

การเปรียบเทียบความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์เกษตรกร
ผู้ขายมันสำปะหลัง*

A COMPARISON OF CASSAVA AGRICULTURALIST'S SATISFACTION WITH
SUPPLIER RELATIONSHIP MANAGEMENT

รัฐพร โมกขมรรคกุล, อนิรุท พิพัฒน์ประภา

Rattaporn Mokkhamakkul, Anirut Pipatprapa

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

Rajamangala University of Technology Isan

Corresponding Author Email: Anirut.Pi@rmu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังในเขตจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลกับเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังจำนวน 251 คนวิเคราะห์ผลโดยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน ANOVA หากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Last Significant Difference: LSD

ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา เขตพื้นที่ในการเพาะปลูกมันสำปะหลัง จำนวนพื้นที่ในการเพาะปลูกมันสำปะหลัง ผลผลิตต่อไร่ และช่วงเวลาในการเก็บเกี่ยวที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: การเปรียบเทียบ; ความพึงพอใจ; การจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต

Abstract

Objectives of this research were to compare cassava agriculturalist's satisfaction with supplier relationship management of Nakhon Ratchasima Province. Data were collected from 251 cassava agriculturists with questionnaires and analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation. With regarding hypothesis testing, descriptive statistics including statistics independent

*Received January 18, 2021; Revised May 5, 2021; Accepted June 2, 2021

samples T-test and one way analysis of variance ANOVA were employed, which in case of it had significantly different testing a pair of variables, Last Significant Difference: LSD was used.

The research results were found that sample group with different gender, age, education, location, amount of land, yield per rai, and harvesting time had different satisfaction with supplier relationship management with statistical significance of 0.05.

Keywords: Comparison; Satisfaction; Supplier Relationship Management

บทนำ

มันสำปะหลังเป็นพืชอาหารที่สำคัญอันดับ 5 รองจากข้าวสาลี ข้าวโพด ข้าว และมันฝรั่ง เป็นพืชอาหารสำคัญของประเทศในเขตร้อน ผลผลิตมันสำปะหลังส่วนใหญ่อยู่ในทวีปแอฟริการ้อยละ 60.95 ของผลผลิตมันสำปะหลังทั้งหมดรองลงมาคือเอเชียร้อยละ 29.37 ทั้งนี้ผู้ผลิตรายใหญ่ 5 อันดับแรกคือ ไนจีเรีย ร้อยละ 20.37 ของผลผลิตมันสำปะหลังทั้งหมดรองลงมาคือ คองโก ร้อยละ 10.82 ไทย ร้อยละ 10.45 อินโดนีเซีย ร้อยละ 6.52 และบราซิล ร้อยละ 6.47 ตามลำดับ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562: 35) ตลาดหลักที่สำคัญของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังส่วนใหญ่อยู่ในทวีปเอเชีย มันเส้น ได้แก่ จีน มันอัดเม็ด ได้แก่ ญี่ปุ่น และเนเธอร์แลนด์ แป้งมันสำปะหลังดิบ ได้แก่ จีน อินโดนีเซีย ไต้หวัน และมาเลเซีย แป้งมันสำปะหลังดัดแปร ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน อินโดนีเซีย และเกาหลีใต้ (สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2562) จากข้อมูลทางสถิติในช่วงระหว่างปีพุทธศักราช 2557 – 2561 จังหวัดนครราชสีมาเป็นพื้นที่ในการเพาะปลูกมันสำปะหลังโดยเฉลี่ย 1.56 ล้านไร่ ผลผลิตมันสำปะหลังเฉลี่ย 5.62 ล้านตัน ผลผลิตต่อไร่เฉลี่ย 3,742 กิโลกรัม โดยปลูกเป็นจำนวนมากในอำเภอหนองบุญมาก นครบุรี เลิงสาง และด่านขุนทด มีโรงแป้งมันสำปะหลัง 26 โรง ซึ่งถือได้ว่าจังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีโรงงานผลิตแป้งมันสำปะหลังมากที่สุดของประเทศ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562) จึงทำให้จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดยุทธศาสตร์มันสำปะหลังของประเทศ บริษัท A เป็นโรงงานผลิตแป้งมันสำปะหลังแห่งหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมา ผลิตแป้งมันสำปะหลังและแป้งมันสำปะหลังดัดแปรคุณภาพสูง รับซื้อหัวมันสำปะหลังสดจากชาวไร่วันละ 5,000 ตัน/วัน และมีกำลังการผลิต 1,400 ตันแป้ง/วันสามารถรองรับมันสำปะหลัง 1,000,000 ตัน ต่อปี ซึ่งปัญหาที่สำคัญในปัจจุบันนี้สำหรับธุรกิจผลิตแป้งมันสำปะหลังคือ ปัญหาการขาดหัวมันสำปะหลังเพื่อผลิตเป็นแป้งมันสำปะหลัง ทำให้ในแต่ละโรงงานต้องมีการแข่งขันในเรื่องของราคาการรับซื้อหัวมันสำปะหลังที่สูงและอีกหนึ่งปัญหาที่สำคัญคือ เกษตรกรหันไปปลูกพืชเศรษฐกิจชนิดอื่นทดแทนเช่น อ้อย ข้าวโพดแทน ทำให้โรงงานต้องมีการซื้อมันสำปะหลังจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น ขอนแก่น มหาสารคาม บุรีรัมย์ เป็นต้นสำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มี

ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมผลิตแป้งมันสำปะหลัง พบว่าธุรกิจโรงงานผลิตแป้งมันสำปะหลังนั้น คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้ามาประกอบธุรกิจได้ง่าย เงินลงทุนไม่สูงมากนัก มีสินค้าทดแทนได้ง่าย ได้แก่ แป้งข้าวโพด แป้งสาลี ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือ ผู้ขาย มีอำนาจต่อรองสูงซึ่งจะเห็นได้จากเกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังเลือกที่จะขายให้กับโรงงานที่ให้ราคาซื้อที่สูงกว่าโรงงานอื่นๆ การต่อรองของลูกค้ามีอำนาจต่อรองสูงเช่นกันโดยสามารถต่อรองราคาแป้งได้ ทำให้กำไรของกิจการลดลง และแข่งขันภายในอุตสาหกรรมสูงโรงงานจะทำการลดราคาเพื่อตอบสนองลูกค้ารายใหญ่ และเนื่องจากเป็นธุรกิจการแปรรูปทางการเกษตรที่ต้องสัมพันธ์กับเกษตรกร ผู้ส่งมอบส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรจำนวนมาก ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิต ต้นทุนสินค้าแป้งมันร้อยละ 70 เป็นต้นทุนของวัตถุดิบ ดังนั้นในการจัดหาวัตถุดิบหัวมันสำปะหลังจึงเป็นการแข่งขันสำหรับธุรกิจนี้ แต่ละโรงงานผลิตแป้งมันสำปะหลังจึงต้องมีกลยุทธ์เพื่อเพิ่มผลผลิตต่อไร่ให้สูงขึ้น และสร้างสัมพันธ์ที่ดีต่อเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง จะเห็นได้ว่าใครที่สามารถจัดหาวัตถุดิบในพื้นที่ได้มากกว่าก็จะได้เปรียบการแข่งขันทางธุรกิจ นอกจากราคาในการรับซื้อมันสำปะหลังแล้วยังมีปัจจัยอื่นๆใดบ้างที่เป็นแรงจูงใจให้เกษตรกรตัดสินใจขายมันสำปะหลังเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและลดต้นทุนของวัตถุดิบ

แนวความคิดการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต (Supplier Relationship Management: SRM) จึงถูกนำมาประยุกต์ใช้ ซึ่งการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความทำงานร่วมกันในระยะยาวในฐานะหุ้นส่วน นับตั้งแต่การแลกเปลี่ยนข้อมูล เทคโนโลยี ตลอดจนการพัฒนาหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกัน เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกันทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย เพิ่มคุณภาพในด้านผลผลิตและผลิตภัณฑ์ รวมถึงสร้างความพึงพอใจของลูกค้า และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ (อนุพงศ์ อภิรัฐา และเกวลีรัตน์ พ่วงแก้ว, 2560; ศรายุทธ ตรียศิลาพันธ์ และสุนิทยา เกื่อนนาดี, 2556) นอกจากนี้การจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิตสามารถช่วยลดต้นทุน ลดความเสี่ยง และสร้างความต่อเนื่องในการจัดหาวัตถุดิบแบบยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดซื้อในเรื่องของต้นทุนการขนส่งสินค้าและต้นทุนในการสั่งซื้อ (ภิรณา แก้วสุ่น และไกรชิต สุตะเมื่อง, 2559; นพปฎล สุวรรณทรัพย์ และมณฑล ศาสนนันท์, 2557)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยสนใจที่จะเปรียบเทียบความพึงพอใจในการจัดการความสัมพันธ์เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังบริษัท A ทั้งนี้ซึ่งผลจากการศึกษาวิจัยจะนำไปสู่การพัฒนาการจัดการความสัมพันธ์เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังเพื่อให้มีมันสำปะหลังที่เพียงพอสำหรับการผลิตแป้งมันสำปะหลังได้ต่อเนื่อง และสามารถแข่งขันกับบริษัทอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังให้กับบริษัท A

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังให้กับบริษัท A ในเขตพื้นที่อำเภอจักราช อำเภอโชคชัย อำเภอเมืองนครราชสีมา และอำเภอเฉลิมพระเกียรติ ของจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 723 คนเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) ขั้นแรกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยคำนวณตามสัดส่วนของประชากร จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1977) (บุญใจ ศรีสถิตย่นรากูร, 2553) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 251 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังบริษัทในเขตจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา เขตพื้นที่ในการเพาะปลูกมันสำปะหลัง จำนวนพื้นที่ในการเพาะปลูกมันสำปะหลัง ผลผลิตต่อไร่ ช่วงเวลาในการเก็บเกี่ยว ข้อคำถามเป็นแบบตัวเลือก (Check List) ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์ผู้ขายปัจจัยการผลิต บุคลากรจากแนวคิด Lambert and Schwieterman (2012) และ Humphreys et al. (2004) ประกอบด้วย นโยบายของบริษัท ขั้นตอนการสั่งซื้อ การบริหารความขัดแย้ง การพัฒนาเกษตรกร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ลักษณะคำถามใช้แบบมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด และส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความสัมพันธ์เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลัง

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) เพื่อหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา นอกจากนี้ได้นำแบบสอบถามทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง (Try Out) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวน 30 คน แล้วคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) เกณฑ์การยอมรับงานวิจัยเชิงสำรวจควรมีค่า $\alpha=0.7$ ขึ้นไป (Hair et al., 2006) ซึ่งการทดสอบครั้งนี้ อยู่ระหว่าง 0.836 - 0.944

วิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยได้ใช้การคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลัง

ใช้สถิติแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต โดยคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานประกอบด้วย การทดสอบความเป็นอิสระของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ด้วยวิธี T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน ANOVA หากพบความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Last Significant Difference: LSD

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แบบสอบถามที่มีความถูกต้องและสมบูรณ์ จำนวน 251 ชุด และผลของการศึกษาวิจัยแสดงดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 56.57 อายุของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 51 - 60 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 30.68 ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 42.23 เขตพื้นที่ในการปลูกมันสำปะหลังของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่อำเภอเมืองนครราชสีมา จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 42.23 จำนวนพื้นที่ในการปลูกมันสำปะหลังของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพื้นที่ 10 - 30 ไร่ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 48.21 ผลผลิตต่อไร่ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลผลิต 3 - 4 ไร่ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 46.22 และช่วงเวลาในการเก็บเกี่ยวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ช่วงมกราคม - มีนาคม จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 51.79 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.78, S.D. = 0.76) และผลของการวิเคราะห์เป็นรายด้าน ดังตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขาย ปัจจัยการผลิต

ระดับความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.
1. ด้านนโยบายของบริษัท	3.97	0.67
2. ด้านขั้นตอนการสั่งซื้อ	4.03	0.71
3. ด้านการบริหารความขัดแย้ง	3.73	0.69
4. ด้านการพัฒนาเกษตรกร	3.77	0.77
5. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	3.42	0.97
รวม	3.78	0.76

จากตารางที่ 1 พบว่าเกษตรกรที่ขายมันสำปะหลังให้กับบริษัท A มีระดับความพึงพอใจในการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านขั้นตอนการสั่งซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.71) รองลงมา คือด้านนโยบายของบริษัท ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.67) และ คือด้านการพัฒนาเกษตรกร ($\bar{X} = 3.77$, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

การวิเคราะห์ผลเพื่อทดสอบสมมติฐาน เป็นการนำเสนอการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการจัดการความสัมพันธ์เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังบริษัท A จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง ได้แก่ เพศโดยการทดสอบค่า t-test แบบ Independent t-test และเปรียบเทียบความพึงพอใจในการจัดการความสัมพันธ์เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังบริษัท A โดยจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา เขตพื้นที่ในการเพาะปลูกมันสำปะหลัง จำนวนพื้นที่ในการเพาะปลูกมันสำปะหลัง ผลผลิตต่อไร่ ช่วงเวลาในการเก็บเกี่ยวโดยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way Anova) และหากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยจะใช้ Fisher's Least-Significant Different (LSD) เพื่อบอกถึงความแตกต่างของการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการจัดการความสัมพันธ์เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังบริษัท A ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลัง

ความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต	ปัจจัยส่วนบุคคลของเกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลัง						
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	เขตพื้นที่ในการปลูกมันสำปะหลัง	จำนวนพื้นที่ในการปลูกมันสำปะหลัง	ผลผลิตต่อไร่	ช่วงเวลาในการเก็บเกี่ยว
ด้านนโยบายของบริษัท	0.30	0.47	0.02*	0.00**	0.14	0.61	0.41
ด้านขั้นตอนการสั่งซื้อ	0.98	0.37	0.00**	0.00**	0.39	0.16	0.04*
ด้านการบริหารความขัดแย้ง	0.44	0.01*	0.00**	0.00**	0.00**	0.02**	0.01*
ด้านการพัฒนาเกษตรกร	0.07	0.28	0.61	0.00**	0.00**	0.11	0.00**
ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์	0.00**	0.46	0.77	0.00**	0.00**	0.06	0.01*

หมายเหตุ ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านเขตพื้นที่ในการปลูกมันสำปะหลัง ด้านจำนวนพื้นที่ในการปลูกมันสำปะหลัง ด้านผลผลิตต่อไร่ ช่วงเวลาเก็บเกี่ยวของเกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษา เรื่อง การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการจัดการความสัมพันธ์เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังบริษัท A พบว่า เพศ ระดับการศึกษา เขตพื้นที่ในการเพาะปลูกมันสำปะหลัง ต้นทุนเฉลี่ยการเพาะปลูกต่อไร่ จำนวนพื้นที่ในการเพาะปลูกมันสำปะหลัง ผลผลิตต่อไร่ และช่วงเวลาในการเก็บเกี่ยว มีผลต่อความพึงพอใจในการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต ของบริษัท A ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. จากการศึกษาเกษตรกรที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับความพอใจการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แตกต่างกัน โดยที่เกษตรกรเพศหญิงมีระดับความพึงพอใจในการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิตมากกว่าเกษตรกรชายสอดคล้องกับงานวิจัยของอเนก จันทรเครือ (2561) ได้ศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรต่อโครงการแผนพัฒนาอาชีพเกษตรกรตามความต้องการของชุมชนเพื่อบรรเทาภัยแล้ง จังหวัดราชบุรี พบว่าเพศที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมโครงการแผนพัฒนาอาชีพเกษตรกรตามความต้องการของชุมชนเพื่อบรรเทาภัยแล้ง แตกต่างกัน

