

การตัดสินใจของเกษตรกรในการใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือ ในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น และมหาสารคาม

Decision Making of Farmers on Utilizing the Service of Cattle Market in Changwat Roi Et Khon Kaen and Maha Sarakham

กำพลศักดิ์ วงศ์นารี (Komponsak Wongnare)* ดร.ประสิทธิ์ ประครองศรี (Dr.Prasit Prakongsri)**
เพียรศักดิ์ ภักดี (Piansak Pakdee)***

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นมูลเหตุในการใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือของเกษตรกรในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่นและมหาสารคาม โดยใช้แบบสัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 183 ราย ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2550 - พฤศจิกายน พ.ศ. 2551 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหา ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ F-test ผลการศึกษาพบว่า ตลาดนัดที่อายุเก่าแก่ที่สุดตั้งขึ้น เมื่อปี พ.ศ. 2519 และตลาดนัดที่มีอายุการเปิดดำเนินการน้อยที่สุดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2545 โดยเปิดให้บริการทุกวันตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ จำนวนพ่อค้าโคกระบือเฉลี่ย 283 ราย ต่อนัดและจำนวนโคกระบือที่นำมาจำหน่ายเฉลี่ย 5 ตัวต่อนัด มูลค่าเฉลี่ยทั้งหมด 16,095,625 บาทต่อนัด พ่อค้าที่นำโคกระบือมาขายเป็นเกษตรกรในจังหวัดที่ตั้งของตลาด และสร้างรายได้แก่พ่อค้าที่นำโคกระบือมาขายเฉลี่ย 3,150 บาทต่อนัด ปัจจัยที่เป็นมูลเหตุให้เกษตรกรใช้บริการตลาดในระดับมาก ได้แก่ 1) สถานที่ตั้งของตลาดนัดโค-กระบือตั้งอยู่ชิดถนนสายหลัก 2) มีท่าเทียบรถบรรทุกสัตว์ไว้บริการอย่างเพียงพอ 3) การกำหนดวันและเวลาเปิดดำเนินการ 4) ผู้จัดการมีความสามารถในการควบคุมการซื้อขายและแก้ไขปัญหา ระหว่างการซื้อขายได้เป็นอย่างดี 5) มีพ่อค้าที่มาซื้อสัตว์แต่ละประเภทมาก 6) มีจำนวนพ่อค้าซื้อสัตว์รายใหญ่ ที่มีกำลังซื้อมาก ส่วนปัจจัยที่เป็นมูลเหตุให้เกษตรกรใช้บริการตลาดในระดับน้อย ได้แก่ 1) การกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับได้อย่างเหมาะสม 2) มีพนักงานและเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกตลอดการซื้อขาย 3) การให้บริการในแต่ละขั้นตอนรวดเร็ว 4) มีการฉีดวัคซีนควบคุมป้องกันโรคระบาด 5) การออกเอกสารการซื้อขายมีความชัดเจนถูกต้องอ้างอิงทางกฎหมายได้ 6) การจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการได้อย่างเหมาะสมและ 7) สถานที่จำหน่ายอาหารเหมาะสม

ABSTRACT

The aims of this study were to reveal the factors motivating the decision making of farmers on utilizing the service of cattle market in Changwat Roi Et, Khon Kaen, and Maha Sarakham , The interview schedules were used to collected the data from 183 samples during December 2007–November 2008.

* นักศึกษา หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

** รองศาสตราจารย์ ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

*** รองศาสตราจารย์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Data were statistically analyzed using the statistical computer program for appraising the frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, t - test, and F- test .

The results were found that the oldest was Roi Et market, Khon Kaen market was the newest and service on the Monday to Sunday , 283 traders/ day with 5 heads/ trader in the value of 16,095,625 Baht and made the profit of 3,150 Baht/ traders/ day The important problems of farmer on utilizing the service of cattle market was the conditions of market during the rainy season due to the flood and muddy land.

Factors motivating decision making of farmers on utilizing the service of cattle market at high level were ; (1) the location of the market was close to the main road and was not too far from the resident (2) the sufficient of port for cattle truck and (3) the appropriate date and time for trading, (1) the ability for controlling cattle trade and solving problems of market manager, (1) the invitation of great numbers of cattle merchant especially potential merchant, and at low level were ;1) the sufficient of personnel service of market, 2) providing the effective market officers for servicing on marketing time . 3) the providing of vaccination service, 4) the servicing on lawful document of cattle trading, and 5) the appropriate food service at the market in term of price, food quality and fast service.

คำสำคัญ : ตลาดนัดโค-กระบือ การใช้บริการและสภาพการซื้อขาย ปัจจัยจูงใจของเกษตรกรผู้ให้บริการ

Key Words : Cattle market, Service utilizing and trading condition, Factors motivating of trader

บทนำ

ตลาดนัดโค-กระบือเป็นสถานที่ที่จัดขึ้นเพื่อให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบปะเพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนโคกระบือ มักจัดขึ้นตามหมู่บ้านหรือตำบลใหญ่ๆ โดยมีการกำหนดวันซื้อขายที่แน่นอน การซื้อขายแบบเหมาตัว (สุรชัย, ม.ป.ป.) จากการรายงานของกรมปศุสัตว์ ปี 2549 พบว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการจัดตลาดนัดโค-กระบือมากที่สุด โดยมีตลาดนัดโค-กระบือเปิดดำเนินการทั้งสิ้น 122 แห่ง เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ซึ่งมีตลาดนัดโค-กระบือ 110 แห่ง หรือเพิ่มจากปี 2548 จำนวน 12 แห่ง โคกระบือที่เกษตรกรนำมาซื้อขายผ่านตลาดนัดโค-กระบือพบว่า ในปี 2549 มีประมาณ 1,730,500 ตัว เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ซึ่งมีประมาณ 1,217,000 ตัว เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ประมาณ 513,500 ตัว ซึ่งก็สอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของตลาดนัดโค-กระบือในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (กลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์, 2549)

