริงเป็นจังในเรื่องให้ความสำคัญการดำเนินงานด้าน

ต้นทุนควบคู่กันไป ขณะที่ Hayami (2009, อ้างถึงใน โกศล, 2556); Brown (2009, อ้างถึงใน โกศล, 2556) รายงานว่า องค์กรใดมีปัจเจกบุคคลที่มีความเฉลียวฉลาดตกผลึกทางความรู้ ความสามารถและทักษะที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรตลอดเวลา ย่อมสร้างความได้เปรียบจากการใช้ทุนทางปัญญาขององค์กรเป็นเครื่องมือในการปรับตัวเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ภาวะผู้นำเป็นสิ่งที่จำเป็นมากที่สุดมากกว่าปัจจัยอื่นๆ ในปัจจุบัน และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน (Hamel, 2007, อ้างถึงใน โกศล, 2556) สอดคล้องกับ Brett Walsh and Jeff Schwartz (2013, อ้างถึงใน เสาวลักษณ์, 2558) ที่กล่าวว่าแนวโน้มในอนาคตภาวะผู้นำอาจเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่สามารถจัดการเกี่ยวกับคน กลยุทธ์ และสถานการณ์ได้ ขณะที่ Porter (1985, อ้างถึงใน มนัสนันท์, 2550); 2008, สุภานี, 2553) และ วรพล (ม.ป.ป.) ที่รายงานว่าผู้ประกอบการใดมีต้นทุนต่ำที่สุดจะเป็นผู้ชนะเพราะความได้เปรียบจากการมีต้นทุนที่ต่ำจะทำให้ประสิทธิภาพในการแข่งขันสูงขึ้น

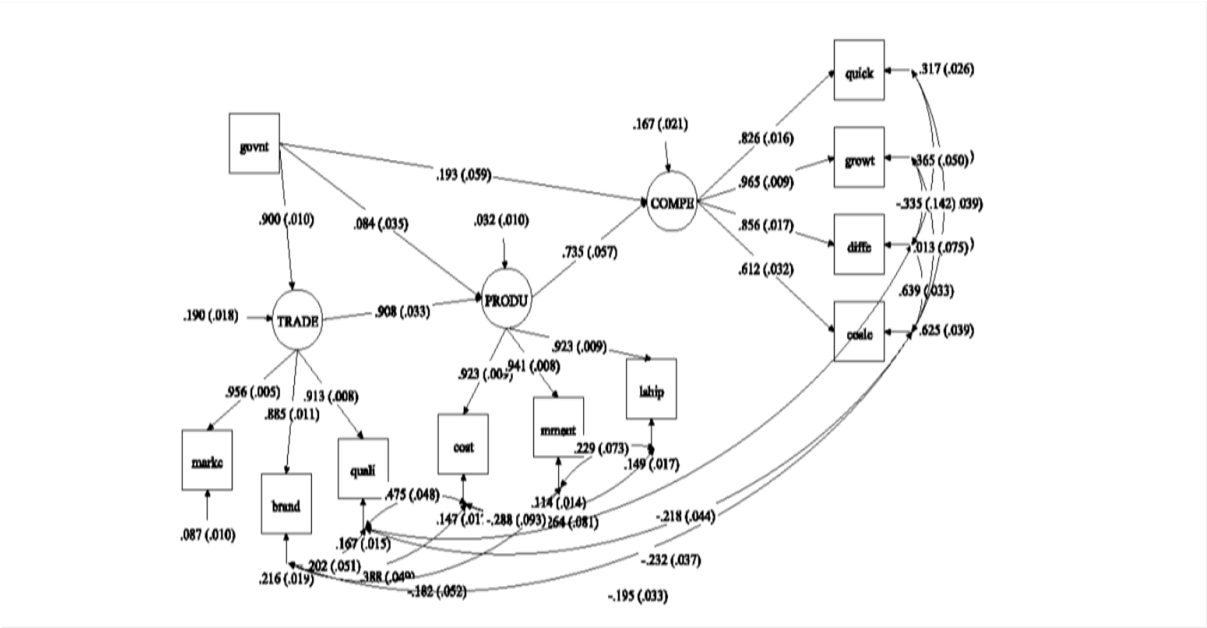
ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม

ปัจจัย/ตัวแปร	unstandardized coefficients		standardized coefficients	P-value
	B	S.E.	Beta	
1. การบริหารจัดการที่ดี (mment)	0.302	0.065	0.312	0.000
2. เงื่อนไขการตลาด (markc)	0.240	0.059	0.277	0.000
3. การส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ (govnt)	0.202	0.050	0.221	0.000
4. ภาวะผู้นำเกษตรกร (lship)	0.217	0.061	0.220	0.000
5. การจัดการต้นทุนการผลิต (cost)	0.192	0.066	0.205	0.004
6. การจัดการคุณภาพ (quali)	-0.295	0.057	-0.340	0.000
7. การสร้างตราสินค้า (brand)	-0.121	0.047	-0.153	0.010
8. การรวมกลุ่มเครือข่ายธุรกิจ (clust)	0.070	0.055	0.068	0.198
9. การสร้างนวัตกรรม (inno)	0.050	0.059	0.051	0.398
$R = .843^{a}$, $R^2 = 0.710$, adjusted $R^2 = 0.705$				

ในส่วนผลการศึกษาครั้งนี้ที่พบว่า ปัจจัยด้านการจัดการคุณภาพและการสร้างตราสินค้าจะมีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคามในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งขัดแย้งกับ Nada et al. (2006, อ้างถึงใน สุรสิทธิ์, 2556) ที่รายงานว่า คุณภาพมีนัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันของการผลิตสินค้า และ Jongwanich (2009, อ้างถึงใน สุรสิทธิ์, 2556) ที่รายงานว่า คุณภาพได้กลายมาเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญเพื่อเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันทั้งระดับองค์กรธุรกิจและระดับประเทศในยุคโลกาภิวัฒน์ และ ปฐมาพร (2552) ที่รายงานว่า ตราสินค้าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการหรือให้กับธุรกิจนั้นๆ ส่งผลให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจสามารถรับรู้และจดจำข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าได้ง่ายขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด และบุปผา(2550) และ Aaker (1991, อ้างถึงใน ภูริศ, 2552) ที่รายงานว่า ตราสินค้าเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญที่สุด การสร้างตราสินค้าที่ดีเป็นความจำเป็นในยุคการแข่งขันที่รุนแรง เป็นสิ่งที่มีบทบาทและความสำคัญต่อความอยู่รอดของธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต และ Aribarg and Arora (2008, อ้างถึงใน ภูริศ, 2552) ที่รายงานว่า การสร้างตราสินค้าเป็นการลงทุนเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าและบริการ ซึ่งตราสินค้าที่ประสบความสำเร็จจะมีอายุยาวนานมากกว่า มียอดขายสูงกว่าและให้ผลตอบแทนมากกว่าสินค้าที่ไม่สร้างตรา

