

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

การศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสม
ในการพัฒนาเป็นตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร
ในรูปของศูนย์สินค้าระดับไรนา
กรณีศึกษา อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี

THE STUDY FOR SEARCHING FACTORS WHICH INFLUENCE
THE SELECTION OF A PROPER AREA FOR DEVELOPMENT OF
AGRICULTURAL MARKET IN LOCAL GROWER'S MARKET :
THE CASE STUDY OF PADDY MARKET,
AMPHOE INBURI, CHANGWAT SINGBURI.

วิทยานิพนธ์
ห้ามนำออกนอกห้องสมุด

นายธเนศ ศักดิ์ชัยสมบูรณ์
MR. THANES SAKCHAISOMBOON



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม
บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2538

ISBN 974-621-354-7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกไปเผยแพร่ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

THE STUDY FOR SEARCHING FACTORS WHICH INFLUENCE
THE SELECTION OF A PROPER AREA FOR DEVELOPMENT OF
AGRICULTURAL MARKET IN LOCAL GROWER'S MARKET :
THE CASE STUDY OF PADDY MARKET,
AMPHOE INBURI, CHANGWAT SINGBURI.



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE
MASTER OF URBAN AND REGIONAL PLANNING IN
URBAN AND ENVIRONMENTAL PLANNING
GRADUATE SCHOOL
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
1995
ISBN 974-621-354-7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษา เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนา เป็นตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ในรูปของศูนย์สินค้าระดับไร่นา
กรณีศึกษาอำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี

นักศึกษา

นายธเนศ ศักดิ์ชัยสมบูรณ์

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์

อาจารย์เลิศวิทย์ รังสิรักษ์

ระดับการศึกษา

การวางแผนภาคและเมืองมหาดบัณฑิต

ภาควิชา

สาขาวิชาการวางแผนชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม

การวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ.

2538

บทคัดย่อ

การศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ในรูปของศูนย์สินค้าระดับไร่นา กรณีศึกษา อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ในรูปของศูนย์สินค้าระดับไร่นา

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ศึกษาแนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ หลักการตลาด และหน้าที่ของตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร และหลักการเลือกพื้นที่ตั้งที่เหมาะสม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรในการศึกษา

สำหรับการเก็บข้อมูล ใช้แบบสอบถาม โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็น เกษตรกร, พ่อค้า และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในเขตอำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 115 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการทางสถิติในรูปของการจัดแบ่งกลุ่ม, ค่าร้อยละ, การทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์, การทดสอบความสัมพันธ์การจัดอันดับ, การทดสอบความเป็นอิสระ และสมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นบันได

ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

1) ประชากรส่วนใหญ่ มีความคาดหวังว่าตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร จะอำนวยความสะดวก ต่อการซื้อขายข้าวให้ดีขึ้น และควรจัดตั้งโดยภาครัฐบาล

2) ตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ควรจัดตั้งอยู่ใกล้กับ ศูนย์กลางชุมชนเดิม โดยมีศูนย์กลางชุมชนระดับอำเภอเป็นศูนย์กลางชุมชนในท้องที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

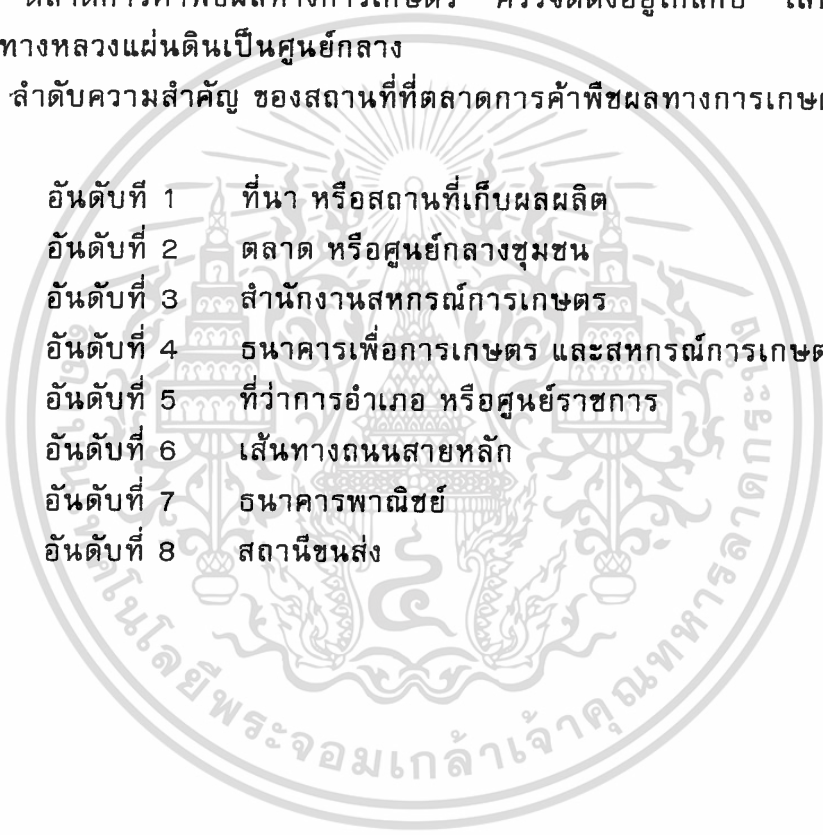
3) ตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ควรจัดตั้งอยู่ใกล้กับ แหล่งข่าวสารข้อมูล โดยมี สำนักงานสหกรณ์การเกษตร, ศูนย์ข่าว และกลุ่มพ่อค้า เป็นศูนย์กลางข่าวสารตามลำดับ

4) ตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ควรจัดตั้งอยู่ใกล้กับ แหล่งเงินทุน โดยมี ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร, ธนาคารพาณิชย์, สหกรณ์การเกษตร และกลุ่มพ่อค้า เป็นศูนย์กลางของแหล่งเงินทุน ตามลำดับ

5) ตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ควรจัดตั้งอยู่ใกล้กับ สถานีขนส่ง

6) ตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ควรจัดตั้งอยู่ใกล้กับ เส้นทางถนนสายหลัก โดยมีทางหลวงแผ่นดินเป็นศูนย์กลาง

7) ลำดับความสำคัญ ของสถานที่ที่ตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ควรจัดตั้งอยู่ใกล้ คือ

- 
- อันดับที่ 1 ที่นา หรือสถานที่เก็บผลผลิต
 - อันดับที่ 2 ตลาด หรือศูนย์กลางชุมชน
 - อันดับที่ 3 สำนักงานสหกรณ์การเกษตร
 - อันดับที่ 4 ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์การเกษตร
 - อันดับที่ 5 ที่ว่าการอำเภอ หรือศูนย์ราชการ
 - อันดับที่ 6 เส้นทางถนนสายหลัก
 - อันดับที่ 7 ธนาคารพาณิชย์
 - อันดับที่ 8 สถานีขนส่ง

Thesis Title THE STUDY FOR SEARCHING FACTORS WHICH INFLUENCE THE SELECTION OF A PROPER AREA FOR DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL MARKET IN LOCAL GROWER'S MARKET : THE CASE STUDY OF PADDY MARKET, AMPHOE INBURI, CHANGWAT SINGBURI.

Student Mr. Thanes Sakchaisomboon.

Thesis Advisor Mr. Lertwit Rangsiraksa.

Level of Study Master of urban and regional planning in urban and environmental planning.

Department Urban and Regional Planning. Faculty of Architecture. King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang.

Year 1995

ABSTRACT

The purpose of "The study for searching factors which influence the selection of a proper area for development of agricultural market in local grower's market : The case study of paddy market, Amphoe Inburi changwat Singburi." was to study for searching factors in agricultural marketing and the agricultural marketing function which influence the selection of the proper area for development of agricultural market in local grower's market and that can be applied by analytical process to select such an area.

This study used various theories and concepts about agricultural marketing, the marketing function and location requirements including the relevant studies of variables.

The method of data collection was by creating a questionnaire for 115 sample groups consisting of the agriculturists, dealers and officials who involved in the agricultural market in Amphoe Inburi .

The method of analysing the data was by statistics using percentage, correlation, coefficient of concordance, independence test and Stepwise Multiple Regression.

The Analysis found that:

1) Most of the population expected that the agricultural market will support the convenience and better trade. The agricultural market would be established by the government sector.

2) The agricultural market will be established near the old central business district (CBD) of Inburi.

3) The agricultural market will be established near the data source such as the cooperative office, data center and dealers.

4) The agricultural market will be established near the financial source such as that the agricultural and cooperative bank, commercial bank, cooperative office, and dealers.

5) The agricultural market will be established near the bus-station

6) The agricultural market will be established near the main arterial road of the region.

7) The order of importance of location near to which the agricultural market will be established is :

1. Rice field.
2. Center Business District.
3. Cooperative Office.
4. Agricultural and Cooperative Bank.
5. Civil Service Office.
6. Main Road.
7. Commercial Bank.
8. Bus-Station.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้ สำเร็จขึ้นมาได้ จากการสั่งสมองค์ความรู้ ที่ได้รับการเข้าเป็นนักศึกษาในสาขาการวางแผนชุมชนเมือง และสภาพแวดล้อม โดยได้รับการศึกษาจากท่านคณาจารย์ ภาควิชาการวางแผนภาค และเมือง ของคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และท่านคณาจารย์พิเศษ จากหน่วยงานราชการอื่น ๆ เป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะ อาจารย์เลิศวิทย์ รังสิรักษ์ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือมาตลอด รวมทั้งอาจารย์สุชาติ ผิวงาม และอาจารย์ ดร.ยงธินศรี พิมลเสถียร อาจารย์กรรมการที่ปรึกษา ที่กรุณาตรวจสอบให้คำแนะนำแก้ไข จนเสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนจึงขอกราบขอบพระคุณท่านคณาจารย์ทั้งหมดไว้ในโอกาสนี้

นอกจากนี้ยังมีผู้มีพระคุณที่ให้ความช่วยเหลือในด้านอื่น ๆ โดยให้คำแนะนำ, ให้ตำรา, ให้เอกสาร และช่วยเหลือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และผู้ที่ให้คำสัมภาษณ์ ที่ยอมสละเวลามาให้สัมภาษณ์ และให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เพราะถ้าขาดความร่วมมือเหล่านี้แล้ว วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะไม่สามารถสำเร็จลงได้

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ คุณแม่, พี่น้อง, เพื่อนร่วมงาน, รวมทั้งเพื่อน ๆ และภรรยา ซึ่งมีส่วนอย่างมากในการสนับสนุน และให้กำลังใจ ในการทำวิทยานิพนธ์ ครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ข้าพเจ้าขออุทิศความดีทั้งหมด ให้แก่ท่านผู้มีพระคุณทุกท่าน หากวิทยานิพนธ์เล่มนี้มีข้อบกพร่อง หรือผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าน้อมรับแต่เพียงผู้เดียว

นายธเนศ ศักดิ์ชัยสมบูรณ์

สารบัญเรื่อง

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	III
กิตติกรรมประกาศ	V
สารบัญ	VI
สารบัญตาราง	VIII
สารบัญแผนที่	XII
สารบัญภาพ	XII
สารบัญแผนภูมิ	XII

บทที่ 1 บทนำ

1.1	ความเป็นมา	1
1.2	สภาพทั่วไปของอำเภออินทร์บุรี	3
1.3	ปัญหา และความสำคัญของปัญหา	5
1.4	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.5	ขอบเขตการศึกษา	7
1.6	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7

บทที่ 2 ทบทวนทฤษฎี แนวความคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1	ทฤษฎี และแนวความคิดทางด้านการตลาดสินค้าเกษตร	9
2.2	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งศูนย์สินค้าเกษตร ระดับไร่นา	14
2.3	ทฤษฎี และแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับที่ตั้ง	17

บทที่ 3 การศึกษาดำเนินการ

3.1	กำหนดพื้นที่ศึกษา	23
3.2	การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง	24
3.3	เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	27
3.4	การทดสอบแบบสอบถาม	29
3.5	การเก็บรวบรวมข้อมูล	31
3.6	แนวความคิดในการวิเคราะห์ข้อมูล	33
3.7	การวิเคราะห์ข้อมูล	39

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา VI ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4 ผลการศึกษา

4.1	การศึกษาทางด้านประชากรและการขนส่ง	42
4.2	การวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการเลือก สถานที่ตั้งของ ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร	57
4.3	การวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกพื้นที่ ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร	99

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

5.1	สรุปผลการศึกษา	103
5.2	ข้อเสนอแนะ	111

หนังสืออ้างอิง	115
----------------	-----

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.	ค่าสถิติที่ใช้ในการศึกษา	117
ภาคผนวก ข.	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทดสอบแบบสอบถาม	126
ภาคผนวก ค.	ตัวอย่างคำสั่ง และค่าคำนวณสถิติ ในโปรแกรม spss	131
ภาคผนวก ง.	แบบสอบถาม	140

ประวัติผู้เขียน	149
-----------------	-----

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1	แสดงข้อมูลพื้นฐานการเกษตรของอำเภออินทร์บุรี.....5
ตารางที่ 4.1	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของลักษณะประชากร...43
ตารางที่ 4.2	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของการ เก็บรักษาผลผลิต.....44
ตารางที่ 4.3	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร กับการเก็บผลผลิต.....45
ตารางที่ 4.4	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของความคาดหวัง ในตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร.....46
ตารางที่ 4.5	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร กับการคาดหวังในตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร.....47
ตารางที่ 4.6	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของความคิดเห็น ในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร.....48
ตารางที่ 4.7	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร กับความคิดเห็นในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผล ทางการเกษตร.....49
ตารางที่ 4.8	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของการใช้พาหนะ ในการขนส่งผลผลิต.....51
ตารางที่ 4.9	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของระยะทาง ที่ใช้ในการขนส่งผลผลิต.....52
ตารางที่ 4.10	แสดงค่าเฉลี่ย ของค่าใช้จ่ายในการขนส่งผลผลิต ต่อเที่ยว การบรรทุก.....53
ตารางที่ 4.11	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของความคิดเห็นใน เรื่องค่าใช้จ่ายในการขนส่งผลผลิต.....53
ตารางที่ 4.12	แสดงค่าเฉลี่ย ของค่าใช้จ่ายในการขนส่งผลผลิต ต่อเกวียน.....54
ตารางที่ 4.13	แสดงค่าเฉลี่ย ของราคาข้าวที่ขายได้.....55
ตารางที่ 4.14	แสดงค่าเฉลี่ย ของค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ร้อยละ ของ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อราคาข้าวต่อเกวียน.....55
ตารางที่ 4.15	แสดงระดับคะแนนของความคิดเห็นรวม.....58

ตารางที่ 4.16	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของการเลือกใช้ ศูนย์กลางชุมชน	59
ตารางที่ 4.17	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร กับการเลือกใช้ศูนย์กลางชุมชน	60
ตารางที่ 4.18	แสดงค่าความถี่ และคะแนนจาก ความคิดเห็นของการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้า พืชผลทางการเกษตรใกล้ศูนย์กลางชุมชนเดิม	61
ตารางที่ 4.19	แสดงตัวอย่างการคำนวณค่าความคิดเห็นรวมของ การเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้ศูนย์กลางชุมชนเดิม	62
ตารางที่ 4.20	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของความคิดเห็น การเลือก พื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้ศูนย์กลางชุมชน	63
ตารางที่ 4.21	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร กับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผล ทางการเกษตร ใกล้ศูนย์กลางชุมชน	64
ตารางที่ 4.22	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง การเลือกใช้ศูนย์กลางชุมชน กับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผล ทางการเกษตร ใกล้ศูนย์กลางชุมชน	65
ตารางที่ 4.23	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของแหล่งข่าวสารข้อมูล	67
ตารางที่ 4.24	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร กับ แหล่งข่าวสารข้อมูล	68
ตารางที่ 4.25	แสดงค่าความถี่ และคะแนนจาก ความคิดเห็น ของการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผล ทางการเกษตรใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล	70
ตารางที่ 4.26	แสดงตัวอย่างการคำนวณค่าความคิดเห็นรวมของ การเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล	71
ตารางที่ 4.27	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของความคิดเห็น การเลือก พื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล	72

ตารางที่ 4.28	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร กับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการ ค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล	73
ตารางที่ 4.29	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง แหล่งข่าวสารข้อมูล กับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลาง การค้าพืช ผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล	74
ตารางที่ 4.30	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของแหล่งเงินทุน	76
ตารางที่ 4.31	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร กับ แหล่งเงินทุน	78
ตารางที่ 4.32	แสดงค่าความถี่ และคะแนนจาก ความคิดเห็นของการเลือก ที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งเงินทุน	79
ตารางที่ 4.33	แสดงตัวอย่างการคำนวณค่าความคิดเห็นรวมของ การเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุน	80
ตารางที่ 4.34	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของความ คิดเห็นการเลือกพื้นที่ ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผล ทางการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุน	81
ตารางที่ 4.35	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร กับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการ ค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุน	82
ตารางที่ 4.36	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง แหล่งเงินทุน กับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้า พืชผลทางการเกษตร ใกล้ แหล่งเงินทุน	83
ตารางที่ 4.37	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละ ของการใช้สถานีขนส่ง	85
ตารางที่ 4.38	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร กับ ความถี่ในการใช้สถานีขนส่ง	86
ตารางที่ 4.39	แสดงค่าความถี่ และคะแนนจาก ความคิดเห็นของการเลือก ที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้สถานีขนส่ง	87
ตารางที่ 4.40	แสดงตัวอย่างการคำนวณค่าความคิดเห็นรวมของการเลือกที่ตั้ง ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้สถานีขนส่ง	88

ตารางที่ 4.41	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของ ความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลาง การค้าพืชผลการเกษตร ใกล้สถานีขนส่ง	89
ตารางที่ 4.42	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร กับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลาง การค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้สถานีขนส่ง	90
ตารางที่ 4.43	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะความ ถี่ในการใช้สถานีขนส่งกับความคิดเห็นในการเลือก พื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้ สถานีขนส่ง	91
ตารางที่ 4.44	แสดงค่าความถี่ และคะแนนจาก ความคิดเห็นของ การเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้เส้นทางถนนสายหลัก	93
ตารางที่ 4.45	แสดงตัวอย่างการคำนวณค่าความคิดเห็นรวม ของการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการ เกษตร ใกล้เส้นทางถนนสายหลัก	94
ตารางที่ 4.46	แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของความ คิดเห็นการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผล ทางการเกษตร กับเส้นทางคมนาคมสายหลัก	95
ตารางที่ 4.47	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร กับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้า พืชผลทางการเกษตร ใกล้ เส้นทางถนนสายหลัก	96
ตารางที่ 4.48	แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะการใช้รถ- บรรทุกผลผลิตไปตลาดกลางการค้าพืชผลทางการ เกษตรกับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลาง การค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้ เส้นทางถนนสายหลัก	97
ตารางที่ 4.49	แสดงค่าร้อยละ และค่าคะแนนรวม การจัดอันดับ ความสำคัญของปัจจัยที่ควรอยู่ใกล้ในการเลือกพื้นที่ ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร	100

สารบัญแผนที่

หน้า

แผนที่ 1.1	แสดงที่ตั้ง และอาณาเขตพื้นที่ศึกษา อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี	8
------------	--	---

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 2.1	แสดงทัศนียภาพศูนย์สินค้าระดับไร่นา	20
ภาพที่ 2.2	แสดงการกำหนดผังของศูนย์สินค้าระดับไร่นา	21
ภาพที่ 2.3	แสดงผังบริเวณของโรงเรียนสินค้าเกษตรระดับไร่นา	22

สารบัญแผนภูมิ

หน้า

แผนภูมิที่ 2.1	กรอบแนวความคิดในการศึกษา	19
----------------	--------------------------	----

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมมา แต่ดั้งเดิมโดยมีประชากรส่วนใหญ่ของระเทศอยู่ในภาคเกษตรกรรมโดยเฉพาะในเขตตอนกลางของประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นอู่ข้าวอู่น้ำของประเทศ จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 นั้น มีแนวการพัฒนาที่จะนำประเทศไปสู่ความทันสมัย (Modernization) โดยพยายามพัฒนาการผลิตจากภาคเกษตรกรรมสู่ภาคอุตสาหกรรม โดยในบางส่วนใช้การเกษตรกรรมเป็นฐานในการผลักดันให้เกิดความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือการใช้ทรัพยากรและความมั่งคั่งจากชนบทมาเป็นปัจจัยสร้างความเจริญให้แก่เมือง และในอีกส่วนหนึ่งนั้น เป็นการพัฒนาโดยภาคเอกชน และเงินลงทุน ตลอดจนวิทยาการ และเทคโนโลยีสมัยใหม่จากต่างประเทศ เข้ามาสร้างความก้าวหน้าทางอุตสาหกรรม และการพัฒนาเมือง โดยรัฐทำหน้าที่ในการสนับสนุนให้เกิดการลงทุน เพื่อการพัฒนาซึ่งรัฐเป็นผู้ลงทุนในโครงสร้างขั้นพื้นฐาน เช่น ถนน รถไฟ-ท่าเรือ และบริการข่าวสารข้อมูลในการพัฒนา โดยถือว่าการเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประชาชาติและรายได้ต่อหัวของประชาชนเป็นความสำเร็จของการพัฒนา

ปัจจุบันเกษตรกรทั่วไป โดยเฉพาะในเขตที่ราบลุ่มภาคกลางได้เริ่มเปลี่ยนวิธีการผลิตพืชผลทางการเกษตร จากการผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือนมาเป็นการผลิตเพื่อการค้าและการส่งออกทั้งสิ้นแต่ก็ยังมีได้ทำให้บรรลุเป้าหมายของการพัฒนาได้ทั้งนี้เพราะเกษตรกรเองก็ยังมีรายได้ต่ำ ทั้งนี้อาจจะเป็นสาเหตุจาก

1. ปริมาณผลผลิตที่ได้มีน้อย เพราะขาดเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการพัฒนา การผลิต

2. ราคาพืชผลต่ำ เพราะถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง เพื่อให้การพัฒนาภาคเกษตร กรรมบรรลุเป้าหมายดังกล่าวยังต้น รัฐได้มีการใช้ยุทธวิธีหลายอย่างเช่น

- 1) การเพิ่มผลผลิต(Growth Oriented Strategy)โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่
- 2) การเข้าแทรกแซงในการประกันราคาพืชผลของภาครัฐบาล

3) ใช้หลักการตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ควบคุมปริมาณการผลิตและราคาผลผลิตทางการเกษตร ทั้งนี้เพราะในประเทศที่ไม่สามารถควบคุมปริมาณการผลิตได้ โดยการผลิตนั้นยังขึ้นอยู่กับสภาวะทางธรรมชาติ จะทำให้ราคาของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรไม่แน่นอน ผลที่ตามมาคือเกิดภาวะราคาพืชผลตกต่ำในฤดูการผลิตและราคาสูงนอกฤดูผลิต และจากการใช้หลักการตลาดการค้าพืชผลทางการ-

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต การค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกษตรเข้ามาช่วยในการพัฒนานั้น วิธีการหนึ่งคือ การจัดตั้งตลาดกลางการเกษตร โดยมีหลักการดังนี้คือ

1. เป็นตลาดขายส่งกลางผลผลิตการเกษตร
2. มีการกำหนดปริมาณการผลิต และการขายให้แน่นอนตามความต้องการของตลาด ทั้งภายในและภายนอก
3. มีการควบคุมระดับราคาที่เป็นธรรม ระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อ ซึ่งจะเป็นการป้องกันการกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง
4. มีการป้องกันการผูกขาดของพ่อค้าคนกลาง โดยที่ตลาดกลางจะเป็นผู้ควบคุม และเป็นคนกลางกำหนด ค่าต้นทุนต่างๆให้เป็นเหมาะสมและเป็นธรรม
5. ตลาดกลางจะเป็นผู้กำหนดอัตราค่าขนส่งที่แน่นอนและเหมาะสม รวมทั้งการประกันการขนส่ง
6. มีการอำนวยความสะดวกต่างๆที่เกี่ยวกับการตลาด เช่น ข่าวสารข้อมูล การวิจัย, การประกันภัย, การเก็บรักษา รวมทั้งทำให้ระบบการตลาดมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น
7. เป็นแหล่งซื้อขาย ที่ถูกสุขลักษณะและไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ

ตลาดการเกษตร คือกลุ่มบุคคลที่ร่วมตกลงเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ผลผลิตซึ่งจะเป็นจากผู้ผลิตกับผู้ซื้อ หรือผู้ทำหน้าที่การตลาด โดยจำกัดสถานที่หรือไม่ได้

ตลาดการเกษตรในประเทศไทย มีการแบ่งตามระยะใกล้ไกลจากแหล่งผลิตกับผู้บริโภค ตลอดจนปริมาณผลผลิตและผู้เกี่ยวข้องในตลาดได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. ตลาดท้องถิ่น (Local Grower's market) หรือตลาดระดับไร่นา เป็นตลาดที่รวบรวมผลผลิตในระดับแรกจากผู้ผลิต มีความใกล้ชิดกับผู้ผลิตมากที่สุด
2. ตลาดรวมท้องถิ่น (Assembly wholesal market) เป็นตลาดที่รับผลผลิตส่วนหนึ่งมาจากตลาดท้องถิ่น และผู้ผลิตอีกทางหนึ่ง โดยจะนำผลผลิตส่งตรงไปยังผู้ซื้อระดับต่อไป หรือส่งเข้าแหล่งแปรรูปโดยตรง
3. ตลาดปลายทาง (Terminarl Market) เป็นตลาดขายผลผลิตต่อผู้บริโภคโดยตรง หรือตลาดรวบรวมผลผลิตจากตลาดท้องถิ่นและตลาดรวมท้องถิ่น แล้วส่งตรงไปถึงผู้บริโภคหรือส่งตรงเพื่อแปรรูปผลผลิตอีกทีหนึ่ง เช่น ตลาดกลางผู้บริโภค