ส่วนจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่นและมหาสารคามจากการรายงานของกลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์กรมปศุสัตว์ในปี 2549 พบว่า มีตลาดนัด โค-กระบือที่เปิดดำเนินการ ทั้งหมด 19 แห่ง (กลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์, 2549) แต่ในปัจจุบันสามารถเปิดดำเนินการได้เพียง 12 แห่งเท่านั้น ในจำนวนตลาดนัดโค-กระบือทั้ง 12 แห่งนั้น มีตลาดนัดโค-กระบือที่เก่าแก่และยังเปิดดำเนินการอยู่ได้อย่างเข้มแข็งหลายแห่งด้วยกัน เช่น ตลาดนัดโค-กระบือชมพูนุตร อำเภอมือร้อยเอ็ด จังหวัดร้อยเอ็ด และตลาดนัดโค-กระบือห้วยบง อำเภอยางตลาด จังหวัดขอนแก่น เป็นต้น แต่ปัญหาของตลาดนัดโค-กระบือยังมีอีกมากและยังต้องการการปรับปรุงและพัฒนา

อย่างไรก็ดี ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้น ยังมีตลาดนัดโค-กระบือที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานมีเกษตรกรนำโคกระบือมาขายเป็นจำนวนมากในแต่ละนัด เป็นระยะเวลายาวนาน ดังนั้น จึงจำเป็นต้องศึกษาการตัดสินใจของเกษตรกรในการใช้บริการตลาดนัด

โค-กระบือในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่นและมหาสารคาม ทั้งนี้เพื่อนำความคิดเห็นข้อเสนอแนะไปพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการตลาดนัดโค-กระบือที่ใช้เป็นสถานที่ศึกษาให้มีประสิทธิภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น และนำผลการศึกษาไปพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการของตลาดนัดโค-กระบือที่มีเกษตรกรเข้าใช้บริการน้อย ตลอดจนใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการจัดตั้งตลาดนัดโค-กระบือ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโคกระบือของเกษตรกร

วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา

1) ลักษณะพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจบางประการของเกษตรกร

ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา ภูมิลำเนา อาชีพ สมาชิกในครัวเรือน พื้นที่ถือครองทางการเกษตร ความเป็นเจ้าของยานพาหนะ บรรทุกสัตว์ รายได้ในภาคการเกษตรและนอกภาคการเกษตร

2) ลักษณะการประกอบกิจกรรมค้าสัตว์และการใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือของเกษตรกร

ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย ประสบการณ์การค้าโคกระบือ แหล่งรวบรวมโคกระบือ การเลี้ยงขุนก่อนนำมาขาย แหล่งซื้อขายอื่น บุคคลที่ชักนำให้มาใช้บริการ จำนวนครั้งที่มาใช้บริการ จำนวนสัตว์ที่นำมาขาย วิธีการเคลื่อนย้ายสัตว์มาขาย ระยะทางจากบ้านพักถึงตลาดนัดโค-กระบือ ด้านที่ใช้บริการ ต้นทุนเฉลี่ยในการนำสัตว์มาขาย ราคาขายสัตว์ที่ได้รับ และประมาณการณ์น้ำหนักสัตว์

3) ปัจจัยที่เป็นมูลเหตุในการตัดสินใจของเกษตรกรในการใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือ

ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วย ด้านสถานที่บริการและสภาพแวดล้อมการบริการ บุคลากรผู้ให้บริการ กระบวนการบริการด้านการซื้อขาย และด้านปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน

4) เปรียบเทียบปัจจัยที่เป็นมูลเหตุในการตัดสินใจใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือของเกษตรกร

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของการตัดสินใจ บุญธรรม (2540) กล่าวว่า การตัดสินใจเป็นกระบวนการคิดพิจารณาและตกลงใจอย่างหนึ่งในทางเลือกหลายๆ ทางเพื่อการปฏิบัติสำหรับสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง เพื่อวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่งโดยเฉพาะ

เสาวภา (2525) ได้สรุปทฤษฎีการตัดสินใจตามแนวความคิดของ Reeder (1974) ว่าเป็นรูปแบบทางจิตวิทยาทางสังคม การตัดสินใจและการกระทำทางสังคมของบุคคลจะประกอบความเชื่อและความไม่เชื่อหลายๆ อย่างรวมกัน บุคคลอาจตัดสินใจกระทำพฤติกรรมอย่างเดียวกัน แต่ปัจจัยหรือเหตุผลในการตัดสินใจอาจจะแตกต่างกัน เหตุผลดังกล่าวประกอบด้วยเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ ดังนี้ 1) ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ (1) เป้าหมายหรือจุดมุ่งหมาย (2) ความเชื่อ (3) ค่านิยม และ (4) นิสัยและขนบธรรมเนียม 2) ปัจจัยผลัก ได้แก่ (1) ความคาดหวัง (2) ข้อผูกพัน และ (3) การบังคับ 3) ปัจจัยความสามารถหรือปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ (1) โอกาส (2) ความสามารถ และ (3) การสนับสนุน

สุชิน (2536) รายงานว่า ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจหรือการยอมรับเทคโนโลยีของเกษตรกร ได้แก่ 1) ปัจจัยทางกายภาพ 2) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ 3) ปัจจัยทางสังคม และ 4) ปัจจัยทางด้านเทคนิค

สรุปได้ว่า บุคคลจะตัดสินใจในเรื่องต่างๆ นั้นย่อมต้องการหรือคาดหวังที่จะได้รับผลประโยชน์บางอย่างที่ตรงกับความต้องการหรือความคาดหวังของตนเองทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และความรู้วิชาการต่างๆ ในการพัฒนาอาชีพของตนเอง หรือเห็นว่าเมื่อตัดสินใจแล้วจะได้รับการสนับสนุนจากฝ่ายอื่นๆ หรือเป็นช่วงโอกาสที่เหมาะสมที่ตนเองจะได้กระทำในสิ่งที่ตนเองคิดและมีความเชื่อมั่นมาก่อน