2. จากการศึกษาเกษตรกรที่มีอายุที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต ด้านการบริหารความขัดแย้ง แตกต่างกัน เนื่องจากอายุเป็นตัวกำหนดหรือบ่งบอกเกี่ยวกับการมีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของเกษตรกร เกษตรกรที่มี

ประสบการณ์สูง และอายุที่มากจะมีความเข้าใจ ความอดทนอดกลั้นต่อความขัดแย้งและมีความผูกพันต่อบริษัทมากยิ่งขึ้นด้วยเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิษฏ์ อินทรภูมิ (2553) ได้ศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรชาวไร่อ้อยในจังหวัดขอนแก่นที่มีต่อการดำเนินงานและบริการของสมาคมชาวไร่อ้อยอีสานกลางพบว่าอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานและบริการของสมาคมชาวไร่อ้อยอีสานกลาง แตกต่างกัน รัตนา ทองบ่อ (2561) ได้ศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรชาวสวนยางที่มีต่อการดำเนินงานและการบริการของการยางแห่งประเทศไทยจังหวัดขอนแก่นพบว่าอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานและการบริการของการยางแห่งประเทศไทยจังหวัดขอนแก่น แตกต่างกัน และสิริพงศ์ อังคสกุลเกียรติ (2560) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเพศอายุและการศึกษาของเกษตรกรต่อการดำเนินงานโครงการศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์ข้าวชุมชนในจังหวัดศรีสะเกษพบว่าอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการมีส่วนร่วมของเกษตรกรต่อโครงการศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์ข้าวชุมชน แตกต่างกัน

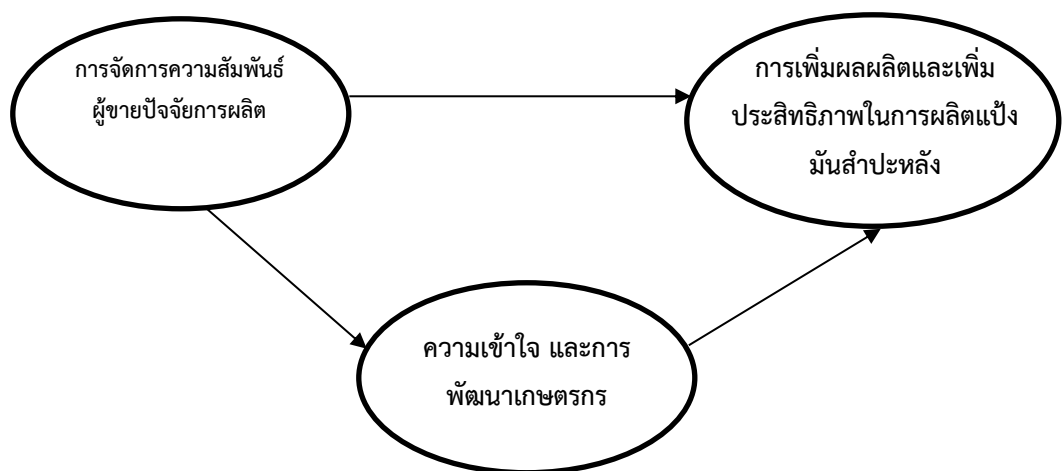
3. จากการศึกษาเกษตรกรที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต ด้านนโยบายของบริษัทด้านขั้นตอนการสั่งซื้อ และการบริหารความขัดแย้ง แตกต่างกัน ซึ่งอธิบายได้ว่าเกษตรกรระดับการศึกษาต่ำกว่าชั้นประถมศึกษาไม่ต้องการนโยบายของบริษัทที่ตอบสนองความต้องการของตนเองมากนัก ยอมรับและมีความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิตมากกว่าเกษตรกรระดับการศึกษาที่สูงกว่า เนื่องจากเกษตรกรระดับการศึกษาสูงจะมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการปลูกมันสำปะหลัง และความต้องการของตลาดที่มากกว่า จึงต้องการนโยบายของบริษัทที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของวันทนีศรี พวงผกาพันธุ์ (2560) ได้ศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรผู้ปลูกกล้วยหอมทองต่อการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตรของสหกรณ์การเกษตรทำยางจำกัดอำเภอท่าช้างจังหวัดเพชรบุรีที่พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานส่งเสริมการเกษตรของสหกรณ์การเกษตรแตกต่างกัน