สินค้า ฉะนั้นจากผลการศึกษาดังกล่าวอาจเป็นไปได้ว่าเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อส่วนใหญ่เป็นรายย่อย มีข้อจำกัดในการเรียนรู้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ไม่สามารถปรับตัวสู่การแข่งขันในตลาดที่มีพลวัตและผันผวนสูงขึ้นได้ ประกอบกับไม่ได้รับข้อมูลไม่มีความเข้าใจแนวโน้มความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภคที่มีหลากหลายเปลี่ยนแปลงเชิงพลวัตและเรียกร้องเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในยุคปัจจุบันและอนาคตอำนาจผู้ซื้อจะมีมากกว่าผู้ผลิต รวมทั้งสภาพการแข่งขันในธุรกิจโคเนื้อมีความซับซ้อนแข่งขันกันรุนแรงมากขึ้นทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ รวมทั้งนโยบายภาครัฐกำหนดหลักเกณฑ์มาตรฐานกระบวนการผลิตและผลผลิตโคเนื้อ ซึ่งในข้อเท็จจริงอาจส่งผลกระทบต่อครัวเรือนเกษตรกรรายย่อยที่ขาดสภาพคล่องเงินสดอยู่แล้ว ยังจะต้องลงทุนเสียค่าใช้จ่ายในปรับปรุงกระบวนการผลิตน่าจะมีผลให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นปัญหาไม่เหมาะสมกับความเป็นจริงของตัวเอง ขณะที่การเลี้ยงโคเนื้อแบบวิถีดั้งเดิมปล่อยให้แทะเล็มหญ้าตามธรรมชาติจะใช้ต้นทุนเงินสดต่ำก็ยังสามารถสร้างประโยชน์ให้กับครัวเรือนเกษตรกรได้ ซึ่งสภาพปัญหาความคิดเห็นของเกษตรกรที่ไม่สอดคล้องตามกลไกและความต้องการของตลาดดังกล่าว ภาครัฐต้องตระหนักในข้อเท็จจริงทั้งระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการในพื้นที่ต้องเร่งรณรงค์สร้างการรับรู้สร้างความเข้าใจแก้ไขโดยเร่งด่วน มิฉะนั้นอาจเกิดปัญหายากต่อการแก้ไขได้ทันเนื่องจากอาชีพการเลี้ยงโคเนื้อเป็นความหวังของเกษตรกรรายย่อยของไทย

5. ผลการวิเคราะห์เส้นทาง Path analysis หรือ Linear SEM เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุอธิบายความสัมพันธ์และเส้นทางอิทธิพลระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดหาสารคาม ดังแสดงในภาพที่ 1



χ^2/df = 119.72/25 = 4.79, CFI = 0.99, TLI = 0.97, RMSEA = 0.09, SRMR = 0.03

ภาพที่ 1 โมเดลความสัมพันธ์สมการโครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม

จากภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเส้นทาง (Path analysis) พบว่า 1) ปัจจัยการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐมีอิทธิพลทั้งในทางตรงและทางอ้อมต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม โดยมีอิทธิพลในทางตรง มีค่าเท่ากับ 0.193 สำหรับในทางอ้อมนั้นจะมีเส้นทางอิทธิพลต่อกลุ่มปัจจัยการค้ามากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.900 และมีเส้นทางอิทธิพลต่อกลุ่มปัจจัยด้านการผลิตมีค่าเท่ากับ 0.084 ตามลำดับ 2) ปัจจัยการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐร่วมกับกลุ่มปัจจัยการผลิตร่วมกันมีอิทธิพลโดยตรงต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.929 กลุ่มปัจจัยการผลิตมีค่ามากที่สุด เท่ากับ 0.735 ส่วนปัจจัยการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ เท่ากับ 0.193 และ 3) กลุ่มปัจจัยการค้าไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม แต่จะส่งอิทธิพลเส้นทางอ้อมผ่านไปยังกลุ่มปัจจัยการผลิตก่อน โดยมีค่าน้ำหนักอิทธิพลเท่ากับ 0.908

