

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เรื่องของการตลาดเป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับเรื่องของการส่งเสริมผลิตรายรวมถึงหากการประกอบอาชีพด้านปศุสัตว์ไม่มีสถานที่จำหน่ายหรือจำหน่ายได้ในราคาต่ำ การส่งเสริมด้านปศุสัตว์ก็ไม่ได้ผล ดังนั้นจึงควรใช้นโยบายการตลาดนำหน้าด้านการผลิต เพราะปัจจุบันการเกษตรของประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงสภาพเป็นการผลิตเพื่อการค้า (commercialized) มากขึ้น ดังนั้นสินค้าเกษตรที่จะเหลือส่งตลาดได้ (marketable surplus) ก็จะมีมากขึ้นตามไปด้วย ที่ต้องอาศัยความต้องการด้านการขนส่ง การเก็บรักษาและการแปรรูป ดังนั้นหากมีการพัฒนาหรือมีการเพิ่มผลผลิต จึงจำเป็นต้องปรับปรุงการบริการด้านการตลาดให้เพียงพอและมีคุณภาพ เพื่อมิให้เกิดความสูญเสียขึ้นแก่ผลผลิตทางการเกษตรเหล่านั้นทั้งยังเป็นการพยายามเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าเกษตรที่นำออกสู่ตลาดเพื่อจูงใจผู้บริโภคในระบบตลาดอีกด้วย (จริญ ไทยานนท์, 2529)

ตลาดนัดโค-กระบือเป็นสถานที่ที่จัดขึ้น เพื่อให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบปะเพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนโคและกระบือ มักจัดขึ้นตามหมู่บ้านหรือตำบลใหญ่ๆ โดยมีการกำหนดวันซื้อขายที่แน่นอน การซื้อขายแบบเหมาตัว โดยใช้สายตาและประสบการณ์ในการต่อรองราคาหรือกำหนดราคา ผู้ขายอาจเป็นเกษตรกรรายย่อยหรือพ่อค้าท้องถิ่นที่รวบรวมโคจากเกษตรกรรายย่อยแล้วนำมาขายในตลาดนัดอีกต่อหนึ่ง ผู้ซื้ออาจเป็นพ่อค้าหลายประเภท อาจจะเป็นพ่อค้าขายปลีกเนื้อโค พ่อค้าขายส่งชำแหละหรือพ่อค้าส่งโคมีชีวิตหรือเจ้าของโรงงานผลิตภัณฑ์เนื้อโค แต่มีเป็นส่วนน้อยที่ผู้ซื้อเป็นเกษตรกรที่มาหาซื้อไปเลี้ยงต่อหรือใช้งาน (สุรัช สุวรรณลี, น.ป.ป.)

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 ปี พ.ศ. 2530 – 2534 รัฐบาลได้มอบหมายให้กรมปศุสัตว์จัดทำกิจกรรมพัฒนาตลาดปศุสัตว์ขึ้นเพื่อให้จังหวัดต่าง ๆ จัดตั้งตลาดนัดปศุสัตว์หรือสนับสนุนให้เอกชนหรือเกษตรกรดำเนินการจัดตั้งตลาดปศุสัตว์เพื่อเป็นตลาดกลางสำหรับเกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อให้มีสถานที่ในการซื้อขายแลกเปลี่ยนสัตว์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายด้วยความยุติธรรม (บัณฑิต อ่อนคำ และคณะ, 2539)

จากการรายงานของกลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์ ปี 2549 พบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการจัดตลาดนัดโค-กระบือมากที่สุด โดยมีตลาดนัดโค-กระบือเปิดดำเนินการทั้งสิ้น 122 แห่ง เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ซึ่งมีตลาดนัดโค-กระบือ 110 แห่ง หรือเพิ่มจากปี 2548 จำนวน 12 แห่ง ด้านจำนวนโคกระบือที่เกษตรกรนำมาซื้อขายผ่านตลาดนัดโค-กระบือ