องค์ประกอบของการบริการ อนุวัฒน์ (2541) สรุปว่า การบริการมี 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การเข้าถึงบริการ เช่น ด้านภูมิศาสตร์ สังคม เศรษฐกิจ

และการจัดองค์กรที่ให้ความสะดวกแก่ผู้รับบริการ

2) ลักษณะทางกายภาพที่น่าพึงพอใจ หมายถึง ความสะดวก ความสะอาด ความสวยงาม และความเป็นส่วนตัวของสถานที่ให้บริการ 3) ด้านมนุษยสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการและ 4) ด้านเทคนิค หมายถึง การให้บริการที่เหมาะสมสอดคล้องกับสภาพของผู้ให้บริการ และ (พิภพ, 2537) ได้กล่าวอีกว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการมีปัจจัยสำคัญ ดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์บริการ เมื่อได้รับบริการที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการและการความเอาใจใส่ขององค์กรในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการ 2) ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการ 3) สถานที่บริการ ท่าเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า 4) การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าว ถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจให้มีความต้องการบริการตามมาได้ 5) ผู้ให้บริการ ล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานการบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น การวางนโยบายการบริหารโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองการบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ 6) สภาพแวดล้อมของการบริการ ลูกค้ามักจะชื่นชอบสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายใน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในการบริการ และ 7) กระบวนการบริการ ประสิทธิภาพของการจัดระบบการบริการ ส่งผลให้การปฏิบัติงานบริการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัวและสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีคุณภาพ

กลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์ (2542) รายงานว่า ตลาดนัดโค-กระบือ คือ ตลาดกลางซื้อขายแลกเปลี่ยนโคกระบือที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถซื้อขายได้อย่างเสรี สภาพพื้นที่ของตลาดนัดโค-กระบือโดยทั่วไปเป็นลานกว้าง มีหลักไม้และต้นไม้ใหญ่อยู่ทั่วไป มีเนินดินไว้สำหรับนำสัตว์ขึ้นหรือลงจากรถมีที่จอดรถสำหรับเกษตรกรที่มาซื้อขายสัตว์ นอกจากนี้ยังมีการนำสินค้าต่าง ๆ เข้ามาจำหน่ายภายในตลาดนัดด้วย ทั้งสินค้าอุปโภค บริโภค และอุปกรณ์ทางการเกษตร การก่อตั้งตลาดนัดโค-กระบือผู้ก่อตั้งต้องขออนุญาตหน่วยงานราชการ มีการจัดเตรียมสถานที่สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ กำหนดวันและเวลาเปิดดำเนินการ และแจ้งให้ปศุสัตว์อำเภอทราบเพื่อจะได้เข้ามาสนับสนุนในด้านการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดให้กับโคกระบือที่เกษตรกรนำมาขาย ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ให้พ่อค้าสัตว์และเกษตรกรทราบประเภทผู้ประกอบการค้าสัตว์ในตลาดนัดโค-กระบือจำแนกได้ 2 กลุ่ม คือ 1) ผู้ขายสัตว์ ประกอบด้วยเกษตรกรรายย่อย พ่อค้ารวบรวมโคกระบือและหรือพ่อค้าที่ซื้อสัตว์เพื่อนำไปขุนแล้วนำมาขายต่อ 2) ผู้ซื้อสัตว์ ประกอบด้วย 1) เกษตรกรซื้อสัตว์เพื่อนำไปเลี้ยง 2) พ่อค้าขายปลีกโคกระบือชำแหละ 3) พ่อค้าขายส่งโคกระบือชำแหละและ 4) พ่อค้าหมูเวียน ขึ้นตอนซื้อขายสัตว์ (กำพลศักดิ์, 2549) รายงานว่า การซื้อขายสัตว์ในตลาดนัดโค-กระบือโดยทั่วไปประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ต่อไปนี้ (1) การเก็บค่าผ่านประตู (2) การฉีดพ่นยาป้องกันโรคระบาด (3) การนำโคกระบือลงจากรถบรรทุก (4) การทำการซื้อขาย และ (5) การออกใบสัญญาซื้อขายและการออกใบรับรองการฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาด และ (6) การขอใบอนุญาตเคลื่อนย้ายสัตว์ รูปแบบการซื้อขายโคกระบือในตลาดนัดโค-กระบือ เป็นการซื้อขายแบบเหมาตัวโดยเปรียบเทียบกับราคาในตลาดท้องถิ่น โดยก่อนกำหนดราคาซื้อขายโคกระบือ ผู้ซื้อจะพิจารณารูปร่างลักษณะภายนอกโดยพิจารณาถึงความสมบูรณ์ แข็งแรง ความได้สัดส่วนของรูปร่าง ไม่มีลักษณะผิดปกติ และอายุของสัตว์

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่องนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เป็นหลัก พร้อมทั้งนำวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ที่ได้จากการสัมภาษณ์เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูล เพื่อนำมาใช้ประกอบในการศึกษา ให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ ชัดเจนและช่วยให้เกิดความเชื่อมั่นในการบรรยาย อธิบายเหตุผลตามความเป็นจริงของปรากฏการณ์ที่ได้ทำการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ เกษตรกรที่ใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือในจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่นและมหาสารคาม จำนวน 183 ราย ที่ได้มาจากการสุ่มเลือกเกษตรกรที่มาใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือทั้ง 6 แห่ง เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์ (interview schedule) ที่ประกอบด้วยคำถามที่ให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น (open - ended question) และคำถามที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบ (close - ended question) โดยเนื้อหาของการสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 ตอน ตามขอบเขตของการศึกษา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนธันวาคม 2550-พฤศจิกายน 2551 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อหาค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (arithmetic mean) ค่าสูงสุดของข้อมูล (maximum) ค่าต่ำสุดของข้อมูล (minimum) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) t - test, F - test และ Scheffe' test

