

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ผลการดำเนินงานธุรกิจก่อนและหลังการร่วมลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ค้าปลีกกับบริษัท V SHOP 2) ความคิดเห็นของคณะกรรมการและผู้จัดการของสหกรณ์ต่อการร่วมลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ค้าปลีกกับบริษัท V SHOP 3) ความความคิดเห็นต่อการให้บริการก่อนและหลังการร่วมลงทุนกับบริษัท V SHOP ของคณะกรรมการ ผู้จัดการ และสมาชิกสหกรณ์ 4) เปรียบเทียบความคิดเห็นในการให้บริการก่อนและหลังการร่วมลงทุนกับบริษัท V SHOP ของคณะกรรมการ ผู้จัดการ และสมาชิก 5) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ โดยการรวบรวมข้อมูลจากผลการดำเนินงานของสหกรณ์และคณะกรรมการ ผู้จัดการ สหกรณ์ จำนวน 22 ราย และสมาชิก จำนวน 200 ราย ของสหกรณ์การเกษตรท่าแพ จำกัด และสหกรณ์การเกษตรละงู จำกัด

ผลการศึกษา พบว่า คณะกรรมการ ผู้จัดการ และสมาชิกสหกรณ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 51.4 มีอายุน้อยกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.2 มีการศึกษามีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 36.0 นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 76.1 สมาชิกมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าแต่ละครั้งระหว่าง 100 – 200 บาท ร้อยละ 48.0 สินค้าที่ซื้อ คือ ของใช้ส่วนตัวอื่นๆ และของใช้ภายในบ้าน คิดเป็นร้อยละ 62.0

ผลการศึกษาผลการดำเนินงานก่อนและหลังร่วมลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์ค้าปลีกกับบริษัท V SHOP พบว่า ทั้ง 2 สหกรณ์มีปริมาณธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายเพิ่มขึ้น ซึ่งการดำเนินธุรกิจดังกล่าว สหกรณ์จะต้องคำนึงถึงการควบคุมค่าใช้จ่ายเฉพาะธุรกิจ และการเพิ่มยอดขายสินค้าของสหกรณ์ คณะกรรมการและผู้จัดการมีความคิดเห็นต่อการร่วมลงทุนธุรกิจ แฟรนไชส์ค้าปลีกกับบริษัท V SHOP มีค่าคะแนนเฉลี่ยในระดับมาก เท่ากับ 3.59 โดยให้ความสำคัญอันดับแรกในประโยชน์จากเครื่องหมายการค้า (V SHOP) ที่เป็นที่รู้จักคืออยู่แล้ว ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

ผลการศึกษาความคิดเห็นต่อการร่วมลงทุนของคณะกรรมการ ผู้จัดการ และสมาชิกสหกรณ์ พบว่า มีความคิดเห็นต่อการบริการดีขึ้นของธุรกิจจัดหาสินค้ามาจำหน่ายหลังการร่วมลงทุนในทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านสินค้า ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านพนักงาน ด้านการบริหารจัดการ ซึ่งผลสรุปความคิดเห็นของคณะกรรมการ ผู้จัดการ และสมาชิกสหกรณ์ดีขึ้นหลังการร่วมลงทุน โดยมีคะแนนเฉลี่ยของคณะกรรมการและผู้จัดการจากคะแนน 2.54 เป็น 3.83 และของสมาชิกจากคะแนน 2.76 เป็น 3.75 อย่างไรก็ตามสหกรณ์ต้องให้ความสำคัญในด้านการส่งเสริมการขาย เนื่องจากมีระดับความคิดเห็นทั้งคณะกรรมการ ผู้จัดการ และสมาชิกสหกรณ์อยู่ในอันดับต่ำ คะแนนเฉลี่ย 3.69 และ 3.46 ตามลำดับ โดยจะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เนื่องจากการส่งเสริมการขายเป็นกลยุทธ์สำคัญของการดำเนินธุรกิจค้าปลีกเพื่อดึงดูดให้สมาชิกและลูกค้าเข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการเพิ่มขึ้น

ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ คือ ด้านสินค้า รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านราคา และด้านพนักงาน โดยสหกรณ์ควรนำข้อเสนอแนะไปวางแผนการในการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ การส่งเสริมการขายให้มีความหลากหลายและการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้แก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอและทั่วถึง เป็นต้น ดังนั้น สหกรณ์ควรให้ความสำคัญกับ 1) การศึกษารายละเอียดและเงื่อนไขการร่วมทำธุรกิจอย่างละเอียด 2) การประสานงานกับบริษัทแม่อย่างสม่ำเสมอ 3) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแก่สมาชิกอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง 4) สนับสนุนขายสินค้าที่ผลิตโดยขบวนการสหกรณ์

This study has the aim to findout 1) results of business operation before and after the investment in retail franchise business of V-SHOP company, 2) opinions of Board of Directors and Managers on the investment in retail franchise business of V-SHOP company, 3) opinions of Board of Directors, Managers, and Members on service consumption before and after the investment in V-SHOP franchise, 4) comparison of opinions of Board of Directors, Managers, and members on services consumption before and after the investment in retail franchise business of V-SHOP company, and 5) problems, obstacles, and recommendations in concerns. The data was collected from cooperative's business proceedings, 22 board members and managers, and 200 individual members of Tha Pae Agricultural Cooperative, Ltd. and La-Ngu Agricultural Cooperative, Ltd.

The results of the study show that 51.4 percent of the sample are male and ages lower than 30 years old 43.2 percent. 36 percent graduated from high schools and 76.1 percent among them are Muslim. Purchasing value of a member is 100-200 baht per each spending. 48.0 percent and 62.0 percent of the sample buy consuming products and home appliances respectively.

The result of the study focusing only good supply business after the investment in retail franchise of V-SHOP appears that the volume of goods supply business of both cooperatives are expanded. However, cooperatives must think about the cost control and increasing sale of goods. The mean value of Board of Directors and Managers' opinions on franchise investment under V-SHOP is at 3.59. They also prioritize V-SHOP trademark which is well-known as the most important resource for earning benefits at the mean value of 3.77.

It is also found that ideas of Board of Directors and Managers on service offers and consumption after investment in the franchise is better in all aspects, namely products, price, place, promotion, personnel and service management. Results of the study on opinions of Board of Directors, Managers, and members are more positive as shown in the mean of Board of Directors and Managers which changes from 2.54 to 3.83 and change of the mean of members is from 2.76 to 3.75 accordingly. However, cooperatives must focus more on promotion of which opinions of Board of Directors, Managers, and members still appear at low level, at the mean valued 3.69 and 3.46 accordingly. Promotion, as a core of retail business, should be proceeded regularly to attract more members and customers coming to the shop.

The main problems or obstacles are products and promotion, while price and personnel are secondly important. Cooperatives should adopt recommendations to sale plan of products and services, promotion plan, and public relation plan for efficient information to all members. Hence, cooperatives should focus on 1) studying information and conditions as business partners in depth, 2) keeping in touch with the head office regularly, 3) distribution of information to all members, and 4) promoting products of cooperative movement.