พบว่า ปี 2549 มีประมาณ 1,730,500 ตัว เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ซึ่งมีประมาณ 1,217,000 ตัว หรือเพิ่มจากปี 2548 ประมาณ 513,500 ตัว ซึ่งก็สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของตลาดนัดโค-กระบือในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ส่วนจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่นและมหาสารคาม จากการรายงานของกลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์ กรมปศุสัตว์ ปี 2549 พบว่า มีตลาดนัดโค-กระบือที่กำลังเปิดดำเนินการ ทั้งหมด 19 แห่ง (กลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์, 2549) แต่ในปัจจุบันสามารถเปิดดำเนินการได้เพียง 12 แห่งเท่านั้น (ชาญ จันทรแป้น, ไฉน สายเย็น, สุเทพ เหลาทอง, 15-18 พฤษภาคม 2550) ด้านจำนวนโคกระบือที่เกษตรกรนำมาซื้อขายผ่านตลาดนัดโค-กระบือทั้ง 12 แห่งนั้น เฉลี่ยรวมกัน 7,215 ตัวต่อนัด หรือเฉลี่ยประมาณ 346,320 ตัวต่อปี ในจำนวนตลาดนัดโค-กระบือทั้ง 12 แห่งนั้น มีตลาดนัดโค-กระบือที่เก่าแก่ และยังเปิดดำเนินการอยู่ได้อย่างเข้มแข็งหลายแห่งด้วยกัน เช่น ตลาดนัดโค-กระบือห้วยบง อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดขอนแก่น และตลาดนัดโค-กระบือชมพูนุตร อำเภอเมืองร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นต้น แต่ปัญหาของตลาดนัดโค-กระบือยังมีอีกมาก และยังต้องการการปรับปรุงและพัฒนา เช่น ตลาดนัดบางแห่งเปิดดำเนินการวันเดียวกัน พนักงานตลาดนัดและเจ้าหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงานไม่เพียงพอต่อการให้บริการ และปัจจัยสนับสนุนไม่เอื้ออำนวยแก่การใช้บริการของเกษตรกร ซึ่งสาเหตุที่กล่าวมาล้วนเป็นสาเหตุให้ตลาดนัดโค-กระบือต้องปิดดำเนินการลง เพราะไม่มีเกษตรกรนำโคและกระบือมาขาย (เคน ชุนแก้ว, เจน โคตรโยธา, บุญเหลือ พลเสน, ชารี โฮมแพง, ธงชัย แสงสว่าง, ธรรมมบุญ ครูทวงษ์, บุตรดี ลาดเพ็ง, บุปผาเอ็นทรพย์, สมาน นาพรหม, สมัย พรหมวงศ์, สำราญ ศรีพา, สำราจ จำปา, 18-28 เมษายน 2550)

อย่างไรก็ดี ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น ยังมีตลาดนัดโค-กระบือที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน มีเกษตรกรนำโคกระบือมาขายเป็นจำนวนมากในแต่ละนัด ติดต่อกันเป็นระยะเวลายาวนาน เช่น ตลาดนัดโค-กระบือห้วยบง จังหวัดขอนแก่น มีเกษตรกรนำโคกระบือมาขายเฉลี่ย 1,400 ตัวต่อนัด ตลาดนัดโค-กระบือชมพูนุตร จังหวัดร้อยเอ็ด เฉลี่ย 1,320 ตัวต่อนัด และตลาดนัดโค-กระบือบ้านกระต่าย จังหวัดมหาสารคาม เฉลี่ย 610 ตัวต่อนัด ดังนั้น จึงจำเป็นที่ต้องศึกษาการตัดสินใจของเกษตรกรในการใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่นและมหาสารคาม ทั้งนี้ เพื่อนำความคิดเห็นข้อเสนอแนะไปพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการตลาดนัดโค-กระบือซึ่งใช้เป็นสถานที่ในการศึกษาให้มีประสิทธิภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น และนำผลการศึกษานำไปพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการของตลาดนัดโค-กระบือที่มีเกษตรกรเข้าใช้บริการน้อย ตลอดจนใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดตั้งตลาดนัดโค-กระบือ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโคกระบือของเกษตรกร

1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจบางประการของเกษตรกร
- 1.2.2 เพื่อศึกษาลักษณะการประกอบกิจกรรมค้าสัตว์ การใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือ และปัญหาอุปสรรคในการใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือของเกษตรกร
- 1.2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นมูลเหตุในการตัดสินใจของเกษตรกรในการใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือ
- 1.2.4 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่เป็นมูลเหตุในการตัดสินใจใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือ ของเกษตรกร ที่มีลักษณะพื้นฐานทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ ลักษณะการประกอบกิจกรรมค้าสัตว์ และการใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือแตกต่างกัน

1.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเรื่องนี้ได้กำหนดขอบเขตดังนี้

1.3.1 สถานที่ศึกษา ศึกษาเฉพาะตลาดนัดโค-กระบือที่เปิดดำเนินการในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่นและมหาสารคาม ทั้งหมด 6 แห่ง ซึ่งเจ้าของตลาดนัดโค-กระบือยินดีให้ความร่วมมือในการศึกษา และมีจำนวนเกษตรกรที่นำโคกระบือมาขายมากเป็นอันดับ 1 และ 2 ของแต่ละจังหวัด ในปี 2549 โดยอ้างอิงจำนวนตลาดนัดโค-กระบือจากการรายงานกลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์ สำนักพัฒนาการปศุสัตว์และถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมปศุสัตว์ ปี 2549 และจากสัมภาษณ์เจ้าของตลาดนัดโค-กระบือใน ปี 2550

1.3.2 ประชากรศึกษา คือ เกษตรกรผู้ให้บริการที่นำโคกระบือเข้ามาขายในตลาดนัดโค-กระบือที่ศึกษาที่เปิดดำเนินการในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น และจังหวัดมหาสารคาม ทั้ง 6 แห่ง

1.3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1.3.3.1 ลักษณะพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจบางประการของเกษตรกร

1) ทางด้านสังคม ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา เพศ อายุ สถานภาพ การสมรส ระดับการศึกษา ภูมิสำเนา อาชีพหลัก อาชีพรอง จำนวนสมาชิกในครัวเรือน จำนวนแรงงานเกษตรในครัวเรือน การเป็นสมาชิกกลุ่มทางการเกษตร และประสบการณ์การเลี้ยงโคกระบือ

2) ทางด้านเศรษฐกิจ ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา พื้นที่ถือครองและความ เป็นเจ้าของพาหนะบรรทุกสัตว์ รายได้ที่เป็นเงินสดในภาคการเกษตร รายได้ที่เป็นเงินสดนอกภาค การเกษตร การกู้เงินเพื่อใช้ค้าโคกระบือและแหล่งเงินกู้

1.3.3.2 ลักษณะการประกอบกิจกรรมการค้าสัตว์ และการให้บริการ ตลาดนัด โค-กระบือของเกษตรกร

1) ลักษณะการประกอบกิจกรรมการค้าสัตว์ของเกษตรกร ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ประสิทธิภาพการค้าโคกระบือ การมีใบอนุญาตค้าสัตว์ แหล่งที่มาของโคกระบือ การเลี้ยงขุนสัตว์ก่อนนำไปขาย ประเภทของสัตว์ที่นำมาขาย แหล่งซื้อขายอื่น

2) การให้บริการตลาดนัดโค-กระบือของเกษตรกร ตัวแปรที่ใช้ศึกษา บุคคลที่ชักนำให้มาให้บริการ จำนวนครั้งที่นำสัตว์มาขาย จำนวนสัตว์ที่นำมาขาย แรงงานที่ใช้ในการนำสัตว์มาขาย วิธีการเคลื่อนย้ายสัตว์ ระยะทางจากบ้านพักถึงตลาดนัดโค-กระบือ เวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านที่ใช้บริการ ต้นทุนในการนำสัตว์มาขาย ราคาขายสัตว์ที่ได้รับ ประมาณการนำหนักสัตว์ที่นำมาขาย

3) ปัญหาอุปสรรคในการให้บริการตลาดนัดโค-กระบือของเกษตรกร

1.3.3.3 ปัจจัยที่เป็นมูลเหตุในการตัดสินใจของเกษตรกรในการเข้าใช้บริการ ตลาดนัดโค-กระบือ