ผลการศึกษาและอภิปรายผล

1. ลักษณะพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจบางประการของเกษตรกร

1.1 ลักษณะพื้นฐานทางสังคม เกษตรกรผู้ให้บริการทั้งหมดเป็นชาย มีอายุเฉลี่ย 50.55 ปี สำเร็จการศึกษาประถมศึกษาปีที่ 4 (ร้อยละ 78.68) อยู่ในภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเดียวกันกับตลาดนัดที่ใช้บริการมากที่สุด (ร้อยละ 53.00) ส่วนตลาดในจังหวัดขอนแก่นสาเหตุที่มีเกษตรกรจากต่างจังหวัดมาใช้บริการมาก เพราะอำเภอที่ตลาดตั้งอยู่มีอาณาเขตติดต่อกับหลาย

จังหวัด และเกษตรกรเดินทางเข้าถึงสะดวก ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก (ร้อยละ 60.11) สมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.74 คนต่อครัวเรือน เกษตรกรมีพื้นที่ถือครองทางการเกษตรเฉลี่ย 19.95 ไร่ต่อครัวเรือน ไม่มีรถบรรทุกส่วนตัวเป็นของตนเอง (ร้อยละ 53) ดังแสดงในตารางที่ 1

1.2 ลักษณะพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจ เกษตรกรมีรายได้ทั้งหมดเฉลี่ย 277,011.70 บาทต่อปี แยกเป็นรายได้ในภาคการเกษตร 91,437.74 บาทต่อปี โดยมีรายได้จากการปลูกข้าวมากที่สุด 35,902.73 บาท และรายได้นอกภาคการเกษตร 185,573.96 บาทต่อปี โดยมีรายได้จากการค้าโคกระบือมีชีวิตมากที่สุดเฉลี่ย 154,240.40 บาท ดังแสดงในตารางที่ 2

2. ลักษณะการประกอบกิจกรรมค้าสัตว์และการใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือของเกษตรกรเป็นดังนี้

2.1 ลักษณะการประกอบกิจกรรมค้าสัตว์ เกษตรกรมีประสบการณ์การค้าโคกระบือเฉลี่ย 27.23 ปี โดยรวบรวมโคกระบือจากเกษตรกรรายย่อย (ร้อยละ 73.78) และไม่มีการเลี้ยงขุนก่อนนำมาขาย (ร้อยละ 98.36) และนำโคกระบือไปขายหลายแห่ง ดังนี้ ขายตามตลาดนัดโค-กระบือ เกษตรกรรายย่อย ในท้องถิ่น และพ่อค้าฆ่าและในท้องถิ่น หรือคิดเป็นร้อยละ 88.52, 81.97 และ 48.09 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 3

2.2 การใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือ พบว่า ร้อยละ 60.11 ถูกชักนำให้มาใช้บริการโดยเพื่อนเกษตรกรด้วยกัน และนำสัตว์มาขายเฉลี่ย 3.20 นัดต่อเดือน นำมาขายเฉลี่ย 4.60 ตัวต่อนัด ใช้รถบรรทุกส่วนตัวที่จ้างมาในการเคลื่อนย้ายทั้งหมด (ร้อยละ 53.00) ระยะทางบ้านพักถึงตลาดนัดโค-กระบือเฉลี่ย 72.79 กิโลเมตร

เรื่องที่ให้บริการในตลาดนัดโค-กระบือ เกษตรกรทั้งหมดมาให้บริการด้านการขายโคกระบือ และร้อยละ 93.99 มาให้บริการร้านอาหารด้วย ต้นทุนการนำโคมาขายเฉลี่ย 10,744.53 บาทต่อตัว และ

กระบือเฉลี่ย 14,130.97 บาทต่อตัว ราคาขายโคเฉลี่ย 11,375.04 บาทต่อตัว และกระบือเฉลี่ย 14,744.79 บาทต่อตัว กำไรของโค 630.51 บาทต่อตัว กระบือ 613.82 บาทต่อตัว น้ำหนักโคเฉลี่ย 242.36 กิโลกรัมต่อตัว และกระบือเฉลี่ย 356.14 กิโลกรัมต่อตัว ดังแสดงในตารางที่ 4

3. ปัจจัยที่เป็นมูลเหตุที่ทำให้เกษตรกรตัดสินใจใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือ สามารถจำแนกได้ดังนี้ ดังแสดงในตารางที่ 5

3.1 ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมในการบริการ พบว่าประเด็นที่เป็นมูลเหตุทำให้เกษตรกรตัดสินใจในระดับมาก ได้แก่ (1) สถานที่ตั้งของตลาดอยู่ชิดถนนสายหลักที่มีการคมนาคมสะดวก และมีท่าเทียบรถบรรทุกสัตว์ไว้บริการอย่างเพียงพอ

3.2 บุคลากรผู้ให้บริการ

การจัดการตลาดนัดโค-กระบือ ประเด็นที่เป็นมูลเหตุทำให้เกษตรกรตัดสินใจในระดับมาก ได้แก่ การกำหนดวันและเวลาเปิดดำเนินการที่เหมาะสม และผู้จัดการมีความสามารถในการควบคุมการซื้อขายและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการซื้อขายได้เป็นอย่างดี และเป็นมูลเหตุทำให้เกษตรกรตัดสินใจในระดับน้อยได้แก่ กำหนดกฎระเบียบข้อบังคับ และการจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ในการให้บริการได้อย่างเหมาะสม ส่วนเรื่องพนักงานประจำตลาดและด้านเจ้าหน้าที่มาสนับสนุนการดำเนินงาน ไม่เป็นมูลเหตุในการตัดสินใจของเกษตรกร ทั้งนี้เพราะมีพนักงานประจำตลาดและเจ้าหน้าที่ปศุสัตว์อำเภอคอยอำนวยความสะดวกและสนับสนุนการให้บริการของเกษตรกรเป็นประจำทุกนัด

3.3 การบริการด้านการซื้อขาย พบว่าประเด็นที่เป็นมูลเหตุทำให้เกษตรกรตัดสินใจในระดับน้อย ได้แก่ (1) พนักงานและเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกตลอดการซื้อขาย (2) การให้บริการในแต่ละขั้นตอนรวดเร็ว (3) มีฉีดยาป้องกันโรคระบาด และ (4) การออกเอกสารสำคัญทางการซื้อขายมีความชัดเจนถูกต้องอ้างอิงทางกฎหมายได้

3.4 ปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงาน พบว่า ประเด็นที่เป็นมูลเหตุทำให้เกษตรกรตัดสินใจในระดับมาก ได้แก่ การมีพ่อค้าที่มาซื้อสัตว์แต่ละประเภทเป็นจำนวนมากและเป็นพ่อค้าซื้อสัตว์รายใหญ่ ซึ่งแต่ละรายมีกำลังซื้อมากและประเด็นที่เป็นมูลเหตุทำให้เกษตรกรตัดสินใจในระดับน้อย คือ ด้านธุรกิจจำหน่ายอาหาร ที่มีการจัดการสถานที่จำหน่ายอาหารได้อย่างเหมาะสม

4. เปรียบเทียบปัจจัยที่เป็นมูลเหตุในการตัดสินใจของเกษตรกร

เกษตรกรที่นำโคกระบือมาขายในจำนวนที่แตกต่างกัน มีปัจจัยด้านการมีคอกพักสัตว์ไว้คอยบริการเกษตรกรที่มาใช้บริการ และกำหนดอัตราค่าบริการได้อย่างเหมาะสม เป็นมูลเหตุในการตัดสินใจใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือในระดับแตกต่างกันที่ระดับ .001 และที่ระดับ .05 ตามลำดับ

เกษตรกรที่มีประสบการณ์ในการค้าสัตว์แตกต่างกัน มีปัจจัยด้านราคาซื้อสัตว์สูง เป็นมูลเหตุในการตัดสินใจใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือในระดับแตกต่างกันที่ระดับ .01

เกษตรกรที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน มีปัจจัยต่อไปนี้เป็นมูลเหตุในการตัดสินใจใช้บริการตลาดในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านพนักงานและเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกตลอดการซื้อขาย แตกต่างที่ระดับ .001 และด้านสถานที่ตั้งของตลาดนัดโค-กระบือตั้งอยู่ชิดถนนสายหลักที่มีการคมนาคมสะดวก ด้านตลาดนัดโค-กระบือตั้งอยู่ใกล้กับบ้านพักของเกษตรกร และด้านจำนวนผู้มาจำหน่ายอาหารเพียงพอต่อการให้บริการแตกต่างกันที่ระดับ .01 และด้านเจ้าหน้าที่มีความรวดเร็วในการให้บริการ ด้านการให้บริการนอกเวลาทำการของตลาดนัดโค-กระบือ ถูกต้องและเป็นธรรม และด้านสถานที่จำหน่ายอาหารมีความเหมาะสมแตกต่างกันที่ระดับ .05

เกษตรกรที่มีและไม่มียานพาหนะบรรทุกสัตว์ มีปัจจัยที่เป็นมูลเหตุในการตัดสินใจใช้บริการ

ตลาดนัดโค-กระบือในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ พนักงานมีความกระตือรือร้นในการให้บริการแตกต่างกันที่ระดับ .001 และด้านลานจอดรถกว้างขวางเพียงพอต่อเกษตรกรที่มาใช้บริการ ด้านการจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ในการให้บริการได้อย่างเหมาะสม ด้านการฉีดวัคซีนควบคุมป้องกันโรคระบาดสัตว์ ด้านจำนวนพ่อค้าซื้อสัตว์รายใหญ่มาก และด้านราคาซื้อขายสัตว์สูงแตกต่างกันที่ระดับ .05

จากการศึกษา ทำให้ทราบและเข้าใจถึงสาเหตุที่ทำให้เกษตรกรมาใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือที่ศึกษา รวมทั้งสภาพของตลาดโดยทั่วไป เพื่อนำไปพัฒนาตลาดที่มีอยู่ให้มีเกษตรกรเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และใช้เป็นข้อมูลในการจัดตั้งตลาดนัดโค-กระบือแห่งใหม่ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโคกระบือให้เกษตรกร ทั้งนี้เพราะตลาดนัดโค-กระบือถือเป็นแหล่งสร้างรายได้ที่สำคัญของเกษตรกรและยังเป็นแหล่งคัดเลือกสายพันธุ์โคกระบือเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงพันธุ์โคกระบือของเกษตรกรในท้องถิ่น ดังนั้นเพื่อสร้างรายได้ให้กับเกษตรกร และพัฒนาการเลี้ยงโคกระบือในชุมชน ตลอดจนผลักดันโครงการส่งเสริมการเลี้ยงโคกระบือของภาครัฐให้เป็นรูปธรรมและประสบผลสำเร็จมากขึ้น จึงจะนำเสนอและสนับสนุนให้มีการจัดตั้งตลาดนัดโค-กระบือให้เพิ่มจำนวนมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้จัดการตลาดนัดโค-กระบือที่ศึกษา

ควรปรับปรุงสภาพพื้นที่ดำเนินการของตลาดโดยการยกระดับพื้นที่ของตลาดให้สูงขึ้น เพื่อป้องกันปัญหาน้ำท่วมขัง และพื้นดินชื้นแฉะในช่วงฤดูฝน เพราะในช่วงฤดูดังกล่าวมักมีน้ำท่วมขังในพื้นที่ของตลาดแทบทุกแห่ง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับเกษตรกรที่จะจัดตั้งตลาดนัดโค-กระบือ