4. จากการศึกษาเกษตรกรที่มีเขตพื้นที่ในการเพาะปลูกมันสำปะหลังที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต ด้านนโยบายของบริษัทด้านขั้นตอนการสั่งซื้อด้านการบริหารความขัดแย้ง ด้านการพัฒนาเกษตรกร และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ซึ่งอธิบายได้ว่าเกษตรกรมีเขตพื้นที่ในการเพาะปลูกใกล้บริษัท A และเกษตรกรแปลงใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต เนื่องจากได้รับการดูแลโดยตรง และได้รับการจัดกิจกรรมส่งเสริมที่สม่ำเสมอเนื่อง พร้อมทั้งได้รับราคาพิเศษ ระยะทางที่นำมันสำปะหลังมาขายที่ใกล้กว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของอัจฉรา พรจงสมชัย (2554) ได้ศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อการขายอ้อยให้แก่ลานรับซื้ออิสระในเขตจังหวัดขอนแก่นชัยภูมิและเลยพบว่าเขตพื้นที่ในการเพาะปลูกที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการขายอ้อยให้แก่ลานรับซื้ออิสระ แตกต่างกัน

5. จากการศึกษาเกษตรกรที่มีจำนวนพื้นที่ในการปลูกมันสำปะหลังที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต ด้านการบริหารความขัดแย้ง ด้านการพัฒนาเกษตรกร และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันซึ่งอธิบายได้ว่าเกษตรกรมีพื้นที่ในการปลูกมันสำปะหลังน้อยมีความพึงพอใจต่อการจัดการความสัมพันธ์กับผู้ขายปัจจัยการผลิต เนื่องจากได้รับการส่งเสริมที่เหมือนกัน ให้ราคาตามคุณภาพไม่แบ่งตามจำนวนพื้นที่ในการปลูก ได้รับการแก้ไขปัญหาค่าความขัดแย้งที่เหมือนกัน แตกต่างกับเกษตรกรมีพื้นที่ในการปลูกมันสำปะหลังจำนวนมากว่า ความต้องการที่จะแสวงหาการพัฒนาความรู้ เพื่อเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางธุรกิจ จึงมีความพึงพอใจน้อยกว่า เนื่องจากไม่มีสิทธิประโยชน์ที่มากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิษฏ์ อินทรภูมิ (2553) ได้ศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรชาวไร่อ้อยในจังหวัดขอนแก่นที่มีต่อการดำเนินงานและบริการของสมาคมชาวไร่อ้อยอีสานกลางที่พบว่าจำนวนพื้นที่ในการปลูกที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานและบริการของสมาคมชาวไร่อ้อยอีสานกลาง แตกต่างกัน

องค์ความรู้จากการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจให้กับเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังด้วยหลักการจัดการความสัมพันธ์ความสัมพันธ์ของผู้ขายปัจจัยการผลิต ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 องค์ความรู้จากงานวิจัย

จากภาพที่ 1 ข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการจัดการความสัมพันธ์ผู้ขายปัจจัยการผลิต หรือเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลัง ในด้านนโยบายของบริษัท ด้านขั้นตอนการสั่งซื้อ ด้านการบริหารความขัดแย้ง ด้านการพัฒนาเกษตรกร และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยที่การจัดทำความสัมพันธ์ของผู้ขายปัจจัยการผลิตที่มีประสิทธิภาพนั้น