1) สถานที่บริการและสภาพแวดล้อมการบริการ ศึกษาถึง สถานที่ตั้ง ตลาดนัดโค-กระบือตั้งอยู่ชิดถนนสายหลักที่มีการคมนาคมสะดวก สถานที่ดำเนินการมีความกว้างขวาง สถานที่ดำเนินการมีความร่มรื่น สถานที่มีความสะอาดและเป็นระเบียบ อาคารอำนวยความสะดวกในการเข้าใช้บริการ ลานจอดรถกว้างขวางเพียงพอต่อเกษตรกรที่มาใช้บริการ การมีคอกพักสัตว์ไว้บริการเกษตรกรที่มาใช้บริการ การมีท่าเทียบรถบรรทุกสัตว์ไว้บริการอย่างเพียงพอ และการมีห้องน้ำไว้บริการเกษตรกรอย่างเพียงพอ

2) บุคลากรผู้ให้บริการ

2.1) การบริหารของผู้จัดการ ศึกษาถึง การกำหนดวันเปิดและเวลาดำเนินการ การจัดสรรพื้นที่ให้บริการในแต่ละส่วนได้อย่างเหมาะสม การกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับได้อย่างเหมาะสม การกำหนดอัตราค่าบริการได้อย่างเหมาะสม การวางอัตราค่าล้างในการให้บริการในแต่ละจุดบริการได้อย่างเหมาะสม การจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ในการให้บริการได้อย่างเหมาะสม การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และสามารถควบคุมการซื้อขายและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการซื้อขายได้เป็นอย่างดี

2.2) พนักงานประจำตลาดนัด ศึกษาถึงพนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานใช้ถ้อยคำสุภาพในการสนทนา พนักงานมีความรอบคอบในการให้บริการและพนักงานมีความรู้ความชำนาญในเรื่องที่ให้บริการ

2.3) เจ้าหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงาน ศึกษาถึง จำนวนเจ้าหน้าที่ มาสนับสนุนการดำเนินงาน เจ้าหน้าที่ใช้้อยคำสุภาพในการสนทนา เจ้าหน้าที่มีความรวดเร็วในการให้บริการเจ้าหน้าที่มีความรู้และเชี่ยวชาญในเรื่องที่ให้บริการ และมีการให้บริการนอกเวลาทำการของตลาดนัดโค-กระบือ

3) กระบวนการบริการด้านการซื้อขาย ศึกษาถึง พนักงานและเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกตลอดการซื้อขาย การให้บริการในแต่ละขั้นตอนรวดเร็ว การเรียกเก็บค่าผ่านประตูหรือค่าบริการตลาดถูกต้องและเป็นธรรม การฉีดวัคซีนควบคุมป้องกันโรคระบาดสัตว์ การออกเอกสารสำคัญทางการซื้อขายมีความชัดเจนถูกต้องใช้อ้างอิงทางกฎหมายได้ และการตรวจเอกสารสำคัญทางการซื้อขายก่อนออกจากตลาดนัดโค-กระบือ

4) ด้านปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน

4.1) ผู้ซื้อและราคาขายสัตว์ ศึกษาถึง การมีพ่อค้าซื้อสัตว์ในแต่ละประเภทจำนวนมาก จำนวนพ่อค้าซื้อสัตว์รายใหญ่มาก พ่อค้าซื้อสัตว์แต่ละรายมีกำลังซื้อมาก ราคาซื้อขายสัตว์สูง และราคาซื้อขายสัตว์มีความยุติธรรม

4.2) ธุรกิจจำหน่ายอาหาร ศึกษาถึง สถานที่จำหน่ายอาหารมีความเหมาะสม จำนวนผู้มาจำหน่ายอาหารเพียงพอต่อการให้บริการ มีอาหารหลากหลายประเภทให้เลือกใช้บริการ อาหารรสชาติดีและราคาไม่แพง และการให้บริการรวดเร็ว

4.3) ธุรกิจจำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ด ศึกษาถึง สถานที่จำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ด จำนวนผู้มาจำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ด และคุณภาพดีและราคาไม่แพง