1) ด้านสถานที่ตั้งและสภาพแวดล้อม
ปัจจัยที่จำเป็นประกอบด้วย (1) ควรเลือกสถานที่ตั้ง

ของตลาดนัดโค-กระบือให้อยู่ชิดกับถนนสายหลักเพื่อการคมนาคมขนส่งสะดวก และไม่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งชุมชนมากเกินไป (2) ควรมีท่าเทียบรถไว้บริการเกษตรกรอย่างเพียงพอต่อการใช้บริการ ทั้งนี้ก็เพื่ออำนวยความสะดวกให้เกษตรกรในการนำโคกระบือลงจากรถบรรทุก ในช่วงที่มีเกษตรกรเข้ามาใช้บริการพร้อมกันเป็นจำนวนมาก (3) ควรมีการให้บริการคอกพักสัตว์แก่เกษตรกรที่นำโคกระบือมาขายครั้งละเป็นจำนวนมากที่อยู่ไกลและเดินทางมาจากจังหวัดอื่น ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรตัดสินใจใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือมากขึ้น (4) ควรมีสถานที่จอดรถบรรทุกสัตว์ไว้บริการเกษตรกรอย่างพอเพียง (5) ควรกำหนดวันและเวลาเปิดดำเนินการตลาดนัดโค-กระบือให้เหมาะสมไม่ตรงกับตลาดนัดใกล้เคียง และ (6) ควรมีการกำหนดรูปแบบการจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ โดยการวางแผนการใช้พื้นที่ดำเนินการให้สอดคล้องกับขนาดและสภาพพื้นที่ของตลาดนัด

2) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการควรกำชับพนักงานที่ให้บริการในแต่ละจุดบริการให้มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่เกษตรกรที่มาใช้บริการ

3) กระบวนการบริการด้านการซื้อขายควรฉีดวัคซีนป้องกันโรคระบาดสัตว์ทุกชนิดที่เปิดดำเนินการ

4) ด้านปัจจัยสนับสนุนการดำเนินงานปัจจัยที่จำเป็นประกอบด้วย (1) ควรประชาสัมพันธ์ให้พ่อค้าซื้อสัตว์รายใหญ่เข้ามาใช้บริการ เพื่อรับซื้อสัตว์ที่เกษตรกรนำมาขาย (2) ควรกำหนดราคาซื้อขายสัตว์ให้มีความพึงพอใจต่อเกษตรกรที่มีประสบการณ์การค้าโคกระบือแตกต่างกัน คือ กำหนดราคาในอัตราที่เกษตรกรที่มีประสบการณ์แตกต่างกันยินดีเข้ามาใช้บริการและ (3) ควรจัดสถานที่จำหน่ายอาหารและจัดผู้มาจำหน่ายอาหารให้เหมาะสมกับจำนวนผู้มาใช้บริการ

ตารางที่ 1 สภาพพื้นฐานทางด้านสังคมบางประการของเกษตรกรผู้ให้บริการ

สภาพพื้นฐานทางด้านสังคม	ร้อยละ (n=54)		ขอนแก่น (n=86)		มหาสารคาม (n=43)		รวม (n=183)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ชาย	54	100.00	86	100.00	43	100.00	183	100.00
2. อายุเฉลี่ย (ปี)	52.02	-	50.06	-	49.28	-	50.55	-
3. ประถมศึกษาปีที่ 4	38	70.73	65	75.58	30	69.77	133	72.68
4. ภูมิลำเนา								
- อยู่ในจังหวัดเดียวกัน	35	64.81	40	46.51	22	51.16	97	53.00
- ไม่อยู่ในจังหวัดเดียวกัน	19	35.19	46	53.49	21	48.84	86	47.00
5. อาชีพเกษตรกรรวม	37	68.52	50	58.14	23	53.49	110	60.11
6. สมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย (คน)	5	-	4.60	-	4.70	-	4.74	-
7. พื้นที่ถือครองทางการเกษตร เฉลี่ย (ไร่/ครัวเรือน)	20.41	-	19.86	-	19.56	-	19.95	-
8. ไม่มีรถบรรทุกส่วนตัว	34	62.96	43	50.00	20	46.52	97	53.00

ตารางที่ 2 สภาพพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจบางประการของเกษตรกรผู้ให้บริการ

สภาพพื้นฐานเศรษฐกิจ	ร้อยละ (n=54)	ขอนแก่น (n=86)	มหาสารคาม (n=43)	รวม (n=183)
	จำนวน	จำนวน	จำนวน	จำนวน
รายได้ที่เป็นเงินสดเฉลี่ยทั้งหมด ในปี 2549 (บาท/ปี)	316,024.07	274,758.16	232,681.41	277,011.70
1. รายได้ที่เป็นเงินสดในภาคการเกษตร ในปี 2549 (บาท/ปี)				
เฉลี่ยตัวอย่างทั้งหมด (บาท)	98,820.37	96,938.36	71,318.62	91,437.74
เฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ (บาท)	106,726.00	98,078.82	73,016.67	94,574.58
1.1 ตัวอย่างรายได้ที่เป็นเงินสดจากการขายข้าว				
เฉลี่ยตัวอย่างทั้งหมด (บาท)	55,129.62	22,081.39	39,399.99	35,902.73
เฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ (บาท)	64,717.39	35,830.19	41,321.95	46,930.00
1.2 ตัวอย่างรายได้ที่เป็นเงินสดจากการเลี้ยงโค				
เฉลี่ยตัวอย่างทั้งหมด (บาท)	25,370.26	25,104.65	16,418.60	23,142.07
เฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ (บาท)	48,928.57	31,289.86	37,157.89	36,508.62
2. รายได้ที่เป็นเงินสดนอกภาคการเกษตร ในปี 2549 (บาท/ปี) เฉลี่ยทั้งหมด	217,203.70	177,819.80	161,362.79	185,573.96
2.1 ตัวอย่างรายได้ที่เป็นเงินสดจากการค้าโคกระบือมีชีวิต				
เฉลี่ยทั้งหมด	184,314.81	148,337.21	128,279.07	154,240.40
2.2 ตัวอย่างรายได้ที่เป็นเงินสดจากการรับจ้างทั่วไป				
เฉลี่ยตัวอย่างทั้งหมด (บาท)	9,000.00	9,994.18	15,269.76	10,940.43
เฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้มีรายได้ (บาท)	25,578.95	25,279.41	32,830.00	27,426.03