ขึ้นอยู่กับ การสร้างความเข้าใจ และร่วมพัฒนาเกษตรกร มีการจัดการความสัมพันธ์ผู้ขาย ปัจจัยการผลิตในพื้นที่ใกล้กับโรงงาน หรือผู้รับซื้อวัตถุดิบ รวมถึงมีการบริหารจัดการการผลิตที่มีประสิทธิภาพซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรสามารถเก็บเกี่ยวผลผลิตได้สอดคล้องกับความต้องการในการผลิตจะทำให้เกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น อันจะนำไปสู่การเพิ่มผลผลิตในการผลิตแป้งมันสำปะหลังของผู้ประกอบการ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวจะสามารถนำมาใช้ในการบริหารเกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังให้ส่งหัวมันสำปะหลังเข้าสู่กระบวนการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง ลดปัญหาของการขาดแคลนหัวมันสำปะหลังเข้าสู่กระบวนการผลิตได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. จากผลของการศึกษาวิจัยซึ่งจะเห็นได้ว่าการพัฒนาเกษตรกร และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเพิ่มผลผลิตในอุตสาหกรรมแป้งมันสำปะหลัง ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ และการช่วยพัฒนาเทคนิคในการผลิต การเพาะปลูกมันสำปะหลังอย่างเป็นระบบโดยการวางแผนการอบรมต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกร และสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละพื้นที่ก็จะเป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มผลผลิตมันสำปะหลังที่มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการในการผลิตของโรงงานต่อไป

2. หน่วยงานภาครัฐ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายควรมีการส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังจัดตั้งกลุ่ม เช่น สหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองระหว่างให้กับเกษตรกรกับโรงงาน หรือลานมัน และสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำได้ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ด้านนโยบายของบริษัทผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องนโยบายสิทธิพิเศษสำหรับรายย่อย เช่น ช่องลงมันด่วน ราคาพิเศษ ควรดำเนินพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องการเปิดกลุ่มชาวไร่ให้เข้าถึงสิทธิพิเศษในระบบสมาชิกแบบกลุ่ม เช่น เกษตรกรแปลงใหญ่ หรือเป็นระบบสมาชิกที่ได้สิทธิประโยชน์อื่นได้ทั้งในรูปแบบตัวเงิน เช่น เพิ่มค่าส่วนเพิ่ม หรือการส่งเสริมอย่างอื่น เช่น การแจกเปลือกดิน ตรวจดินฟรี รวมถึงการจัดคิวที่จะพัฒนาต่อไปในอนาคต เป็นต้น

2. ด้านขั้นตอนการสั่งซื้อ ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องขั้นตอนการตรวจวัดเปอร์เซ็นต์มันที่มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง สะดวกและรวดเร็ว ควรดำเนินพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องขั้นตอนการตรวจวัดเปอร์เซ็นต์มันที่มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องและเป็นธรรมกับเกษตรกร

3. ด้านการบริหารความขัดแย้งผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องความรวดเร็วในการจัดการต่อปัญหาความขัดแย้งขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพมัน เช่น การหักดิน ควรดำเนินพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องการติดตั้งเครื่องร่อนดิน ระบบการชั่งน้ำหนักดิน และเกณฑ์การหักที่เหมาะสมและเป็นธรรมกับเกษตรกร

4. ด้านการพัฒนาเกษตรกรผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องบุคลากรให้คำปรึกษาด้านต่าง ๆ ควรดำเนินพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องการเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่ให้ความรู้กับเกษตรกรอย่างเพียงพอต่อจำนวนเกษตรกรที่เพิ่มมากขึ้น โดยการสร้างเจ้าหน้าที่ที่มีคุณภาพ และพัฒนาความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นจุดเด่นของบริษัท A

5. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังมีความพึงพอใจน้อยที่สุดในเรื่องการติดตามการใช้พันธุ์ใหม่เพื่อประเมินผลการผลิตควรดำเนินพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องการติดตามการใช้พันธุ์ใหม่เพื่อประเมินผลการผลิตให้ทั่วถึง และเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เพื่อนำมาวิเคราะห์ในการพัฒนาพันธุ์มันสำปะหลังต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้สนใจอาจมีการนำแนวคิดจากการศึกษาวิจัยนี้ไปทำการศึกษาเพิ่มเติมกับเกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลังในเขตพื้นที่อื่น ๆ เพื่อนำผลที่ได้มาทำการพัฒนากลยุทธ์ในการจัดการความสัมพันธ์ของผู้ขายปัจจัยการผลิตให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพของแต่ละพื้นที่

2. ผู้สนใจอาจมีการศึกษาความพึงพอใจในการจัดการความสัมพันธ์เกษตรกรผู้ขายมันสำปะหลัง ในรูปแบบของงานวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่เป็นเชิงลึกมากขึ้น เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนจัดการระบบจัดซื้อหัวมันสำปะหลังให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กิริณา แก้วสุ่น และไกรชิต สุตะเมือง. (2559). อิทธิพลของการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีต่อผลการดำเนินการด้านการจัดซื้อจัดหาผักและผลไม้สดในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในประเทศไทย. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 11(2), 11-22.
- นพพล สวรรณทรัพย์ และมณฑล ศาสนนันท์. (2557). การเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดซื้อด้วยการจัดการความสัมพันธ์กับผู้จำหน่ายกรณีศึกษา อุตสาหกรรมซ่อมบำรุงอากาศยานในประเทศไทย. *วารสารวิศวกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 9(1), 1-15.
- บุญใจ ศรีสิดนรากร. (2553). *ระเบียบวิธีการวิจัย: แนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จ* (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: ยู แอนด์ ไอ อินเทอร์เน็ตมีเดีย จำกัด.

- รัตนา ทองบ่อ. (2561). ความพึงพอใจของเกษตรกรชาวสวนยางที่มีต่อการดำเนินงานและการบริการของการยางแห่งประเทศไทยจังหวัดขอนแก่น. *วารสารการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ*, 19(9), 1197-1208.
- ศรายุทธ ตระยาศิลานันท์ และสุนิตยา เกื่อนนาดี. (2556). ความสัมพันธ์ห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบกับผู้ซื้อในอุตสาหกรรมอาหารจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*, 7(1), 69-68.
- สิริพงศ์ อังคสกุลเกียรติ. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเพศอายุและการศึกษาของเกษตรกรต่อการดำเนินงานโครงการศูนย์ส่งเสริมและผลิตพันธุ์ข้าวชุมชนในจังหวัดศรีสะเกษ. *แก่นเกษตร*, 45(2), 341-350.
- สำนักงานวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). *สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้มปี 2563*. สืบค้น 6 ธันวาคม 2562, จาก [http://www.oae.go.th/assets/portals/1/ebookcategory/24 rend2563-Final-Download.pdf](http://www.oae.go.th/assets/portals/1/ebookcategory/24%20rend2563-Final-Download.pdf).
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). *มันสำปะหลังโรงงาน: เนื้อที่เพาะปลูก เนื้อที่เก็บเกี่ยว ผลผลิต และผลผลิตต่อไร่ ปี 2562*. สืบค้น 10 มกราคม 2562, จาก <http://www.oae.go.th/assets/portals/1/fileups/prcaidata/files/>
- อนุพงศ์ อวิรุทธา และเกวลี วัดพ่วงแก้ว. (2560). ทักษะการบริหารความสัมพันธ์และการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ซื้อและผู้ส่งมอบที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพผลการดำเนินงานการบริหารความสัมพันธ์กรณีศึกษาบริษัทลาชาด้าจำกัด (ประเทศไทย). *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(2), 1163-1179.
- อเนก จันทรเครือ. (2561). ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อโครงการพัฒนาอาชีพเกษตรกรตามความต้องการของชุมชนเพื่อบรรเทาภัยแล้ง จังหวัดราชบุรี. *วารสารรัฐศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 5(2), 35-55.
- อิษฏ์ อินทรภูมิ. (2553). ความพึงพอใจของเกษตรกรชาวไร่อ้อยในจังหวัดขอนแก่นที่มีต่อการดำเนินงานและบริการของสมาคมชาวไร่อ้อยอีสานกลาง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Humphreys, P. K., et al. (2004). The Impact of Supplier Development on Buyer-Supplier Performance. *Omega-the International Journal of Management Science*, 32(2), 131 – 143.
- Lambert, D. M., & Schwieterman, M. A. (2012). Supplier Relationship Management as a Macro Business Process. *Supply Chain Management: An International Journal*, 17, 337-352.