4.4) ธุรกิจบริการขนส่งสัตว์ ศึกษาถึง จำนวนผู้มารับจ้างขนส่งสัตว์ อัตราค่าบริการ สภาพของรถบรรทุกสัตว์ และประสบการณ์ในการขับรถบรรทุกสัตว์

4.5) ธุรกิจจำหน่ายยารักษาโรคสัตว์และพืชอาหารสัตว์ ศึกษาถึง สถานที่จำหน่ายเหมาะสม จำนวนผู้มาจำหน่ายยารักษาโรคสัตว์และพืชอาหารสัตว์ การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับยารักษาโรคสัตว์และพืชอาหารสัตว์ และยารักษาโรคสัตว์และพืชอาหารสัตว์มีราคาถูกและคุณภาพดี

1.4 สมมติฐานในการศึกษา

สมมติฐานที่1 เกษตรกรที่นำโคกระบือมาขายในจำนวนที่แตกต่างกัน มีปัจจัยที่เป็นมูลเหตุในการตัดสินใจในการใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่2 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การค้าโคกระบือแตกต่างกัน มีปัจจัยที่เป็นมูลเหตุทำให้ตัดสินใจในการใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 เกษตรกรที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีปัจจัยที่เป็นมูลเหตุทำให้ตัดสินใจใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 เกษตรกรที่มีและไม่มียานพาหนะบรรทุกสัตว์ มีปัจจัยที่เป็นมูลเหตุทำให้ตัดสินใจในการใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือไม่แตกต่างกัน

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะในการศึกษา

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการคัดเลือกทางเลือกที่มีที่เห็นว่าดีและเหมาะสม บนพื้นฐานของกฎเกณฑ์จากทางเลือก ที่คิดว่าได้รับประโยชน์สูงสุดเพื่อนำไปเป็นแนวทางปฏิบัติที่จะทำให้งานบรรลุเป้าหมายตามที่ได้กำหนดไว้

เกษตรกร คือ พ่อค้าโคกระบือหรือนายฮ้อยโคกระบือที่นำโคหรือกระบือเข้ามาขายในตลาดโค-กระบือที่ศึกษา ทั้ง 6 แห่ง ที่เปิดดำเนินการในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่นและมหาสารคาม ในปี 2549

การใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือ คือ การใช้บริการของเกษตรกร ในด้านต่างๆ ที่มีการให้บริการในตลาดนัดโค-กระบือที่ศึกษาที่เปิดดำเนินการในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น และมหาสารคาม ทั้ง 6 แห่ง ในปี 2549

ตลาดนัดโค-กระบือ คือ สถานที่ที่เปิดให้บริการด้านการซื้อขายโคและกระบือในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น และจังหวัดมหาสารคาม ทั้ง 6 แห่ง โดยอาศัยการอ้างอิงจำนวนตลาดนัดโค-กระบือจากรายงานของกลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์ สำนักพัฒนาการปศุสัตว์และถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมปศุสัตว์ ปี 2549

ปัจจัยที่มูลเหตุในการตัดสินใจ หมายถึง สิ่งที่เป็นมูลเหตุเกี่ยวข้องและสนับสนุนให้มีการใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือของเกษตรกรผู้ให้บริการ ประกอบด้วยมูลเหตุในการตัดสินใจดังนี้ คือ 1) ด้านสถานที่บริการและสภาพแวดล้อมการบริการ 2) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ 3) กระบวนการบริการด้านการซื้อขาย 4) ด้านปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน

การบริการตลาดนัดโค-กระบือ หมายถึง กิจกรรมการให้บริการด้านการซื้อขายโคกระบือที่ทางตลาดนัดโค-กระบือจัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่เกษตรกรที่นำโคกระบือมาซื้อขายในตลาดนัดโค-กระบือที่ศึกษา

พนักงานประจำตลาดนัด คือ บุคคลที่มีหน้าที่อำนวยความสะดวกในการซื้อขายโคกระบือในตลาดนัดโค-กระบือที่ศึกษาที่เปิดดำเนินการในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น และมหาสารคาม ทั้ง 6 แห่ง ในปี 2549