ตารางที่ 3 ลักษณะการประกอบกิจกรรมค้าสัตว์ของเกษตรกรผู้ให้บริการ

ลักษณะการประกอบกิจกรรม ค้าสัตว์	ร้อยเอ็ด (n=54)		ขอนแก่น (n=86)		มหาสารคาม (n=43)		รวม (n=183)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ประสบการณ์การค้าโคกระบือ เฉลี่ย (ปี)	18.63	-	18.15	-	19.28	-	27.23	-
2. แหล่งรวบรวมโคกระบือ รวบรวมจากเกษตรกรรายย่อย	41	75.92	66	76.74	28	65.12	135	73.78
3. การเลี้ยงขุนก่อนนำมาขาย ไม่ได้เลี้ยงขุนนำมาขายทันที	52	96.30	85	98.84	43	100.00	180	98.36
4. แหล่งซื้อขายอื่น								
- ขายตามตลาดนัดโค-กระบือ	40	74.07	83	96.51	39	90.70	162	88.52
- ขายให้เกษตรกรในท้องถิ่น	44	81.48	75	87.20	31	72.09	150	81.97
- ขายให้พ่อค้าชำแหละในท้องถิ่น	17	31.48	48	55.81	23	53.49	88	48.09

ตารางที่ 4 การใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือของเกษตรกรผู้ให้บริการ

การใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือ	ร้อยเอ็ด (n=54)		ขอนแก่น (n=86)		มหาสารคาม (n=43)		รวม (n=183)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. บุคคลที่ชักนำให้มาใช้บริการ เกษตรกรด้วยกัน	34	62.96	52	60.46	24	55.81	110	60.11
2. จำนวนครั้งที่นำสัตว์มาขาย ในปี 2549 (นัด/เดือน)	3.28	-	2.74	-	4.02	-	3.20	-
3. จำนวนสัตว์ที่นำมาขาย ในปี 2549 (ตัว/นัด)	5.13	-	4.41	-	4.33	-	4.60	-
4. วิธีการเคลื่อนย้ายสัตว์มาขาย จ้างรถบรรทุกสัตว์	34	63.00	43	50.00	20	46.50	97	53.00
5. ระยะทางจากบ้านพักถึงตลาดนัด โค-กระบือเฉลี่ย (กิโลเมตร)	92.50	-	65.68	-	62.23	-	72.79	-
6. ด้านที่ใช้บริการ								
1) ด้านขายโคกระบือ	54	100.00	86	100.00	43	100.00	183	100.00
2) ใช้บริการร้านอาหาร	47	87.03	83	96.51	42	97.67	172	93.99

ตารางที่ 4 การใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือของเกษตรกรผู้ให้บริการ (ต่อ)

การใช้บริการตลาดนัดโค-กระบือ	ร้อยละ (n=54)		ขอนแก่น (n=86)		มหาสารคาม (n=43)		รวม (n=183)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7. ต้นทุนเฉลี่ยในการนำสัตว์มาขาย ต่อนัดในปี 2549 (บาท/ตัว)								
1) โค	11,612.78	-	10,441.29	-	13,330.80	-	10,744.53	-
2) กระบือ	15,152.02	-	13,309.99	-	13,390.44	-	14,130.97	-
8. ราคาขายสัตว์ที่ได้รับในปี 2549 (บาท/ตัว)								
1) ราคาขายโคที่ได้รับ	12,301.06	-	11,088.01	-	10,861.04	-	11,375.04	-
2) ราคาขายกระบือที่ได้รับ	15,809.52	-	13,902.77	-	13,944.44	-	14,744.79	-
9. ประมาณการณ้้น้ำหนักสัตว์ที่นำ มาขาย ในปี 2549 (กิโลกรัม/ตัว)								
1) น้ำหนักโคที่นำมาขาย	252.17	-	243.03	-	229.51	-	242.36	-
2) น้ำหนักกระบือที่นำมาขาย	386.90	-	322.22	-	252.22	-	356.14	-

ตารางที่ 5 ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรในการใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบ
ของตลาดนัดโค-กระบือ

ส่วนประกอบของตลาด	ร้อยเอ็ด (n = 54)			ขอนแก่น (n = 86)			มหาสารคาม (n = 43)			รวม (n = 183)		
	mean	S.D.	ความ หมาย	mean	S.D.	ความ หมาย	mean	S.D.	ความ หมาย	mean	S.D.	ความ หมาย
1. สถานที่บริการและ สภาพแวดล้อมการบริการ												
1) ตลาดนัดโค-กระบือ ตั้งอยู่ชิดถนนสายหลักทำ ให้การคมนาคมสะดวก	2.56	0.66	มาก	2.45	0.60	มาก	2.28	0.26	น้อย	2.44	0.68	มาก
2) มีท่าเทียบรถบรรทุก สัตว์ไว้บริการอย่างเพียงพอ	2.39	0.78	มาก	2.74	0.43	มาก	1.53	0.66	ไม่มี	2.36	0.77	มาก
2. บุคลากรผู้ให้บริการ												
1) กำหนดวันและเวลา เปิดดำเนินการ	2.87	0.39	มาก	2.85	0.39	มาก	2.79	0.46	มาก	2.84	0.40	มาก
2) สามารถควบคุมการ ซื้อขายและแก้ไขปัญหาที่ เกิดขึ้นระหว่างการซื้อขาย ได้เป็นอย่างดี	2.76	0.54	มาก	1.81	0.60	น้อย	2.89	0.25	มาก	2.83	0.42	มาก