บทบาทของศูนย์สินค้าระดับไรนา

ศูนย์สินค้าเกษตรกรรมระดับไรนา นี้เป็นแหล่งตลาดขั้นต้นที่เป็นตลาดเชื่อมต่อกับตลาดระดับสูงหรือเป็นตลาดที่สามารถพัฒนาขึ้นไปเป็นตลาดรวมท้องถิ่น หรือตลาดกลางภูมิภาคได้

เนื่องจากตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไรนาเป็นตลาดรวบรวมผลผลิตขั้นต้นจึงเป็นตลาดที่สามารถพัฒนามาจากรูปแบบของตลาดนัดที่มีการซื้อขายเป็นบางวันมาเป็นการซื้อขายทุกวันที่มีระบบที่แน่นอน และมีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกตามหน้าที่การตลาดของระบบการตลาดสินค้าเกษตร

ในการจัดทำการศึกษาวิจัยของ สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เสนอต่อ กระทรวงพาณิชย์ ถึงความพร้อมและความเหมาะสมของปัจจัยซึ่งเป็นเงื่อนไขของการจัดตั้งเป็นศูนย์สินค้าระดับไรนาคือความเพียงพอของปริมาณผลผลิตที่มีอยู่ในพื้นที่ ความสะดวกทางด้านการคมนาคม ประสิทธิภาพของข่าวสารการตลาด และอาจจะเป็นที่มีการซื้อขายกันมากมาแต่เดิม ของพื้นที่ต่าง ๆ และจากการศึกษาในพื้นที่ภาคกลางและตะวันตก พบว่าบริเวณอำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี มีความพร้อมทางด้านปัจจัยและเงื่อนไขในการจัดตั้งศูนย์สินค้าระดับไรนา ในส่วนของตลาดค้าข้าวเปลือก

1.2 สภาพทั่วไปของอำเภออินทร์บุรี

อำเภออินทร์บุรีเป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งมีทั้งหมด 5 อำเภอ กับ 1 กิ่งอำเภอ คือ อำเภอเมือง อำเภออินทร์บุรี อำเภอพรหมบุรี อำเภอบางระจัน อำเภอท่าช้าง และกิ่งอำเภอดำรงราษฎร์ อำเภออินทร์บุรีมีพื้นที่ทั้งสิ้นประมาณ 320 ตารางกิโลเมตร (200,000 ไร่) มี 10 ตำบล คือ ตำบลประศุก, ตำบลห้วยชัน, ตำบลอินทร์บุรี, ตำบลทับยา, ตำบลชีน้ำร้าย, ตำบลท่าข้าม, ตำบลทองเอน, ตำบลโพธิ์ชัย, ตำบลจันทรา และ ตำบลน้ำตาส มีหมู่บ้านทั้งสิ้น 105 หมู่บ้าน มีประชากร 66519 คน 10330 ครัวเรือน ⁽¹⁾

ที่ตั้งของอำเภออินทร์บุรี (แสดงที่ตั้ง และอาณาเขตในแผนที่ 1.1)

ทิศเหนือติดต่อ อำเภอสรรพยา จังหวัดชัยนาทและอำเภอตาบสี จังหวัดนครสวรรค์
ทิศใต้ ติดต่อกับ อำเภอเมืองและกิ่งอำเภอดำรงราษฎร์ จังหวัดสิงห์บุรี
ทิศตะวันออก ติดต่อกับ อำเภอเมือง จังหวัดสิงห์บุรี และอำเภอบ้านหมี่ จังหวัดลพบุรี
ทิศตะวันตก ติดต่อกับ อำเภอสรรคบุรี จังหวัดชัยนาท

สาธารณูปโภคภายในอำเภออินทร์บุรี มีถนนสายหลักได้แก่ ถนนสายเอเชีย

(1) สำนักงานเกษตรอำเภอ, รายงานข้อมูลการเกษตรปี 2536-2537, (ที่ว่า การอำเภออินทร์บุรี, 2537), หน้า 3.

และมีถนนสายรองเป็นทางหลวงจังหวัดและถนนซอยต่าง ๆ ทั่วพื้นที่ ไฟฟ้ามีการไฟฟ้าภูมิภาคตั้งสำนักงานอยู่ที่ตำบลอินทร์บุรี มีบริการไฟฟ้าทั่วถึงทุกพื้นที่ การประปามีเฉพาะในบริเวณชุมชน ตำบลอินทร์บุรี บริการโทรศัพท์ มีบริการในบริเวณชุมชนตำบลอินทร์บุรี และพื้นที่ใกล้เคียง ในส่วนของตำบลต่าง ๆ จะมีบริการโทรศัพท์สาธารณะในทุกตำบล อย่างน้อยตำบลละ 1 เครื่อง เพื่อใช้เป็นศูนย์โทรศัพท์ของตำบล บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการเกษตร มีสหกรณ์การเกษตร ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร ตั้งอยู่ที่บริเวณตำบลอินทร์บุรี มีโรงสีข้าวประมาณ 20 โรง มีพ่อค้าข้าวประมาณ 30-40 ราย ศูนย์กลางชุมชนของอำเภอมีตลาดอินทร์บุรี ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลอินทร์บุรีเป็นศูนย์กลาง โดยฝั่งขวาของแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นศูนย์ราชการ และฝั่งซ้ายเป็นศูนย์การค้าขาย มีประชากรกว่าร้อยละ 50 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีผลผลิตข้าวได้ปีละประมาณ 67000 ตัน (กันยายน 2536) โดยมีข้อมูลการเกษตรแสดงในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1
แสดงข้อมูลพื้นฐานการเกษตรของอำเภออินทร์บุรี

ชื่อตำบล	จำนวนหมู่บ้าน	พื้นที่ (ไร่)			ครัวเรือน(ครัวเรือน)		ผลผลิตรวม(ตัน)
		ทั้งหมด	ทำเกษตร	ทำนา	ทั้งหมด	เกษตรกร	
ท่างาม	11	13466	9866	8798	1067	497	10447
ห้วยชัน	10	24229	19126	17852	819	510	6973
อินทร์บุรี	10	12364	7641	6542	1985	371	7534
โพธิ์ชัย	8	20816	17710	16724	452	276	6004
ชีน้ำร้าย	8	22086	18109	17103	844	365	3303
ทองเอน	15	24288	18981	17531	1444	855	6953
ประศุก	11	22164	17264	16511	934	690	5792
น้ำตาล	10	19792	16127	15052	692	218	8034
ทับยา	12	19071	14831	11950	1183	543	8352

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)
แสดงข้อมูลพื้นฐานการเกษตรของอำเภออินทร์บุรี

ชื่อตำบล	จำนวน หมู่บ้าน	พื้นที่ (ไร่)			ครัวเรือน(ครัวเรือน)		ผลผลิต รวม(ตัน)
		ทั้งหมด	ทำเกษตร	ทำนา	ทั้งหมด	เกษตรกร	
จั่วราย	10	18163	13876	12563	910	672	4017
รวม	105	196439	153531	140626	10330	5324	67409

ที่มา : สำนักงานเกษตรอำเภอ อำเภออินทร์บุรี พ.ศ. 2537

1.3 ปัญหาและความสำคัญของปัญหา

อำเภออินทร์บุรีจัดได้ว่าเป็นอำเภอที่มีความพร้อมในการที่จะจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรในรูปของศูนย์สินค้าระดับไรนา โดยมีผลผลิตข้าวเปลือกเป็นสินค้าหลักทั้งนี้ได้มีโครงการจัดตั้งในช่วงแผนพัฒนาฉบับที่ 7 ซึ่งมีกระทรวงพาณิชย์เป็นผู้ให้การสนับสนุน ทั้งนี้อาจจะเป็นผลมาจากการวิจัยของสถาบันวิจัยทางสังคม ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่เสนอกระทรวงพาณิชย์ว่า อำเภออินทร์บุรีมีความเหมาะสมในการที่จะพัฒนาให้มีตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรในรูปของศูนย์สินค้าระดับไรนา โดยมีข้าวเปลือกเป็นสินค้าหลัก โดยพิจารณาจากปริมาณผลผลิต และจำนวนผู้ซื้อ ในท้องถิ่นเป็นหลักใหญ่ ทั้งนี้ในข้อเสนอได้เสนอแนวทางการจัดตั้งไว้สามประการคือ การจัดตั้งโดยภาครัฐบาล หรือสนับสนุนให้จัดตั้งโดยภาคเอกชน หรือจัดตั้งโดยองค์กรทางการเกษตร เช่น สหกรณ์การเกษตรหรือกลุ่มเกษตรกร

ลักษณะเฉพาะของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรในรูปของศูนย์สินค้าระดับไรนาเป็นตลาดที่มีขนาดพื้นที่ประมาณ 5700 ตารางเมตร หรือประมาณ 3.5 ไร่ โดยมีเกษตรกร เป็นผู้นำผลผลิตเข้ามาขายในตลาด และมีพ่อค้าในท้องถิ่นเป็นผู้ซื้อหลัก นอกจากการทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการซื้อขายแล้ว ตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตรยังทำหน้าที่อื่น ๆ อีก เช่น เป็นแหล่งข่าวการซื้อขาย, ติดต่อประสานงานเรื่องเงินทุน และอื่น ๆ จึงทำให้เห็นว่าตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรเป็นพื้นที่ธุรกิจการค้า (Commercial Area) ประการหนึ่ง ที่มีลักษณะ เฉพาะดังที่แตกต่างไปจากตลาดการค้าอื่นทั่วไป

ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันคือการหาทำเลที่ตั้งที่จะทำการพัฒนาให้เป็นตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ในรูปของศูนย์สินค้าระดับไรนา โดยให้ตลาดมีความเหมาะสมทั้งทาง กายภาพ, ทางด้านเศรษฐกิจ, ทางด้านการตลาด ตลอดจนการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนึงถึงความเหมาะสมกับหน้าที่ของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรนี้ วิธีการหนึ่งที่เหมาะสมในการวิเคราะห์หาพื้นที่ที่เหมาะสม คือ การใช้เทคนิคที่เรียกว่า Potential Surface Analysis (PSA) เพราะเป็นเทคนิคที่ถูกคิดค้นขึ้นมาเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพแห่งการพัฒนา (Development Potential) ของพื้นที่

ในวิธีการนี้ขั้นตอนที่สำคัญที่สุดคือ การกำหนดปัจจัยที่จะเป็นตัววิเคราะห์แหล่งที่ตั้งของกิจกรรมนั้น ๆ และจากลักษณะเฉพาะของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรที่แตกต่างไปจากตลาดการค้าอื่น ๆ ทั่วไป ทำให้การกำหนดปัจจัยที่จะใช้เป็นตัววิเคราะห์จะต้องแตกต่างไปจากการกำหนดปัจจัยแต่เพียงทางกายภาพ และทางด้านเศรษฐกิจที่ไปเท่านั้น โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ควรจะต้องกำหนดเพิ่มในการวิเคราะห์เลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ในรูปของศูนย์สินค้าระดับไร่นา โดยคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวกับทางด้านหลักการตลาด การค้าพืชผลทางการเกษตร และหน้าที่ของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร

ทั้งนี้เพื่อให้การเลือกพื้นที่จัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรนี้สอดคล้องกับหลักการตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ตลอดจนส่งเสริมการทำหน้าที่ของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถพัฒนาเป็นตลาดกลางการค้าในระดับต่อไปได้ในอนาคต

และถ้าในการกำหนดปัจจัยที่จะเป็นตัววิเคราะห์มิได้มีการคำนึงถึงทางด้านหลักการตลาดพืชผลทางการเกษตรและหน้าที่ของตลาดแล้ว อาจจะทำให้การจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรไม่สามารถดำเนินการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะทำเลที่ตั้งไม่เอื้ออำนวยต่อการทำหน้าที่และไม่เหมาะสมในการใช้กลไกทางการตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร

1.4 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ในรูปของศูนย์สินค้าระดับไร่นา
2. เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ เลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตรของชุมชน ในรูปของตลาดกลางการค้าข้าว-เปลือก ระดับไร่นา

1.5 ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตรในรูปของศูนย์สินค้าระดับไร่นานี้ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ดังนี้

1. ในการศึกษาครั้งนี้ จะใช้พื้นที่ อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดสิงห์บุรี เป็นตัวอย่างการศึกษาทั้งทางด้านประชากร คนกลาง พื้นที่ และส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรที่ทำการศึกษ จะทำการศึกษาเฉพาะพืชผลเกษตร ประเภท ข้าวเปลือก เท่านั้นทั้งนี้เพราะอำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดสิงห์บุรีนี้ มีศักยภาพในการเป็นตลาดการค้าข้าวเปลือกโดยมีความพร้อมทั้งทางด้านผลผลิต ผู้ผลิต และแหล่งรับซื้อ ตามหลักเกณฑ์ของงานวิจัยที่สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นำเสนอต่อกระทรวงพาณิชย์ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น
3. การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ การศึกษาเพื่อหาปัจจัยจะเป็นการศึกษาเนื้อหาปัจจัยที่ สืบเนื่องมาจาก หลักการตลาดทางการเกษตร และหน้าที่การตลาดของพืชผลทางการเกษตร โดยเน้นในด้าน กิจกรรมของผู้เกี่ยวข้องในตลาดการค้าข้าวเปลือกโดยตรง

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาในครั้งนี้ คาดว่าจะได้รับผลประโยชน์จากการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. เกิดความรู้ความเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร
2. ทำให้ทราบถึงความต้องการพื้นฐานในด้าน ของ การตลาด และพฤติกรรม การค้าพืชผลทางการเกษตร ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร
3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่จะนำไปใช้ในการเลือกพื้นที่ เพื่อพัฒนาเป็นตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ในด้านหลักการตลาดของพืชผลทางการเกษตร และหน้าที่ของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร
4. เป็นแนวทางในการที่จะเลือกพื้นที่ เพื่อจัดตั้งตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ในรูปของศูนย์สินค้าระดับไร่นาในอนาคต
5. เป็นแนวทางสำหรับการกำหนดปัจจัย เพื่อใช้ในขบวนการวิเคราะห์หาพื้นที่ที่เหมาะสม ของพื้นที่จัดทำตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ของการจัดทำผังบริเวณ ผังเฉพาะ ผังพัฒนา และผังเมืองรวมต่อไป

บทที่ 2

ทบทวนทฤษฎี แนวความคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตรในรูปของศูนย์สินค้าระดับไรนา กรณีศึกษาอำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี นี้ เป็นการศึกษาเพื่อที่จะนำผลการศึกษาไปใช้ในการพิจารณาทางด้านกายภาพ เพื่อคัดเลือกพื้นที่ที่เหมาะสม และสามารถพัฒนาเป็นตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ในรูปของศูนย์สินค้าระดับไรนา โดยในการศึกษาครั้งนี้ จะเป็นการศึกษาจากทฤษฎีแนวความคิด และวรรณกรรม ทางด้านการตลาดพืชผลทางการเกษตร, หน้าที่ของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร, การเลือกที่ตั้งกิจกรรม นำมาวิเคราะห์กับข้อมูลในพื้นที่ แล้วสรุปเป็นปัจจัยทางกายภาพ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดหาพื้นที่ที่เหมาะสมต่อไป โดยในการศึกษาทบทวน ทฤษฎี แนวความคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องครั้งนี้ ได้จัดแบ่งการศึกษาเป็นกลุ่มต่างๆ ดังนี้

2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดทางด้านการตลาดของสินค้าเกษตร

ตลาดตามความหมายในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง “การที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการต่างๆ ได้”

การตลาด หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ที่ทำให้สินค้าและบริการจากมือผู้ผลิตดั้งเดิม (Initial Producers) ไปถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Consumers) ตามที่ผู้บริโภคต้องการได้⁽²⁾

ตลาดสินค้าเกษตร หมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจอันเกี่ยวข้องกับการไหลเวียนของสินค้าและบริการจากแหล่งผลิตสินค้าเกษตรกรรมในระดับไรนาจนกระทั่งมาถึงผู้บริโภค กิจกรรมทางธุรกิจ ของตลาดสินค้าเกษตรย่อมถูกผลิตขึ้นให้ดำเนินไปด้วยกลไกตลาด (Market Mechanism) กิจกรรมจะเกี่ยวพันอยู่กับการตัดสินใจในการซื้อ การขาย การสต็อกสินค้า การเก็งกำไร ของผู้ผลิต ผู้บริโภค พ่อค้าคนกลาง⁽²⁾

(2) ไพฑูรย์ รอดวินิจ ,การตลาดสินค้าการเกษตร , (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช , 2526), หน้า 9-10.

(3) สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงตลาดกลางสินค้าเกษตรภาคใต้ , (กรุงเทพฯ : กันยายน 2527), หน้า 5-2.

2.1.1 หน้าที่การตลาดสินค้าเกษตร

การตลาดนับเป็นตัวจักรกลในระบบเศรษฐกิจ ที่มีความสำคัญมาก โดยทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างหน่วยการผลิตและหน่วยบริโภคให้สามารถติดต่อถึงกันได้ การตลาดจะนำสินค้าและบริการจากหน่วยการผลิต (ผู้ผลิตไปเสนอขายให้กับหน่วยบริโภค) และในขณะเดียวกันการตลาดจะนำเอาข่าวสารการตลาดในด้านต่าง ๆ อันได้แก่ ชนิด ปริมาณ รูปร่าง และราคาสินค้า ที่ผู้บริโภคต้องการกลับมาเสนอต่อผู้ผลิตด้วย

หน้าที่การตลาด (Marketing Function) หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่มีผลทำให้สินค้าเคลื่อนย้ายจากมือผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค ในรูปร่างลักษณะ เวลา และสถานที่ที่ต้องการได้ และโดยทั่วไปแล้วจำแนกหน้าที่การตลาดออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

(1) หน้าที่การแลกเปลี่ยน (Exchanging function) หมายถึงหน้าที่ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการครอบครองและใช้ประโยชน์ในตัวสินค้า ซึ่งเป็นหน้าที่การตลาดที่ก่อให้เกิดประโยชน์เพิ่มกับตัวสินค้าในรูปของการครอบครอง หน้าที่การตลาดประเภทนี้แบ่งออกได้เป็น

- หน้าที่การซื้อ (Buying) ส
การซื้อสินค้าต่าง ๆ แล้ว ยังมีความหมายรวมถึงการหาแหล่งสินค้า การรวบรวมสินค้า และอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการซื้อสินค้าอีกด้วย
- หน้าที่การขาย (Selling) หมายถึงการขายสินค้าและกิจกรรมอย่างอื่น ๆ ที่มีส่วนช่วยในการขาย เช่น การสร้างตลาด การโฆษณา การจัดโปรแกรมการขาย และอื่น ๆ

(2) หน้าที่ที่เกี่ยวกับตัวสินค้า (Physical function) หมายถึงหน้าที่การตลาดที่ทำกับตัวสินค้าโดยตรง เพื่อให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้าจากมือผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภคตามที่ต้องการ ซึ่งเป็นหน้าที่การตลาดที่ก่อให้เกิดประโยชน์เพิ่มกับตัวสินค้า ด้านเวลา รูปร่าง และสถานที่ หน้าที่การตลาดประเภทนี้แบ่งออกได้เป็น

- หน้าที่การขนส่ง (Transportation) หมายถึงการทำกิจกรรมการขนส่ง ตลอดจนการขนสินค้าขึ้นและลง ทั้งนี้เพื่อให้สินค้าเคลื่อนย้ายจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งซึ่งมีความต้องการสินค้า หน้าที่การขนส่งจึงเป็นหน้าที่การตลาดที่ก่อให้เกิดประโยชน์เพิ่มในรูปของสถานที่ให้กับตัวสินค้า

- หน้าที่การเก็บรักษา (Storage) หมายถึงการทำกิจกรรมการเก็บรักษาสินค้าไว้ระยะเวลาหนึ่ง เพื่อรอการบริโภคในอนาคตหรือเพื่อทำหน้าที่การตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อย่างอื่น เช่น การแปรรูปและขนส่ง เป็นต้น การเก็บรักษาเป็นการชะลอให้มีสินค้าออกสู่ตลาดในปริมาณที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค หน้าที่การเก็บรักษาจึงเป็นหน้าที่ที่การตลาดก่อให้เกิดประโยชน์เพิ่มในรูปของเวลาให้กับตัวสินค้า

- หน้าที่การแปรรูป (Processing) หมายถึงการทำการกิจกรรมการแปรรูปสินค้าจากรูปหนึ่งไปยังอีกรูปหนึ่ง และตลอดจนการปรับปรุงคุณภาพสินค้าและการหีบห่อสินค้าให้อยู่ในรูปหรือมีคุณภาพตรงตามที่ต้องการหรือสามารถใช้ประโยชน์ เช่น การสีข้าว การสกัดน้ำมันพืช และการผลิตอาหารกระป๋อง เป็นต้น หน้าที่การแปรรูปจึงเป็นหน้าที่การตลาดที่ก่อให้เกิดประโยชน์เพิ่มในรูปของรูปร่างให้กับตัวสินค้า

(3) หน้าที่อำนวยความสะดวก (Facilitating function) หมายถึง หน้าที่การตลาดที่เป็นการสนับสนุนหรือมีส่วนช่วยให้สามารถทำหน้าที่การตลาด2 ประการดังกล่าวข้างต้นได้อย่างสะดวกสบายหน้าที่ประเภทนี้แบ่งออกเป็น

- หน้าที่การจัดชั้นมาตรฐานสินค้า (grade and standardization) หมายถึงการทำการกิจกรรมอันเกี่ยวกับการกำหนดชั้นและมาตรฐานของสินค้าทั้งในด้านรูปร่าง คุณภาพและหน่วย ทั้งนี้เพื่อให้เป็นที่เข้าใจและเป็นมาตรฐานเดียวกันซึ่งจะทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายเกิดความสะดวกสบายในการติดต่อซื้อขายสินค้ากันยิ่งขึ้น สำหรับการกำหนดชั้นและมาตรฐานของสินค้านั้นอาจกระทำโดยหน่วยงานรัฐบาลหรือสถาบันการตลาดต่างๆ อย่างมีแบบแผน หรือโดยความตกลงและเข้าใจกันเองระหว่างผู้ซื้อผู้ขายก็ได้

- หน้าที่การเงิน (financing) หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางการเงิน ทั้งที่ดำเนินการโดยเอกชนและสถาบันการเงินต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกทางการเงินให้กับหน่วยธุรกิจการตลาดต่างๆ ในการทำหน้าที่การตลาด เช่น การให้เครดิตในการขาย การแปรรูป และเก็บรักษา เป็นต้น

- หน้าที่การเสี่ยงภัย (risk-bearing) หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวกับการให้บริการเพื่อลดความเสี่ยงภัยในการทำหน้าที่การตลาดอย่างอื่นที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เช่น การประกันภัยในการขนส่ง การเก็บรักษา เป็นต้น

- หน้าที่ข่าวสารการตลาด (marketing intelligence) หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวกับการให้บริการข่าวสารการตลาด และตลอดจนการตีความในข่าวสาร⁽⁴⁾

(4) ไพฑูรย์ รอดวินิจ , การตลาดสินค้าการเกษตร , 2526 , หน้า 9-10.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นั้นๆ เช่น ช่าวสารเกี่ยวกับราคาสินค้า ปริมาณและลักษณะความต้องการของผู้บริโภค เป็นต้น สำหรับการทำหน้าที่การตลาดในส่วนนี้ ส่วนใหญ่แล้วจะดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐและสถาบันการตลาดต่าง ๆ (4)

2.1.2 โครงสร้างการตลาดสินค้าเกษตร

(Structure of Agricultural Marketing Products)

โครงสร้างของตลาดสินค้าการเกษตรภายในประเทศ หมายถึงช่องทางการจำหน่าย (Channel of distribution) สินค้าเกษตรได้แก่ เส้นทางสินค้าหรือบริการเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ในช่องทางการจำหน่ายประกอบด้วยคนกลาง (Middle Man) ซึ่งอาจเป็นตัวบุคคลหรือสถาบันก็ได้ ทำหน้าที่ด้านการตลาด เช่นการส่งมอบการอำนวยความสะดวก การแปรรูป ฯลฯ ฉะนั้นการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ในอันที่จะทำให้สินค้า และ บริการจากผู้ผลิตไปถึงมือผู้บริโภคในเวลา สถานที่ รูปร่าง และราคาที่ต้องการนั้น จะต้องผ่านวิธี กรรมหลายอย่าง โดยการตลาดจะเป็นตัวสร้างอรรถประโยชน์แก่สินค้าและบริการในด้านรูปร่าง (Form Utility) เวลา (Time Utility) สถานที่ (Place Utility) และความเป็นเจ้าของ ดังนั้นการมีคนกลางเข้ามาทำหน้าที่ต่าง ๆ ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคในการซื้อ ขาย รวบรวม เก็บรักษา ขนส่ง แปรรูป และอื่นๆ จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง (5)

2.1.3 ตลาดสินค้าเกษตรภายในประเทศและคนกลางในตลาด ตลาดสินค้าเกษตรในประเทศไทยแบ่งได้ 3 ประเภทคือ

(1) ตลาดท้องถิ่น (Local Grower's market) เป็นตลาดที่รวมผลผลิตผลระดับแรก ตั้งอยู่ในแหล่งผลิตหรือใกล้กับแหล่งผลิต คือ อยู่ในหมู่บ้านหรือตำบล หรือในอำเภอเล็กๆ ปกติพ่อค้าคนกลางมีอยู่ในตลาดนี้จะทำการค้าผลผลิตอย่างใดอย่างหนึ่งตลาดท้องถิ่น อยู่ตามหมู่บ้านและเป็นจุดขนส่งระหว่างเกษตรกรกับผู้รวบรวมอาจจะเฉพาะในหมู่บ้านหรือหมู่บ้านใกล้เคียงด้วย ฉะนั้น การซื้อขายอาจจะเป็นที่ไร่-นา หรือที่ร้านของผู้ซื้อ อย่างไรก็ดี การซื้อขายผลผลิตนี้จะทำกันในแหล่งผลิตเป็นสำคัญ ผู้รวบรวมระดับท้องถิ่น มีคนกลางอยู่ เช่น จากกลุ่มเกษตรกร ผู้ซึ่งรวบรวมสินค้าเกษตรจากฟาร์มสำหรับส่งไปให้พวกคนกลางหรือตลาด ผู้รวบรวมในท้องถิ่นจะเป็นคนกลางระหว่างหมู่บ้าน และตำบลใกล้เคียงหรือตัวแทนที่ได้รับมอบหมายพวกตัวแทนนี้

(5) ศิณีย์ สังข์ศรีศรี, การตลาดสินค้าเกษตร, (กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2529), หน้า 34-35.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้รวบรวมผลผลิตในนามของพ่อค้าในตลาดกลางหรือตลาดปลายทาง

ประเภทของคนกลางในตลาดท้องถิ่นมีดังนี้

1.1) พ่อค้านายหน้าหรือตัวแทน หมายถึง พ่อค้าที่เป็นตัวแทนของพ่อค้าในตลาดอื่น ๆ จะทำหน้าที่โดยได้รับค่านายหน้าตอบแทน

1.2) พ่อค้าปลีกท้องถิ่น (Local Repailer) หมายถึง พ่อค้าที่ซื้อผลผลิตจากเกษตรกรโดยตรงแล้วขายผลผลิตไปให้ผู้บริโภคคนสุดท้าย

1.3) โรงงานหรือโรงสีท้องถิ่น ซึ่งตั้งอยู่ในแหล่งผลิตและซื้อผลผลิตโดยตรงจาก เกษตรกร และรับซื้อผลผลิต

1.4) พ่อค้าท้องถิ่น หมายถึง พ่อค้าที่ทำหน้าที่ซื้อผลผลิตจากเกษตรกรโดยตรงแล้วขายผลผลิตนั้นไปยังพ่อค้าคนอื่น พ่อค้าพวกนี้เป็นพวกที่ให้ข่าวสารการตลาดแก่เกษตรกรมากที่สุด ส่วนมากมักจะไม่มีโกดังเก็บผลผลิต เมื่อรวมผลผลิตได้พอหนึ่งคันรถบรรทุก หรือเรือหนึ่งลำแล้วก็จะจัดส่งไปยังตลาดอื่นทันที แม้จะเก็บผลผลิตไว้ก็เพียงระยะสั้นที่สุด การซื้อขายผลผลิต ผลมักจะใช้รถยนต์บรรทุกเล็กหรือเรือขนาดเล็ก ๆ ซึ่งอาจจะเป็นของตนเองหรือด้วยการเช่า พ่อค้าประเภทนี้จะมีอิสระในการดำเนินการ และจะซื้อผลผลิตโดยการแบ่งชั้นผลผลิตด้วยวิธีต่าง ๆ เช่น ใช้สายตาหรือมือสัมผัส ถ้าจะมีการให้เงินกู้ก็จะให้กู้แก่เกษตรกร

1.5) สหกรณ์ท้องถิ่นที่จะพบในกรณีการค้าข้าวซึ่งสหกรณ์จะซื้อข้าวจากสมาชิกหรือ ชาวนาแล้วขายให้โรงสีต่อไป

(2) ตลาดรวมท้องถิ่น (Assembly wholesale market) ตลาดชนิดนี้จะทำการซื้อผลผลิตจากตลาดท้องถิ่นเป็นหลัก แล้วจึงขายต่อไปยังแหล่งอื่น ๆ จะทำการซื้อจากผู้รวบรวม ในท้องถิ่นหรือตัวแทนที่รับซื้อจากเกษตรกร แต่ผู้เดียวส่งไปยังตลาดกลาง ปกติมักจะอยู่ในศูนย์รวมของการขนส่งที่สำคัญ ๆ ของจังหวัดและมักอยู่ในเขตเทศบาลเมือง ข้อแตกต่างจากตลาดท้องถิ่นก็คือ พ่อค้าที่ปริมาณการค้ามากประเภทของพ่อค้าคนกลางในตลาดรวมท้องถิ่นมีดังนี้

ประเภทของคนกลางในตลาดรวมท้องถิ่นมีดังนี้

2.1) พ่อค้าตัวแทน หมายถึง พ่อค้าซื้อเป็นตัวแทนของพ่อค้าในตลาดปลายทาง ซึ่ง พ่อค้าส่งออกหรือตัวแทนขององค์การต่าง ๆ

2.2) พ่อค้าปลีก หมายถึง พ่อค้าที่รับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร และหรือพ่อค้าแล้วขายปลีกให้ผู้บริโภคโดยตรง

2.3) พ่อค้าโรงงาน หมายถึง โรงสีข้าว ในการค้าข้าวโรงสีข้าวพบว่ามิบ

บาทมาก โรงสีข้าวนอกจากรับซื้อข้าวจากตลาดท้องถิ่นแล้ว ยังซื้อข้าวจากเกษตรกร พ่อค้าโรงสีเหล่านี้ทำหน้าที่เช่นเดียวกับพ่อค้ารวมท้องถิ่น

2.4) พ่อค้ารวมท้องถิ่น หมายถึง พ่อค้าที่รับซื้อผลผลิตจากตลาดท้องถิ่นที่เป็นส่วนใหญ่ มีอิสระในการดำเนินงาน มีสถานที่ทำการค้าแน่นอน มีทุนดำเนินการมาก และปริมาณ และประเภทของผลผลิตที่ทำการค้ามาก

(3) ตลาดปลายทาง (Terminal Market) หมายถึง

ก) เป็นตลาดที่ขายผลผลิตเพื่อการบริโภคโดยตรงเท่านั้น ดังนั้น จึงอาจหมายถึงตลาดท้องถิ่นและตลาดรวมท้องถิ่น

ข) เป็นตลาดที่ขายผลผลิตให้แก่ผู้แปรรูปเป็นผลผลิตอื่น ๆ เช่น โรงงานทำเส้นหมี่จากถั่วต่าง ๆ และโรงงานทำน้ำมันพืช เป็นต้น และ

ค) เป็นตลาดรวมผลผลิตแล้วส่งออกไปต่างประเทศ หรือส่งไปยังจังหวัดอื่น ๆ

ประเภทของคนกลางในตลาดปลายทางมีดังนี้

3.1) นายหน้าหรือตัวแทน ได้แก่ พ่อค้าที่ทำการติดต่อขายผลผลิตให้แก่พ่อค้าในตลาดรวมท้องถิ่นกับพ่อค้าส่งออก

3.2) พ่อค้าขายปลีก หมายถึง พ่อค้าที่ทำหน้าที่รับซื้อผลผลิตจากพ่อค้าต่าง ๆ แล้วขายโดยตรงให้ผู้บริโภค เช่น พ่อค้าปลีกตามตลาดค้าปลีกในกรุงเทพและธนบุรี

3.3) พ่อค้าขายส่ง พ่อค้าพวกนี้จะซื้อผลผลิตจากตลาดรวมท้องถิ่นแล้วขายให้พ่อค้าขายปลีก หรือขายให้พ่อค้าส่งออก

3.4) พ่อค้าส่งออก ได้แก่ พ่อค้าที่รับซื้อผลผลิตแล้วส่งออกไปขายต่างประเทศ (6)

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งศูนย์สินค้าเกษตรระดับไร่นา

จากผลการวิจัยของสถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเสนอต่อกระทรวงพาณิชย์ ศูนย์สินค้าเกษตรกรรมระดับไร่นาเป็นแหล่งตลาดชั้นปฐมที่เชื่อมต่อกับตลาดระดับสูงคือตลาดท้องถิ่น และตลาดภูมิภาค โดยอาจเป็นการพัฒนาขึ้นมาจากตลาดนัด ให้เป็นตลาดที่มีการบริการทางด้านการซื้อขาย รวบรวมสินค้าเกษตรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ศูนย์สินค้าระดับไร่นานี้ อาจจะพัฒนาไปสู่การเป็นตลาด

(6) กองเศรษฐกิจการเกษตร, การตลาด และราคาของผลผลิตทางการเกษตรในลุ่มน้ำเจ้าพระยา, (กรุงเทพฯ , 2521), หน้า 26-27.

กลางสินค้าเกษตรระดับท้องถิ่นหรือระดับภูมิภาคได้ถ้ามีการขยายตัวรวดเร็วและมีปริมาณผลผลิตเข้าสู่ตลาดหรือศูนย์สินค้าระดับไร่นา

2.2.1 ความจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ระดับไร่นา

การมียุทธศาสตร์ระดับไร่นา เป็นการเปิดโอกาสให้เกษตรกรและพ่อค้าผู้รับซื้อมีทางเลือกมากขึ้น ตลอดจนเป็นการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ทางการตลาด พืชผลการเกษตรได้ เช่น ปัญหาการขนส่ง ปัญหาการเก็บรักษา และปัญหาการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการเกษตร โดยทั้งนี้การจัดตั้งเป็นตลาดสินค้าเกษตรระดับไร่นาได้นั้น จะต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขคือ ปริมาณผลผลิตที่มีอยู่ในพื้นที่ ความสะดวกทางการคมนาคมขนส่ง ประสิทธิภาพของข่าวสารการตลาด และอาจจะเป็นที่ที่มีการซื้อขายกันมากมาแต่เดิม

2.2.2 เงื่อนไขที่จะทำให้เกิดศูนย์สินค้าระดับไร่นา

ศูนย์สินค้าระดับไร่นาจะเกิดขึ้นได้ต้องขึ้นอยู่กับเงื่อนไขดังต่อไปนี้คือ

- (1) บริเวณที่จะเป็นศูนย์สินค้าระดับไร่นา จะต้องเป็นที่ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย คือมีลักษณะเป็นศูนย์กลางของพื้นที่หรือแหล่งผลิต การคมนาคมสะดวกทั้งทางด้านเกษตรกรที่จะเข้ามาถึงศูนย์ และในด้านของพ่อค้าจากที่ต่าง ๆ
- (2) ที่หรือบริเวณนั้นจะต้องมีพื้นที่กว้างพอ เพื่อสามารถขยาย หรือพัฒนาไปสู่ตลาดระดับสูงกว่าได้
- (3) จะต้องมียานพาหนะและผู้ซื้อ และผู้ขาย ตลอดจนปริมาณสินค้า หรือผลผลิตเข้ามาผ่านศูนย์มากพอสมควร

2.2.3 ปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ต่าง ๆ เป็นศูนย์สินค้าระดับไร่นา

ในการเลือกสถานที่ (ชุมชน) ต่าง ๆ เป็นศูนย์สินค้าระดับไร่นานั้น ได้คำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- (1) เป็นจุดที่สินค้าไหลเข้ามามากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ใกล้เคียง
- (2) ปริมาณสินค้าในบริเวณนี้มีจำนวนมากพอ
- (3) เป็นเส้นทางผ่านของสินค้าจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อส่งต่อไปยังระดับท้องถิ่นหรือระดับสูงขึ้น
- (4) เป็นศูนย์กลางของการคมนาคมจากจุดต่าง ๆ ในอำเภอ
- (5) เป็นแหล่งเพาะปลูกพืช/เลี้ยงสัตว์ที่สำคัญ
- (6) เป็นแหล่งรวมของพ่อค้าทั้งระดับท้องถิ่นและท้องถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (7) มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ช่วยสนับสนุนได้ เช่น คลังสินค้า
ธนาคาร สถาบันเกษตรกร ท่าเรือ เป็นต้น
- (8) สภาพเส้นทางคมนาคมติดต่อกับจังหวัดอื่น ๆ สะดวก

2.2.4 แนวทางพัฒนาและปรับปรุงศูนย์สินค้าระดับไรนา

เพื่อให้ศูนย์สินค้าระดับไรนาสามารถให้บริการแก่เกษตรกรและพ่อค้าที่มาติดต่อได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ มีสิ่งควรคำนึงถึง 5 ประการ คือ

(1) ทางด้านกายภาพ จะต้องมีการปรับปรุงให้สถานที่ตั้งศูนย์ฯ นั้นมีบริเวณกว้างพอสมควร เขตการขนส่งขึ้นลงของสินค้าจะต้องสะดวก มีลานจอดรถกว้างพอให้มีการให้บริการแก่พ่อค้าและ/หรือเกษตรกรในด้านต่าง ๆ เช่น การรับจ้างขนสินค้า การรับฝากสินค้าซึ่งหมายถึงว่าจะต้องมีสถานที่หนึ่งที่สามารถเก็บสินค้าไว้ชั่วคราวเวลาหนึ่งได้ที่เก็บสินค้านี้ต่อไปอาจพัฒนาเป็นคลังสินค้าระดับไรนา

(2) ทางด้านอาคารหรือโรงเรียน จะต้องเหมาะสมที่จะเป็นสถานที่ซื้อขายและนัดพบระหว่างพ่อค้าและเกษตรกร มีเนื้อที่กว้างพอที่เกษตรกรจะนำผลผลิตตัวอย่างมาเสนอขาย เป็นต้น

(3) ทางด้านบริการการให้ข่าวสาร ศูนย์สินค้าระดับไรนาที่มีประสิทธิภาพจะต้องให้บริการด้านนี้ได้อย่างทันทั่วถึงเพื่อให้เป็นประโยชน์แก่ผู้จะมาติดต่อมากที่สุดที่จะมากได้ ข่าวสารดังกล่าวได้แก่ การขึ้นลงราคาผลผลิต แนวโน้มของตลาด คุณภาพและชนิดตลาดจนปริมาณของสินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาด กำหนดวันเปิดตลาดหรือวันซื้อขายสินค้าในศูนย์ฯ ฯลฯ เป็นต้น การให้บริการข่าวสารของศูนย์ฯ นี้อาจทำได้โดยวิธีปิดประกาศในบริเวณศูนย์ฯ หรือในแหล่งศูนย์กลางชุมชนของบริเวณที่ตั้งศูนย์ฯ เช่น บ้านผู้นำท้องถิ่น ที่ทำการหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด เป็นต้น

(4) ทางด้านสินเชื่อ ศูนย์สินค้าระดับไรนาควรจะมีบริการสินเชื่อให้แก่เกษตรกรอย่างพอเพียงและทั่วถึง เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่มีหนี้สินอยู่กับพ่อค้าโดยมีเงื่อนไขว่าจะต้องขายผลผลิตให้ภายหลังการเก็บเกี่ยว ดังนั้น ถ้าต้องการให้เกษตรกรนำผลผลิตมาขายยังศูนย์ฯ ก็จำเป็นที่จะต้องหาแหล่งสินเชื่อทั้งในรูปเงินสดและสิ่งของให้แก่เกษตรกรกู้ในอัตราดอกเบี้ยถูก และในจำนวนที่พอเพียงกับความต้องการขั้นต่อเฉพาะที่จำเป็นของเกษตรกร โดยผ่านศูนย์ฯ ได้

(5) ทางด้านคลังสินค้า สำหรับศูนย์สินค้าระดับไรนาที่จะปรับปรุง/จัดตั้งขึ้นนั้น ควรจะต้องมีคลังสินค้ากลางระดับไรนาอยู่ด้วย สำหรับให้บริการแก่เกษตรกรหรือผู้ซื้อผลผลิต ในกรณีที่ยังขายสินค้านั้นไม่ได้ หรือในกรณีที่ต้องรอเพื่อให้ได้ปริมาณที่มากพอที่จะขนส่งครั้งหนึ่ง ๆ

2.2.5 ลักษณะของศูนย์สินค้าเกษตรระดับไรนา

ศูนย์สินค้าระดับไรนาที่จัดตั้งขึ้นนั้น ไม่จำเป็นต้องมีขนาดพื้นที่กว้างมากเกินไปนัก เนื้อที่เพียง 5,700 ตารางเมตรหรือประมาณ 3.5 ไร่ก็เพียงพอที่จะจัดวางผังหน่วยงานต่าง ๆ ให้สามารถให้บริการแก่ผู้มาติดต่อได้โดยสะดวก

พื้นที่สำคัญที่จะต้องคำนึงถึงประการแรกคือ ความสะดวกสำหรับพาหนะที่จะมาติดต่อ ได้แก่ ลานบริเวณที่จอดรถและถนน ซึ่งจะต้องให้เนื้อที่มากที่สุด คือมากกว่าร้อยละ 80 ของพื้นที่ทั้งหมด คือเสนอให้สำหรับบริเวณลานจอดรถและถนนกว้าง 4,916 ตารางเมตรหรือร้อยละ 86.2 ของพื้นที่ศูนย์ทั้งหมด โดยแบ่งให้เป็นพื้นที่อาคารพื้นคอนกรีตเพียง 784 ตารางเมตรหรือร้อยละ 13.8 ของพื้นที่ ซึ่งถ้าวางรูปการก่อสร้างให้ดีจะสามารถขยายหรือเพิ่มเติมอาคารส่วนนี้ได้

ลักษณะของอาคารหรือโรงเรือนควรจะเป็นอาคารที่สร้างอย่างง่าย แต่แข็งแรง ลักษณะโดยทั่วไปจะต้องโปร่งเพื่อให้ระบายอากาศได้ดี เพราะจะต้องใช้เก็บสินค้าด้วย หลังคาสังกะสี พื้นคอนกรีตเสริมเหล็ก ผนังเป็นลวดตาข่ายแทนที่จะเป็นผนังปิดทึบ และจะต้องมีชานชาลาเทียบรถกับตัวอาคารได้สะดวก⁽⁷⁾

2.3 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับที่ตั้ง

2.3.1 ทฤษฎีการใช้ที่ดินทางเกษตรกรรม

J.H. Von Thunen นักเศรษฐศาสตร์ชาวเยอรมันนี้ ได้เสนอแนวคิดอธิบายถึงหลักการเลือกที่ตั้ง เพื่อการผลิตทางด้านเกษตรกรรมกับตลาดที่เป็นศูนย์กลางทั้งทางด้านที่เป็นแหล่งอุปทานของสินค้าอุตสาหกรรมและในขณะเดียวกันก็เป็นแหล่งอุปสงค์สำหรับสินค้าเกษตร ที่มาจากชนบทโดยรวม โดยเสนอแนวความคิดว่า ที่ตั้งของกิจกรรมการผลิตทางการเกษตร ถูกกำหนดโดยความสัมพันธ์ระหว่างราคาตลาดของผลิตผลนั้นกับระยะทางจากแหล่งผลิตไปสู่ตลาด และค่าตอบแทนของการใช้ที่ดินก็จะมีความสัมพันธ์กับระยะทางที่ห่างไกลจากตัวเมือง โดยพิจารณาจาก ค่าเช่าที่ดิน จะมีค่าลดลงตามระยะทางที่ห่างไกลออกไปจากตัวเมือง ถ้าห่างไกลมาก ๆ ค่าเช่าที่ดินจะมีค่าเท่ากับศูนย์ เพราะจะต้องเสียค่าขนส่งสินค้าเข้ามายังเมืองมากและระยะทางก็จะเป็นตัวกำหนดค่าขนส่ง⁽⁸⁾

(7) สถาบันวิจัยสังคม-จุฬาลงกรณ์ , โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงตลาดกลางสินค้าเกษตร ภาคกลางตะวันตก , (กรุงเทพฯ , 2527) , หน้า 6-1 ถึง 6-40.

(8) J.H Von Thunen, Der Isolierte Start in Beziehung and National Okonomic and Landwirtschaft , (Stuttgart : Gustave Fischer, 1826) , P.67-68.

2.3.2 ทฤษฎีแหล่งที่ตั้งตามแนวคิดว่าควรอาณาเขตตลาด

Tord Palander ชาวสวีเดน ได้พิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้า ณ ที่ตั้งกับค่าระวางหรือค่าขนส่ง ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดอาณาบริเวณตลาด และขนาดของอาณาบริเวณตลาดนี้มีผลต่อระดับของ ผลกำไรอีกต่อหนึ่งด้วยกล่าวคือ ผลกำไรขึ้นอยู่กับระยะทางของ แต่ละอาณาบริเวณตลาดที่หน่วยผลิตนั้นตั้งอยู่ ถ้าอาณาบริเวณตลาดมีขอบเขตกว้างขวางมากค่าขนส่งย่อมสูง และผลทำให้กำไรลดลงได้ ถ้าราคาสินค้าเหมือนกัน และถ้าเราสามารถกำหนดต้นทุนการผลิต กำไรต่อหน่วยของผลผลิตและปริมาณขายในอาณาบริเวณที่กำหนดให้ เราก็สามารถจะกำหนดหลักอันหนึ่งว่า กำไรรวมขึ้นอยู่กับระยะทางที่ไกลสุด แล้วแต่ขอบเขตของอาณาเขตตลาดของหน่วยผลิตที่ยึดครองอยู่นั้นว่าจะกว้างขวางและมากน้อยเพียงใด

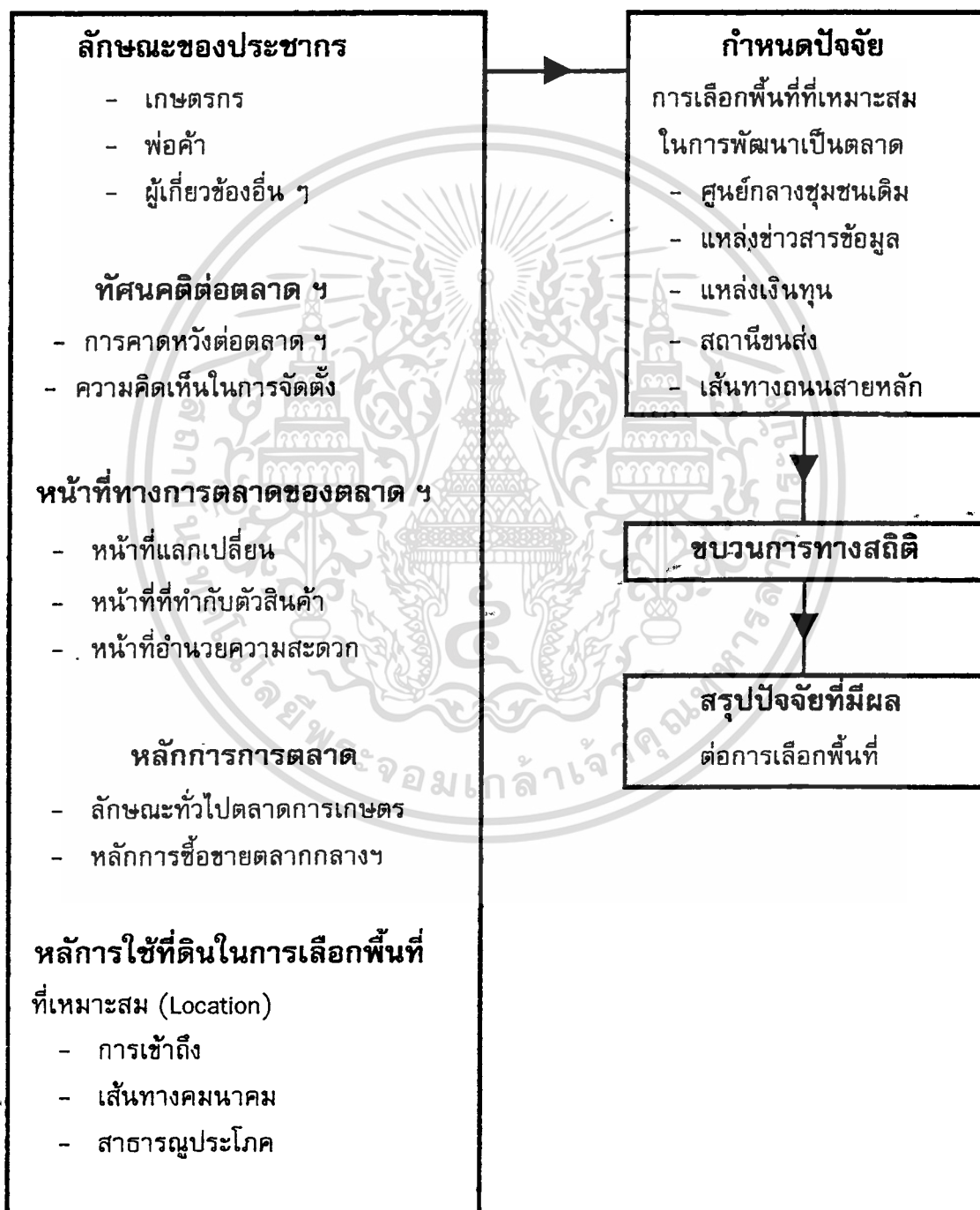
RM. Halg ได้นำแนวความคิดของ **Von Thunen** มาประยุกต์ในลักษณะเกี่ยวกับเมืองโดยเสนอว่า ค่าเช่าที่ดิน (Site rents) และค่าขนส่ง (Transport Costs) มีความเกี่ยวพันกันอย่างสำคัญโดยอ่านทางความสัมพันธ์ ที่มีกับความเสียดทานของพื้นที่ (Friction of Space) การขนส่งเป็นวิธีการหรือเครื่องมือที่ลดความเสียดทานดังกล่าว โดยมีเงินและเวลาเป็นต้นทุน ในขณะที่ค่าเช่าที่ดินคือราคา ที่อาจกำหนดได้สำหรับที่ดินซึ่งสามารถเข้าถึงได้โดยเสียค่าขนส่งน้อยมากโดยเปรียบเทียบ ⁽⁹⁾

Edger M Hoover ชาวเยอรมันนี้ โดยเผยแพร่งานที่เรียกว่า แหล่งที่ตั้งของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (the location of economic activity) ซึ่งเป็นผลงานที่ได้รับอิทธิพลมาจากแนวความคิดของ Palander โดย Hoover ได้กล่าวว่า แหล่งที่ตั้งที่ดีที่สุดก็คือจุดที่เสียค่าขนส่งต่ำสุด โดยมีข้อสมมติว่าไม่มีความแตกต่าง ในด้านต้นทุนการผลิตและแหล่งที่ตั้งอาจอยู่ ณ จุดใดจุดหนึ่ง คือ แหล่งวัตถุดิบ แหล่งตลาด หรือที่ตั้งที่อยู่ระหว่างวัตถุดิบและตลาด ⁽¹⁰⁾

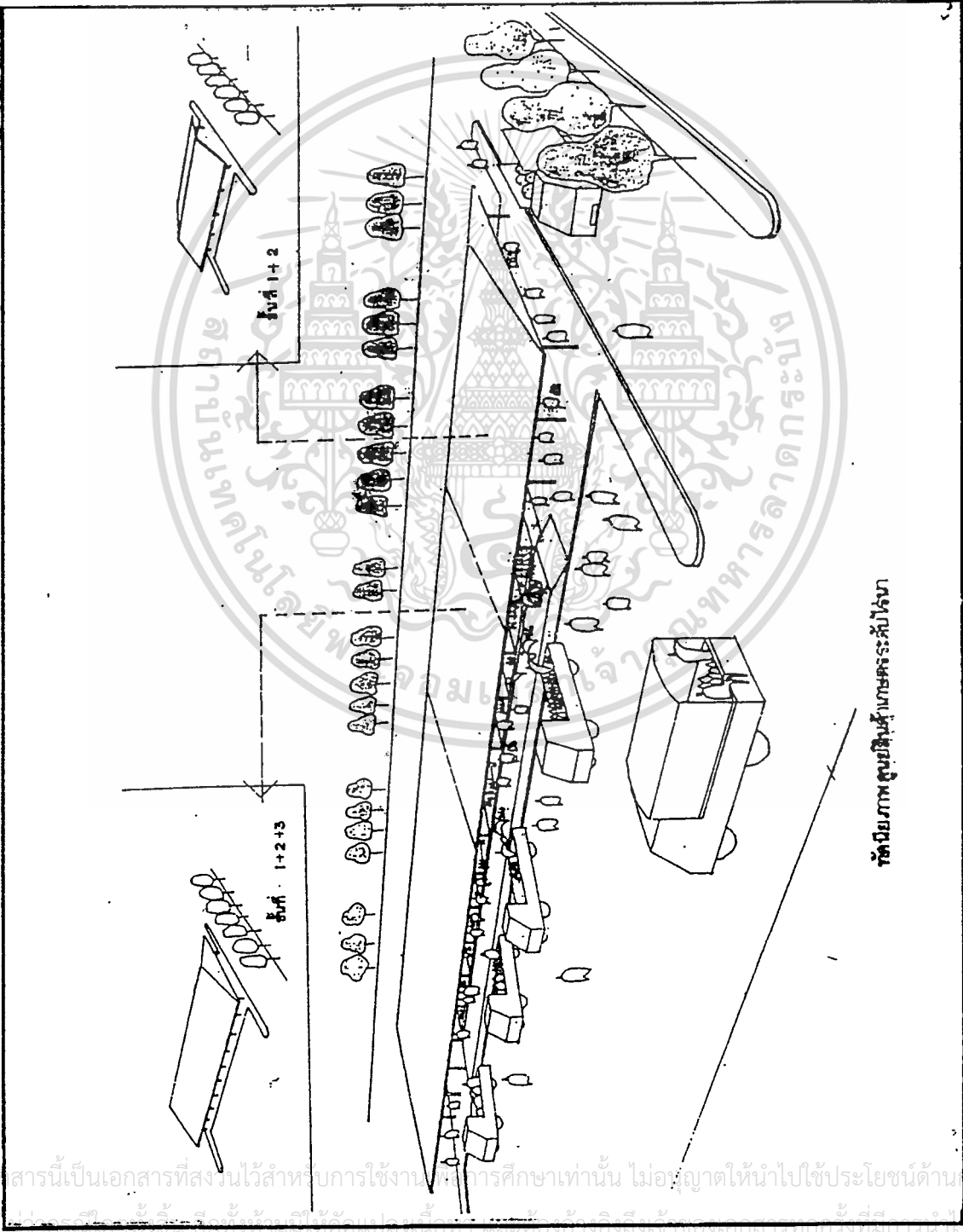
(9) ณรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัย, เศรษฐศาสตร์ภูมิภาคและเมือง, (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532), หน้า 50-51.

(10) E.M. Hoover, An Introduction of Regional Economics ,(New York : Alfred A. Knopf, Inc., 1971), P. 47.

แผนภูมิที่ 2.1 กรอบแนวความคิดในการศึกษา

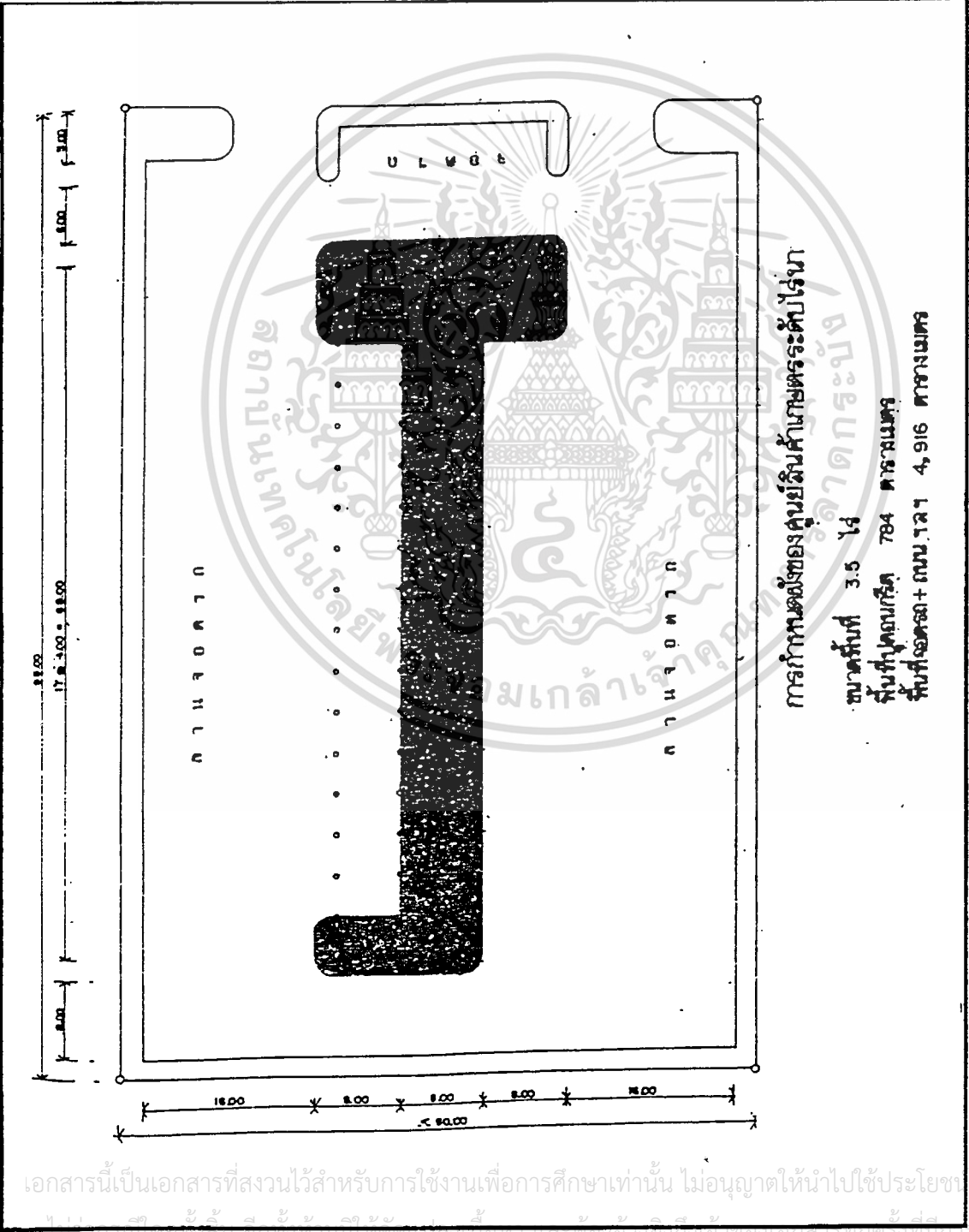


โครงการ การศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อ การเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการ พัฒนาเป็นตลาดการค้าพืชผล ทางการเกษตร	แสดง ทัศนียภาพของศูนย์สินค้า ระดับ ไร่ - นา
ที่มา : สถาบันวิจัยทางสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	
ภาพที่ 2.1	
พ.ศ. 2528	



ทัศนียภาพศูนย์สินค้าเกษตรระดับไร่

โครงการ การศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อ การเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการ พัฒนาเป็นตลาดการค้าพืชผล ทางการเกษตร	แสดง การกำหนดผังของศูนย์สินค้า ระดับ ไร่ - นา	ที่มา : สถาบันวิจัยทางสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาพที่ 2.2 พ.ศ. 2528
--	--	--



บทที่ 3

การศึกษาดำเนินการ

การศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ในรูปของศูนย์สินค้าระดับไรนา กรณีศึกษา อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาปัจจัยที่จะนำไปประกอบเพื่อหาพื้นที่ที่จะพัฒนาให้เป็นตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตรโดยเป็นการศึกษาปัจจัยเฉพาะทางด้านพฤติกรรมและหลักการตลาดทางด้านตลาดสินค้า การเกษตร และหน้าที่การตลาดของพืชผลทางการเกษตร โดยเน้นในด้านกิจกรรมของผู้เกี่ยวข้อง ในตลาดการค้าข้าวเปลือก

3.1 กำหนดพื้นที่ศึกษา

ตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไรนา นี้จัดเป็นตลาดประเภทตลาดท้องถิ่น (Local Grower's Market) ซึ่งเป็นตลาดที่รวบรวมผลผลิตระดับไรนา ซึ่งตั้งอยู่ในแหล่งผลิต หรือใกล้เคียงแหล่งผลิต คือในตำบล หรืออำเภอ โดยรวบรวมภายในตำบลหรืออำเภอ เพื่อส่งต่อตลาดที่มีขนาดใหญ่กว่า หรือโรงงาน หรือโรงสีต่อไป ฉะนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดอำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี เป็นพื้นที่ศึกษา ทั้งนี้มีสาเหตุจาก

1) อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี เป็นชุมชนดั้งเดิมของภาคกลางที่ทำการเกษตรปลูกข้าวเป็นอาชีพมาตลอด โดยมีประวัติตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาและมีการบันทึกการเสด็จประพาสในสมัยรัชกาลที่ 5 จนถึงปัจจุบัน โดยมีการพัฒนาทั้งทางด้านการผลิตและการตลาดมาโดยตลอด

2) อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี มีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการพื้นฐานที่จำเป็นต่อการพัฒนา เช่น ไฟฟ้า, น้ำ และการคมนาคม ตลอดทั่วไประบบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดส่วนต่างๆ ของพื้นที่ไม่มีส่วนแตกต่างทางด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ยกเว้นทางด้าน การสื่อสาร โทรศัพท์ ที่มีเฉพาะในตำบลส่วนกลางเท่านั้น แต่ในส่วนตำบลรอบนอกมีการสื่อสารโทรศัพท์ในรูปของศูนย์ประจำตำบล ทุกตำบล

3) อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี เป็นพื้นที่ที่มีสภาพความเป็นชุมชนและชนบท อย่างสมบูรณ์ คือ มีศูนย์กลางธุรกิจของชุมชน (CBD) มีศูนย์ราชการและพื้นที่เกษตรกรรมอย่างเด่นชัด

4) อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี เป็นพื้นที่ที่อยู่ห่างจากตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ระดับต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้เคียงคือ ตลาดกลางค้าข้าวกันทรังษ์ จังหวัดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นครสวรรค์ และตลาดกลางค้าข้าว องค์การตลาดเพื่อเกษตรกร จังหวัดสุพรรณบุรี โดยไม่มีอิทธิพลของตลาด ดังกล่าวในพื้นที่ศึกษา

5) อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพเหมาะสมในการที่จะพัฒนา ให้มีตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตรประเภทข้าวเปลือก ในระดับไร่นา โดยมีความเหมาะสมทั้งทางด้านปริมาณ ผลผลิตที่จะสามารถเข้าสู่ตลาด พ่อค้าระดับต่าง ๆ ที่จะเข้ามาทำการซื้อในตลาด และสาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จากผลการศึกษาของสถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เสนอกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์, กระทรวงพาณิชย์ ใน “โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงระบบตลาดสินค้าเกษตรภาคกลาง และตะวันตก”

3.2 การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

อำเภออินทร์บุรีเป็นอำเภอใหญ่ที่มีประชากรทั้งสิ้นรวม 66519 คน 10330 ครัวเรือน มีผู้ที่ประกอบอาชีพทำการเกษตร 5324 ครัวเรือน ทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากทุกๆหน่วยครัวเรือนจึงเป็นไปได้ยาก ฉะนั้นการรวบรวม ข้อมูลจึงจำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มที่ต้องการศึกษามาแต่เพียงบางส่วน เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

3.2.1 การกำหนดขนาดของตัวอย่าง (Size of Sample)

ในการกำหนดขนาดของตัวอย่างของการศึกษานี้ กำหนดให้ใช้การประมาณค่า สัดส่วน ซึ่งใช้ค่าสัดส่วนของหน่วยในตัวอย่างที่มีคุณสมบัติที่กำหนด โดยให้มีการคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าน้อยกว่า 10 เปอร์เซ็นต์ และมีระดับความเชื่อมั่น 90%

จากสูตร

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{e^2}$$

n = จำนวนประชากรตัวอย่าง

z = คะแนน z ตามระดับความมีสำคัญที่กำหนดให้ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ค่า $z = 1.645$

* จากค่าตาราง t (critical values of t) แบบสองทางที่ระดับความเชื่อมั่น 90 % หรือมีนัยสำคัญที่ 0.10 $df =$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

p = สัดส่วนของหน่วยในตัวอย่างที่มีคุณสมบัติที่กำหนดหรือสัดส่วนของหน่วย ในประชากรที่มีคุณสมบัติที่กำหนด
 e = ค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่จะยอมรับได้ ⁽¹¹⁾

ในการศึกษา เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นตลาดฯ ในครั้งนี้กลุ่มประชากรที่ต้องการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร ดังนั้นการหาสัดส่วนของ ประชากรที่มีคุณสมบัติที่กำหนดจึงเป็น

p = ประชากรที่เป็นเกษตรกร (ครัวเรือน)
 ประชากรทั้งหมด (ครัวเรือน)

$$p = 5324/10330 = 0.5154$$

เพราะฉะนั้นจากสูตรจะได้ว่า

$$n = (1.645)^2 (0.5154) (0.4846) / (.10)^2$$

$$n = 68$$

ดังนั้นในการกำหนดขนาดของประชากรตัวอย่าง (Size of Sample) ที่เป็นเกษตรกร ในการศึกษาครั้งนี้จึงควรมีไม่น้อยกว่า 68 ครัวเรือน

นอกจากนี้กลุ่มประชากรที่ต้องทำการศึกษาก็มีสองกลุ่มคือ กลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง อื่นๆ เช่น หน่วยงานของรัฐ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีจำนวนประชากรไม่มากจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในส่วนกลุ่มผู้ซื้อและกลุ่มผู้เกี่ยวข้องดังนี้

กลุ่มผู้ซื้อ จากการสำรวจจากสำนักงานสหกรณ์การเกษตร อำเภอนิคมบ่งชีร์ และจาก การสอบถามจากตำบลต่าง ๆ พบว่ามีประชากรผู้ซื้อ รวมแล้วไม่เกิน 40 ราย ฉะนั้นในการกำหนด ขนาดของกลุ่มตัวอย่างนี้ ไม่น้อยกว่า 50 เปอร์เซนต์ คือ ไม่น้อยกว่า 20 ราย

กลุ่มผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่นหน่วยงานของรัฐอันได้แก่

- สำนักงานเกษตรอำเภอ
- สหกรณ์การเกษตรอำเภอนิคมบ่งชีร์

(11) วีณัส พิษณุชัย, สถิติสำหรับนักสังคมศาสตร์ ,พิมพ์ครั้งที่ 6 , (กรุงเทพฯ : คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2532), หน้า 212-216.

- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
- ธนาคารพาณิชย์

ในส่วนของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ นี้ มีจำนวนน้อยจึงเข้าทำการสำรวจทุกหน่วยงานโดยผู้ให้ข้อมูลควรเป็นหัวหน้าหน่วยงานหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย

ในการศึกษารังนี้จึงได้ใช้ประชากรศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวนต่าง ๆ ดังนี้

1. เกษตรกรผู้ทำนา	89	ราย
2. พ่อค้า หรือผู้ซื้อ	22	ราย
3. ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	4	ราย
รวม	115	ราย

3.2.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง (Sampling Methodology)

จากจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ได้กำหนดไว้ดังนี้

ประชากรที่เป็นเกษตรกรทำนา 89 ครัวเรือน

ประชากรกลุ่มพ่อค้าและผู้เกี่ยวข้อง 26 ครัวเรือน

ผู้วิจัยได้จัดวิธีการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรตัวอย่างต่าง ๆ ดังนี้

1) ในการจัดวิธีการสุ่มตัวอย่างของประชากรที่เป็นเกษตรกร ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างหลายชั้น (Multi-Stage Sampling) โดยใช้ทั้งเขตอำเภออินทร์บุรีเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยทำการเก็บข้อมูลในทุก ๆ ตำบลของอำเภออินทร์บุรี และในแต่ละกลุ่มตำบล ใช้สุ่มตัวอย่างเพียงบางส่วน ตามสัดส่วนของประชากรที่เป็นเกษตรกรทั้งอำเภอกับประชากรที่เป็นเกษตรกรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง คือ

ประชากรที่เป็นเกษตรกรทำนาทั้งอำเภอเท่ากัน 5324 ครัวเรือน ต่อประชากรที่เป็นเกษตรกรทำนาที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 89 ครัวเรือน

อัตราส่วนจะเป็น 1 : 60

ฉะนั้นในแต่ละตำบลจะมีประชากรกลุ่มตัวอย่างในอัตราส่วน 1 : 60 ของประชากรที่เป็นเกษตรกรในเขตตำบลนั้น ๆ

ในการสุ่มตัวอย่าง ในแต่ละตำบลจัดให้เป็นการสุ่มตัวอย่าง แบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) ทั้งนี้เพราะในกลุ่มหมู่บ้านแต่ละตำบลให้มีการจัดเรียงไว้อย่างมีระเบียบด้วยการมีบ้านเลขที่ ซึ่งพอจะเชื่อได้ว่าแต่ละครัวเรือนในหมู่บ้านได้ถูกจัดเรียงไว้แบบสุ่มอยู่แล้ว ซึ่งการสุ่มตัวอย่างแบบนี้อาจจะสุ่มเลือกเฉพาะตัวอย่างแรกเท่านั้น หน่วยต่อ ๆ ไปกำหนดลงไปว่าทุก ๆ K ครัวเรือนจะถูกเลือกเป็นตัวอย่าง โดยที่ $K = N/n$ เมื่อ N คือขนาดประชากรที่เป็นเกษตรกรในตำบล และ n คือขนาด

ของตัวอย่าง เช่น $K = 60$ และสุ่มตัวอย่างแรกได้เป็น 2 ดังนั้นตัวอย่างที่ต้องการก็จะเป็นหน่วยที่ 2, 62, 122, 182,...⁽¹²⁾ ถ้าไม่สามารถสัมภาษณ์ หน่วยเป้าหมายได้ จะทำการสัมภาษณ์หน่วยถัดไปอีก 1 หน่วย

2) ในการสุ่มตัวอย่างกลุ่มพหุค่า และผู้เกี่ยวข้องซึ่งกระจายอยู่ทั่วไปแต่ไม่เท่ากันในทุกตำบลจึงใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยพยายาม จะให้มีตัวอย่างในทุกตำบล

3.3. เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการเก็บข้อมูลทางสถิติ ทั้งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยมีการกำหนดเครื่องมือ และวิธีการดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บข้อมูลจากสถานที่ หรือ ผู้ให้ข้อมูลโดยตรง โดยมีวิธีการเก็บข้อมูลต่าง ดังนี้

1) การสังเกต และสัมภาษณ์อย่างไม่มีโครงสร้าง เพื่อเป็นการศึกษาพฤติกรรม และ กิจกรรมเบื้องต้นของกลุ่มประชากรในการซื้อขายข้าวเปลือกในอดีตและปัจจุบัน

2) แบบสอบถาม โดยเป็นการเก็บข้อมูล จากการสำรวจจาก ตัวอย่าง (Sample Survey) โดยใช้แบบสอบถามอย่างมีระบบ (Structured Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 7 ส่วน (ดูภาคผนวก ง.) ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับประชากร และการขนส่ง

ข้อมูลในส่วนนี้เป็นการสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทั่วไปของประชากรศึกษา ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับตลาดการค้าข้าวได้แก่ สถานะภาพของประชากร ในตลาดการค้าข้าว นอกจากนี้ยังเป็นคำถามถึงความคาดหวังตลาดกลางค้าข้าว หรือตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร และความคิดเห็นในด้านการจัดตั้งตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร คำถามในส่วนนี้เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) โดยข้อมูลทั้งหมดในลักษณะข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data)

และในส่วนของการขนส่ง คำถามในส่วนนี้เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับลักษณะของการขนส่งผลผลิต โดยผู้ขายหรือเกษตรกรขนส่งไปสู่ตลาดหรือผู้ซื้อและอีกกรณีคือผู้ซื้อเป็นผู้มารับซื้อถึงที่นา แล้วขนส่งผลผลิตไปเอง ข้อมูลการขนส่งนี้ได้ รวมไปถึง

(12) เรื่องเดียวกัน , หน้า 184-187.