เจ้าหน้าที่สนับสนุนการดำเนินงาน คือ ปศุสัตว์อำเภอ สัตว์แพทย์ เจ้าหน้าที่สัตวบาล และเจ้าพนักงานสัตวบาล ที่สนับสนุนการดำเนินงานด้านการควบคุมป้องกันโรคระบาด และออกเอกสารสำคัญทางกฎหมาย คือ การออกใบรับรองการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดสัตว์ การออกเอกสารใบอนุญาตเคลื่อนย้ายสัตว์ การออกเอกสารใบอนุญาตค้าสัตว์ และการรักษาโรคสัตว์แก่เกษตรกรที่นำมาโคกระบือมาขายในตลาดนัดโค-กระบือที่ศึกษาที่เปิดดำเนินการในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น และจังหวัดมหาสารคาม ทั้ง 6 แห่ง ในปี 2549

สิ่งอำนวยความสะดวกในการซื้อขาย คือ วัสดุและอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ทางเจ้าของตลาดนัดจัดสรรมาเพื่ออำนวยความสะดวกเกษตรกรที่นำโคกระบือมาซื้อขายในตลาดนัดโค-กระบือที่เปิดดำเนินการในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น และมหาสารคาม ทั้ง 6 แห่งที่ใช้เป็นสถานที่ศึกษา เช่น คอกพักสัตว์ เอกสารสำคัญทางการซื้อขาย ท่าเทียบรถ เครื่องพ่นยาป้องกันโรคระบาด เป็นต้น

กระบวนการบริการด้านการซื้อขาย คือ การให้บริการแก่เกษตรกรที่นำโคกระบือมาขายของผู้จัดการตลาดนัดโค-กระบือ พนักงานประจำตลาดนัดโค-กระบือ และเจ้าหน้าที่ของสำนักงานปศุสัตว์ ตามขั้นตอนการซื้อขายสัตว์ของตลาดนัดโค-กระบือที่ศึกษาที่เปิดดำเนินการอยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น และมหาสารคาม ทั้ง 6 แห่ง

ปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน คือ ผู้ซื้อและราคาขายสัตว์ ธุรกิจจำหน่ายสินค้า ธุรกิจบริการขนส่ง ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่สนับสนุนการดำเนินงานของตลาดนัดโค-กระบือเปิดดำเนินการอยู่ในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น และมหาสารคาม ทั้ง 6 แห่งที่ใช้เป็นสถานที่ศึกษา

ภูมิภานา คือ จังหวัดที่อยู่ตามลำนาทะเบียนบ้านของเกษตรกรผู้นำโคกระบือมาขายในตลาดนัดโค-กระบือ

ประสพการณ์การค้าโคกระบือ คือ ระยะเวลาที่เกษตรกรประกอบกิจกรรมซื้อขายโคกระบือในตลาดนัดโค-กระบือ

