

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของเกษตรกรจังหวัดขอนแก่นที่นำข้าวเปลือกมาขายต่อการให้บริการของตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่นในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แนวคิดเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตลาดกลางสินค้าเกษตร
3. สภาพทั่วไปของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.)

สาขาตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดในการศึกษา

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

1. ความหมายของความพึงพอใจ

เอนก ทิพย์บรรจง (2544 : 23) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับในสิ่งที่ต้องการตามความคาดหวัง หรือเป็นสภาพความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลที่มีต่อการใช้บริการตามที่คาดหวังมากกว่าที่คาดหวังหรือน้อยกว่าที่คาดหวังอาจเปลี่ยนแปลงได้โดยขึ้นกับระยะเวลาหรือสภาพแวดล้อม โดยที่บุคคลในที่นี้หมายถึง ผู้ใช้บริการ (เกษตรกร) ในการขายผลผลิตข้าวที่ตลาดกลางสินค้าเกษตร ธ.ก.ส. และสิ่งที่ต้องการหมายถึงบริการ หรือเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริการด้านต่าง ๆ ของตลาดกลางสินค้าเกษตร ธ.ก.ส. ขอนแก่น

บังอร ควรประสงค์ (2544 : 26) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ ความพึงพอใจย่อมมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของบุคคลที่ได้รับ

วีระศักดิ์ ทิพวงษ์ (2545 : 7) กล่าวว่า ความพึงพอใจตรงกับภาษาอังกฤษว่า Satisfaction ซึ่งมีความหมายโดยทั่ว ๆ ไป ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่ง

หนึ่ง ความหมายของความพึงพอใจในบริการ สามารถจำแนกออกเป็น 2 ความหมาย ใน ความหมายที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ (Consumer satisfaction) และความพึงพอใจในงาน (Job satisfaction) ของผู้ให้บริการ

กฤษดา ว่องวรภัทร์ (2546 : 16) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นความชอบของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งสามารถลดความตึงเครียดและตอบสนองความต้องการของบุคคลได้ทำให้เกิดความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น

พิชิต บุตรศรีสวย (2545 : 11) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกชอบ ความรัก ความยินดียอมรับ และการมีเจตนาที่ดีต่อการปฏิบัติงาน ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกรวมของบุคคลที่มีต่อการทำงานในเชิงบวก เป็นความสุขของบุคคลต่อการปฏิบัติงาน ทำให้เกิดความกระตือรือร้น มุ่งมั่น มีความคิดสร้างสรรค์และมีกำลังใจต่อการปฏิบัติงานส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน จนบรรลุผลสำเร็จขององค์กร

อรนภา มุ่งโนนบ่อ (2549 : 40) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบ ยินดี หรือพอใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเกิดขึ้นจากการได้รับการตอบรับ ซึ่งความพึงพอใจที่ได้รับจากการบริการให้สามารถเกิดขึ้นได้ในหลายวิธีและอาจเกิดขึ้นก่อนการใช้บริการ ระหว่างการใช้บริการ และหลังการใช้บริการก็ได้

นภดล ต้นตยานุสรณ์ (2550 : 22 - 23) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็น เรื่องที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลกับบุคคล บุคคลกับกลุ่มสังคมหรือมวลชน หรือบุคคลกับสิ่งของต่าง ๆ ที่มีทัศนคติต่อสิ่งเหล่านั้น ซึ่งอาจเป็นสิ่งพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจก็ได้ โดยใช้สติปัญญาหรือความรู้ (Cognition) ความรู้สึก (Feeling) และการปฏิบัติ (Psychomotor) มาเป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจของตนเอง การตัดสินใจจะมีประสิทธิภาพมากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมของบุคคลเหล่านั้น

คเชนพงษ์ สุมาลย์โรจน์ (2550 : 19) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบ เห็นด้วย ประทับใจ ภูมิใจ ยินดีในสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง ความพึงพอใจก่อให้เกิดความร่วมมือร่วมใจความเข้าใจอันดีต่อกัน ความสามัคคีในหมู่คณะ และเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้การดำเนินงานประสบผลสำเร็จ

ประภาส ไชยทุม (2551 : 7) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นเรื่องเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึกและทัศนคติของบุคคลอันเนื่องมาจากสิ่งเร้าและสิ่งจูงใจ เป็นสภาพความรู้สึก ชอบ พอใจต่อบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งจะปรากฏทางพฤติกรรมและองค์ประกอบที่สำคัญในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของบุคคล

เจษฎา ภูสำเภา (2549 : 31) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้น เป็นไปในทางบวกหรือทางลบ การตอบสนองความต้องการหรือได้รับสิ่งตอบแทนที่คาดหวังไว้ ถ้าสิ่งใดที่สร้างให้ความรู้สึกผิดหวังก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

ยุทธพร จีระออน (2552 : 69) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกทัศนคติหรือเจตคติของบุคคลที่มีต่อผลงานหรือกิจกรรมซึ่งสามารถเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งถ้าเป็นในทางบวกคือได้รับความสำเร็จตามความต้องการหรือตอบสนองความต้องการที่ตั้งไว้ แต่ถ้าเป็นในทางลบจะมีผลทำให้เกิดความไม่พึงพอใจหรือเกิดผลเสียต่อกิจกรรม

บังอร ไชยศิริรินทร์ (2552 : 9) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งบุคคลจะมีความรู้สึก รัก ชอบ ยินดี และมีความสุขเมื่อได้รับผลจากกิจกรรมนั้นหรือเมื่อกิจกรรมนั้น ๆ บรรลุเป้าหมายความต้องการของตนเอง

ไพรวลัย ศรีสุราช (2552 : 27) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกและทัศนคติของบุคคลในทางบวก ความชอบ ความสบายใจ ความสุขใจต่อสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ

ทัศนาศา เมืองครุฑ (2552 : 29) ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจคือ ความรู้สึกที่บุคคลแสดงออกมาหลังจากที่ได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการว่าเป็นไปในที่ที่ต้องการหรือไม่และเป็นความรู้สึกที่อาจมีการทดลองหรือเพิ่มขึ้นจากการประเมินผลการตอบสนองของสิ่งเร้าต่าง ๆ

วิชัย สายรักษา (2552 : 14) ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพอารมณ์ความรู้สึกซึ่งจัดว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของแต่ละคน ที่เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้

สรุป ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่เกิดขึ้นจากอารมณ์ความต้องการที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางบวกและอารมณ์ความไม่ต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางลบที่ส่งผลถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการตัดสินใจในการกระทำกรอย่างใดอย่างหนึ่ง

2. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

วีระศักดิ์ ทิพนงษ์ (2545 : 8) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการณั้แสดงออกเกิดจากการประเมินประสบการณ์ซื้อและการใช้สินค้าและบริการ

กมล กิจงานนท์ (2546 : 13 – 14) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าว่า ความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต มีองค์ประกอบใหญ่ ๆ 3 ส่วน ได้แก่

2.1 คุณภาพสินค้าและบริการ (Quality Product & Service) ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้า เมื่อลูกค้ารับรู้ว่าคุณภาพสินค้าหรือบริการที่ได้มามีคุณภาพดี ก็จะรู้สึกพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น โดยทั่วไปลูกค้าจะดูคุณภาพจากรายละเอียด หรือตัวอย่างของสินค้าหรือบริการ

2.2 ราคา (Price) เป็นส่วนประกอบที่ 2 ที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เมื่อลูกค้าได้เปรียบเทียบความยุติธรรมของราคา ลักษณะของสินค้าและเห็นว่ามียุทธศาสตร์ที่เหมาะสม ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ แต่เมื่อลูกค้ารู้สึกว่าสินค้านั้นไม่เหมาะสมกับราคาก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ

2.3 ภาพลักษณ์ร่วม (Corporate image) เป็นส่วนที่การมีภาพลักษณ์ร่วมกันควรเป็นที่รู้จักกันทั้งการดำเนินธุรกิจทั่วไป การมีคุณธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

อรนภา มุ่งโนนบ่อ (2549 : 42) กล่าวว่า ความพึงพอใจผู้รับบริการ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามที่ปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ค้นแปรได้ตามปัจจัยแวดล้อมที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับ ความคาดหวังของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ ช่วงเวลาหนึ่งบุคคลอาจจะไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่ง เพราะไม่เป็นไปตามที่คาดหวังแต่ในช่วงหนึ่งหากสิ่งคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนอง

เจตสุดา แสงสว่าง (2550 : 30) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็น ความรู้สึกหรือความคิดเห็นในทางที่ดีของผู้รับบริการที่เกิดจากประสบการณ์ที่เข้าไปใช้บริการ และสามารถตอบสนองความต้องการหรือบรรลุนสิ่งที่เขาคาดหวัง

สรุป ความพึงพอใจของผู้รับบริการ หมายถึง การที่ได้รับการตอบสนองในสินค้าหรือบริการตามความต้องการภายใต้ความรู้ที่เกิดจากสิ่งที่ตั้งใจในสินค้าและบริการที่ตนปรารถนาในเรื่องต้น

3 ความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ

สุทธิชาติ อำนวยรัตน์ (2543 : 13) ความพึงพอใจในบริการ หมายถึง ภาพการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการและความพึงพอใจของผู้ให้บริการ

วีระศักดิ์ ทิพวงษ์ (2545 : 8) ความพึงพอใจในงานหมายถึง ปฏิบัติการตอบสนองทางอารมณ์และความรู้สึกในทางบวก อันเป็นผลมาจากคุณค่าที่ได้รับจากการเปรียบเทียบการรับรู้สิ่งที่ได้รับการบริการในระดับที่เป็นไปตามความคาดหวังที่บุคคลปรารถนาหรือคาดว่าจะได้รับ

วีระศักดิ์ ทิพวงษ์ (2545 : 9) ความพึงพอใจในการทำงานหมายถึง ความรู้สึกที่ชอบและเต็มใจพร้อมที่จะปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นความรู้สึกที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองต่อความต้องการของตนเองอย่างดีหรือสมบูรณ์ที่สุด

ศิวัช ฟูบินทร์ (2551 : 8) ความพึงพอใจในการทำงานเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่จะส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานและส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ องค์การใดก็ตามหากบุคคลในองค์การไม่มีความพึงพอใจในการทำงานก็จะเป็นมูลเหตุหนึ่งที่ทำให้ผลงานและการปฏิบัติงานต่ำ คุณภาพของงานลดลงเมื่อมีการขาดงาน ลาออกจากงาน หรืออาจก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรมและปัญหาทางวินัยอีกด้วย ในทางตรงกันข้าม หากบุคลากรในองค์การมีความพึงพอใจในงานแล้วย่อมก่อให้เกิดความผูกพัน กระตือรือร้น มุ่งมั่นทุ่มเทความรู้ความสามารถของตนอย่างเต็มที่เพื่อความสำเร็จ

สรุป ความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการ หมายถึง ความสำเร็จจากการกระทำที่ตอบสนองความตั้งใจให้บริการที่เกิดจากความรู้สึกในทางบวกส่งผลสำเร็จตามความต้องการที่คาดการณไว้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตลาดกลางสินค้าเกษตร

การตลาด ได้พัฒนามาอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลายาวนานและมีผู้ให้ความหมายหรือนิยามของการตลาดไว้เป็นจำนวนมาก เช่น (ศุภฤกษ์ วงศ์สาม, 2553 : เว็บไซท์)

ปีเตอร์ ดรักเกอร์ (Peter Drucker) การตลาดคือความพยายามทำให้การขายขยายกว้างออกไปและด้วยความรวดเร็วที่สุด.

วิลเลียม เจ สแตนตัน (William J. Stanton) การตลาด หมายถึงกิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมดที่สามารถส่งผลกระทบระหว่างกันได้เช่น การกำหนดราคา การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ และการส่งเสริมการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าทั้งในปัจจุบันและผู้คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าในอนาคต.

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา การตลาด หมายถึงกระบวนการวางแผนและบริหารในด้านแนวความคิดการกำหนดราคาการส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคได้รับความสุข ความพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

แม็กคาร์ธี (McCarthy) การตลาด หมายถึงกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าหรือบริการผ่านจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคเพื่อสนองความต้องการและทำความพอใจให้กับผู้บริโภคตลอดจนเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของบริษัทด้วย

ฟิลลิป ค็อตเลอร์ (Philip Kotler.) การตลาด หมายถึงการหาและการสนองความต้องการของมนุษย์ของสังคม และยังให้คำนิยามของการตลาดที่สั้นไปกว่านี้อีกว่า การตลาด หมายถึง การตอบสนองความต้องการที่เป็นประโยชน์

นอกจากนี้นักปราชญ์หลายท่าน ได้ให้ความหมายของตลาด ไว้ดังนี้

1. บุคคลทั่วไปเข้าใจความหมายของตลาดว่า ตลาด หมายถึงสถานที่ ที่ใช้ในการซื้อขายสินค้าและบริการ

2. นักเศรษฐศาสตร์ ให้ความหมายของตลาด ไว้ว่า

2.1 ตลาด หมายถึง กิจกรรมการซื้อขายระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายทั้งสิ้นของผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง

2.2 ตลาด หมายถึง กลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้ขายโดยทั่วไป เป็นผู้ผลิตและผู้บริโภคมาทำการต่อรองเพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ

2.3 ตลาด หมายถึง ตลาดที่ถูกจำแนกประเภทตามพฤติกรรมผู้ผลิต ผู้ซื้อ

และพฤติกรรมระหว่างผู้ผลิตด้วยกัน รวมทั้งคุณลักษณะของสินค้าที่ขายในตลาดนั้นด้วย

3. นักการตลาด ให้ความหมายของตลาด ไว้ดังนี้

3.1 ตลาด หมายถึง บุคคลที่มีความจำเป็นหรือต้องการผลิตภัณฑ์ มีอำนาจซื้อหรือมีเงิน และมีความพอใจที่จะจับจ่ายใช้สอย

3.2 ตลาด หมายถึง กลุ่มของบุคคลและองค์กรซึ่งมีอำนาจซื้อและมีการปฏิบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

3.3 ตลาด หมายถึง ความต้องการรวมของผู้ซื้อ

จากความหมายของตลาดที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่ากิจกรรมด้านการตลาดในปัจจุบันมีความสลับซับซ้อนและเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว งานด้านการตลาดมีการเปลี่ยนแปลงจากที่เคยขายสินค้าและบริการเพียงเพื่อหวังแต่ผลกำไรอย่างเดียวมาเป็นการตลาดที่มุ่งหวังความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น ผู้บริหารตลาดที่สามารถดำเนินการบริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ ทางด้านการตลาดได้เหมาะสม นำไปสู่การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด จะเป็นผู้ประสบความสำเร็จในการประกอบกิจกรรมด้านการตลาดได้ ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินกิจกรรมด้านการผลิต การจัดจำหน่าย และการบริโภค ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ได้มีการพัฒนาให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา จากสิ่งต่างๆ ที่มนุษย์คิดค้นขึ้น ทั้งทางด้านวิชาการ ด้านเทคโนโลยี และด้านการสื่อสาร การกำหนดขอบเขตของตลาดด้านผู้ซื้อและผู้ขายภายใต้การแข่งขันเข้ามาใช้ในการพัฒนา ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สัมพันธ์กับการตลาดซึ่งนักการตลาดสมัยใหม่ต้องวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคก่อนการผลิตสินค้าและบริการออกจำหน่าย และเมื่อขายสินค้าได้แล้วกิจกรรมด้านการตลาดยังไม่สิ้นสุดจะต้องทำให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจสูงสุดอีกด้วย

ตลาดมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์ การยกระดับความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสังคมทำให้เกิดการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันอย่างเป็นระบบ มนุษย์แต่ละคนสามารถประกอบอาชีพตามที่ตนเองถนัดและใช้ความรู้ความสามารถของแต่ละคนได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ การตลาดมีบทบาทต่อความเจริญเติบโตและพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาหาสิ่งใหม่ๆ มาสนองตอบความต้องการของตลาดและสังคม ทำให้ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้หลายทางสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค

1. แนวคิดตลาดกลางสินค้าเกษตร

สืบเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 กำหนดให้การเสริมสร้างประสิทธิภาพด้านการตลาดและการกระจายผลผลิตไปสู่ตลาด และการเตรียมความพร้อมเพื่อแสวงหาโอกาสจากการค้าเสรีให้สามารถสร้างกลไกเชื่อมโยงระหว่างตลาดท้องถิ่น ตลาดกลางสินค้าเกษตรในระดับภูมิภาค ให้มีขีดความสามารถรองรับความเปลี่ยนแปลงได้อย่างกว้างขวางอันเป็นส่วนหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์หนึ่งเพื่อสร้างระบบการแข่งขันด้านการค้าและการลงทุนให้เป็นธรรมและคำนึงถึงผลประโยชน์ของประเทศรวมทั้งสร้างกลไกในการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนาสู่ประชาชนในทุกภาคส่วนอย่างเป็นธรรม ประกอบกับกระทรวงพาณิชย์มีกรอบนโยบายในการสร้างความเข้มแข็งของระบบเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศ สร้างเสถียรภาพราคาสินค้าเกษตร (Agricultural price) ที่มีความเป็นธรรมต่อผู้ผลิต ผู้บริโภค และระบบเศรษฐกิจ สะท้อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวนโยบายของรัฐบาลในภาคเศรษฐกิจระบบตลาดมีนโยบายที่จะให้กลไกการตลาดสามารถดำเนินการได้อย่างเต็มที่ และอาศัยกลไกการตลาดเสรีเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันด้วยความเป็นธรรม ในช่วงที่ผ่านมาสินค้าเกษตรของไทยมักประสบปัญหาความผันผวนของราคา บางพื้นที่เป็นแหล่งผลิตสำคัญ ผลผลิตมีปริมาณมาก มีปัญหาในการรวบรวมและกระจายผลผลิต ขาดสถานที่ในการรองรับ และกระจายสินค้าอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม ทำให้ภาครัฐต้องใช้จ่ายเพื่อแก้ไขปัญหาปีละมาก ๆ ดังนั้น ภาครัฐจึงต้องเตรียมความพร้อมเพื่อแก้ไขปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม มีรูปแบบวิธีการที่ชัดเจนเป็นมาตรฐาน กรมการค้าภายในในฐานะหน่วยงานรับผิดชอบด้านการส่งเสริมและพัฒนาตลาดสินค้าเกษตรซึ่งได้ให้การส่งเสริมเอกชนจัดตั้งและดำเนินการตลาดกลางสินค้าเกษตรเพื่อเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมและกระจายสินค้าที่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก ได้มีแหล่งซื้อขายที่ให้ความเป็นธรรมด้วยบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐานเพื่อให้ตลาดกลางเป็นเครื่องมือหนึ่งในการช่วยเหลือแก้ไขปัญหาราคาสินค้าเกษตรในระยะยาวอย่างถูกวิธี และมีรูปแบบมาตรฐานชัดเจนซึ่งจะพัฒนาให้เกษตรกรสามารถช่วยเหลือตนเองได้โดยไม่ต้องพึ่งภาครัฐรองรับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงในยุคการค้าเสรีได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล

การจัดทำรูปแบบทางธุรกิจ (Business model) มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดรูปแบบการดำเนินงานของตลาดกลางสำหรับใช้เป็นกรอบในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาตลาดกลาง

สินค้าเกษตรในประเทศไทย โดยแยกตลาดกลางออกเป็น 3 ระดับ คือ ตลาดกลางระดับท้องถิ่น ตลาดกลางระดับภูมิภาคและตลาดกลางระดับประเทศ และครอบคลุมผลิตผลทางการเกษตร 4 ประเภท ประกอบด้วย พืชไร่ ปศุสัตว์ ผักและผลไม้ สัตว์น้ำ รวมถึงการพิจารณาจัดตั้งตลาดกลางสำหรับผลิตผลทางการเกษตรประเภทดอกไม้เพิ่มเติม ทั้งนี้ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินงานของตลาดกลางสินค้าเกษตร

2. รูปแบบทางธุรกิจของตลาดกลางแยกตามระดับ

รูปแบบทางธุรกิจของการตลาดกลางแยกตามระดับ ดังนี้ (กรมการค้าภายใน, 2553 : เว็บไซต์)

2.1 ตลาดกลางระดับประเทศทำหน้าที่หลักเป็นตลาดกลางปลายทางกระจายสินค้าที่รวบรวมจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนระหว่างภูมิภาค เพื่อจำหน่ายในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแหล่งบริโภคที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ และเพื่อการส่งออก โดยผู้ซื้อและผู้ขายประกอบด้วยคู่ค้าขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพด้านการเงินสูงเนื่องจากเป็นตลาดที่มีการซื้อขายจำนวนมาก จุดเด่นของตลาดกลางระดับประเทศ คือ เป็นสถานที่ให้ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อสินค้าที่หลากหลายจากหลายภูมิภาคได้ในคราวเดียวกัน ตลาดกลางระดับประเทศจะต้องเป็นศูนย์กลางของการกระจายผลผลิตระหว่างภูมิภาค และการส่งออก แต่จะไม่รวมตลาดค้าส่งรอบกรุงเทพมหานคร ที่ดำเนินการในลักษณะตลาดกลางที่ไม่มีรูปแบบการกระจายสินค้าไปยังภาคอื่น หรือไปยังลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2.2 ตลาดกลางระดับภูมิภาค เป็นตลาดใหญ่ของภูมิภาคที่ทำหน้าที่เป็นทั้งตลาดต้นทางและตลาดปลายทาง ในแง่ของการเป็นตลาดต้นทางนั้น ตลาดกลางระดับภูมิภาคทำหน้าที่รวบรวมผลิตผลในพื้นที่หรือจากจังหวัดต่าง ๆ ในภูมิภาคเพื่อส่งต่อไปยังตลาดกลางในภูมิภาคอื่นหรือตลาดกลางระดับประเทศกระจายสินค้าต่อไป และในขณะเดียวกันตลาดกลางระดับภูมิภาคอาจทำหน้าที่หลักเป็นตลาดปลายทางสำหรับกระจายสินค้าต่อไปยังพ่อค้าคนกลางและผู้บริโภคในพื้นที่โดยหลักการแล้ว ตลาดกลางระดับภูมิภาคที่มีบทบาทหลักเป็นตลาดต้นทางควรตั้งอยู่ใกล้แหล่งผลิต ในขณะที่ตลาดกลางที่มีบทบาทหลักเป็นตลาดปลายทางควรอยู่ใกล้แหล่งบริโภค ตลาดกลางระดับภูมิภาคมีปริมาณสินค้าความหลากหลายของสินค้า จำนวนและความหลากหลายของผู้ซื้อผู้ขายมากกว่าตลาดกลางระดับท้องถิ่น โดยผู้ขายผลิตผลในตลาดระดับนี้ส่วนใหญ่ประกอบด้วย กลุ่มขายพืชผลของเกษตรกร พ่อค้าระดับท้องถิ่นที่รวบรวมสินค้ามาจากเกษตรกรหรือตลาดกลางระดับท้องถิ่น ส่วนผู้ซื้อผลิตผลประกอบด้วย พ่อค้าขายส่ง โรงงานแปรรูป ไปจนถึงผู้ส่งออก เพื่อรวบรวมสินค้าและ

กระจายสู่ผู้ขายรายย่อยในประเทศ ผู้ขายในระดับประเทศ โรงงานแปรรูป ตลาดกลาง ระดับประเทศ และส่งออกไปยังต่างประเทศ

2.3 ตลาดกลางระดับท้องถิ่นทำหน้าที่เป็นตลาดต้นทางรวบรวมรับซื้อ ผลผลิตทางการเกษตรที่ผลิตจากท้องถิ่นนั้นหรือบริเวณใกล้เคียงกับที่ตั้งของตลาดกลาง เช่น จากอำเภอต่าง ๆ ภายในจังหวัดเดียวกัน เป็นต้น โดยผู้ขายอาจจะเป็นเกษตรกร สหกรณ์ การเกษตรหรือผู้รวบรวมสินค้ารายย่อยในระดับท้องถิ่นและผู้ซื้อประกอบด้วย ผู้บริโภคในท้องถิ่น ผู้ค้าระดับท้องถิ่นหรือระดับที่สูงกว่าเข้ามาซื้อสินค้า เพื่อกระจายต่อไปยังตลาดระดับภูมิภาคระดับประเทศ หรือตลาดส่งออกต่อไป

เพื่อให้การดำเนินการซื้อขายข้าวที่ตลาดกลางสินค้าเกษตรเป็นไปด้วยความเรียบร้อยบริสุทธิ์ยุติธรรมทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย และเป็นการรักษาภาพลักษณ์ของตลาดกลางฯ ซึ่งเป็นสถานที่ของทางราชการที่ต้องอำนวยความสะดวกและกำกับกำกับการซื้อขายให้เกิดความเป็นธรรมสูงสุด ผู้ซื้อขายต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การใช้ตลาดกลางฯ ดังนี้ (สุทธิชาติ อำมาตย์ หิน, 2543 : 31 - 32)

2.3.1 การซื้อขายเป็นลักษณะการประมูล ให้ขายแบบเสรี

2.3.2 การซื้อขายในบริเวณที่ตลาดกลางฯ กำหนดเท่านั้น

2.3.3 การซื้อขายควรสอบถามราคากับผู้ซื้อหลายรายก่อนตัดสินใจ

2.3.4 การซื้อขายเมื่อยังไม่ตกลงราคาขาย ผู้ซื้อไม่ควรลงราคาในใบซื้อขาย

2.3.5 เมื่อผู้ขายตกลงขายแล้วให้ผู้ซื้อลงราคาไว้ในใบซื้อขาย และห้ามผู้

ซื้อรายอื่นซื้อหรือบอกตัดราคา

4. เมื่อตกลงขายให้ผู้ซื้อรายใดแล้วถือว่าการขายสิ้นสุด

5. การซื้อขายที่ตลาดกลางฯ จะซื้อขายตามคุณภาพ คุณภาพดีก็จะได้ราคาดีและคุณภาพไม่ดีจะได้ราคาลดหลั่นกันลงมา

6. กรณีผลผลิตเสื่อมคุณภาพหรือมีสิ่งเจือปนมากให้แจ้งพนักงานตลาดกลางฯ ทราบก่อนเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นภายหลัง

7. ราคาซื้อขายเปลี่ยนแปลงตามสภาวะตลาด

8. เมื่อตกลงราคาซื้อขายแล้วให้จัดทำใบรับเงินกับพนักงานตลาดกลางฯ ก่อนนำรถขึ้นชั่งน้ำหนักทุกครั้ง

9. การตรวจสอบคุณภาพข้าวของพนักงานตลาดกลางฯ ถือว่าถูกต้องและสิ้นสุด

10. การใช้บริการโรงคลุม ย้ายกอง รวมกอง และบริการลานตาก ให้แสดงความประสงค์ต่อพนักงานตลาดกลางฯ ที่รับผิดชอบก่อน ผู้แสดงความประสงค์ก่อนจะได้รับพิจารณาก่อน ตลาดกลางฯ สงวนสิทธิ์ที่จะเรียกคืนโรงคลุมโดยแจ้งให้ผู้ใช้บริการทราบและคืนโรงคลุมภายใน 7 วัน

11. ห้ามกีดกันผู้ซื้อรายอื่น

12. กรณีเกิดปัญหาในการซื้อขายให้พนักงานตลาดกลางฯ เป็นผู้ตัดสิน

**สภาพทั่วไปของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาตลาดกลาง
สินค้าเกษตรขอนแก่น**

1. ประวัติของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

เมื่อปี พ.ศ. 2490 รัฐบาลได้ตั้งธนาคารเพื่อการสหกรณ์ขึ้น เพื่อทำหน้าที่เป็นแหล่งเงินทุน อำนวยสินเชื่อแก่สหกรณ์ทั้งหลายที่มีอยู่ในประเทศไทยขณะนั้น ธนาคารเพื่อการสหกรณ์ ดำเนินงานให้กู้เงินแก่สหกรณ์มาจนถึง พ.ศ. 2509 รัฐบาลจึงได้พิจารณาจัดตั้งธนาคารขึ้นใหม่ เพื่อทำหน้าที่แทนธนาคารเพื่อการสหกรณ์โดยมีเหตุผล ดังนี้ (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. 2553 : เว็บไซต์)

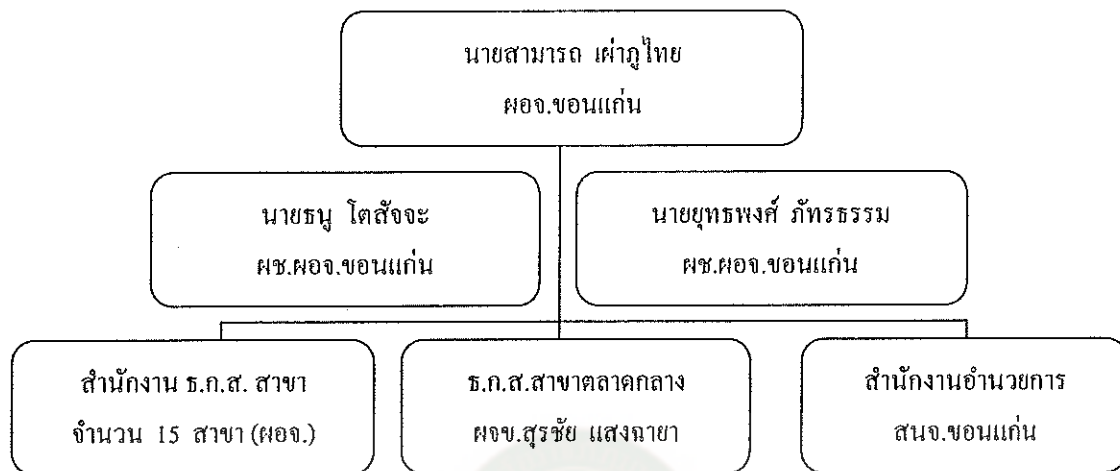
ธนาคารเพื่อการสหกรณ์ ไม่มีอำนาจในการให้เงินกู้แก่เกษตรกรที่ไม่ใช่สมาชิกสหกรณ์ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ธนาคารเพื่อการสหกรณ์ไม่ได้ทำหน้าที่ในการพิจารณาคำขอกู้ธนาคารเพื่อการสหกรณ์ไม่ได้ทำหน้าที่ให้สินเชื่อแบบกำกับแนะนำ และยังไม่มีหน่วยงานใดทำหน้าที่นี้ได้ การดำเนินงานและองค์การของธนาคารเพื่อการสหกรณ์ยังไม่ได้รับการรับรองจากต่าง ประเทศ จึงเป็นเหตุให้ กำลังเงินธนาคารไม่เพียงพอ ด้วยเหตุผลดังกล่าวรัฐบาลจึงได้จัดตั้ง ธ.ก.ส. ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2509 โดยให้เป็นสถาบันระดับชาติ มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการคลัง ทำหน้าที่อำนวยสินเชื่อให้แก่เกษตรกรอย่างกว้างขวางทั้งในด้านเกษตรกรโดยตรงและสถาบัน

2. โครงสร้างของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร

ธ.ก.ส. สาขาตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น จัดเป็นหน่วยงานสาขาหนึ่งของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาในระดับอำเภอ อยู่ภายใต้การดำเนินงานของสำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัดขอนแก่น มีผู้จัดการสาขาตลาดกลางสินค้าเกษตรและผู้ช่วยผู้จัดการสาขา เป็นผู้บริหารในองค์กร ปัจจุบันปีบัญชี 2553 (1 เมษายน 2553 – 31 มีนาคม 2554) มีพนักงานและลูกจ้าง ประกอบด้วย สายงานพัฒนารัฐกิจลูกค้า 9 คน สายงานการเงินและการธนาคาร 5 คน และสายงานธุรการ 14 คน การดำเนินงานต่าง ๆ ภายใต้นโยบายของธนาคารเพื่อตอบสนองการเป็นสถาบันการเงินที่มีหน้าที่ในการจัดหาเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อนำมาให้กู้แก่เกษตรกรและสถาบันเกษตรกร สำหรับใช้เป็นทุนในการดำเนินงาน เพื่อพัฒนาและปรับปรุงการเกษตรในด้านทรัพย์สิน วัสดุอุปกรณ์การเกษตรที่เกษตรกรยังขาดแคลน เพื่อเพิ่มทุนผลิตผลทางการเกษตรให้มากขึ้น อันเป็นการพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนส่วนใหญ่ที่เป็นเกษตรกร และช่วยเพิ่มปริมาณสินค้าเกษตรอันเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศและเพื่อสนองตอบทางเลือกในการตลาดแก่เกษตรกร เพื่อให้มีแหล่งซื้อขายข้าวเปลือกอย่างยุติธรรม ทั้งนี้ในการบริหารภายในตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น การวางแผน การพัฒนา การควบคุมและการให้บริการต่าง ๆ ทั้งทางด้านการเงิน การบริการด้านสินเชื่อและการบริหารตลาดข้าวเปลือกอยู่ภายใต้การบริหารของผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการสาขาตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น โดยมีพนักงานแต่ละแผนกปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายตามแผนและคุณลักษณะงานของแต่ละตำแหน่ง เพื่อนำแผนงาน ไปปฏิบัติตามบทบาทและหน้าที่เมื่อได้รับมอบหมายจากผู้จัดการ หรือผู้ช่วยผู้จัดการสาขาตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น ซึ่งมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากสาขาธนาคารที่มีภารกิจหลักในการให้บริการด้านการเงินแก่เกษตรกรและสถาบันเกษตรกร ในการบริการด้านการส่งเสริมธุรกิจตลาดกลางสินค้าเกษตร ด้านการจัดการตลาดซื้อขายข้าวเปลือก ซึ่งเป็นงานที่ธนาคารดำเนินการเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรในด้านการเป็นตัวกลางเชื่อมโยงการติดต่อซื้อขายข้าวเปลือกระหว่างเกษตรกรผู้ผลิตข้าวเปลือกกับหน่วยงานของรัฐหรือภาคเอกชนผู้รับซื้อข้าวเปลือก ตลอดจนให้การให้ความช่วยเหลือเกษตรกรในการปรับปรุงคุณภาพการผลิตข้าวเปลือก ตรวจสอบคุณภาพข้าวเปลือก ควบคุมการประมูลข้าวเปลือก เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมแก่เกษตรกรและผู้รับซื้อข้าวเปลือก ควบคุมระบบตาชั่งให้ได้มาตรฐานและเที่ยงตรง จ่ายค่าผลผลิตแทนผู้ซื้อให้กับเกษตรกรที่นำข้าวเปลือกมาขาย และเป็นศูนย์การเรียนรู้ให้กับเกษตรกร และองค์กรต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น สหกรณ์

การเกษตร และสหกรณ์ ฯ ภายใต้โครงสร้างการดำเนินงาน ของสำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัด
ขอนแก่น ตามแผนภาพที่ 1

โครงสร้าง ธ.ก.ส. สนจ.ขอนแก่น



แผนภาพที่ 1 โครงสร้างการดำเนินงาน สาขาทลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น

โครงสร้าง ธ.ก.ส. สาขาทลาดกลางสินค้าเกษตร ขอนแก่น



แผนภาพที่ 2 โครงสร้างการดำเนินงานของตลาดกลางสินค้าการเกษตร

ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาตลาดกลางสินค้าเกษตร
ขอนแก่น มีลักษณะการบริหารในรูปแบบการดำเนินงานที่เป็นส่วนหนึ่งของสาขาขึ้นตรงต่อ
สำนักงาน ธ.ก.ส. จังหวัดขอนแก่น เป็นผู้บังคับบัญชาโดยตรง แต่ในระดับองค์การผู้จัดการ
สาขาตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น เป็นผู้บังคับบัญชาและรับผิดชอบในการบริหารงาน
ภายใต้กฎระเบียบข้อบังคับที่ธนาคารกำหนด มีการแบ่งส่วนงานภายในสาขาตามสายการ
บังคับบัญชาได้แก่สายงานพัฒนาธุรกิจลูกค้า มีหน้าที่ดูแลควบคุมงานด้านสินเชื่อ งานด้าน
การพัฒนาลูกค้าและชนบท การตรวจคุณภาพข้าวเปลือก ควบคุมดูแลระบบต่าง ๆ ให้ได้
มาตรฐานและเที่ยงตรง การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด การบริหารจัดการศูนย์การเรียนรู้
ให้กับเกษตรกรและองค์กรต่าง ๆ การประชาสัมพันธ์การดำเนินงานด้านการตลาด
การส่งเสริมให้มีการซื้อขายข้าวเปลือกให้มีความยุติธรรม สายงานการเงินและการธนาคาร มี
หน้าที่ดูแลควบคุมงานด้านการเงิน งานด้านการบัญชี การวิเคราะห์ข้อมูลและตลาดทาง
การเงิน การรับจ่ายเงินตามระบบสถาบันการเงิน การรับจ่ายเงินตามระบบตลาดกลางซื้อขาย
ข้าวเปลือก การสำรองเงินรับจ่ายประจำวัน รายงานสภาพการซื้อขาย ภาวะราคาซื้อขาย
ข้าวเปลือกประจำวัน และเป็นผู้จ่ายเงินค่าผลผลิตแทนผู้ซื้อข้าวเปลือกที่รับซื้อประจำวัน
สายงานด้านธุรการ มีหน้าที่ดูแลควบคุมงานด้านเอกสาร ได้ตอบหนังสือภายนอกและภายใน
รับ - ส่ง รายงานราคาซื้อขายข้าวเปลือกประจำวันระหว่างส่วนงานภายในและส่วนงาน
ภายนอกที่เกี่ยวข้อง จัดบริการด้านยานพาหนะ รถตักข้าว การขึ้นลงข้าวเปลือกระหว่างผู้ขาย
และผู้ซื้อ การติดต่อประสานงานกรมกรลงข้าว ควบคุมดูแลข้าวเปลือกที่เข้ามาสู่ตลาดและ
ย้ายออกจากตลาด การจัดเอกสารที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน การดูแลรักษาความสะอาด
อาคารสำนักงาน โกดังเก็บข้าวเปลือก โกดังโรงอบข้าวเปลือก ลานตากข้าวเปลือก และระบบ
ตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น ทุกสายงานอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของผู้จัดการและ
ผู้ช่วยผู้จัดการ ธ.ก.ส. สาขาตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่นเป็นผู้บังคับบัญชา

2.1 นโยบายระดับองค์กร

การบริหารจัดการตลาดข้าวเปลือกของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
การเกษตร สาขาตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น มีนโยบายที่ต้องการช่วยเหลือเกษตรกรใน
ด้านการตลาดสินค้าเกษตรที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานดังนี้

2.1.1 เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดผลผลิตการเกษตรของเกษตรกรในภาคอีสานให้

เกษตรกรขายผลผลิตข้าวเปลือกกับผู้ซื้อโดยตรงในราคาที่เป็นธรรมเหมาะสมกับคุณภาพของผลผลิต โดยการซื้อขายทำในรูปการประมูลราคา เกษตรกรสามารถขายผลผลิตให้กับผู้ซื้อที่ให้ราคาสูงที่สุด

2.1.2 เพื่อส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ เพื่อสร้างความเข้มแข็งของลูกค้าและชุมชน ส่งเสริมให้เกษตรกรเชื่อมโยงการผลิตการตลาดอย่างเป็นระบบ

2.1.3 เพื่อสนองนโยบายรัฐบาลด้านการให้ความช่วยเหลือให้เกษตรกรในชนบทได้มีทางเลือกในการจำหน่ายผลผลิตในราคาที่เป็นธรรม

2.1.4 เกษตรกรได้รับเงินสดทันที

2.2 นโยบายด้านตลาดข้าวเปลือก

ตลาดข้าวเปลือกเป็นงานบริการ การซื้อขายข้าวเปลือก ของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สาขาตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น เป็นลักษณะงานบริการที่คอยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการในการซื้อขาย ประกอบด้วย

2.2.1 ผู้ขาย ได้แก่ เกษตรกรที่นำข้าวเปลือกมาขายที่ตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น ภายใต้นโยบายหลักขององค์กรที่ต้องการช่วยเหลือเกษตรกรทางด้านการตลาด แก้ไขปัญหาราคาผลผลิตการเกษตรของเกษตรกร ให้สามารถขายผลผลิต (ข้าวเปลือก) กับผู้ซื้อโดยตรงในราคาที่เป็นธรรมเหมาะสมกับคุณภาพของผลผลิต โดยการซื้อขายทำในรูปการประมูลราคา เกษตรกรสามารถขายผลผลิตให้กับผู้ซื้อที่ให้ราคาสูงที่สุด

2.2.2 ผู้ซื้อ ได้แก่ ผู้ซื้อข้าวเปลือก เจ้าของหรือตัวแทนของโรงสีข้าวในพื้นที่หรือพื้นที่อื่น สหกรณ์การเกษตร สหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดของลูกค้า ธ.ก.ส. ที่มีความต้องการซื้อข้าวเปลือกและต้องเป็นผู้ขึ้นทะเบียนกับ ธ.ก.ส. สาขาตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น ในการเข้าร่วมซื้อข้าวเปลือกโดยวิธีการประมูล การขึ้นทะเบียนเป็นผู้ซื้อข้าวเปลือก ณ ตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น ผู้ที่จะซื้อต้องนำเงินเข้าฝากไว้ในบัญชีผู้ซื้อก่อนที่จะทำการซื้อขาย เมื่อผู้ซื้อข้าวเปลือกนำเงินฝากไว้กับธนาคารแล้วสามารถเข้าร่วมซื้อข้าวเปลือกโดยวิธีการประมูล ณ ห้องซื้อขายข้าวเปลือก ในการซื้อข้าวเปลือก ผู้ซื้อจะซื้อข้าวเปลือกได้ไม่เกินวงเงินที่ฝากไว้กับธนาคาร ระบบการซื้อขายของธนาคารจะเชื่อมโยงกับระบบบัญชีเงินฝากของผู้ซื้อ หากจำนวนเงินที่ฝากไว้หมดระบบการซื้อขายจะไม่สามารถทำการซื้อขายต่อไปได้

2.2.3 ระบบการซื้อขายข้าวเปลือก นับว่าเป็นส่วนที่มีความสำคัญมาก การซื้อขายต้องเป็นไปตามนโยบายขององค์กรที่ต้องการให้การซื้อขายในราคาที่เป็นธรรมเหมาะสมกับคุณภาพของผลผลิต เกษตรกรสามารถขายผลผลิตให้กับผู้ซื้อที่ให้ราคาสูงที่สุด ในขณะที่เดียวกันราคาผลผลิตก็ต้องอ้างอิงตามกลไกของตลาดโลกและปริมาณข้าวเปลือกที่เข้าสู่ตลาดในแต่ละวัน การขึ้นลงของราคาซื้อขายข้าวเปลือกในแต่ละวันก็มีความผันผวนที่ขึ้นลงตามสภาวะการณ์ตลาด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรจังหวัดขอนแก่นที่นำข้าวเปลือกมาขายต่อการให้บริการของตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น เปรียบเทียบความพึงพอใจของเกษตรกรที่นำข้าวเปลือกมาขายในแต่ละอำเภอ และข้อเสนอแนะของเกษตรกรที่นำข้าวเปลือกมาขายที่ตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

เกรียงศักดิ์ ปัทมเรขา และคณะ (2538 : 36 – 37) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความแตกต่างในการขายผ่านตลาดกลางและตลาดท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต พบว่าความพึงพอใจที่ได้รับในส่วนที่เกี่ยวข้องกับชั้นยางที่ขายมีความแตกต่างกัน โดยร้อยละ 86 ของชาวสวนยางที่ขายผ่านตลาดกลางขายยางอยู่ในชั้น 1, 2 และ 3 ขณะที่ร้อยละ 93 ของชาวสวนยางที่ขายผ่านตลาดท้องถิ่นขายยางในชั้น 4 และ 5 ไม่มีผู้ใดขายยางชั้น 1 และ 2 แสดงให้เห็นว่าชาวสวนยางกลุ่มที่ขายผ่านตลาดท้องถิ่นยังไม่ได้ปรับปรุงคุณภาพยางให้ดีขึ้น กลุ่มที่ขายยางผ่านตลาดกลางได้ราคาสูงกว่ากลุ่มที่ขายผ่านตลาดท้องถิ่น เมื่อพิจารณาถึงความ เป็นธรรมที่ได้รับจากการขายยาง ร้อยละ 75 ของกลุ่มที่ขายยางผ่านตลาดกลางยอมรับว่ามี ความเป็นธรรมจึงเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการขายยางผ่านตลาดกลาง

สุทธิชาติ อำนวยรัตน์ (2543 : 69) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกร ในบริการตลาดข้าวของตลาดกลางผลิตผลเกษตรประจำตำบลในจังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษา พบว่า เหตุผลที่เกษตรกรใช้บริการตลาดข้าวของตลาดกลางฯ เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ความเชื่อถือศรัทธาการดำเนินงานของสหกรณ์ฯ ความต้องการที่จะสนับสนุนการ ดำเนินธุรกิจของสหกรณ์ฯ ความต้องการขจัดปัญหาการเอาเปรียบของพ่อค้าคนกลาง ความต้องการความสะดวกในการซื้อขาย ความต้องการความยุติธรรมในการชั่ง ตวง วัด

ความต้องการขายข้าวให้ได้ราคาสูงและความต้องการเงินเฉลี่ยคืนจากการขายข้าวให้สหกรณ์ฯ ช่วยลดปัญหาในเรื่องการถูกเอารัดเอาเปรียบการชั่งน้ำหนักข้าว

เอนก ทิพย์บรรจง (2544 : 98) ได้ทำการศึกษาระบบการบริหารตลาดกลางที่มีผลต่อการใช้บริการของเกษตรกร กรณีข้าวในตลาดกลางสินค้าเกษตร ธ.ก.ส. ขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินงานของตลาดกลางสินค้าเกษตร ธ.ก.ส. ขอนแก่น สามารถสนองตอบในด้านการตลาดแก่เกษตรกรรายย่อยที่อยู่ในเขตพื้นที่ดำเนินงานในเรื่องการตลาดเอเปรียบด้านระบบน้ำหนัก มีความพอใจจากการดำเนินงานในทุกด้าน ในขณะที่ตลาดกลางประสบภาวะขาดทุนจากการดำเนินงาน แต่ตลาดกลางก็สามารถให้บริการด้านสังคม เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 ที่มาใช้บริการขายข้าวที่ตลาดกลางเป็นเกษตรกรรายย่อยมีพื้นที่ทำนาขนาดเล็ก ส่วนใหญ่ต้องรวมกันมาขาย ตลาดกลางที่มีอยู่ในปัจจุบันของธนาคารถือว่าเป็นเครื่องมือในการคานอำนาจของภาคเอกชนในการร่วมกันกำหนดราคาข้าวเปลือกที่ไม่เป็นธรรมแก่เกษตรกร ดังนั้นการที่มีตลาดกลางสินค้าเกษตร ธ.ก.ส. ไว้ก็เป็นประโยชน์ต่อสังคม (Social benefit) ถึงแม้ว่าจะขาดทุนจากการดำเนินธุรกิจบ้างก็ตาม ถือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของธนาคารต้องการช่วยเหลือเกษตรกรและที่มุ่งยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่เกษตรกร

ทัศนีย์ ประภาศรี (2545 : 89) ได้ทำการศึกษาสภาพและปัญหาการดำเนินงานของตลาดกลางข้าวและพืชไร่จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ขายมีความพึงพอใจในการใช้บริการขายข้าวเปลือกในตลาดกลางที่มีต่อระบบการชั่งขาย มีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ความยุติธรรมในการชั่งน้ำหนัก และการชำระเงินรวดเร็ว มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือเรื่องระบบการต่อรองราคาด้วยตนเอง และความเป็นธรรมกับราคาซื้อขาย

ดาระเกศ จันทร์เพ็ญ (2545 : 35 – 36) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการตลาดกลางข้าวเปลือก กรณีศึกษาบริษัทเจ้าพระยาท่าเรือก้านทร้ง จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ผู้ขายข้าวเปลือกส่วนใหญ่มีเหตุผลในการใช้บริการขายข้าวเปลือกที่ตลาดกลางท่าข้าวก้านทร้งคือ ต้องการขจัดปัญหาการเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าคนกลาง ต้องการขจัดปัญหาความขัดแย้งเรื่องราคา และคุณภาพในการขายข้าวเปลือก ต้องการได้รับบริการเงินที่รวดเร็ว สะดวก และปลอดภัย ต้องการขายข้าวเปลือกให้ได้ราคาสูง ต้องการได้รับความยุติธรรมในการชั่ง ตวง วัด ตลาดกลางท่าข้าวก้านทร้งเปิดทำการตลอด 24 ชั่วโมง การเดินทางและการขนส่งเป็นไปได้ง่ายและสะดวก มีโอกาสทราบราคาก่อนนำข้าวเปลือกมาขาย อำนาจในการต่อรองราคามากกว่าการขายในที่อื่น ๆ มีจำนวนผู้ซื้อข้าวเปลือกมาก ได้รับ

คำแนะนำจากคนรู้จัก ต้องการขายข้าวเปลือกให้กับผู้ซื้อขาประจำในตลาดกลางทำข้าวก๋านันตรง เป็นตลาดที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับมาเป็นเวลานาน และผู้ซื้อข้าวเปลือกมีความคิดเห็นพอใจปานกลางในบริการด้านต่าง ๆ ของตลาดกลางทำข้าวก๋านันตรง ได้แก่ ด้านความเหมาะสมของสถานที่ตั้ง ด้านคุณภาพและความพร้อมของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในตลาดกลาง ด้านอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบุคลากร ด้านความซับซ้อนของขั้นตอนในการให้บริการ ด้านระยะเวลาในการให้บริการ ด้านอัตราค่าบริการ ด้านข้อมูลข่าวสารที่ลูกค้าได้รับ ด้านคลังสินค้าและด้านอื่น ๆ

วีระศักดิ์ ทิพวงษ์ (2545 : 66 – 68) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรต่อการให้บริการของตลาดกลางสินค้าเกษตรจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของเกษตรกรต่อการให้บริการของตลาดกลางสินค้าเกษตรจังหวัดขอนแก่น ด้านตัวตลาดกลาง ด้านเจ้าหน้าที่บุคลากรและการบริการ และด้านความมีมาตรฐานของตลาดกลาง เกษตรกรมีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านการประชาสัมพันธ์ของตลาดกลาง เกษตรกรมีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับน้อย

สมชาย ลิ่มมณี (2545 : 51) ได้ทำการศึกษา การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตลาดกลางสินค้าเกษตรร้อยเอ็ด พ.ศ. 2536 - 2543 ผลการศึกษาพบว่า ตลาดกลางสินค้าเกษตรร้อยเอ็ดนั้น เป็นการบริการทางสังคมอย่างหนึ่ง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการที่จะสร้างรายได้และความเป็นธรรมให้กับเกษตรกร โดยไม่ได้มุ่งหวังในการทำธุรกิจเพื่อผลกำไร ดังนั้นการลงทุนในด้านต่าง ๆ ของรัฐฯ จึงเป็นเรื่องของการอำนวยความสะดวกและการบริการหลังการขายของ ธ.ก.ส. หลังจากที่ได้อำนวยสินเชื่อเพื่อการเกษตรให้กับเกษตรกรไปแล้ว และปัญหาการดำเนินงานที่ประสบกับการขาดทุน เป็นปัญหาที่เกิดจากโครงสร้างการบริหารงานของตลาด ที่เป็นไปในรูปแบบของรัฐวิสาหกิจ ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่สูง ซึ่งจะต้องมีการพิจารณาปรับปรุงต่อไป

สิริภัทร หวังชูขอบ (2548 : 34) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจต่อการดำเนินงานทางการตลาดข้าวเปลือกหอมมะลิของสหกรณ์การเกษตรเพื่อการตลาดลูกค้า ธ.ก.ส. สุรินทร์ จำกัด (สกต.) ผลการศึกษาพบว่าสมาชิกมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของสกต. ดังนี้

ด้านราคา มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในระดับมาก สกต. ให้ราคาดีกว่าแหล่งรับซื้ออื่น ๆ สกต. รับซื้อข้าวเปลือกโดยให้ราคาเหมาะสมตามชนิดและคุณภาพ และสกต. รับซื้อตามราคาที่ประกาศให้ทราบก่อนการตัดสินใจ

ด้านช่องทางการจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในระดับมากใน ด้านสถานที่รับซื้อข้าวเปลือกกระจายอยู่ใกล้แหล่งชุมชน จึงประหยัดค่าขนส่ง สถานที่รับซื้อ ข้าวเปลือกกว้างขวาง เข้าออกสะดวกไม่แออัด สามารถนำข้าวไปยังสถานที่รับซื้อได้โดย ความสะดวกในการคมนาคม และมีสถานที่รับซื้อข้าวเปลือกมากเพียงพอ

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในระดับมาก สกต.จัดตลาดนัดข้าวเปลือกราคาพิเศษเป็นบริการที่มุ่งใจสมาชิก สกต. นำเสนอข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นประโยชน์ต่อสมาชิกอย่างสม่ำเสมอ การประชาสัมพันธ์ของ สกต. ได้สร้างเสริมความรู้ ความเข้าใจในด้านการตลาดให้กับสมาชิก และ สกต. มีคณะกรรมการช่วยดูแลกำกับการผลิต ของสมาชิกให้ตรงตามที่ตลาดต้องการ

ประมวล ผลสันต์ (2550 : 66 – 67) ได้ทำการศึกษา ความต้องการตลาดกลาง จำหน่ายสินค้าของกลุ่มอาชีพจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กรณีศึกษาตลาดกลางเพื่อเกษตรกร ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นตัวแทน ของกลุ่มอาชีพในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความต้องการสถานที่จำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์ ของกลุ่ม และต้องการให้องค์การบริหารส่วนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สนับสนุนด้านการ จัดสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดี เพียงพอต่อการใช้งาน

ประสิทธิ์ จุวัฒน์สำราญ (2550 : 53) ได้ทำการศึกษา การบริหารจัดการของ ผู้ประกอบการธุรกิจรับซื้อข้าวเปลือกในเขตจังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจมีการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริหารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อ พิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการซื้อ เช่น กิจการมีการจัดซื้อวัตถุดิบจาก ผู้จำหน่ายหลายราย มีการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพและมีการควบคุมทรัพย์สิน อยู่ในระดับปาน กลางได้แก่ ด้านการตลาดมีสถานที่สะดวกในการรับซื้อข้าวเปลือก อยู่ในระดับน้อยได้แก่ ด้านการผลิต การดำเนินงาน เช่น กิจการออกแบบของค์การเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มีการกำหนดลักษณะงานในแต่ละตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบ และมีการกำหนด โครงสร้างหน้าที่การบริหารไว้อย่างชัดเจน เป็นต้น และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ กิจการจัดคนที่มีความสามารถเหมาะสมกับงาน แสวงหากคนที่มีความรู้ความสามารถในการ ทำงาน และมีระบบการคัดคนเข้าทำงานที่มีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของเกษตรกรจังหวัดขอนแก่นที่นำข้าวเปลือกมาขายต่อการให้บริการของตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น ด้านการตรวจสอบคุณภาพข้าวเปลือก การซื้อขายข้าวเปลือก การชั่งน้ำหนักข้าวเปลือก และการจ่ายเงินค่าซื้อขายข้าวเปลือก โดยศึกษาจากเกษตรกรจังหวัดขอนแก่นที่นำข้าวเปลือกมาขายต่อการให้บริการของตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่น ที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน เกษตรกรนำข้าวเปลือกมาขายที่ตลาดกลางสินค้าเกษตรขอนแก่นเพิ่มขึ้นตามลำดับ ซึ่งผู้ศึกษาได้นำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาทบทวนและสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังแผนภาพที่ 3



แผนภาพที่ 3 กรอบแนวคิดการศึกษา