ตารางที่ 5 ระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรในการใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบ
ของตลาดนัด โค-กระบือ (ต่อ)

ส่วนประกอบของตลาด	ร้อยเอ็ด (n = 54)			ขอนแก่น (n = 86)			มหาสารคาม (n = 43)			รวม (n = 183)		
	mean	S.D.	ความ หมาย	mean	S.D.	ความ หมาย	mean	S.D.	ความ หมาย	mean	S.D.	ความ หมาย
3) กำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับได้อย่างเหมาะสม	2.31	0.72	น้อย	1.78	0.71	น้อย	1.81	0.79	น้อย	1.95	0.76	น้อย
4) จัดวางสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ให้บริการได้อย่างเหมาะสม	1.96	0.72	น้อย	2.35	0.64	มาก	2.07	0.82	น้อย	2.17	0.73	น้อย
3. กระบวนการบริการด้านการ การซื้อขาย												
1) พนักงานและเจ้าหน้าที่ อำนวยความสะดวก ตลอดการซื้อขาย	1.94	0.83	น้อย	1.41	0.56	ไม่มี	1.88	0.66	น้อย	1.68	0.71	น้อย
2) การให้บริการในแต่ละ ขั้นตอนรวดเร็ว	2.30	0.79	น้อย	1.64	0.63	ไม่มี	1.72	0.73	น้อย	1.85	0.76	น้อย
3) การฉีดวัคซีนควบคุม ป้องกันโรคระบาด	2.44	0.71	มาก	1.67	0.83	น้อย	2.77	0.52	มาก	2.16	0.87	น้อย
4) เอกสารการซื้อขายมี ความชัดเจนถูกต้องอ้างอิง ทางกฎหมายได้	2.41	0.71	มาก	2.08	0.57	น้อย	2.70	0.49	มาก	2.32	0.64	น้อย
4. ด้านปัจจัยสนับสนุน การดำเนินงาน												
1) พ่อค้าที่มาซื้อสัตว์												
(1) พ่อค้าที่มาซื้อสัตว์ แต่ละประเภทมาก	2.96	0.19	มาก	2.84	0.40	มาก	2.88	0.32	มาก	2.89	0.33	มาก
(2) จำนวนพ่อค้าซื้อ สัตว์รายใหญ่มาก	2.31	0.79	น้อย	2.91	0.36	มาก	2.21	0.86	น้อย	2.57	0.72	มาก
(3) พ่อค้าซื้อสัตว์แต่ละ รายมีกำลังซื้อมาก	2.78	0.46	มาก	2.72	0.54	มาก	2.84	0.37	มาก	2.77	0.48	มาก
2) ธุรกิจจำหน่ายอาหาร สถานที่จำหน่าย อาหารเหมาะสม	1.44	0.71	ไม่มี	2.14	0.81	น้อย	1.56	0.59	ไม่มี	1.80	0.80	น้อย

หมายเหตุ : การแปลความหมายค่าเฉลี่ย 2.34 – 3.00 จัดว่าเป็นมูลเหตุในการตัดสินใจมาก
1.67 – 2.33 จัดว่าเป็นมูลเหตุในการตัดสินใจน้อย
1.00 – 1.66 จัดว่าไม่เป็นมูลเหตุในการตัดสินใจ

เอกสารอ้างอิง

กลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์. 2542. ตลาดนัดโค-กระบือและตลาดนัดสัตว์ปีก ปี 2542. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาการปศุสัตว์และถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

กลุ่มวิจัยเศรษฐกิจการปศุสัตว์. 2549. ตลาดนัดโค-กระบือและตลาดนัดสัตว์ปีก ปี 2549. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาการปศุสัตว์และถ่ายทอดเทคโนโลยี กรมปศุสัตว์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

กำพลศักดิ์ วงศ์นารี. 2549. สภาพการจัดการตลาดนัดโค-กระบือที่มีประสิทธิผลการดำเนินงาน: กรณีศึกษา ตลาดนัดโค-กระบือชมพูบุตร ต.รอบเมือง อ. เมือง จ.ร้อยเอ็ด. สัมมนา 2. สาขาส่งเสริมการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

บุญธรรม จิตต่อนันต์. 2540. ส่งเสริมการเกษตร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

พิภพ อุดม. 2537. ความพึงพอใจของลูกค้า: ทำไมและอย่างไร. หนังสือที่ระลึกเนื่องในโอกาสครบรอบ 55 ปี เอื้องฟ้า 55. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุชิน นิมไทย. 2536. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจทำการเกษตรผสมผสานของเกษตรกรในเขตชลประทานจังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุรัช สุวรรณลี. [ม.ป.ป.]. เอกสารประกอบการสอนการตลาดของโคเนื้อและกระบือ. [ม.ป.ท.] : คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

เสาวภา ธรรมบุตร. 2525. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจประกอบอาชีพครู : ศึกษาเฉพาะกรณีนักศึกษาครูในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมวิทยาและมนุษยศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนวัตน ศุภชุตikul. 2541. การพัฒนาคุณภาพบริการเพื่อความอยู่รอดของบริการในภาครัฐ: เอกสารประกอบการบรรยายแก่ผู้อำนวยการโรงพยาบาลศูนย์. โรงพยาบาลทั่วไปของกองโรงพยาบาลภูมิภาค. กรุงเทพฯ: [ม.ป.พ.].

William, W. Reader. 1974. Some Aspects of the Informal Social Participation of Farm Families in New York State. Cornell University. (Unpublished Ph.D.Dissertation).