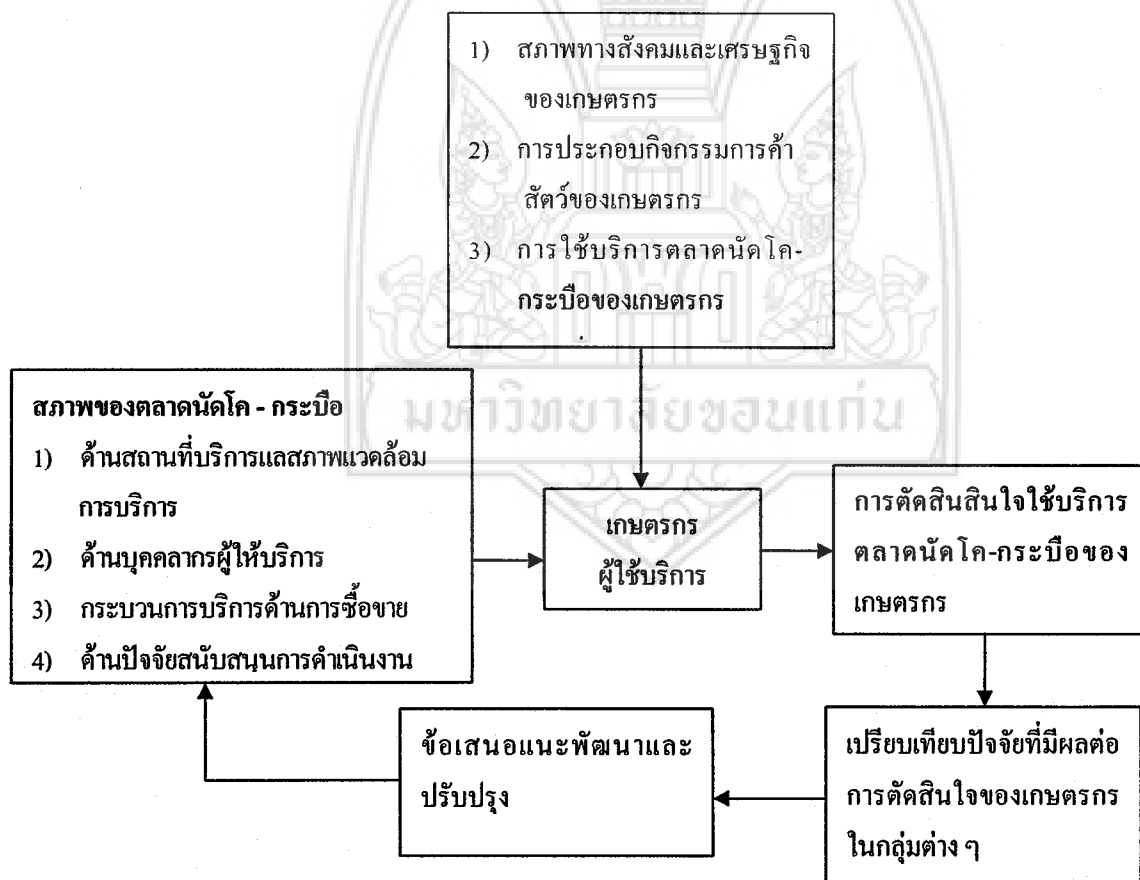
ต้นทุนในการนำสัตว์มาขาย คือ ค่าใช้จ่ายในการทั้งหมดในการนำโคกระบือมาขายในตลาดนัดโค-กระบือที่ศึกษา

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้ทราบมูลเหตุที่เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจในการใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือของเกษตรกร เพื่อนำความคิดเห็นข้อเสนอแนะไปพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการตลาดนัดโค-กระบือที่ใช้เป็นสถานที่ในการศึกษาให้มีประสิทธิภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น และนำไปพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการของตลาดนัดโค-กระบือที่มีเกษตรกรเข้าใช้บริการน้อย ตลอดจนใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดตั้งตลาดนัดโค-กระบือเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโคกระบือของเกษตรกร

1.7 กรอบแนวความคิดในการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่องการตัดสินใจของเกษตรกรในการใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือในจังหวัดร้อยเอ็ดขอนแก่นและมหาสารคาม เป็นการศึกษาจากเอกสาร และงานที่เกี่ยวข้องกับสภาพตลาดนัดโค-กระบือ ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ 1) ด้านสถานที่บริการและสภาพแวดล้อมการบริการ 2) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ 3) กระบวนการบริการด้านการซื้อขาย และ 4) ด้านปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน การศึกษาตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวของเกษตรกรผู้จำหน่ายโคกระบือมาขายในตลาดนัดโค-กระบือแต่ละแห่งที่ใช้เป็นสถานที่ในการศึกษา เพื่อหาความสำคัญของความสำคัญของตัวแปรในแต่ละด้านรวมทั้งปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะของเกษตรกร ซึ่งผลการศึกษาที่ได้นำไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการตลาดนัดโค-กระบือที่ใช้เป็นสถานที่ในการศึกษาให้มีประสิทธิภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้นและนำไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของตลาดนัดโค-กระบือที่มีเกษตรกรเข้าใช้บริการน้อย ตลอดจนใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดตั้งตลาดนัดโค-กระบือเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโคกระบือของเกษตรกร ดังแสดงในภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวความคิดในการศึกษา