

สมชาย ลีมนณี. 2545. การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตลาดกลางสินค้าเกษตรร้อยเอ็ด  
พ.ศ.2536-2543. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา  
ธุรกิจการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. [ISBN 974-367-461-6]  
คณะกรรมการที่ปรึกษาการศึกษาอิสระ : อ.ดร. ปรีดา ประพุดติชอบ, รศ.อัมพน ห่อนาค

#### บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะทราบถึงโครงสร้าง พฤติกรรม ผลการดำเนินงาน และบทบาทของตลาดกลางสินค้าเกษตรร้อยเอ็ด และเพื่อที่จะหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและยั่งยืนในการแก้ไขปัญหา ด้านการตลาดของเกษตรกรในจังหวัดร้อยเอ็ด กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ เกษตรกรผู้มา ขายข้าว และพ่อค้าผู้มารับซื้อข้าวที่ตลาดกลางสินค้าเกษตรร้อยเอ็ด ในปี 2544 เก็บข้อมูลโดย การสัมภาษณ์แบบสอบถามที่มีโครงสร้าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลผลการดำเนินงานของตลาด กลางระหว่างปี 2536-2543 สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

#### ผลการศึกษาพบว่า

1. ตลาดกลางสินค้าเกษตรร้อยเอ็ด ได้จัดตั้งขึ้นตามนโยบายของทางจังหวัดร้อยเอ็ดใน การที่จะช่วยเหลือเกษตรกรให้มีสถานที่ขายผลผลิตโดยเฉพาะข้าวเปลือกหอมมะลิ โดยมีอบหมาย ให้ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาจังหวัดร้อยเอ็ด เป็นผู้ดำเนินการบริหาร งาน โดยมีระยะเวลาการดำเนินงานตามสัญญาเป็นเวลา 10 ปี โดยจะสิ้นสุดในวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ.2546

2. การดำเนินธุรกิจของตลาดกลาง ประกอบด้วย การบริการส่งเสริมการซื้อขายข้าวเปลือก การบริการรับฝากข้าวเปลือก การบริการลานตากข้าวเปลือก การบริการชั่งน้ำหนักรถบรรทุก โดย ทางตลาดคิดค่าบริการตามอัตราที่ทางคณะกรรมการบริหารตลาดกลางกำหนด

3. สรุปผลการดำเนินงานของตลาดกลางสินค้าเกษตรร้อยเอ็ด ตั้งแต่ปี 2536 เป็นต้นมา ธุรกิจการบริการซื้อขายข้าวเปลือกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี จากปีละ 3,811.75 ตันต่อปี ในปี 2536 เป็น 26,889.39 ตันต่อปี ในปี 2543 ยกเว้นในปี 2539 และ 2540 ที่มีเหตุอุทกภัยทำให้มีปริมาณการบริการลดลง และจำนวนเกษตรกรที่เข้ามาทำการซื้อขายเพิ่มจาก 2,144 ราย ในปี 2536 เป็น 15,148 ราย ในปี 2543

4. สำหรับผลตอบแทนสุทธิของตลาดกลางต้องประสบกับการขาดทุนมาโดยตลอดตั้งแต่ปี 2536 จนถึงปี 2541 จนกระทั่งในปี 2542 และ 2543 ตลาดกลางมีผลกำไรสามารถจัดสรร ผลกำไรให้กับทางจังหวัดตามสัญญาในปี 2543 ได้ 57,121.51 บาท ผลการวิเคราะห์พบว่า เนื่องจากการเปลี่ยนมือการบริหารงานจาก ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขา

จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. (ส.ก.ต.) สาขาร้อยเอ็ด จำกัด ทำให้มีการลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ลง จนสามารถมีผลกำไร

5. ผู้ที่เข้ามาใช้บริการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลาง ร้อยละ 80 เห็นว่าตลาดกลางทำให้สามารถซื้อขายข้าวเปลือกได้ในราคายุติธรรม ร้อยละ 90 เห็นว่าอัตราค่าบริการของตลาดกลางเหมาะสมแล้ว อีกร้อยละ 80 เห็นว่าทำให้ต้นทุนในการซื้อขายลดลง และผู้ใช้บริการทั้งหมดเห็นว่าการตลาดกลางมีความยุติธรรมในการชั่งตวงวัด มีความสะดวกรวดเร็วและสามารถลดการเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลางได้ รวมทั้งร้อยละ 80 เห็นว่าตลาดกลางมีแนวโน้มที่จะพัฒนาเจริญก้าวหน้าต่อไปได้ในอนาคต

6. ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของตลาดกลาง ได้แก่ รถตักและเครื่องชั่งไม่เพียงพอต่อการบริการ การขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี และเจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอ

7. แนวทางในการดำเนินธุรกิจ ตลาดกลางควรมีการจัดทำแผนการตลาด โดยการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่แน่นอนทั้งระยะสั้นและระยะยาว รวมทั้งการปรับปรุงการจัดองค์กร โดยการวิเคราะห์ปริมาณงาน การจัดวางตัวบุคลากรให้เกิดประสิทธิภาพ และสามารถลดต้นทุนได้ นอกจากนี้ควรปรับปรุงการบริหารงาน โดยเร่งการประชาสัมพันธ์และขยายการบริการด้านอื่น ๆ เพื่อเพิ่มรายได้ และทางตลาดกลางควรจัดระบบการควบคุมและสนับสนุนการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะเครื่องมือสื่อสาร และเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

Somchai Limmanee. 2002. *Analysis of The Operational Performance of the Agricultural Central Market of Roi Et Province, 1993-2000*. An Independent Study Report for the Master of Science in Agribusiness, Graduate School, Khon Kaen University.  
[ISBN 974-367-461-6]

Independent Study Advisory Committee : Dr. Preeda Prapertchob,  
Assoc.Prof. Ampon Hornak

### Abstract

The purpose of this study is to understand the structure, the behavior, the operational performance and the role of the Agricultural Central Market of Roi Et Province (ACMR), and to find the best way for minimizing the obstacles and solving the management problems in order to be an effective and enduring institution. A sample for this study was obtained from interviewing farmers who sold their paddy and merchants who bought the paddy at ACMR by using a structured questionnaire in the year of 2001. The analysis of the operational performance of central market was done by using the data between 1993-2000. The statistical procedure used was percentage and arithmetic mean.

The findings of this study included:

1. The ACMR in Roi Et province was founded under the provincial policy for helping farmers to have their own area in order to sell their products, with special emphasis on Jasmine paddy. The Bank for Agricultural and Agricultural Cooperatives (BAAC) of Roi Et was authorized to operate this central market. This operation was to operate for 10 years under the agreement with the Roi Et Provincial Office which will terminate on March 1<sup>st</sup>, 2003
2. The operational business of the ACMR consisted of a paddy sales promotional service, a paddy depository service, a sun-dry yard service for paddy, and a truck-load paddy weighing service. The rate of service charge was determined by the administrative committee of the central market.
3. The summary of the operation of agricultural central market, since 1993 showed that the business of paddy sales service tended to increase every year. It began modestly from 3,811.75 tons per year in 1993 but increasing to 26,889.39 tons per year in 2000 excluding in 1996 and 1997. Because of flood problems in 1996 and 1997, the quantity of service decreased. The number of farmers who sold paddy to the ACMR increased from 2,144 persons in 1993 to 15,148 persons in 2000.
4. The ACMR had losses between 1993 and 1998. But it made a profit in 1999 – 2000. It allocated the profits to the province under terms of the agreement. The province received 57,121.51 Baht. One of the most important conclusions of this analysis was that

they could earn the profit because the hand-over of management from the BAAC to the Marketing Cooperative for BAAC Clients. The new management could achieve in cost reduction particularly in administration.

5. There were 80 percent of the customers whom participated in paddy sales service at central market declared that they got fair prices. 90 percent of them informed that the service charge was reasonable while 80 percent revealed that the cost was decreased. All customers indicated there was fair measurement for weighing as well as faster service and could effectively solve the unscrupulous practices of the middlemen. Furthermore, it was 80 percent of them who visualized the business of the ACMR would be thriving.

6. The major problems of the ACMR included that there were not enough shovel tractors and weighing machines, a lack of public relations, and a lack of staff.

7. Suggestions for further development of this ACMR were the introduction of a marketing plan for both long and short terms, improvement of organization management by work load analysis, put the right man to the right job to make it more cost-effective. Furthermore, it should accelerate the public relation activities and expanding its service varieties to increase its income. The ACMR should provide the telecommunication and other necessary facilities for the customers.