ทั้งนี้เนื่องด้วยเกษตรกรผู้เลี้ยงโคเนื้อส่วนใหญ่เป็นรายย่อย ภาครัฐควรเร่งบูรณาการภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในรูปแบบประชารัฐโดยให้ความสำคัญการตลาดนำการผลิต ติดตามและติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลทางตลาดกับคู่ค้าและเครือข่ายที่หลากหลาย ให้ความสนใจ อำนวยความสะดวกและใส่ใจลูกค้ามากขึ้น เพราะในโลกยุคการค้าเสรีอำนาจจะเป็นของผู้ซื้อมากกว่าผู้ผลิต อาทิ ติดต่อได้สะดวกและง่าย มีความสามารถในการตอบสนองอย่างรวดเร็วทันเวลารวมทั้งบริการหลังการขายที่ดี ทำการประชาสัมพันธ์เชิงรุกสื่อสารให้ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อสร้างความผูกพันในตราสินค้าและความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน ทั้งนี้ต้องเร่งสร้างตราสินค้าเนื้อโคขุนตักสิลาและนำเสนอตราสินค้าให้เป็นที่สนใจโดดเด่นมีเอกลักษณ์ที่ทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภครู้สึกมีความภาคภูมิใจเป็นคนรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือรักษ์โลก และโดยสภาพปัจจุบันปัญหาการซื้อขายโคเนื้อและเนื้อโคยังเป็นลักษณะผู้ซื้อน้อยรายและผู้ขายมากราย การตลาดยังคงผ่านพ่อค้าคนกลาง (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2550, 2552); ธำรงค์ และเกษม (2555) ฉะนั้นหากสามารถตัดพ่อค้าคนกลางออกก็จะเกิดประโยชน์ทั้งฝ่ายเกษตรกรผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยการจัดทำศูนย์โคเนื้อตักสิลาดิจิทัลเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ใช้โมเดลธุรกิจสมัยใหม่รองรับยุคเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล สอดคล้องกับแนวความคิดของสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ อ้างถึงใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2545); ทำให้มีผู้ซื้อมากรายจากที่อื่นๆ สามารถเข้าถึงข้อมูลติดต่อซื้อได้โดยตรงไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย รวมทั้งต้องเร่งทำการสร้างตราสินค้าและการจัดการคุณภาพเป็นลำดับแรกๆ เพราะแนวโน้มเป็นปัจจัยหลักที่มีบทบาทและความสำคัญต่อการอยู่รอดของธุรกิจในปัจจุบันและอนาคต (Aaker, 1991, อ้างถึงใน ภูริศ, 2552; Nada, et al. (2006), อ้างถึงใน สุรสิทธิ์, 2556) การทำให้มีจุดเด่นสร้างความแตกต่าง สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มในขั้นตอนกระบวนการผลิตและผลผลิต อาทิ การขุนโคด้วยหญ้าหวานมหาสารคามเป็นอาหารหลักจะเป็นตราสินค้าของผลผลิตที่มีคุณภาพสูง (เชาวฤทธิ์ และเมธา, 2560) เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับ Enz (2008) อ้างถึงใน กิตติ, 2556) ที่รายงานว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถสร้างได้จากการจัดการทรัพยากรที่มีความสำคัญและทำให้เป็นหนึ่งในสิ่งนั้น เน้นการใช้หลักการตลาดดึง การผลิตดัน ผลิตได้ขายเป็น รวมกันขายกระจายกันผลิต สอดคล้องกับรายงานวิจัยของ ศิริพร กิรติการกุล และคณะ (2559); คณะกรรมาธิการการเกษตรและสหกรณ์ สภานิติบัญญัติแห่งชาติ, 2560) ที่ระบุว่า ต้นแบบธุรกิจของโซ่อุปทานโคเนื้อใหม่ต้องมีการบริหารจัดการอย่างสมดุลในด้านการผลิตแบบ supply push และการตลาดแบบ demand pull เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมั่นคง ตลอดจนพัฒนาสถานที่จำหน่ายเนื้อโคและผลิตภัณฑ์ที่ยอมรับได้ในระดับชุมชน จัดมหกรรมโคเนื้อตักสิลาสู่อาเซียนประจำปี เพื่อแสดงและประกวดพันธุ์สัตว์ จัดนิทรรศการเรื่องราวการผลิตเนื้อโคขุนตักสิลา จัดจำหน่ายสินค้าและจับคู่ธุรกิจ ควบคู่กับการดำเนินการป้องกันและสกัดกั้นไม่ให้นำเนื้อเถื่อนเข้ามาจำหน่ายในพื้นที่และเร่งชี้แจงป้องปรามหรือจับกุมผู้ที่ลักลอบใช้สารเร่งเนื้อแดงเลี้ยงโคขุนอย่างเข้มงวดจริงจัง ทำการสำรวจความต้องการและกลไกตลาดเพื่อปรับกระบวนการผลิตโดยให้ความสนใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น วางแผนการผลิตให้มีโคเนื้อขายได้เป็นรุ่นๆ สามารถรวบรวมผลผลิตของสมาชิกเครือข่ายได้จำนวนตามความต้องการและทันนัดหมายตามคำสั่งซื้อของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอทั้งตลาดท้องถิ่นตลาดค้าปลีกสมัยใหม่และหรือการส่งออก เครือข่ายโคเนื้อตักสิลากำหนดราคาโคเนื้อมีชีวิตร่วมกันเพื่อสร้างโอกาสทางการแข่งขันและทุกฝ่ายได้รับประโยชน์ที่เป็นธรรม และควรมีการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุอื่นๆ ที่มี

อิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม เพิ่มเติมให้มีความครอบคลุมและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคามอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p<0.01$) มีจำนวน 7 ตัว ได้แก่ การบริหารจัดการที่ดี เงื่อนไขการตลาด ภาวะผู้นำเกษตรกร การส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ การจัดการต้นทุนการผลิต การจัดการคุณภาพ และการสร้างตราสินค้า โดยในภาพรวมปัจจัยอิสระดังกล่าวสามารถพยากรณ์การเปลี่ยนแปลง/การผันแปรต่อขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม ได้ร้อยละ 71 ปัจจัยการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม โดยควรให้ความสำคัญกับมาตรการทางการค้านำการผลิตในการสร้างขีดความ สามารถในการแข่งขั้นธุรกิจโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม

เอกสารอ้างอิง

กรมปศุสัตว์. 2559. คู่มือปฏิบัติงานการผลิตโคเนื้อเชิงการค้าสำหรับเจ้าหน้าที่. กรุงเทพฯ: กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

กิตติ เจริญพรพาณิชกุล. 2556. อิทธิพลของปัจจัยผลักดันการเทียบเคียงสมรรถนะต่อการเทียบเคียงสมรรถนะความสามารถในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมยางพาราไทย. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

โกศล จิตวิรัตน์. 2556. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมยางพาราขนาดกลางและขนาดย่อมภายใต้การเปลี่ยนแปลงแบบพลวัต. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

คณะกรรมาธิการการเกษตรและสหกรณ์ สภานิติบัญญัติแห่งชาติ. 2560. รายงานผลการพิจารณาศึกษายุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมโคเนื้อไทยทั้งระบบ. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภานิติบัญญัติแห่งชาติ.

จณัญญา บัณฑุกุล. 2560. พันธกรณีสินค้าโคเนื้อและผลิตภัณฑ์ภายใต้กรอบความตกลงการค้าเสรี. กรุงเทพฯ: สำนักการค้าสินค้า กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์.

จุฑารัตน์ เศรษฐกุล. 2557. โคไทย: ความเสี่ยงบนโอกาสทางการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับ สนุนการวิจัย.

เชาวฤทธิ์ มาปะโท และเมธา วรรณพัฒน์. 2560. หญ้าหวาน...หญ้าทางเลือกใหม่สำหรับสัตว์เคี้ยวเอื้อง. วารสารโคนม องค์การส่งเสริมกิจการโคนมแห่งประเทศไทย. 34(2), 57-63.

ทรงวุฒิ ไกรภัสสร์พงษ์. 2549. มิติใหม่ของนโยบายรัฐในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้าไทย. รัฐประศาสนศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2555. การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามัญบิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

ธำรงค์ เมฆโหรา และเกษม เที่ยงธรรม. 2555. การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของเนื้อโคเนื้อไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ธำรงค์ เมฆโหรา อภิวรรตน์ กรมเมือง ธานี ภาคอุทัย เถลิงศักดิ์ อังกุรเศรณี สุธีร์ ขุนไชยการ เมธพนธ์ พรรัตนโชติสกุล และพิสิฐ ภานุทัต. 2558. นวัตกรรมการบริหารจัดการการพัฒนาโคเนื้อเชิงระบบเพื่อความมั่นคงอาหารและความสามารถในการแข่งขัน. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ภูริศ ศรสรุทร์. 2552. โมเดลการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานเพื่อสร้างคุณค่าตราสินค้าของผลิตภัณฑ์วัสดุทดแทนไม้. ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต. สาขาการตลาด. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอิสเทิร์นเอเชีย.

บุญอนันต์ พินัยทรัพย์. 2555. การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยใช้แนวทางคลัสเตอร์ : กรณีศึกษาคลัสเตอร์ผักปลอดสารพิษและคลัสเตอร์สหกรณ์โค

เนื้อ. NIDA Development Journal. 52(3), 155-192.

บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์. 2550. บทบาทและความสำคัญตราสินค้า. ค้นเมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2559, http://utcc2 . utcc.ac.th/brandthaicenter/doc/article_bubpa.pdf

ปฐมาพร เนตินันท์. 2552. กระบวนการสื่อสารตราสินค้าของพรรคการเมืองไทย. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. สาขาสื่อสารมวลชน. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย. 2550. การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ตามแนวคิดฐานทรัพยากร: กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อการส่งออก. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาเอก (บริหารธุรกิจ). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

มนิสา นวลเต็ม. 2556. รายงานพิเศษ โอกาสโคเนื้อไทยในอาเซียน (AEC). วารสารสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร (สนย). 3(26), 4-5.

วรพล โสคติยานุรักษ์. ม.ป.ป. Strategic Management. เอกสารประกอบการบรรยาย.กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบรหารศาสตร์

ศกร คุณวุฒิฤทธิรณ. 2559. สถานการณ์และความท้าทายในการแก้ไขปัญหาโคเนื้อขาดแคลน. ค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2560, www.dbdacademy.com/

ศิริพร กิรติการกุล สิทธิพร บุรณนัฏ และฑีฆา โยธาภักดี. 2559. การเปลี่ยนผ่านจากเกษตรกรสู่อุตสาหกรรมบริการของประเทศไทย: นวัตกรรมการสร้างมูลค่าและการสร้างงานด้วยรูปแบบธุรกิจใหม่ในโซ่อุปทานเนื้อโค. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม. 2560. เอกสารประกอบการชี้แจงเสนอต่อคณะกรรมาธิการวิสามัญพิจารณาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560. มหาสารคาม: สำนักงานจังหวัดมหาสารคาม

สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดมหาสารคาม. 2559. เอกสารการวิเคราะห์สถิติโคเนื้อจังหวัดมหาสารคาม. มหาสารคาม: สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดมหาสารคาม

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2545. ยุทธศาสตร์เพื่อการแข่งขันของเศรษฐกิจไทยภายใต้สถานการณ์ใหม่ของเศรษฐกิจโลก : โครงการศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย.กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2550. การศึกษาระบบตลาดโคเนื้อ. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2559, http://www.oae.go.th/more_news.php?cid=254

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2552. วิถีตลาดโคเนื้อ. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2559, http://www.oae.go.th/more_news.php?cid=254

สุภานี นวกุล. 2553. การกำกับดูแลกิจการกับความสามารถในการแข่งขันของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุรสิทธิ์ บุญชูนนท์. 2556. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารทะเลแช่แข็งของประเทศไทย: บริษัทผลิตอาหารทะเลแช่แข็งเพื่อการส่งออก. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. สาขาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. 2552. การพัฒนารูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม. ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

เสาวลักษณ์ นิกรพิทยา. 2558. การพัฒนาทุนมนุษย์ขององค์การบริหารส่วนตำบล กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์. ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

Cronbach. L. J. 1970. Essentials Psychological Testing. New York : Harper and Row.

Kenaphoom, S. 2014. The creating of Quantitative Research Conceptual Framework of Public Administration by Literature Review. Udonthani Rajabhat

University Journal of Humanities and Social Science, 3 (1), 49–51.

Yamane, T. 1997. Statistics: And Introductory Analysis. Tokyo: Herpers International Edition.