ชนิดของพาหนะในการขนส่ง ค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่อเที่ยว ระยะทาง และการประเมินค่าใช้จ่ายในการขนส่งว่ามีความเหมาะสมเพียงใด ซึ่งจะเป็นคำถามแบบเลือกตอบ และคำถามปลายเปิดแบบเติมคำลงในช่องว่าง ข้อมูล ที่ได้เป็นทั้งแบบข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าวเปลือกกับตลาดอินทรีบุรี

คำถามในส่วนนี้เป็นการสัมภาษณ์ถึงข้อความคิดเห็นในเรื่องที่ตั้งของตลาดกลางค้าข้าวเปลือกกับตลาดอินทรีบุรี ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งศูนย์กลางธุรกิจ (CBD) ของอำเภอ

คำถามส่วนนี้ในเรื่องความคิดเห็นจะเป็นคำถามกำหนดระดับ (Rating Scale) ของ LIKERT SCALE โดยกำหนดเป็น 5 ระดับคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง, เห็นควร, ไม่มีความเห็น, ไม่เห็นด้วย, ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง นอกจากนี้ยังมีคำถามถึงการใช้บริการต่าง ๆ ในตลาดอินทรีบุรี (CBD) ข้อมูลนี้ได้เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าวเปลือกกับแหล่งข่าวสารข้อมูล

คำถามในส่วนนี้ เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องของที่ตั้งตลาดกลาง ค้าข้าวเปลือกกับแหล่งข่าวสารข้อมูลทางการเกษตรในส่วนของความเที่ยงตรงของข่าวสาร, ความ สะดวกรวดเร็ว, การติดตามข่าวสาร และการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ลักษณะของคำถามเป็นคำถาม กำหนดระดับ (Rating Scale) เช่นเกี่ยวกับส่วนที่ 2 นอกจากนี้ยังมีคำถามชนิดเลือกตอบในเรื่อง ของแหล่งที่มาของข่าวสารข้อมูล

ส่วนที่ 4 ข้อมูลที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าวเปลือกกับแหล่งเงินทุน

คำถามในส่วนนี้ เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องของที่ตั้งตลาดกลางค้า ข้าวเปลือกกับแหล่งเงินทุน ในส่วนของความสะดวกในการจ่ายเงิน, ความปลอดภัยในการซื้อขาย การประเมินสินเชื่อ และการจำหน่ายข้าวเปลือก ในเรื่องความคิดเห็นนี้จะคำถามกำหนดระดับ เช่นเดียวกับส่วนที่ 2,3 นอกจากนี้ยังมีคำถามชนิดเลือกตอบในเรื่องของแหล่งเงินทุนที่ใช้บริการ ข้อมูลทั้งหมดในส่วนนี้จัดเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลที่ตั้งของตลาดกลางค้าข้าวเปลือกกับสถานีขนส่ง

คำถามในส่วนนี้ เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องของที่ตั้งตลาดกลาง ค้าข้าวเปลือกกับสถานีขนส่งในอำเภออินทรีบุรี ในส่วนของความสะดวก การจัดหาแรงงาน การติดต่อจ้างรถยนต์และการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ลักษณะของคำถามเป็นคำถามกำหนด ระดับ เช่นเดียวกับส่วนที่ 2,3,4 นอกจากนี้ยังมีคำถามชนิดเลือกตอบในเรื่องของความถี่ในการใช้ บริการสถานีขนส่ง อินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 6 ข้อมูลที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าวเปลือกกับเส้นทางถนนสายหลัก
คำถามในส่วนนี้ เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นในเรื่องของที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าวเปลือกกับเส้นทางคมนาคมสายหลัก อันได้แก่ สายเอเชียในส่วนความสามารถในการขยายตลาด ความสะดวกในการขนส่งทั้งภายในอำเภอและนอกอำเภอ การประหยัดค่าขนส่ง และความสามารถในการเข้าถึงของเกษตรกร และพ่อค้าต่างถิ่น ลักษณะของคำถามเป็นคำถามกำหนดระดับ เช่นเดียวกับส่วนที่ 3 ข้อมูลที่ได้วัดเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ

ส่วนที่ 7 ข้อมูลการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ
คำถามในส่วนนี้ เป็นการสัมภาษณ์เพื่อให้ผู้ตอบคำถามได้จัดลำดับความสำคัญของปัจจัย ต่าง ๆ ที่กำหนดมาให้ 8 ปัจจัย โดยผู้ตอบจัดใส่เลขลำดับให้กับปัจจัยต่าง ๆ โดยไม่ซ้ำกัน

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานราชการและองค์กรของรัฐ ตลอดจนรายงาน และบทความจากหนังสือ และองค์กรต่างๆของภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ในลักษณะ ของกิจกรรม ทะเบียน (Record) ระเบียบ(Registration) รายงาน (Report) เพื่อนำข้อมูลมาใช้ ในการวิเคราะห์และเป็นข้อมูลในการวางแผนการศึกษา

3.4 การทดสอบแบบสอบถาม

การทดสอบแบบสอบถามเป็นการทดสอบหาความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามที่ใช้สัมภาษณ์โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) การทดสอบความเที่ยงเบื้องต้น โดยผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามขึ้นโดยอาศัย ข้อมูลจากการศึกษาวรรณกรรม, ข้อมูลจากการสังเกต, ข้อมูลทุติยภูมิ แล้วนำแบบสอบถามไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัย กับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรและเจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องภายในพื้นที่เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความเที่ยงยิ่งขึ้น

2) การทดสอบความเที่ยง ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบ กับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ศึกษาจำนวน 25 คน ก่อนการเก็บข้อมูลจริง (pre-test) โดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างข้างต้น จำนวน 2 ครั้ง ในระยะเวลาห่างกันระหว่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบครั้งแรกกับการทดสอบครั้งหลัง 2 สัปดาห์ แล้วนำผลการทดสอบทั้ง 2 ครั้ง มาทำการทดสอบความเที่ยงแบบสอบซ้ำ (Test-Retest Reliability) เป็นวิธีที่เหมาะสมกับการใช้แบบทดสอบ 1 ชุด สอบคนกลุ่มเดียวกันซ้ำในเวลาต่างกัน ในระยะเวลาทดสอบไม่เกิน 6 เดือน แล้วนำคะแนนจากการทดสอบทั้งสองครั้งมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน (R_{xy}) ⁽¹³⁾

สูตร ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

(Pearson product-moment Correlation Coefficient)

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

โดยกำหนดให้

r_{xy} = ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

$\sum X$ = ผลรวมของคะแนนการทดสอบครั้งแรก

$\sum Y$ = ผลรวมของคะแนนการทดสอบครั้งหลัง

$\sum X^2$ = ผลรวมของคะแนนการทดสอบครั้งแรกแต่ละจำนวนยกกำลังสอง

$\sum Y^2$ = ผลรวมของคะแนนการทดสอบครั้งหลังแต่ละจำนวนยกกำลังสอง

$\sum XY$ = ผลรวมของผลคูณของคะแนนการทดสอบครั้งแรกและครั้งหลัง

N = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ทดสอบ

หลังจากได้ค่าสหสัมพันธ์ของข้อความต่างๆแล้วพิจารณาคะแนนค่าความสัมพันธ์แล้วนำคำถามที่มีค่าความสัมพันธ์น้อยมาปรับปรุงเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่เหมาะสมแล้วจึงนำแบบสอบถามออกเก็บข้อมูลจริงเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการและมีความเที่ยงมากที่สุด (ค่าคะแนนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แสดงในภาคผนวก ข.)

(13) ประคอง กรรณสูตร, สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์, (กรุงเทพฯ : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2522), หน้า 106-108.

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้จากการกำหนดขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่างได้ทำการเก็บข้อมูลในแต่ละตำบล ดังนี้

ตำบลอินทร์บุรี	จำนวน	6	ตัวอย่าง
ตำบลประศุก	จำนวน	12	ตัวอย่าง
ตำบลทองเอน	จำนวน	14	ตัวอย่าง
ตำบลท่างาม	จำนวน	8	ตัวอย่าง
ตำบลห้วยชัน	จำนวน	8	ตัวอย่าง
ตำบลชีน้ำร้าย	จำนวน	6	ตัวอย่าง
ตำบลโพธิ์ชัย	จำนวน	6	ตัวอย่าง
ตำบลทับยา	จำนวน	9	ตัวอย่าง
ตำบลจั่วราย	จำนวน	11	ตัวอย่าง
ตำบลน้ำตา	จำนวน	9	ตัวอย่าง

ในการเก็บข้อมูลในพื้นที่ (Field Survey) ผู้ศึกษาได้มีผู้ช่วยเกี่ยวกับการเก็บข้อมูล 8 คน โดยผู้ศึกษาวิจัยได้ทำความเข้าใจกับผู้ช่วยทุกท่านในเรื่องของวัตถุประสงค์ของการวิจัย, วิธีการเก็บรวบรวมและบันทึกข้อมูล, และเทคนิคการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้ช่วยศึกษามีความเข้าใจทั้งหมดเป็นแนวทางเดียวกันแล้วจึงได้ออกปฏิบัติการสำรวจเก็บรวบรวมข้อมูลตามแบบสอบถามที่กำหนด โดยแบ่งไปตามตำบลต่าง ๆ ในช่วงเดือนสิงหาคม 2537 ถึงเดือน กันยายน 2537 ช่วงเวลาในการสัมภาษณ์จะเป็นช่วงเวลาบ่ายถึงเย็น เพราะจะเป็นช่วงที่สามารถสัมภาษณ์ตัวอย่างได้อย่างดีเพราะผู้ให้สัมภาษณ์จะว่างจากงานประจำและเป็นเวลา

ผู้สัมภาษณ์ สามารถจะเดินทางไปได้สะดวก มีเวลาเตรียมตัวในการไปสัมภาษณ์ที่ดี ในการสัมภาษณ์ครั้งหนึ่งจะใช้เวลาเฉลี่ยประมาณ 30-45 นาที โดยในบางครั้งมีเวลาที่มากกว่าเพราะผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลหรือสนทนาออกนอกประเด็น และในการสัมภาษณ์นี้ได้มีหลักเกณฑ์ในการสัมภาษณ์ดังนี้ คือ

1. ผู้ที่ให้สัมภาษณ์ นั้นจะต้องเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในกิจกรรมหรือธุรกิจนั้น ๆ
2. การไปสัมภาษณ์ นั้นจะต้องไม่พาหรือไม่มีข้าราชการ คนในหน่วยงานของรัฐไปด้วย เพราะอาจจะทำให้เกิดผลเสียต่อการได้ข้อมูลที่ถูกต้อง ทั้งนี้ควรเป็นการสัมภาษณ์ส่วนตัวหรือมีผู้อยู่ร่วมได้ในลักษณะผู้ร่วมงาน หรือเพื่อนเกษตรกรทำนา เช่นเดียวกันเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ในการสัมภาษณ์ จะต้องแจ้งแก่ผู้ให้สัมภาษณ์ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ ก่อนและต้องแจ้งว่าข้อมูลนี้เป็นความลับ และใช้กับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้นี้เท่านั้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์สับสนและมั่นใจในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง

3.5.2 การตรวจสอบแบบสอบถาม

การตรวจสอบแบบสอบถาม เนื่องจากในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีผู้ช่วยในการออกเก็บรวบรวมข้อมูล จึงได้มีการตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อให้ข้อมูลที่ได้เที่ยงตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยได้จัดการตรวจสอบแบบสอบถาม เป็น 2 ช่วง คือ

ช่วงที่ 1 เป็นการตรวจสอบในช่วงที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเมื่อผู้ช่วยวิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลมาแล้วนำมาทำการตรวจสอบ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและหาข้อบกพร่อง ถ้าพบข้อบกพร่องหรือมีการสงสัยในข้อมูลบางส่วนจะทำความเข้าใจกับผู้ช่วยวิจัยแล้วกลับไปสัมภาษณ์ในส่วนที่บกพร่องหรือสงสัยอีกครั้ง

ช่วงที่ 2 เป็นการตรวจสอบแบบสอบถาม หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งหมดแล้ว นำมาตรวจสอบเพื่อจัดกลุ่มเตรียมนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาลงรหัส เพื่อนำเข้าระบบการวิเคราะห์ต่อไป

3.5.3 ปัญหาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้รวบรวมปัญหาที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) หัวข้อวิจัย ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นเรื่องใหม่ในชุมชนที่ยังไม่มีการดำเนินการจัดตั้ง จึงทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคาดหวังมากในการศึกษาวิจัย ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์จะให้สัมภาษณ์ออกนอกประเด็นอยู่บ่อยครั้งเช่น เรื่องการเมืองและผลประโยชน์การดำเนินการ เป็นต้น ผู้สัมภาษณ์จึงต้องพยายามชักจูงผู้ให้สัมภาษณ์เข้าในประเด็นเสมอ

2) ในการสัมภาษณ์ บางครั้งได้รับความสนใจจากเพื่อนบ้านของผู้ให้สัมภาษณ์ ทำให้มีการเข้าร่วมวงสัมภาษณ์จากเพื่อนบ้าน ซึ่งในบางครั้งทำให้มีผลต่อข้อมูลในการสัมภาษณ์บ้าง โดยผู้ร่วมวงเสนอความคิดเห็นขัดแย้งกับผู้ให้สัมภาษณ์เข้าให้ผู้ให้สัมภาษณ์ความไม่มั่นใจในคำตอบเท่าที่ควร ผู้สัมภาษณ์จึงต้องพยายามสัมภาษณ์ให้เสร็จในเวลาจำกัดเพื่อ ไม่ให้มีผู้ร่วมวงสนทนามากขึ้น

3.6 แนวความคิดในการวิเคราะห์

เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษา เพื่อหาปัจจัยที่เน้นหนักไป ทางด้านการตลาด สินค้าเกษตร และหน้าที่ต่าง ๆ ของตลาดสินค้าเกษตร คือ

- หน้าที่ อำนาจความสะดวกในการแลกเปลี่ยนซื้อขาย โดยตลาดเป็นศูนย์กลางการรวบรวมสินค้า

- หน้าที่ ทางด้านข่าวสารข้อมูลการตลาดสินค้าเกษตร โดยมีแหล่งข่าวสาร ในท้องที่ เป็นแหล่งบริการ

- หน้าที่ทางด้านการเงิน เป็นตัวประสานงานบริการทางด้านเงินทุน สิน เชื้อ และความสะดวกในการเบิกจ่าย ฝากถอน เงินทุน โดยมีสถาบันการเงินต่าง ๆ เป็นแหล่งให้บริการ

- หน้าที่ทางด้านการคมนาคม ทั้งทางด้านการโดยสาร และการขนส่ง โดยมี สถานีขนส่งเป็นแหล่งให้บริการ ⁽¹⁴⁾

และหลักการในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นา เป็นการจัดตั้งจากการพัฒนา การซื้อขาย สินค้าเกษตร ในรูปของแหล่งซื้อขายที่ยัง ไม่เป็นระบบ หรือตลาดนัด แล้วสามารถพัฒนา ตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ต่อ ขึ้นไปเป็นตลาดระดับที่สูงกว่า เช่น ระดับจังหวัด ,ระดับภูมิภาค โดยต้องมีเส้นทาง การคมนาคม ติดต่อกับจังหวัดอื่น ๆ ได้สะดวก ⁽¹⁵⁾

ฉะนั้นในการศึกษาวิเคราะห์นั้นจะเป็นการศึกษาวิเคราะห์ สรุปลปัจจัยที่เกี่ยวข้อง กับทางด้านการตลาด และหน้าที่ของตลาด พืชผลทางการเกษตร ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ การหาพื้นที่ที่เหมาะสม ที่จะพัฒนาเพื่อให้เป็นตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร (ข้าวเปลือก)ระดับไร่นา เพื่อต้องการให้การพัฒนาพื้นที่นั้นๆ สามารถดึงดูดเกษตรกร, ผู้ค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามาจัดกิจกรรมได้อย่างเป็นตลาดกลางการค้าพืชผลเกษตรด้วย กลไกของการเกิดเป็นตลาดหรือศูนย์สินค้าในตัวของตัวเอง โดยไม่มีการแทรกแซง จากการผลักดันในเหตุอื่น ซึ่งจะทำให้ตลาดกลางที่เกิดขึ้นไม่สามารถทำหน้าที่เป็นศูนย์ ของการซื้อขายผลผลิตดังกล่าว ผู้ศึกษาวิจัยจึงเสนอแนวความคิดในการวิเคราะห์ ดังนี้

3.6.1 แนวความคิดกลุ่มประชากรศึกษา และการขนส่ง

จะมีผู้เกี่ยวข้องที่เข้าไปประกอบกิจกรรมการซื้อขายในตลาด เป็น 3 กลุ่ม คือ

(14) ไพฑูรย์ รอดวิจิ , การตลาดสินค้าการเกษตร , 2526 , หน้า 9-10.

(15) สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุง ตลาดกลางสินค้าเกษตร ภาคกลางตะวันตก , หน้า 6-1 ถึง 6-3.

1) เกษตรกร ผู้ทำนาหรือผู้ผลิต เป็นกลุ่มใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญในตลาด เพราะจะเป็นผู้นำผลผลิตจากส่วนต่าง ๆ ของพื้นที่เข้ามาทำการขายในตลาด ในพื้นที่ศึกษาเป็นการศึกษาถึงตลาดการค้าข้าวระดับไร่นา ฉะนั้นเกษตรกรเป้าหมายในการศึกษาก็เป็นเกษตรกรที่ทำนา ใน บริเวณเขตอำเภอมโนรมบุรี จังหวัดสิงห์บุรี

2) พ่อค้าคนกลางในตลาด ได้แก่พ่อค้าที่มีอาชีพในการเป็นผู้ซื้อผลผลิตจากเกษตรกร แล้วนำไปขายต่อ ในส่วนพ่อค้าระดับอื่นๆ แปรรูป ผลผลิต หรือนำไปขายต่อกับผู้บริโภคโดยตรง โดยแบ่งพ่อค้าคนกลางต่างเป็น พ่อค้านายหน้า หรือตัวแทน, พ่อค้าปลีกท้องถิ่น, โรงสี, โรงงาน, พ่อค้าท้องถิ่นและสหกรณ์ท้องถิ่น

3) เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือองค์กรทางการเกษตร ซึ่งจะเป็นผู้ที่เข้ามามีบทบาทในการที่จะดำเนินงานในตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ซึ่งเป็นทั้งในรูปของพนักงานของรัฐหรือเอกชน

ฉะนั้นในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้กลุ่มประชากรเป้าหมายที่จะทำการศึกษาหรือเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจึงประกอบไปด้วยเกษตรกรชาวนา, พ่อค้า, และเจ้าหน้าที่ของรัฐ นอกจากนี้จะเป็นกลุ่มประชากรเป้าหมายแล้วยังเป็นกลุ่มที่จะให้ข้อมูลเปรียบเทียบกับความคิดเห็นของการเลือกปัจจัย ที่มีผลต่อการจัดตั้ง ทั้งนี้เพราะกลุ่มประชากรเหล่านี้มีบางส่วนของกิจกรรมที่แตกต่างกันเช่นประชากร กลุ่มเกษตรกร ชาวนา จะเป็นผู้ที่เข้ามามีบทบาทในการขายสินค้า ประชากรกลุ่มพ่อค้าจะเข้ามามีบทบาทในด้านการซื้อ ส่วนกลุ่มประชากรเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือองค์กรทางการเกษตรจะเข้ามามีบทบาทในด้านการดำเนินการอำนวยความสะดวก และควบคุมดูแลให้บริการภายในตลาด เป็นไปโดยมีประสิทธิภาพ ซึ่งทั้งสามกลุ่มประชากรอาจจะมีข้อคิดเห็นที่แตกต่างหรือเหมือนกันก็ได้

J.H. Von Thunen ได้เสนอแนวคิดอธิบาย ถึงหลักการเลือกที่ตั้ง เพื่อการผลิตทางด้านเกษตรกรรมกับตลาดที่เป็นศูนย์กลางทั้งทางด้านที่เป็นแหล่งอุปสงค์สำหรับสินค้าเกษตร ที่มาจากชนบทโดยรวม โดยเสนอแนวความคิด ที่ตั้งของกิจกรรมการผลิตทางการเกษตร ถูกกำหนดโดยความสัมพันธ์ระหว่างราคาตลาดของผลิตผลนั้นกับระยะทางจากแหล่งผลิตไปสู่ตลาด โดยมีระยะทางเป็นตัวกำหนดค่าขนส่ง (16)

Tord Palander ได้เสนอแนวความคิด การกำหนดอาณาบริเวณตลาด และขนาดของอาณาบริเวณตลาดนี้มีผลต่อระดับของ ผล กำไรอีกต่อหนึ่งด้วยกล่าวคือ ผลกำไรขึ้นอยู่กับระยะทางของ แต่ละอาณาบริเวณตลอดที่หน่วยผลิตนั้นตั้งอยู่ (17)

(16) J.H Von Thunen, Der Isolierte Start in Beziehung and National Okonomic and Landwirtschaft , P.67-68.

(17) ณรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัย, เศรษฐศาสตร์ภูมิภาคและเมือง, หน้า 50-51.

Edger M Hoover เสนอแนวความคิด แหล่งที่ตั้งของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (the location of economic activity) โดยกล่าวว่า แหล่งที่ตั้งที่ดีที่สุดก็คือจุดที่เสียค่าขนส่งต่ำสุด โดยมีข้อสมมติว่าไม่มีความแตกต่าง ในด้านต้นทุนการผลิตและแหล่งที่ตั้งอาจอยู่ ณ.จุดใดจุดหนึ่ง คือ แหล่งวัตถุดิบ แหล่งตลาด หรือที่ตั้งที่อยู่ระหว่างวัตถุดิบและตลาด ⁽¹⁸⁾

ฉะนั้นจึงนับได้ว่าการขนส่งก็เข้ามามีบทบาทสำคัญกับการจัดตั้งตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ก็คือ การขนส่ง ผลผลิตเข้าสู่ตลาดและการขนส่งผลผลิตจากตลาดกลางไปสู่ตลาดอื่นที่ใหญ่กว่า หรือโรงงาน หรือผู้บริโภคปลายทาง ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยมีแนวความคิดในการศึกษาวิจัยในเรื่องการขนส่งผลผลิตทางการเกษตร ในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

- ศึกษาลักษณะการขนส่ง โดยดูสังเกตจากพฤติกรรมในพื้นที่และการตอบแบบสอบถามในเรื่องของพาหนะในการขนส่งทั้งนี้เพราะลักษณะพาหนะในการขนส่งนี้จะมีผลต่อ ค่าขนส่งและจะทำให้เป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจเข้าใช้บริการในตลาดกลางการค้าพืชผลเกษตร หรือไม่ โดยในการศึกษาจะแบ่งลักษณะของพาหนะที่ใช้ในการขนส่งออกเป็นรถยนต์บรรทุกขนาดเล็ก ซึ่งได้แก่ รถบัส รถอีแต่น รถลาก (ใช้รถไถนาทั้งชนิดใหญ่และชนิดไถตามลากรถพ่วงขนาดเล็ก) บรรทุกได้คราวละ 1-2 ตัน รถยนต์บรรทุกขนาดกลาง 6 ล้อ บรรทุกได้คราวละ 8-10 ตัน, รถยนต์บรรทุก ขนาดใหญ่ 10 ล้อ บรรทุกได้คราวละ 10-15 ตัน และรถประเภทอื่น ๆ ที่อาจจะมีการนำมาใช้เป็นพิเศษ

- ศึกษา ค่าขนส่งในการนำผลผลิต สู่ตลาดกลางค้าพืชผลทางการเกษตร จากการสังเกตพฤติกรรมการค้าข้าวของประชากรในเขตอำเภอนิคมพัฒนา ในปัจจุบันนั้น การค้าข้าวจะแบ่งการขนส่งออกเป็นผู้นำรถมาซื้อถึงที่นา ซึ่งเกษตรกรจะขายข้าวได้ในราคาที่ค่อนข้างต่ำกว่าราคากลาง แต่สะดวก อีกประเภทหนึ่งคือ เกษตรกรขนข้าวเปลือกไปขายให้กับพ่อค้าถึงที่ โดยเกษตรกรต้องออกค่าใช้จ่ายเอง ซึ่งประเภทนี้เกษตรกรจะได้ราคาที่ดีกว่าประเภทแรก ฉะนั้นในการศึกษาถึงค่าขนส่งนี้จะเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสองประเภทโดยไม่แบ่งประเภทจะใช้เป็นราคาเฉลี่ยกลาง เพื่อเป็นปัจจัยในการที่จะกำหนดช่วงระยะทางในการขนส่ง

(18) E.M. Hoover, An Introduction of Regional Economics , P. 47.

3.6.2 แนวความคิดในเรื่องที่จัดตลาดกลาง การค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นา กับศูนย์กลางชุมชน

จากงานวิจัยของสถาบันวิจัยทางสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้เสนอแนวความคิดในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นา โดยสรุปผลการวิจัยไว้ตอนหนึ่งว่า ในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นา เท่าที่เป็นอยู่เดิมในปัจจุบัน มีกิจกรรมซื้อขายสินค้าเกษตรในชุมชนแต่ไม่มีการซื้อขายเป็นประจำ และจากการพิจารณาถึงความพร้อมของพื้นที่ เพื่อพัฒนาเป็นตลาดกลางการค้าการค้าพืชผลทางการเกษตร โดยพิจารณาจากผลผลิตที่มีอยู่ในพื้นที่, ความสะดวกทางด้านการคมนาคมขนส่ง, ประสิทธิภาพข่าวสารการตลาด และอาจจะเป็นพื้นที่ที่มีการซื้อขายกันมาแต่เดิม ⁽¹⁹⁾

ฉะนั้นในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นา ให้ได้ผลและมีประสิทธิภาพควรเป็นพื้นที่ที่เป็นหรือเคยเป็นหรือใกล้เคียงกับชุมชน หรือแหล่งการค้าเดิมของชุมชน เช่นตลาดนัด เพราะฉะนั้นในการศึกษา วิเคราะห์ในเรื่องที่จัดตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ระดับไร่นาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาวิจัยจึงได้ตั้งแนวความคิดว่า ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นาที่จะจัดตั้งขึ้นควรจะอยู่ใกล้กับแหล่งศูนย์กลางชุมชนเดิมในพื้นที่คือตลาดอินทร์บุรี

โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูล ความคิดเห็นจากประชากรเป้าหมายว่าเห็นด้วยหรือไม่ ถ้ามีการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรอยู่ใกล้กับตลาดอินทร์บุรี โดยคำนึงถึงความสะดวกหรือความปลอดภัย ความประหยัด เป็นพื้นฐาน

3.6.3 แนวความคิดในเรื่องที่จัดตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรกับแหล่งข่าวสารข้อมูล

หน้าที่ที่สำคัญประการหนึ่งของ ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นา คือเป็นแหล่งเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลการตลาด (Marketing Intelligence) ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ความต้องการพืชผลทางการเกษตรของผู้บริโภค, วิวัฒนาการในการผลิต วิวัฒนาการในการซื้อขายผลิตผลทางการเกษตร และที่สำคัญที่สุดคือเป็นแหล่งให้ข่าวสารข้อมูลทางด้านราคาพืชผลที่เที่ยงตรง ยุติธรรม ต่อผู้ซื้อและผู้ขาย เป็นต้น ⁽²⁰⁾

ฉะนั้นในการศึกษาวิเคราะห์ในส่วนนี้ผู้ศึกษาวิจัยมีแนวความคิดว่าถ้าตลาด

(19) สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงตลาดกลางสินค้าเกษตร ภาคกลางตะวันตก , หน้า 6-1 ถึง 6-3.

(20) ไพฑูรย์ รอดวิจิ , การตลาดสินค้าการเกษตร , 2526 , หน้า 9-10.

กลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นา นี้ ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งข่าวสารข้อมูล ซึ่งอาจจะได้แก่การกระจายข่าว หรือสหกรณ์การเกษตร จะทำให้ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นานี้ทำหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเก็บรวบรวมแนวความคิดจากประชากรเป้าหมายโดยคำนึงถึงความสะดวก, รวดเร็ว, เทียบตรง เป็นพื้นฐาน

3.6.4 แนวความคิดในเรื่องที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรกับแหล่งเงินทุน

ในกลุ่มประชากรเป้าหมายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ระดับไร่นา ทั้งเกษตรกรที่ทำนาและพ่อค้า ปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะเข้าไปมีส่วนในกิจกรรมของกลุ่มประชากรทั้งทางด้านการผลิตและการดำเนินธุรกิจค้าขาย คือเงินทุน โดยแหล่งที่ให้บริการเงินทุนแก่กลุ่มคนเหล่านี้ได้แก่ สถาบันการเงิน ทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนพ่อค้าเงินกู้ และสถาบันทางการเงินเกษตร เช่น สหกรณ์การเกษตรต่าง ๆ

ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ขบวนการซื้อขายผลผลิตในตลาด ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพคือเงินทุน และตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ที่มีหน้าที่ที่สำคัญอย่างหนึ่งคือหน้าที่อำนวยความสะดวก (Facilitating Function) ทางด้านการเงิน (Financing) ซึ่งดำเนินการโดยสถาบันทางการเงินต่าง ๆ (21)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาวิจัยมีแนวความคิดว่าถ้าการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ระดับไร่นานี้ตั้งอยู่ใกล้กับสถาบันทางการเงิน จะสามารถทำให้การดำเนินการของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นามีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของประชากรเป้าหมายโดยคำนึงถึงความสะดวก ความรวดเร็ว และความปลอดภัย เป็นพื้นฐาน

3.6.5 แนวความคิดในเรื่องที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรกับสถานีขนส่ง

จากการศึกษาสังเกต และสอบถามพฤติกรรมการซื้อขายข้าวเปลือกในเบื้องต้นของกลุ่ม ประชากรเป้าหมาย เกษตรกรทำนาจะทำการตกลงกับพ่อค้าผู้ซื้อ ก่อนทำการเก็บเกี่ยวพืชผล แล้วนำข้าวเปลือกไปขาย และจากหน้าที่การตลาดของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นานี้มิใช่เป็นเพียงที่ซื้อขายข้าวเปลือกแต่เพียงอย่างเดียว ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรยังมีหน้าที่ให้ข่าวสารข้อมูลทางการเกษตร และติดต่อประสานงานระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย และสถาบันเงินทุน หรือ

(21) เรื่องเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาจจะให้บริการคลังสินค้าการเกษตรบริการอีกด้วย ดังนั้นนอกจากการซื้อขายข้าวเปลือกแล้ว กลุ่มประชากรเป้าหมายยังต้องเดินทางไปติดต่อให้บริการด้านอื่นๆ จากตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรอีกด้วย⁽²²⁾

และในการเดินทางพาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนหนึ่งที่สำคัญของเกษตรกรและผู้เกี่ยวข้องในตลาด เป็นรถโดยสารประจำทางซึ่งมีทั้งรถประจำทางในท้องที่อำเภอและรถโดยสารประจำทางระหว่างอำเภอ และจังหวัด ฉะนั้นผู้ศึกษาวิจัยจึงมีแนวความคิดว่า สถานีขนส่ง ซึ่งเป็นศูนย์รวมของรถโดยสารประจำทางต่าง ๆ จะเป็นสถานที่ที่จะให้บริการการเดินทางไปติดต่อกับตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรได้สะดวกในทุกพื้นที่ของอำเภอ ถัดตั้งอยู่ใกล้กับตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ทั้งนี้สถานีขนส่งนอกจากจะเป็นศูนย์รวมของรถประจำทางแล้วยังเป็นจุดรวมของรถบริการขนส่งอีกด้วย การรวบรวมวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาวิจัยได้สอบถามความคิดเห็นของกลุ่มประชากร เป้าหมายถึงความสะดวก, การติดต่อรถขนส่ง และการประหยัด เป็นพื้นฐาน

3.6.6 แนวความคิดในเรื่องที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร กับเส้นทางการคมนาคมสายหลัก

ลักษณะของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นา เป็นตลาดที่สามารถพัฒนามาจากการเป็นศูนย์กลางชุมชนเดิม หรือแหล่งรวมค้า เช่น ตลาดนัด และสามารถพัฒนาไปเป็นตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรในระดับที่ใหญ่ขึ้น เช่น ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค เป็นต้น จากลักษณะการพัฒนาของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นาดังกล่าว การที่จะพัฒนาขึ้นไปเป็นตลาดขนาดใหญ่กว่าเดิมจำเป็นต้องมีเส้นทางการคมนาคมที่สามารถเชื่อมต่อกับอำเภอต่าง ๆ และจังหวัด ต่าง ๆ ที่ใกล้เคียงได้โดยสะดวก⁽²³⁾

ฉะนั้นผู้ศึกษาวิจัยจึงมีแนวความคิดว่าถ้าตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นาอยู่ใกล้กับเส้นทางการคมนาคมสายหลัก (ในพื้นที่อำเภออินทร์บุรี ได้แก่ ถนนสายเอเชีย) แล้วจะทำให้การพัฒนาตลาดกลางนี้ให้เป็นตลาดที่ใหญ่กว่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเก็บรวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลจากประชากร เป้าหมาย ถึงความคิดเห็นดังกล่าว โดยคำนึงถึงการพัฒนา, การเข้าถึง จากกลุ่มผู้ซื้อและผู้ขายทั้งภายในและภายนอกเขตอำเภอ และการ ประหยัดค่าขนส่งในการเข้าถึงตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นา เป็นพื้นฐาน

(22) เรื่องเดียวกัน

(23) สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุงตลาดกลางสินค้าเกษตร ภาคกลางตะวันตก , หน้า 6-39 ถึง 6-40.

3.6.7 แนวความคิดในการจัดอันดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกพื้นที่เพื่อพัฒนาเป็นตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไรนา ในสภาพรวม

จากแนวความคิดในการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลในปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น เพื่อให้การนำไปใช้ในการหาพื้นที่ที่มีศักยภาพที่เหมาะสมตามปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ มีความจำเป็นจะต้องมีการจัดความสำคัญก่อนหลังของปัจจัยต่าง ๆ เพื่อการให้ค่าน้ำหนักในขบวนการทำ PSA

ผู้ศึกษาวิจัยจึงได้นำปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวแล้วนี้มาเก็บรวบรวมความคิดเห็นจัดลำดับก่อนหลังจากกลุ่มประชากรเป้าหมายเพื่อพิจารณาสรุปความสำคัญต่อไป

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการสำรวจและ สัมภาษณ์ต่าง ๆ แล้ว ผู้ศึกษาวิจัยได้นำข้อมูลมาจัดการลงรหัสแล้วจัดเก็บไว้เป็นหมวดหมู่ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรม Microsoft Excel แล้วทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติขั้นต้น ในอีกทางหนึ่งก็ใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC (Statistical Package for the Social Sciences/Personal Computer) ช่วยประมวลผลวิเคราะห์สถิติขั้นสูง โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

3.7.1 การจัดกลุ่มเกี่ยวกับประชากร และลักษณะการขนส่ง

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานะภาพของประชากรความเข้าใจของประชากร เกี่ยวกับตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ซึ่งข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้เป็นข้อมูลประเภทกลุ่ม (Nominal) และประเภทช่วง (Interval) ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อการจัดกลุ่ม จัดประเภท จึงใช้สถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ในส่วนของการขนส่ง ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้เป็น ข้อมูลเชิงปริมาณในเรื่อง ของราคาข้าว เปลือกเกวียนละ, ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง, ปริมาณการบรรทุกข้าวเปลือกของพาหนะในการขนส่ง, ระยะทางในการขนส่ง และเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพในเรื่องพาหนะในการขนส่งตลอดจนความคิดเห็นในเรื่องค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

ในการวิเคราะห์เพื่อหากลุ่มลักษณะการใช้พาหนะในการขนส่ง และความคิดเห็นในเรื่องค่าใช้จ่ายในการขนส่ง เป็นการวัดระดับมาตรฐานบัญญัติหรือการวัดแบบกลุ่ม (Nominal Scale) สถิติที่ใช้วิเคราะห์เพื่อการจัดกลุ่ม จัดประเภท ได้แก่ สถิติร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ในการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ต่าง ๆ ของการเดินทางอันได้แก่ ความสัมพันธ์ ระหว่างค่าใช้จ่ายในการขนส่งกับระยะทางในการขนส่ง, ค่าใช้จ่ายในการขนส่งกับปริมาณการบรรทุกต่อ 1 เที่ยวการขนส่ง, ซึ่งเป็นการวัดระดับมาตราส่วน (ratio Scale) สถิติที่ใช้ วิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Correlation Coefficient) โดยจะมีค่าความสัมพันธ์ (แทนด้วยสัญลักษณ์ r) ตั้งแต่ + 1.00 ถึง - 1.00 ถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ต่ำกว่า 0.3 แสดงว่าความสัมพันธ์ ของตัวแปรอยู่ในระดับต่ำ ไม่สมควรนำมาพิจารณาในการประมาณค่าของตัวแปรถ้าค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์สูงกว่า 0.3 จะถือความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์กันจนยอมรับได้ระดับหนึ่ง และถ้าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าสูงกว่า 0.5 ขึ้นไป จะถือว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์สูง จะสามารถนำไปใช้พยากรณ์ แสดงถึง สัดส่วนระหว่างตัวแปรได้ด้วย (24)

การวิเคราะห์สัดส่วนระหว่างระยะทางในการขนส่งกับค่าใช้จ่ายในการขนส่ง จะทำการศึกษาโดยใช้ค่าความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยใช้ความถดถอยของระยะทางในการขนส่ง (กำหนดให้เป็นตัวแปร Y) ที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการขนส่ง (กำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ X) โดยมีลักษณะรูปแบบเส้นตรงเชิงบวก ทั้งนี้การกำหนดค่าใช้จ่ายในการขนส่งใช้เกณฑ์พิจารณาในรูปของอัตราส่วนค่าขนส่งต่อราคาข้าว ต่อเกวียน เป็นค่าตัวแปร เพื่อเป็นการสร้างสัดส่วนในการหาระยะทางในการพัฒนาระยะทางที่เหมาะสมในช่วงต่าง ๆ ของการขนส่ง

3.7.2 การวิเคราะห์ความคิดเห็น ของประชากรในเรื่องที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรกับศูนย์กลางชุมชน, แหล่งข่าวสารข้อมูล, แหล่งเงินทุน, สถานีขนส่ง, เส้นทางถนนสายหลัก

ในส่วนของข้อมูลการวัดที่เป็นการวัดระดับมาตรานามบัญญัติ หรือการวัดแบบกลุ่ม (nominal Scale) จะใช้ค่าสถิติร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อการจัดกลุ่ม จัดประเภท

ในส่วนของข้อมูลความคิดเห็นที่ใช้การวัดเป็นค่าวัดแบบกำหนดระดับ (Rating Scale) ของ Likert Scale โดยกำหนดเป็นค่าตัวเลข ที่ใช้แทนคำตอบในการวัดความคิดเห็น โดยมีทางเลือกตอบได้ 5 ทางคือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 5, เห็นด้วย = 4, ไม่

(24) กานดา พุนลาภทวี, สถิติเพื่อการวิจัย, (กรุงเทพฯ : พลิทส์เซ็นเตอร์, 2530), หน้า 387-388.

ความคิดเห็น = 3, ไม่เห็นด้วย = 2, ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 แล้วนำมาหาความคิดเห็นรวมของประชากรศึกษา ที่มีต่อ เรื่องที่ตั้งของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไรนา กับศูนย์กลางชุมชน, แหล่งข่าวสารข้อมูล, แหล่งเงินทุน, สถานีสขนส่ง, เส้นทางคมนาคมสายหลัก โดยใช้วิธีการนำ คะแนนรวมในทุกหัวข้อที่เสนอความคิดเห็นหารด้วยจำนวนหัวข้อแสดงความคิดเห็นในเรื่องนั้น ๆ

ส่วนข้อมูลประเภทค่าวัดระดับมาตรฐานบัญญัติหรือการวัดแบบกลุ่ม (nominal Scale) นำมาทดสอบความสัมพันธ์คิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ กับลักษณะประชากร และหัวข้อต่าง ๆ โดยใช้สถิติ วิเคราะห์ไคสแควร์ (CHI - SQUARE Test, χ^2) แต่เนื่องจากการทดสอบค่าไคสแควร์เป็นการทดสอบที่จะตอบได้เพียงว่า ตัวแปรที่ทำการทดสอบมีความสัมพันธ์กันเท่านั้น โดยมีได้บอกถึงขนาดความสัมพันธ์ ฉะนั้นจึงนำค่าไคสแควร์ ที่ทดสอบได้มาหาขนาดความสัมพันธ์ จากการหาค่า Contingency Coefficient เพื่อแสดงค่าความสัมพันธ์

3.7.3 การวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ

ในส่วนของข้อมูลเป็นการวัดที่เป็นการวัดระดับมาตราเรียงอันดับ (or dinal Scale) โดยให้ประชากรเป้าหมายเป็นผู้จัดอันดับความสำคัญของปัจจัย 8 ปัจจัย เพื่อหาความ สำคัญของปัจจัยต่าง ๆ เหล่านั้น โดยการพิจารณาจากค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย แล้วทดสอบความ สำคัญของการจัดลำดับกับลักษณะทั่วไปของประชากร โดยให้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อันดับแบบคอนคอร์ดันซ์ของ เคลดอลล์ (Kendall's coefficient of concordance : W) กรณีอันดับตำแหน่งไม่ซ้ำกัน ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้หาสหสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล ซึ่งค่าการวัดอยู่ในระดับมาตราเรียงอันดับและจำนวนกลุ่มข้อมูลมีมากกว่าสองชุดขึ้นไป แล้วนำค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อันดับแลคคอนคอร์ดันซ์ที่ได้ไปทดสอบความสำคัญ โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (χ^2 - test) โดยใช้สูตร (25)

$$\chi^2 = K (N - 1) W$$

เมื่อกำหนด χ^2 = ค่าการแจกแจงแบบไคสแควร์

K = จำนวนตัวแปรหรือจำนวนกลุ่มของข้อมูล

N = จำนวนคู่ของข้อมูล

(25) ลัดดาวัลย์ หวังพานิช, สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์, (กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษา และจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2529), หน้า 410-414 .

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ในรูปของศูนย์สินค้าระดับไร่นา กรณีศึกษา อำเภออินทร์บุรี จังหวัด สิงห์บุรี ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาโดยนำหลักการตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร และหน้าที่ของตลาดในการค้าพืชผลทางการเกษตรมาประยุกต์กับการจัดทำทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม (Location Requirement) ในหลักการของการวางแผนการใช้ที่ดิน (Land use Planning) โดยทำการศึกษาในรูปของการสังเกต, การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง, การสอบถาม, และการสัมภาษณ์จากแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้ทั้งในรูปของข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) และข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) มาทำการวิเคราะห์ทางสถิติในรูปของ

สถิติปฏิบัติการ ซึ่งได้แก่ วิธีการวางแผนเก็บรวบรวมข้อมูลและการเตรียมการประมวลผล

สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inference Statistical analysis) ซึ่งเป็นส่วนที่ว่าด้วยการตัดสินใจที่ดีที่สุด โดยอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น ทฤษฎีการประมาณค่า (Estimation theory) การทดสอบความมีนัยสำคัญ (Test of Significance)

สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statical analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติในรูปของการบรรยาย การนำเสนอข้อมูลในรูปของตาราง รูปแผนภูมิ กราฟ ต่าง ๆ

และในการศึกษาครั้งนี้ มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

4.1 การศึกษาทางด้านประชากร และการขนส่ง

ในการวิเคราะห์ทางด้านประชากร และการขนส่ง ค่าสถิติที่ใช้ในการแบ่งกลุ่มของประชากร ทั้งประเภทกลุ่มเดียวหรือความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม ใช้ค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และในส่วนของการขนส่ง จะใช้ค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ในการจัดกลุ่ม และใช้ค่าสถิติ ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regresstion) ในการหาสมการ มาตรฐานการขนส่ง

4.1.1 ลักษณะของประชากรตัวอย่างที่นำมาทำการศึกษา

เนื่องจากประชากรที่เกี่ยวข้องนี้มีอยู่ 3 กลุ่ม คือ เกษตรกร, พ่อค้า, เจ้าหน้าที่ของรัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในประชากรรวมมีอัตราส่วนที่ต่างกันอยู่มาก คือเกษตรกรทั้งอำเภอมี 5,324 ราย พ่อค้ามีประมาณ 40 ราย และเจ้าหน้าที่ของรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีเพียงประมาณ 4-10 หน่วยงาน ถ้านำประชากรตัวอย่างมาศึกษาตามอัตราส่วนจะทำให้กลุ่มประชากรพ่อค้าและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีจำนวนน้อยมาก แต่ในสภาพการของหลักการตลาดและหน้าที่การตลาดแล้ว กลุ่มพ่อค้าและกลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนี้มีบทบาทที่สำคัญต่อตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตรอยู่มาก ฉะนั้นในการกำหนดกลุ่มประชากรตัวอย่างจึงเป็นการกำหนดลักษณะกลุ่มประชากรตัวอย่างมาแล้วในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้เกิดความเหมาะสมต่อหน้าที่บทบาทของกลุ่มประชากร แสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1
แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของลักษณะประชากร

ลักษณะประชากร	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. เกษตรกรทำนา	89	77.4
2. พ่อค้าผู้ซื้อข้าว	22	19.1
3. เจ้าหน้าที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	4	3.5
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.514

จากค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.514 แสดงว่าการกระจายตัวของกลุ่มประชากร ที่กำหนดไว้นี้อยู่ในลักษณะที่มีความกระจายตัวปานกลาง

4.1.2 การเก็บรักษาผลผลิต

ในการเก็บรักษาผลผลิตซึ่งมีผลต่อ พฤติกรรมการขายผลผลิตของเกษตรกรและการซื้อ ของพ่อค้า จากข้อมูลการเก็บรักษาผลผลิตของกลุ่มประชากร ตัวอย่างแสดงใน ตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2
แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของการเก็บรักษาผลผลิต

ลักษณะการเก็บรักษาผลผลิต	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. มียุ่งฉางเก็บรักษาผลผลิต	30	26.1
2. ไม่มียุ่งฉางเก็บรักษาผลผลิต	85	73.9
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.441

จากข้อมูลในตารางที่ 4.2 ค่าทางสถิติจะเห็นได้ว่า การมียุ่งฉางในการเก็บรักษาผลผลิตของประชากร มีปริมาณเพียงร้อยละ 26.1 ในขณะที่ผู้ไม่มียุ่งฉางในการเก็บรักษามีถึงร้อยละ 73.9 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.441 ซึ่งมีความกระจายตัวไม่มากนัก แสดงว่าการมียุ่งฉางของประชากรมีน้อย ซึ่งอาจจะส่งผลถึงพฤติกรรมการซื้อขายผลผลิตของประชากรคือ มีความจำเป็นที่จะต้องมีการขายผลผลิตในเวลาจำกัดไม่สามารถชลอการขายได้มากนัก และการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์การเก็บรักษาผลผลิตกับลักษณะของประชากร แสดงใน ตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากรกับ การเก็บรักษาผลผลิต

หน่วย :

จำนวน
อัตราส่วนร้อยละในแถว
อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ การเก็บผลผลิต	ลักษณะประชากร			รวมแถว
	เกษตรกร	พ่อค้า	เจ้าหน้าที่	
1. มียุ่งฉางเก็บรักษาผลผลิต	13	17	0	30
	43.3	56.7	0	26.1
	14.6	77.3	0	
2. ไม่มียุ่งฉางเก็บรักษาผลผลิต	76	5	4	85
	89.4	5.9	4.7	73.9
	85.4	22.7	100	
รวมคอลัมน์	89	22	4	115
	77.4	19.1	3.5	100

ค่า Chi-Square = 37.38865 ค่า Significance = 0.043

ค่า Contingency Coefficient = 0.49533

จากข้อมูลในตารางที่ 4.3 ประชากรที่มียุ่งฉางในการเก็บผลผลิต กลุ่มเกษตรกรมียุ่งฉางคิดเป็น ร้อยละ 14.6 ในขณะที่กลุ่มพ่อค้ามียุ่งฉางคิดเป็นร้อยละ 77.3 และจากค่าทดสอบความเป็นอิสระ ค่า Chi-Square = 37.38865 ค่า Significance = 0.043 ค่า Contingency Coefficient = 0.49533 พบว่าการมียุ่งฉางเก็บผลผลิตนี้มีความสัมพันธ์กันกับลักษณะของประชากร โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 คือ การมียุ่งฉางเก็บผลผลิต ของประชากร ที่เป็นเกษตรกร ,พ่อค้า และเจ้าหน้าที่ มีความแตกต่างกันตามลักษณะ แสดงว่าเกษตรกรเมื่อเก็บผลผลิตได้แล้วส่วนใหญ่จะต้องทำการขายผลผลิต แต่ในขณะที่กลุ่มพ่อค้าสามารถที่จะเก็บรักษาเพื่อชลอการขายผลผลิตได้ในระยะหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.3 ความคาดหวังในตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร
จากแบบสอบถามข้อมูลจะเป็นการคาดหวังว่าสะดวก หรือมีรายได้
เพิ่มขึ้น, เหมือนเดิม, และไม่สะดวกและอาจทำให้มีรายได้ลดลง จากข้อมูลจากการ
ศึกษา แสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4
แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละ
ของความคาดหวังในตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร

ลักษณะการคาดหวัง	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. จะทำให้มีความสะดวกเพิ่มขึ้น	98	85.2
2. เหมือนเดิม	17	14.8
3. จะมีความสะดวกที่ลดลง	0	0
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.356

จากข้อมูลตารางที่ 4.4 ประชากรมีความคาดหวังในตลาดกลางการค้าพืชผล
ทางการเกษตรในทางที่ดีคือ มีผู้ที่คาดหวังว่าจะทำให้การซื้อขายสะดวกดีขึ้นถึงร้อยละ
85.2 ผู้ที่คาดหวังว่าเหมือนเดิมไม่มีความเปลี่ยนแปลงร้อยละ 14.8 โดยไม่มีผู้ที่คาด
หวังว่าถ้ามีตลาดกลางแล้วจะทำให้การซื้อขายไม่สะดวก และจากการศึกษาวิเคราะห์
ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง กับลักษณะประชากร แสดงในตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5
แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง
ลักษณะประชากรกับการคาดหวังในตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร

หน่วย :

จำนวน อัตราส่วนร้อยละในแถว อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ ความคาดหวัง	ลักษณะประชากร		รวมแถว
	เกษตรกร	พ่อค้า& เจ้าหน้าที่	
1. จะทำให้มีความสะดวกเพิ่มขึ้น	75	23	98
	76.5	23.5	85.2
	84.3	88.5	
2. เหมือนเดิม	14	3	17
	82.4	17.6	14.8
	15.7	11.5	
รวมคอลัมน์	89	26	115
	77.4	22.6	100

ค่า Chi-Square = 0.4654 ค่า Significance = 0.8292
ค่า Contingency Coefficient = 0.08209

จากข้อมูลตารางที่ 4.5 ประชากรกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่มีความคาดหวังว่าตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร จะสร้างความสะดวกให้ดีขึ้นถึงร้อยละ 84.3 และ ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร จะไม่มีผลต่อการซื้อขายร้อยละ 15.7 สำหรับกลุ่มพ่อค้าและเจ้าหน้าที่ที่มีความคาดหวังว่าตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรจะสร้างความสะดวกให้ดีขึ้นร้อยละ 88.5 และตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรจะไม่มีผลต่อการซื้อขายร้อยละ 11.5 แสดงว่าในกลุ่มของประชากรทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่แล้วมีความคาดหวังว่าการมีตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร จะสร้าง

ความสละดวสบายหรือมีรายได้อ่เพิ่มซ้ัน จากการศีกษาวิเคราะห์ความเป็นอิสระของตัวแปรท้ทั้งสอง จากค่า Chi - Square = 0.04654 มีค่า Significance = 0.8292 แสดงว่าลักษณะของประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับ ความคาดหวังในเรื่องของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร โดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

4.1.4 การจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร

เนื่องจาก ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นาในพื้นที่อำเภออินทร์บุรีนี้ ยังไม่มีการจัดตั้งขึ้นจริงในปัจจุบัน และในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรนี้ จากผลการวิจัยของกระทรวงพาณิชย์โดยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีข้อเสนอในการจัดตั้งสามารถจัดตั้งโดยภาครัฐบาลหรือภาคเอกชนก็ได้ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศีกษาจึงเก็บรวบรวมข้อมูล ความคิดเห็นในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรว่าควรจ้จัดตั้งโดยภาครัฐหรือเอกชน ข้อมูลจากประชากรแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6
แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละ
ของความคิดเห็นในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร

หน่วยงานที่ควรจัดตั้ง	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. ภาครัฐบาล	98	85.2
2. ภาคเอกชน	17	14.8
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.356

จากข้อมูลตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นส่วนใหญ่ร้อยละ 85.2 เสนอให้จัดตั้งโดยภาครัฐ และร้อยละ 14.8 เสนอให้จัดตั้งโดยภาคเอกชน แสดงว่าประชากรส่วนใหญ่มิ่ความคิดเห็นว่าการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรนี้ควรดำเนินการจัดตั้งโดยภาครัฐ ทั้งนี้้อาจเป็นเพราะว่าการจัดตั้งโดยรัฐบาลจะทำให้ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรมีความเป็นกลาง ในด้านการซื้อขายได้ดีกว่า อีกประการหนึ่งอาจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นเพราะว่าตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรจะเป็นอีกหน่วยงานหนึ่ง ที่จะสามารถสนองรับนโยบายทางด้านตลาดสินค้าการเกษตรได้โดยตรง และจากการศึกษาวิเคราะห์แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรกับลักษณะประชากร แสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7
แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร
กับ ความคิดเห็นในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร

หน่วย :

จำนวน
อัตราส่วนร้อยละในแถว
อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ ความคิดเห็นในการจัดตั้ง	ลักษณะประชากร		รวมแถว
	เกษตรกร	พ่อค้า & เจ้าหน้าที่	
1. จัดตั้งโดยภาครัฐบาล	82	16	98
	83.7	16.3	85.2
	92.1	61.5	
2. จัดตั้งโดยภาคเอกชน	7	10	17
	41.2	58.8	14.8
	7.9	38.5	
รวมคอลัมน์	89	26	115
	77.4	22.6	100

ค่า Chi-Square = 12.62275 ค่า Significance = 0.0004
ค่า Contingency Coefficient = 0.38900

จากข้อมูลในตารางที่ 4.7 ประชากรกลุ่มเกษตรกรถึงร้อยละ 92.1 มีความคิดเห็นว่าควรจัดตั้งโดยภาครัฐบาล มีเพียงร้อยละ 7.9 เท่านั้นที่เห็นว่าควรจัดตั้งโดยภาคเอกชน ในส่วนของประชากรกลุ่มพ่อค้าและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 61.5 มีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดเห็นว่าควรจัดตั้งโดยภาครัฐบาล และร้อยละ 38.5 มีความคิดเห็นว่าการจัดตั้งโดยภาคเอกชน จากการ ทดสอบความเป็นอิสระ ของตัวแปรทั้งสอง จากค่า Chi - Square = 12.62275 มีค่า Significance = 0.0004 แสดงว่าลักษณะความคิดเห็นในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรมีความสัมพันธ์กับ ลักษณะของประชากร โดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 แสดงว่าประชากรกลุ่มเกษตรมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอยู่บ้างกับกลุ่มพ่อค้าที่มีความคิดเห็นว่าการจัดตั้งโดยภาคเอกชน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเอกชนในบางกลุ่มมีความต้องการที่จะจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรเอง และมีขนาดความสัมพันธ์ค่า Contingency Coefficient = 0.38900 กล่าวคือการแสดงความคิดเห็นในเรื่องของการจัดตั้งตลาดฯ ของเกษตรกรกับพ่อค้า และเจ้าหน้าที่ฯ มีความแตกต่างกัน

4.1.5 การศึกษาเกี่ยวกับการขนส่งผลผลิต

เป็นการศึกษาเพื่อหาสมการพยากรณ์ระยะทางในการขนส่ง โดยมีลักษณะของการขนส่งและค่าใช้จ่ายในการขนส่งเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งมีสถิติที่ใช้ในการพยากรณ์คือ การหาสมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นบันได (Stepwise Multiple Regression)

ลักษณะและพฤติกรรมของการขนส่งผลผลิต

การศึกษาสารวจพฤติกรรมของการขนส่งผลผลิต (ข้าว) ไปขายหรือไปซื้อของเกษตรกรและพ่อค้า พบว่า จากการที่เกษตรกร ส่วนใหญ่ไม่มียุ่งฉางในการเก็บรักษาผลผลิต ดังได้กล่าวมาในขั้นต้นแล้วนั้นทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่จะต้องขายข้าวหลังเก็บเกี่ยวเลยทันที ที่เรียกว่า "การขายหน้าลาน" คือการขายหลังจากนวดเสร็จที่ลานนวดข้าว ทั้งนี้ประชากรไม่สามารถที่จะชลอการขายเพื่อรอราคาที่เหมาะสมได้เลย ในการขายมี 2 ประเภท คือ นำผลผลิตไปขายให้กับพ่อค้าหรือโรงสีในชุมชน โดยเกษตรกรรับผิดชอบเรื่องของการขนส่ง อีกประเภทหนึ่งคือไปตลาดซื้อขายกับพ่อค้าหรือโรงสีแล้วพ่อค้าหรือโรงสีจะเป็นผู้มาขนข้าวไปเอง ในการขนข้าวไปขายหรือไปรับซื้อข้าวนี้ ในการขนส่งจะใช้รถบรรทุก และจากการสำรวจพบว่า มีรถบรรทุกที่แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

- รถบรรทุกขนาดเล็ก ใช้บรรทุกได้คราวละ 1-3 เกวียน เช่น รถกระบะ บิ๊กอัพ รถบรรทุก 4 ล้อ รถอีแต่น รถลาก (เป็นรถกระบะที่ใช้รถไถเป็นตัวลากมีทั้งชนิดรถไถ 4 ล้อลาก และรถไถประเภทเดินตาม) เป็นต้น
- รถบรรทุกขนาดกลาง ใช้บรรทุกได้คราวละ 5-10 เกวียน เช่น รถบรรทุก 6 ล้อ เป็นต้น

- รถบรรทุกขนาดใหญ่ ใช้บรรทุกได้คราวละกว่า 10 เกวียน เช่น รถบรรทุก 10 ล้อ รถพ่วง 18 ล้อ เป็นต้น รายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8
แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของการใช้พาหนะในการขนส่งผลผลิต

ลักษณะของพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. รถยนต์บรรทุกขนาดเล็ก.	29	25.2
2. รถยนต์บรรทุกขนาดกลาง	58	50.4
3. รถยนต์บรรทุกขนาดใหญ่	24	20.9
4. อื่น ๆ	4	3.5
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.778

จากข้อมูลตารางที่ 4.8 ประชากรส่วนใหญ่ขนส่งผลผลิตโดยใช้รถบรรทุกขนาดกลาง ร้อยละ 50.4 ใช้รถบรรทุกขนาดเล็ก ร้อยละ 25.2 และใช้รถบรรทุกขนาดใหญ่ร้อยละ 20.9 จากการสอบถามถึงสาเหตุในการเลือกใช้รถยนต์บรรทุกขนาดต่าง ๆ คือ ปริมาณของข้าวดำมากก็ต้องใช้รถบรรทุกขนาดใหญ่ ขนเที่ยวเดียวหรือน้อยเที่ยวกว่ารถบรรทุกขนาดเล็ก ราคาค่าบรรทุกต่อเที่ยวส่วนใหญ่แล้วจะคิดราคาเป็นเที่ยวส่วนจะบรรทุกเท่าไรก็ได้ไม่คิดเป็นน้ำหนัก ลักษณะของถนนในพื้นที่ การเก็บเกี่ยวและนวดข้าวจะกระทำที่ลานกว้างในนา ฉะนั้นรถที่เข้าไปบรรทุกจะต้องผ่านบริเวณที่นาต่าง ๆ ในบางที่พื้นที่นาเป็นดินอ่อน การจะนำรถบรรทุกขนาดใหญ่เข้าไปบรรทุกจะเป็นการไม่สะดวก

ระยะทางในการขนส่ง

จากประชากรศึกษาในทุกตำบล การนำผลผลิตไปขาย หรือพ่อค้าไปรับซื้อผลผลิต มีระยะทางในการขนส่งโดยประมาณ 2 กิโลเมตร ถึง 8 กิโลเมตร โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9
แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของระยะทางที่ใช้ในการขนส่งผลผลิต

ลักษณะของระยะทางที่ใช้ในการขนส่ง	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. ระยะทางในการขนส่ง 2 ก.ม.	5	4.3
2. ระยะทางในการขนส่ง 3 ก.ม.	13	11.3
3. ระยะทางในการขนส่ง 4 ก.ม.	22	19.1
4. ระยะทางในการขนส่ง 5 ก.ม.	21	18.3
5. ระยะทางในการขนส่ง 6 ก.ม.	31	27.0
6. ระยะทางในการขนส่ง 7 ก.ม.	13	11.3
7. ระยะทางในการขนส่ง 8 ก.ม.	10	8.7
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.431

จากข้อมูลตารางที่ 4.9 จะเห็นได้ว่าประชากรจะขนส่งผลผลิตกระจายไปส่วนต่างๆ โดยเฉพาะในระยะทาง 4-6 กิโลเมตร มากที่สุด ในระยะทางสั้น ๆ เช่น 2 กิโลเมตร จะมีน้อย ทั้งนี้เพราะการนำผลผลิตเข้ามาขายส่วนใหญ่จะขายให้กับพ่อค้าหรือโรงสี ในตลาดหรือศูนย์กลางชุมชน และในบริเวณโดยรอบ เขตชุมชนรัศมี 2 กิโลเมตร การใช้ที่ดินยังมีสภาพเป็นที่อยู่อาศัยมีพื้นที่ทำนาไม่มาก

ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

จากลักษณะของการใช้พาหนะในการขนส่งที่กล่าวแล้วนั้น จะเก็บค่าใช้จ่ายในการขนส่งคิดราคาค่าขนส่งเป็นที่ยึดตามลักษณะของพาหนะ และลักษณะความยากง่ายของพื้นที่เข้าไปบรรทุก โดยไม่คำนึงถึงว่าจะบรรทุกเท่าใด ในเรื่องของระยะทางมีการคิดราคาตามความไกลใกล้ แต่ให้อยู่ภายในเขตอำเภอ โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10
แสดงค่าเฉลี่ย ของค่าใช้จ่ายในการขนส่งผลผลิต ต่อเที่ยวการบรรทุก

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	ค่าใช้จ่ายต่ำสุด	ค่าใช้จ่ายสูงสุด	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
720.70	100	1450	421.58

จากข้อมูลในตารางที่ 4.10 จะเห็นได้ว่าค่าขนส่งมีราคาต่ำสุดที่ 100 บาท ต่อเที่ยว จนถึง 1,450 บาทต่อเที่ยว โดยแบ่งตามชนิดของพาหนะที่ใช้บรรทุกได้ดังนี้

- 1. รถบรรทุกขนาดเล็กราคาเที่ยวละ 100 - 400 บาท
- 2. รถบรรทุกขนาดกลางเที่ยวละ 100 - 1,000 บาท
- 3. รถบรรทุกขนาดใหญ่เที่ยวละ 1,000 - 1,450 บาท

ความคิดเห็นเรื่องค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

ในการศึกษารวบรวมข้อมูลได้จัดให้ผู้ตอบเสนอความคิดเห็นในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการขนส่ง เป็น 5 ระดับ คือ แพงมาก, แพง, สมควรดีแล้ว, ถูก หรือ ถูกมาก โดยประชากรศึกษาได้แสดงความคิดเห็นดังแสดงในตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11
แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของความคิดเห็นเรื่องค่าใช้จ่ายในการขนส่ง

ลักษณะของความคิดเห็น	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. แพง	28	24.3
2. สมควรดีแล้ว	87	75.7
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.431

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากข้อมูลในตารางที่ 4.11 พบว่าประชากรส่วนใหญ่แล้วเห็นว่า ค่าขนส่งที่เก็บอยู่ในปัจจุบันสมควรดีแล้ว ร้อยละ 75.7 และเห็นว่า แพง ร้อยละ 24.3 ตามลำดับ ทั้งนี้อาจจะเพราะว่าในปีนี้ (2537) ราคาข้าวสูงถึงราคาเกวียนละ 3,400 ถึง 3,700 บาท ในขณะที่ราคาประกันจากภาครัฐบาลเกวียนละ 3,500 บาท ทำให้ประชากร ไม่มีความรู้สึกที่ว่าค่าขนส่งมีราคาแพง เมื่อเทียบกับราคาข้าวเปลือกที่ขายได้

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการขนส่ง

ข้อลักษณะพฤติกรรมกรรมการขนส่ง ค่าใช้จ่ายในการขนส่งจะคิดเป็นเที่ยว ตามลักษณะของพาหนะ โดยมีขนาดบรรทุกที่ต่างกัน เพื่อให้ค่าขนส่งเป็นลักษณะเดียวกัน โดยคิดค่าเฉลี่ย ในการขนส่งเป็นค่าขนส่งต่อเกวียน คือ

$$\text{ค่าขนส่งต่อเกวียน} = \frac{\text{ค่าจ้างต่อเที่ยว}}{\text{ขนาดบรรทุก}}$$

จากการคิดค่าขนส่งต่อเกวียนโดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12
แสดงค่าเฉลี่ย ของค่าใช้จ่ายในการขนส่งผลผลิต ต่อเกวียน

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย	ค่าใช้จ่ายต่ำสุด	ค่าใช้จ่ายสูงสุด	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
114.73	100.00	200.00	24.93

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการขนส่งต่อรายได้

จากการวิเคราะห์ความพอใจและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการขนส่งประชากร อาจ จะพอใจในค่าใช้จ่ายการขนส่ง เพราะวราราคาข้าวในปัจจุบัน (2537) อยู่ในเกณฑ์ ราคาประกัน ฉะนั้นค่าใช้จ่ายในการขนส่งที่ประชากรพอใจน่าจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับ ราคาข้าว โดยเมื่อนำค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเกวียนมาเทียบอัตราส่วนร้อยละกับราคาข้าวใน ปัจจุบันในทุกตัวอย่างประชากร มีราย ละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.13, 4.14

ตารางที่ 4.13
แสดงค่าเฉลี่ย ของราคาข้าวที่ขายได้

ราคาข้าวเฉลี่ย	ราคาข้าวต่ำสุด	ราคาข้าวสูงสุด	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3606.30	3400.00	3700.00	57.31

ตารางที่ 4.14
แสดงค่าเฉลี่ย ของค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ร้อยละ
ของค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อราคาข้าวต่อเกวียน

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ค่าใช้จ่าย/ราคาข้าว/เกวียน	ค่าใช้จ่ายต่ำสุด	ค่าใช้จ่ายสูงสุด	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน
3.10	2.94	5.56	0.83

การวิเคราะห์สมการพหุการณืระยะทางที่เหมาะสมในการขนส่ง

ในการวิเคราะห์สมการพหุการณืระยะทางที่เหมาะสม ใช้สถิติการหาสมการถดถอยพหุคูณ แบบขั้นบันได (Stepwise Multiple Regression) เป็นตัววิเคราะห์ ทั้งนี้ตัวแปรอิสระที่ใช้มี 2 ตัวคือ ลักษณะของพาหนะในการขนส่ง และค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ซึ่งอยู่ในลักษณะของอัตราส่วนร้อยละค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อราคาข้าวต่อเกวียน คือ (ค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่อเกวียน x 100)

ราคาข้าวต่อเกวียน
สมการที่ได้จะอยู่ในลักษณะดังนี้

Y = A - b1x1 - b2x2

Y = ค่าระยะที่ต้องการพยากรณ์ หน่วยเป็นกิโลเมตร

A = ค่าคงที่ที่คำนวณได้

b1 b2 = ค่าน้ำหนักความสำคัญ (Score-weight)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

x_1 = ลักษณะของพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง คือ

คะแนน 1 = รถยนต์บรรทุกขนาดเล็ก

คะแนน 2 = รถยนต์บรรทุกขนาดกลาง

คะแนน 3 = รถยนต์บรรทุกขนาดใหญ่

x_2 = ค่าคะแนนร้อยละของค่าใช้จ่ายต่อราคาข้าวต่อเกวียน

คำนวณได้จาก

ค่าคะแนนร้อยละ = $\frac{\text{ค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่อเกวียน} \times 100}{\text{ราคาข้าวต่อเกวียน}}$

ราคาข้าวต่อเกวียน

จากการคำนวณค่าสถิติสมการถดถอยพหุคูณ โดยมีระยะทางในการขนส่งเป็นตัวแปรตาม (Dependent Variable) มีลักษณะของพาหนะที่ใช้ในการขนส่งและค่าคะแนนร้อยละของค่าใช้จ่ายต่อราคาข้าวต่อเกวียน เป็นตัวแปรอิสระ ดังนี้

$$\text{สมการถดถอย} \quad Y = 1.44069 + 1.31323x_1 + 0.35254x_2$$

$$\text{หรือสมการมาตรฐาน} \quad Y = 0.64355x_1 + 0.16828x_2$$

โดยมีค่าลักษณะของพาหนะในการขนส่ง (x_1) เป็นตัวแปรอิสระที่เข้าสู่สมการใน ขั้นที่ 1 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เมื่อใช้ x_1 เป็นตัวพยากรณ์ตัวแปรระยะทาง (Y) = 0.59281 ค่าประสิทธิภาพในการพยากรณ์ (R^2) = 0.35143 ค่าประสิทธิภาพในการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว = 0.34569 ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0000 ขึ้นไป (F Chang = 61.22871 Signif F Chang = 0.0000) โดยตัวแปร x_1 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เป็น 1.20969 มีค่าคงที่เป็น 2.75776 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta) เป็น 0.59281

ตัวแปรที่เข้าสู่สมการในขั้นที่สองคือ ค่าคะแนนร้อยละ ค่าใช้จ่ายต่อราคาข้าวต่อเกวียน (x_2) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเมื่อใช้ x_1 และ x_2 ร่วมกันเป็นตัวพยากรณ์ตัวแปร Y คือ 0.61414 ค่าประสิทธิภาพในการพยากรณ์ (R^2) = 0.37717 ค่าประสิทธิภาพในการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว = 0.36605 ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.0000 ขึ้นไป (F Chang = 33.91218 Signif F = 0.0000) โดยตัวแปร x_1 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) เป็น 1.13123 ตัวแปร x_2 มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเป็น 0.35254 มีค่าคงที่เป็น 1.44069 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta) เป็น $x_1 = 0.64355$ $x_2 = 0.16828$

4.2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อการเลือก สถานที่ตั้งของตลาดกลาง การค้าพืชผลทางการเกษตร

ในการศึกษาถึงการเลือกทำเลที่ตั้งของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรนี้ ผู้ศึกษาได้กำหนดปัจจัยที่จะทำการวิเคราะห์จากการศึกษาทฤษฎี แนวความคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งทางด้านหลักการตลาด พืชผลทางการเกษตร หน้าที่ของตลาดพืชผลทางการเกษตรและหลักการหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม สรุปปัจจัยที่ทำการศึกษาวิเคราะห์ได้ดังนี้

ปัจจัยทางด้านศูนย์กลางชุมชน
ปัจจัยทางด้านแหล่งข่าวสารข้อมูล
ปัจจัยทางด้านแหล่งเงินทุน
ปัจจัยทางด้านสถานที่ขนส่ง
ปัจจัยทางด้านถนนสายหลัก

และในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ทำการเก็บข้อมูลในรูปของความคิดเห็นของประชากร โดยให้ประชากรแสดงความคิดเห็นเป็นระดับ ซึ่งใช้ค่ามาตรฐานการวัดแบบกำหนดระดับ (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับคือ

เห็นด้วยอย่างยิ่ง ให้มีระดับคะแนน 5
เห็นด้วย ให้มีระดับคะแนน 4
ไม่แสดงความคิดเห็น ให้มีระดับคะแนน 3
ไม่เห็นด้วย ให้มีระดับคะแนน 2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ให้มีระดับคะแนน 1

และในแต่ละปัจจัยที่ทำการศึกษาก็จะประกอบด้วยข้อสอบถามความคิดเห็นหลายข้อ เมื่อ ได้ข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความคิดเห็นรวมในแต่ละปัจจัยที่ทำการศึกษา โดยการรวมคะแนนค่าความคิดเห็นทั้งหมดแล้วหารด้วยจำนวนข้อของแบบสอบถามในแต่ละหัวข้อปัจจัยที่ทำการศึกษา แล้วนำมาเทียบระดับคะแนนของความคิดเห็นรวม แสดงในตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15
แสดงระดับคะแนนของความคิดเห็นรวม

ข้อความระดับคะแนนรวมเฉลี่ย	ระดับคะแนนรวมเฉลี่ย
1. เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง	4.51 - 5.00
2. เห็นด้วย	3.51 - 4.50
3. ปานกลาง	2.51 - 3.50
4. ไม่เห็นด้วย	1.51 - 2.50
5. ไม่เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง	1.00 - 1.50

4.2.1 ความคิดเห็น ในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผล
ทางการเกษตร ใกล้ศูนย์กลางชุมชน

ในการศึกษา แนวความคิดเรื่องที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้ศูนย์กลางชุมชนนี้ จากข้อมูลที่ทำการศึกษาได้แบ่งศูนย์กลางชุมชนไว้ 3 ระดับคือ ศูนย์ตลาดชุมชนระดับหมู่บ้าน(กลุ่มร้านค้าในหมู่บ้าน), ระดับอำเภอ(ตลาดอินทร์บุรี) และระดับจังหวัด(ตลาดสิงห์บุรี) ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านขนาดและระยะทางในการเข้าสู่ตลาด ทั้งนี้เพื่อศึกษาว่าประชากรใช้บริการศูนย์กลางชุมชนในระดับใดมาก จากข้อมูลการสำรวจแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16
แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของการเลือกใช้ศูนย์กลางชุมชน

ศูนย์กลางชุมชน	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. ร้านค้าภายในหมู่บ้าน	14	12.2
2. ตลาดอินทร์บุรี	83	72.2
3. ตลาดสิงห์บุรี	18	15.7
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.529

จากข้อมูลตารางที่ 4.16 ชุมชนที่มีประชากรกลุ่มตัวอย่างใช้บริการมากที่สุดเป็นชุมชนระดับอำเภอคือตลาดอินทร์บุรี ถึงร้อยละ 72.7 รองมาได้แก่ชุมชนระดับจังหวัดร้อยละ 15.7 และชุมชนระดับหมู่บ้าน ตำบล ร้อยละ 12.2 ตามลำดับ มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.529 แสดงว่ามีการกระจายของข้อมูลในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเส้นทางการคมนาคมและระยะทางมีความสะดวกทำให้การเดินทางสู่ศูนย์กลางชุมชนตลาดต่าง ๆ ได้สะดวก จึงทำให้ประชากรใช้บริการศูนย์กลางชุมชนระดับจังหวัดมากกว่าศูนย์กลางชุมชนระดับหมู่บ้านกับตำบล แต่ที่มีการใช้บริการศูนย์กลางชุมชนในระดับอำเภอมากที่สุด อาจจะเป็นเพราะว่าขนาดของศูนย์กลางชุมชนระดับจังหวัด กับระดับอำเภอ มีขนาดและบริการที่แตกต่างกันไม่มากนัก เพราะในอดีตศูนย์กลางชุมชนตลาดอินทร์บุรี เป็นตลาดที่มีขนาดและบริการใหญ่เท่าในศูนย์กลางชุมชน ตลาดจังหวัดสิงห์บุรี แต่ปัจจุบันตลาดสิงห์บุรีพัฒนาขึ้นมามากกว่ามีขนาดและบริการมากกว่า ซึ่งอยู่ห่างจากตลาดอินทร์บุรี ประมาณ 17 ก.ม.

และจากการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลการเข้าใช้บริการในศูนย์กลางชุมชนระดับต่าง ๆ กับลักษณะของประชากรแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากรกับการเลือกใช้ศูนย์กลางชุมชน

หน่วย :

จำนวน
อัตราส่วนร้อยละในแถว
อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ ศูนย์กลางชุมชน	ลักษณะประชากร		รวมแถว
	เกษตรกร	พ่อค้า & เจ้าหน้าที่	
1. ร้านค้าในหมู่บ้าน	14	0	14
	100	0	12.2
	15.7	0	
2. ตลาดอินทรีบุรี	67	16	83
	80.7	19.3	72.2
	75.3	61.5	
3. ตลาดสิงห์บุรี	8	10	18
	44.4	55.6	15.7
	9.0	38.5	
รวมคอลัมน์	89	26	115
	77.4	22.6	100

ค่า Chi-Square = 15.78331 ค่า Significance = 0.0004
ค่า Contingency Coefficient = 0.39469

จากตารางที่ 4.17 ประชากรกลุ่มเกษตรกรใช้บริการศูนย์กลางชุมชนระดับอำเภอ(ตลาดอินทรีบุรี) เป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 75.3 ศูนย์กลางชุมชนระดับตำบลหรือหมู่บ้าน(กลุ่มร้านค้าในหมู่บ้าน) ร้อยละ 15.7 ศูนย์กลางชุมชนระดับจังหวัด(ตลาดสิงห์บุรี) ร้อยละ 9.0 ตาลำดับ ซึ่งมีส่วนแตกต่างกับกลุ่มพ่อค้า และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องที่ใช้บริการศูนย์กลางชุมชนในระดับอำเภอ ร้อยละ61.5 และชุมชนระดับจังหวัด ร้อยละ 38.8 โดยไม่มีการใช้บริการชุมชนในระดับหมู่บ้าน หรือตำบล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความแตกต่างระหว่างฐานะทางเศรษฐกิจ และลักษณะอาชีพการงาน ของกลุ่มประชากร จากการศึกษาวิเคราะห์ความเป็นอิสระ ของตัวแปรทั้งสอง จากค่า Chi - Square = 15.78331 มีค่า Significance = 0.0004 แสดงว่าลักษณะการใช้บริการในศูนย์ กลางชุมชนขนาดต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับ ลักษณะของประชากร โดยมีนัยสำคัญทาง สถิติระดับ 0.01 กล่าวคือ การเลือกใช้บริการของศูนย์กลางชุมชน มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะของประชากร หรือ กลุ่มเกษตรกร กับกลุ่มพ่อค้า และเจ้าหน้าที่มี การเลือกใช้บริการของศูนย์กลางชุมชน ที่แตกต่างกัน โดยมีขนาดความสัมพันธ์ค่า Contingency Coefficient = 0.39469 ซึ่งเป็นค่าแสดงขนาดความสัมพันธ์ที่อยู่ใน ระดับต่ำ

ในด้านการเลือกที่ตั้งตลาดกลางฯ กับศูนย์กลางชุมชนนี้ ในการศึกษาได้เก็บ รวบรวมข้อมูลจากประชากรใน 4 หัวข้อคำถาม โดยคำนึงถึงความสะดวกในการรวบรวม ผลผลิต, ความสะดวกในการหาอุปกรณ์เครื่องใช้, การติดต่อประสานงาน และการ ติดต่อแรงงาน โดยประชากรได้แสดงความคิดเห็นว่า ถ้าตลาดกลางการค้าพืชผล ทางการเกษตร (ตลาดกลางค้าข้าว) ระดับไร่นาตั้งอยู่ใกล้ศูนย์กลางชุมชน (ตลาด อินทร์บุรี) จะทำให้การบริการของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรมีประสิทธิภาพ เพิ่มขึ้น โดยมีค่าความถี่ และคะแนนความคิดเห็น แสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18

แสดงค่าความถี่ และ ค่าคะแนนจาก

ความคิดเห็นของการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้ศูนย์กลางชุมชนเดิม

ข้อความคิดเห็น	ค่าความถี่ของความคิดเห็น					คะแนนรวม	ค่าถ่วงน้ำหนัก
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มีความเห็น	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
1. เกิดความสะดวกในการรวบรวมข้าวเปลือก	21	77	15	2	0	462	4.02
2. หาดเครื่องมืออำนวยความสะดวกได้ง่าย	13	67	34	1	0	437	3.80
3. ติดต่อผู้ซื้อ และผู้ขายได้ง่าย	22	71	22	0	0	460	4.00
4. หาคงงาน และแรงงานได้ง่าย	5	54	48	8	0	401	3.49

จากข้อมูลตารางที่ 4.18การพิจารณาค่าคะแนนรวม และค่าถ่วงน้ำหนักของความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ปรากฏว่าประชากรมีความคิดเห็น ในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้ศูนย์กลางชุมชนเดิม ที่ “เห็นด้วย” ใน ส่วนของปัจจัยย่อย ความสะดวกในการรวบรวมข้าวเปลือก(4.02), การติดต่อผู้ซื้อ และผู้ขาย ได้ง่าย(4.00), การหาเครื่องมืออำนวยความสะดวกได้ง่าย(3.80) และ “ปานกลาง” ในส่วน การหาคนงาน และแรงงานได้ง่าย (3.49) ตามลำดับ

เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความคิดเห็นเฉลี่ยรวมในแต่ละปัจจัยที่ทำการศึกษา โดยการรวมคะแนนค่าความคิดเห็นทั้งหมดแล้วหาร ด้วยจำนวนข้อของแบบสอบถามในแต่ละหัวข้อปัจจัยที่ทำการศึกษา ดังแสดงตัวอย่าง ในตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19
แสดงตัวอย่างการคำนวณค่าความเห็นเฉลี่ยรวม
ของการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้ศูนย์กลางชุมชนเดิม

ข้อความความเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	คะแนน
1.เกิดความสะดวกในการรวบรวม ข้าวเปลือก	☐					5
2. หาเครื่องมืออำนวยความสะดวกได้ ง่าย		☐				4
3. ติดต่อผู้ซื้อ และผู้ขายได้ง่าย			☐			3
4. หาคนงาน และแรงงานได้ง่าย		☐				4
คะแนนรวม						16

ค่าคะแนนรวม = 16

จำนวนคำถาม = 4

คิดค่าคะแนนรวม = 16 / 4

ค่าคะแนนรวม = 4

ข้อมูลจากแบบสอบถาม คะแนนเฉลี่ยรวม ของประชากรศึกษา แสดงใน ตารางที่ 4.20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20

แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของความคิดเห็น
การเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลการเกษตร กับศูนย์กลางชุมชนเดิม

ลักษณะความคิดเห็น	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. ปานกลาง	15	13.0
2. เห็นด้วย	98	85.2
3. เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2	1.7
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.369

จากข้อมูลคะแนนเฉลี่ยรวม ของประชากรศึกษา ในตารางที่ 4.20 ประชากรส่วนใหญ่จะมีความเห็นด้วย (ระดับคะแนน 4) ถึงร้อยละ 85.2 มีคิดเห็นปานกลาง ร้อยละ 13.0 และมีความเห็นด้วยมากเป็นอย่างยิ่ง ร้อยละ 1.7 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.369 แสดงว่าประชากรส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยว่าควรที่จะให้มีการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรอยู่ใกล้ศูนย์กลางชุมชน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ประชากรส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยกับการซื้อขายต่างในตลาดศูนย์กลางชุมชน หรือคุ้นเคยกับการเดินทางสู่ศูนย์กลางชุมชน หรือศูนย์กลางชุมชนเป็นศูนย์รวมกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนทั้งหมด

และจากจากการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้ศูนย์กลางชุมชนกับลักษณะของประชากร และการเข้าใช้บริการในตลาดศูนย์กลางชุมชนในระดับต่าง ๆ แสดงไว้ในตารางที่ 4.21, และ 4.22

ตารางที่ 4.21
แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง
ลักษณะประชากรกับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้ง
ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้ศูนย์กลางชุมชนเดิม

หน่วย : **จำนวน**
 อัตราส่วนร้อยละในแถว
 อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ ความคิดเห็น	ลักษณะประชากร		รวมแถว
	เกษตรกร	พ่อค้า & เจ้าหน้าที่	
1. ปานกลาง	10	5	15
	66.7	33.3	13.0
	11.2	19.2	
2. เห็นด้วย	77	21	98
	78.6	21.4	85.2
	86.5	80.8	
3. เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2	0	2
	100.0	0	1.7
	2.2	0	
รวมคอลัมน์	89	26	115
	77.4	22.6	100

ค่า Chi-Square = 1.64830 ค่า Significance = 0.4386
ค่า Contingency Coefficient = 0.16438

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.22
แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง
การเลือกใช้ศูนย์กลางชุมชนกับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้ง
ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้ศูนย์กลางชุมชนเดิม

หน่วย :

จำนวน อัตราส่วนร้อยละในแถว อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ ความคิดเห็น	ลักษณะศูนย์กลางชุมชน			รวมแถว
	ร้านค้าใน หมู่บ้าน	ตลาด อินทร์บุรี	ตลาด สิงห์บุรี	
1. ปานกลาง	3	6	5	15
	26.7	40.0	33.3	13.0
	28.6	7.2	27.8	
2. เห็นด้วย	10	75	13	98
	10.2	76.5	13.3	85.2
	71.4	90.4	72.2	
3. เห็นด้วยอย่างยิ่ง	0	2	0	2
	0	100	0	1.7
	0	0	0	
รวมคอลัมน์	14	83	18	115
	12.2	72.2	15.7	100

ค่า Chi-Square = 9.43323 ค่า Significance = 0.0511 ค่า Contingency Coefficient = 0.27534
--

จากข้อมูลตารางที่ 4.21 การแสดงความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้ศูนย์กลางชุมชนกลุ่มประชากรทั้งสองกลุ่มคือ กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มพ่อค้าและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่างแสดงความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน คือ เห็นด้วยอยู่ในระดับ ร้อยละ 80 กว่า ความคิดเห็นปานกลาง ร้อยละ 10 กว่า ในขณะที่การแสดงความคิดเห็น เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีเพียงกลุ่มเกษตรกร แสดงความคิดเห็นเพียง ร้อยละ 2 จากการศึกษาวิเคราะห์ความเป็นอิสระ ของตัวแปรทั้งสอง จากค่า $\text{Chi-Square} = 1.64830$ มีค่า $\text{Significance} = 0.4386$ แสดงว่าการแสดงความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้ศูนย์กลางชุมชนไม่มีความสัมพันธ์กับ ลักษณะของประชากร โดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 กล่าวคือ การแสดงความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้ศูนย์กลางชุมชน ของ กลุ่มเกษตรกร และกลุ่มพ่อค้า ไม่แตกต่างกัน

จากข้อมูลตารางที่ 4.22 การแสดงความคิดเห็นของกลุ่มผู้เข้าใช้บริการในตลาดศูนย์กลาง ชุมชนในระดับต่าง ๆ อยู่ในระดับใกล้เคียงกันคือ ผู้ใช้ตลาดในหมู่บ้าน ผู้ใช้ตลาดอินทบุรี ผู้ใช้ตลาดสิงห์บุรี มีความคิดเห็นที่ เห็นด้วย อยู่ในเกณฑ์ร้อยละ 70-90 มีความคิดเห็น ปานกลาง อยู่ในเกณฑ์ไม่เกินร้อยละ 30 และกลุ่มผู้มีความคิดเห็นที่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีเฉพาะกลุ่มผู้ให้ตลาดอินทบุรี แสดงว่าความคิดเห็นเห็นของของผู้เข้าใช้บริการในตลาดศูนย์กลาง ชุมชนในระดับต่าง ๆ คล้ายกับความคิดเห็นในส่วนรวม จากการศึกษาวิเคราะห์ความเป็นอิสระ ของตัวแปรทั้งสอง จากค่า $\text{Chi-Square} = 9.43323$ มีค่า $\text{Significance} = 0.0511$ แสดงว่าการแสดงความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้ศูนย์กลางชุมชนมีความสัมพันธ์กับ ลักษณะของของผู้เข้าใช้บริการในตลาดศูนย์กลาง ชุมชนในระดับต่าง ๆ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 และมีขนาดความสัมพันธ์ค่า $\text{Contingency Coefficient} = 0.27534$ กล่าวคือ การแสดงความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้ศูนย์กลางชุมชน มีความแตกต่างกันไปตาม กลุ่มผู้ใช้บริการในแต่ละสถานที่

4.2.2 ความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล

ในการศึกษาถึงความคิดเห็นการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสารที่กลุ่มประชากรได้รับโดยได้จัดแหล่งข่าวสารข้อมูลไว้คือ สื่อสารมวลชน (โทรทัศน์, วิทยุ, หนังสือพิมพ์), สหกรณ์การเกษตร, พ่อค้า และเพื่อนบ้าน

แหล่งข่าวสารข้อมูลนี้จะเป็นแหล่งข่าวสารที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลในด้านการซื้อขาย
ผลิต เช่น ราคาข้าว ความต้องการข้าว แสดงไว้ในตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23
แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของแหล่งข่าวสารข้อมูล

แหล่งข่าวสารข้อมูล	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. สื่อสารมวลชน	30	26.1
2. สหกรณ์การเกษตร	58	50.4
3. พ่อค้า	24	20.9
4. อื่น ๆ	3	2.6
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.761

จากข้อมูลตารางที่ 4.23 ประชากรส่วนใหญ่แล้วได้รับข่าวสารข้อมูลทางด้านการเกษตร และการซื้อขายจากสำนักงานสหกรณ์การเกษตร เป็นจำนวนร้อยละ 50.4 รองลงมาจากสื่อสารมวลชนร้อยละ 26.1 พ่อค้าร้อยละ 20.9 และเพื่อนบ้านร้อยละ 2.6 ตามลำดับ มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.761 มีการกระจายตัวของข้อมูลอยู่ในเกณฑ์ที่สูง การที่มีประชากรไปใช้บริการทางด้านข่าวสารที่สำนักงานสหกรณ์การเกษตรเป็นจำนวนมากที่สุด ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะสำนักงานสหกรณ์การเกษตรเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีความเป็นกลาง ซึ่งจะให้ข้อมูลข่าวสารเป็นจริงและเป็นกลางยุติธรรม ได้ดีกว่าหน่วยงานอื่น อีกทั้งยังเป็นหน่วยงานที่ช่วยดูแลและรักษาผลประโยชน์ให้ เกษตรกรและผู้ซื้ออย่างเสมอภาคกัน นอกจากนี้สหกรณ์การเกษตรยังเป็นหน่วยงานในท้องถิ่น จึงสามารถให้ข้อมูลที่จริงและใกล้เคียงกับสภาพความเป็นจริงของท้องถิ่นมากที่สุด จึงสามารถทำให้เป็นที่ไว้วางใจจากประชากรส่วนใหญ่ จากการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวสารข้อมูลกับลักษณะประชากร เพื่อศึกษาถึงแหล่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของแต่ละกลุ่มประชากร แสดงไว้ในตารางที่ 4.24

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.24
แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากรกับ แหล่งข่าวสารข้อมูล

หน่วย : จำนวน
 อัตราส่วนร้อยละในแถว
 อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ แหล่งข่าวสารข้อมูล	ลักษณะประชากร		รวมแถว
	เกษตรกร	พ่อค้า& เจ้าหน้าที่	
1. สื่อสารมวลชน	24	6	30
	80.0	20.0	26.1
	27.0	23.1	
2. สหกรณ์การเกษตร	56	2	58
	96.6	3.4	50.4
	62.9	7.7	
3. พ่อค้า	8	16	24
	33.3	66.7	20.9
	9.0	61.5	
4. เพื่อนบ้าน	1	2	3
	33.3	66.7	2.6
	1.1	7.7	
รวมคอลัมน์	89	26	115
	77.4	22.6	100

ค่า Chi-Square = 42.23944 ค่า Significance = 0.000
ค่า Contingency Coefficient = 0.56838

จากข้อมูลตารางที่ 4.24 กลุ่มประชากรที่เป็นเกษตรกร ส่วนใหญ่แล้วได้ข่าวสารจากสหกรณ์การเกษตรถึงร้อยละ 62.9 จากสื่อสารมวลชนร้อยละ 27.0 จากพ่อค้าและเพื่อนบ้านร้อยละ 10.1 ตามลำดับ แต่ในส่วนของกลุ่มพ่อค้าและหน่วยงานที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกี่ยวข้อง ส่วนใหญ่แล้วจะได้ข้อมูลข่าวสารจากพ่อค้าด้วยตนเองมากกว่าถึงร้อยละ 61.5 จากสื่อสารมวลชนร้อยละ 23.1 และจากสหกรณ์การเกษตรและเพื่อนบ้านในอัตราร้อยละ 7.7 เท่ากัน ทั้งนี้อาจจะเป็นสาเหตุที่ว่า สหกรณ์การเกษตรเป็นหน่วยงานที่ช่วยดูแลผลประโยชน์ให้กับเกษตรกรมากกว่าพ่อค้า และในส่วนของพ่อค้า การติดต่อซื้อขายข้าวเปลือกไม่มีความจำเป็นมากนักในการติดต่อกับส่วนราชการ หรือเกี่ยวข้อง กับสหกรณ์การเกษตร และลักษณะการซื้อขายข้าวของพ่อค้าคือ ซื้อมาแล้วขายไป ฉะนั้น การรับซื้อในราคาเท่าใดนั้น ก็คงจะต้องพิจารณาข่าวสารข้อมูลจากพ่อค้าในระดับสูงขึ้น ไปที่จะทำการรับซื้ออีกต่อหนึ่งเป็นสำคัญ และในยุคนั้นข่าวสารข้อมูลนี้ข่าวจากสื่อมวลชน อาจใช้เป็นเพียงข้อมูลเปรียบเทียบเท่านั้น ทั้งนี้อาจจะเป็นสาเหตุจากการที่ข่าวสาร ของสื่อสารมวลชนเป็นข่าวสารที่ใกล้ชิด หรือเป็นข่าวสารข้อมูลเฉลี่ยระดับประเทศ หรือระดับภาค มากกว่าเป็นข้อมูลข่าวสารในระดับท้องถิ่น การศึกษาวิเคราะห์ ความเป็นอิสระ ของตัวแปรทั้งสอง จากค่า $\chi^2 - \text{Square} = 42.23944$ มีค่า Significance = 0.0000 แสดงว่าการใช้บริการข่าวสารข้อมูลจากแหล่งข่าวสารข้อมูล ต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับลักษณะของประชากร โดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 โดยมีขนาดความสัมพันธ์ ค่า Contingency Coefficient = 0.39469 กล่าวคือการ ใช้บริการข่าวสารข้อมูลจากแหล่งข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ แตกต่างกันตามลักษณะของ ประชากร

จากการศึกษาความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทาง การเกษตรใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล การรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นจากหัวข้อคำถาม 5 หัวข้อโดยเน้นถึงความเที่ยงตรงของข่าวสารข้อมูล, ความตรงกลุ่มเป้าหมาย, ความรวดเร็วของข่าวสารข้อมูล, การกระจายของข่าวสารข้อมูลไปสู่กลุ่มเป้าหมาย และความ สะดวกในการติดตามข่าวสารข้อมูลที่ต่อเนื่อง โดยประชากรได้แสดงความคิดเห็นว่า

ถ้าตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร (ตลาดกลางค้าข้าว) ระดับไร่นา ตั้งอยู่ใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล จะทำให้การบริการของตลาดกลางการค้าพืชผลทาง การเกษตรมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยมีค่าความถี่ และคะแนนความคิดเห็น แสดงใน ตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25

แสดงค่าความถี่ และ ค่าคะแนนจาก

ความคิดเห็นของการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล

ข้อความความเห็น	ค่าความถี่ของความคิดเห็น					คะแนนรวม	ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มีความเห็น	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
1. การตรวจสอบราคาข้าวเที่ยงตรงขึ้น	27	68	19	1	0	466	4.05
2. ได้รับข่าวสารที่ต้องการโดยตรงง่ายขึ้น	24	67	20	4	0	456	3.97
3. ข่าวสารที่รวดเร็วทันเหตุการณ์	19	65	28	3	0	445	3.87
4. ข่าวสารกระจายถึงกลุ่มได้ทั่วถึงง่าย	9	68	37	1	0	430	3.74
5. ติดตามข่าวสารต่อเนื่องได้ง่ายขึ้น	7	57	48	3	0	413	3.59

จากข้อมูลตารางที่ 4.25 การพิจารณาค่าคะแนนรวม และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของความคิดเห็นในประเด็นต่างๆปรากฏว่าประชากรมีความคิดเห็นในการเลือก ที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล ที่ “เห็นด้วย” ในส่วนของ ประเด็นปัจจัยย่อยต่าง ๆ คือ คำนึงถึงความเที่ยงตรงของข่าวสาร (4.05), ข่าวสารตรงกลุ่มเป้าหมาย(3.97), ความรวดเร็วของข่าวสาร(3.87), การกระจายของข่าวสาร(3.74), และความสะดวกในการติดตามข่าวสาร(3.59) ตามลำดับ

เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความคิดเห็นเฉลี่ยรวมในแต่ละปัจจัยที่ทำการศึกษา โดยการรวมคะแนนค่าความคิดเห็นทั้งหมดแล้วหารด้วยจำนวนข้อของแบบสอบถามในแต่ละหัวข้อปัจจัยที่ทำการศึกษา ดังแสดงตัวอย่างในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26
แสดงตัวอย่างการคำนวณค่าความเห็นรวมของการเลือก
ที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล

ข้อความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	คะแนน
1. การตรวจสอบราคาข้าวเพียงตรงขึ้น		☐				4
2. ได้รับข่าวสารที่ต้องการโดยตรงง่าย ขึ้น		☐				4
3. ข่าวสารที่ได้รวดเร็วทันเหตุการณ์			☐			3
4. ข่าวสารกระจายถึงกลุ่มได้ทั่วถึงง่าย			☐			3
5. ติดตามข่าวสารต่อเนื่องได้ง่ายขึ้น				☐		2
คะแนนรวม						16

ค่าคะแนนรวม = 16

คิดค่าคะแนนรวม = 16 / 5

จำนวนคำถาม = 5

ค่าคะแนนรวม = 3.2

ข้อมูลจากแบบสอบถาม คะแนนเฉลี่ยรวม ของประชากรศึกษา แสดงใน
ตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27
แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของความคิดเห็น
การเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลการเกษตร ใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล

ลักษณะความคิดเห็น	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. เห็นด้วยปานกลาง	19	16.5
2. เห็นด้วย	96	83.5
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.373

จากข้อมูลตารางที่ 4.27 ความคิดเห็นรวมของประชากรมีความคิดเห็นเป็นสองแบบเท่านั้นคือ เห็นด้วย (ค่าคะแนนรวมเฉลี่ย 3.51-4.50) และ ปานกลาง (ค่าคะแนนรวมเฉลี่ย 2.51-3.50) คิดเป็นร้อยละ 83.5 และ 16.50 ตามลำดับ มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.373 แสดงว่าประชากรโดยส่วนรวมเห็นด้วยว่าควรจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรอยู่ใกล้กับแหล่งข่าวสารข้อมูลซึ่งจะทำให้การบริการข่าวสารข้อมูลของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

และจากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล กับลักษณะของประชากร และแหล่งข่าวสารข้อมูลของประชากร ดังแสดงใน ตารางที่ 4.28 และ 4.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง

ลักษณะประชากรกับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่

ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล

หน่วย :

จำนวน
อัตราส่วนร้อยละในแถว
อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ ความคิดเห็น	ลักษณะประชากร		รวมแถว
	เกษตรกร	พ่อค้า & เจ้าหน้าที่	
1. ปานกลาง	13	6	19
	68.4	31.6	16.5
	14.6	23.1	
2. เห็นด้วย	76	20	96
	79.2	20.8	83.5
	85.4	72.9	
รวมคอลัมน์	89	26	115
	77.4	22.6	100

ค่า Chi-Square = 0.52265 ค่า Significance = 0.4697

ค่า Contingency Coefficient = 0.15609

จากข้อมูลตารางที่ 4.28 กลุ่มประชากรที่เป็นเกษตรกรกับกลุ่มพ่อค้า และ เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องมีความคิดเห็นต่อการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรที่คล้ายกันคือมีความคิดเห็นที่ เห็นด้วย มากอยู่ในเกณฑ์ร้อยละกว่า 70 โดยเป็นกลุ่มเกษตรกรร้อยละ 85.4 กลุ่มพ่อค้าและเจ้าหน้าที่ร้อยละ 76.9 และมีความคิดเห็นปานกลางอยู่ในเกณฑ์ต่ำกว่าร้อยละ 25 โดยกลุ่มเกษตรกรร้อยละ 14.6 กลุ่มพ่อค้าและเจ้าหน้าที่ร้อยละ 23.1 ซึ่งเป็นการแสดงความเห็นใกล้เคียงกับความคิดเห็นในภาพรวม จากการศึกษาวิเคราะห์ความเป็นอิสระ ของตัวแปรทั้งสอง จากค่า Chi -

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Square = 0.52265 มีค่า Significance = 0.4697 แสดงว่าการแสดงความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูลไม่มีความสัมพันธ์กับ ลักษณะของประชากร โดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มเกษตรกร กับกลุ่มพ่อค้า และเจ้าหน้าที่ ๓ มีความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง

แหล่งข่าวสารข้อมูลกับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่
จัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล

จำนวน
หน่วย : อัตราส่วนร้อยละในแถว
อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ ความคิดเห็น	ลักษณะแหล่งข่าวสารข้อมูล				รวมแถว
	สื่อสาร มวลชน	สหกรณ์ การเกษตร	พ่อค้า	เพื่อน บ้าน	
1. ปานกลาง	5	6	6	2	19
	26.3	31.6	31.6	10.5	16.5
	16.7	10.3	25.0	66.7	
2. เห็นด้วย	25	52	18	1	96
	26.0	54.2	18.8	1.0	83.5
	83.3	89.7	75.0	33.3	
รวมคอลัมน์	30	58	24	3	115
	26.1	50.4	20.9	2.6	100

ค่า Chi-Square = 8.32527 ค่า Significance = 0.0397

ค่า Contingency Coefficient = 0.25982

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากข้อมูลตารางที่ 4.29 กลุ่มผู้ใช้แหล่งข่าวจากสื่อสารมวลชน, สหกรณ์การเกษตรและกลุ่มพ่อค้า มีความคิดเห็นในเรื่องการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล ที่คล้ายกันคือ มีความคิดเห็นที่ เห็นด้วย อยู่ในเกณฑ์กว่าร้อยละ 75 โดยจาก สื่อสารมวลชนร้อยละ 83.3 สหกรณ์การเกษตรร้อยละ 89.7 และพ่อค้าร้อยละ 75 และ ความคิดเห็น ปานกลาง อยู่ในเกณฑ์ต่ำกว่าร้อยละ 25 โดยจาก สื่อสารมวลชนร้อยละ 16.7 สหกรณ์การเกษตรร้อยละ 10.33 และพ่อค้าร้อยละ 25.0 ในส่วนของแหล่งข่าวสารจากเพื่อนบ้านถูกตัดออกไปเพราะมีจำนวนน้อยมากที่จะอ้างอิงได้ ถึง การศึกษาวิเคราะห์ความเป็นอิสระ ของตัวแปรทั้งสอง จากค่า Chi - Square = 8.32527 มีค่า Significance = 0.0397 แสดงว่าความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูลมีความสัมพันธ์ กับ การใช้บริการข่าวสารข้อมูลจากแหล่งข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 และมีขนาดความสัมพันธ์ค่า Contingency Coefficient = 0.25982 กล่าวคือการแสดงความสัมพันธ์ความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูลมีความสัมพันธ์ ของประชากร แตกต่างกันไป ตามการเลือกใช้แหล่งข่าวสารข้อมูล

4.2.3 ความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งเงินทุน

ในการศึกษาถึงความคิดเห็น ในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุน ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลถึงแหล่งที่มาของเงินทุนที่ใช้ในขบวนการทั้งขบวนการผลิตของเกษตรกร และขบวนการซื้อขายของเกษตรกรและพ่อค้า โดยได้ทำการสอบถามจากประชากรศึกษา ถึงแหล่งเงินทุนที่ใช้บริการ คือ ธนาคารพาณิชย์, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์, สหกรณ์การเกษตร, พ่อค้า และอื่น ๆ เช่น ญาติพี่น้อง, นายทุนเงินกู้ต่าง ๆ เป็นต้น แสดงในตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.30
แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของแหล่งเงินทุน

แหล่งเงินทุน	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. ธนาคารพาณิชย์	24	20.9
2. ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์	60	52.2
3. สหกรณ์การเกษตร	23	20
4. พ่อค้า	5	4.3
5. อื่น ๆ	3	2.6
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.894

ข้อมูลจากตารางที่ 4.30 แสดงว่าประชากรในส่วนรวมใช้เงินทุนจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ เป็นส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 52.2 ธนาคารพาณิชย์ ร้อยละ 20.9 สหกรณ์การเกษตรร้อยละ 20.0 จากพ่อค้าร้อยละ 4.3 และอื่น ๆ เช่น นายทุนเงินกู้ ญาติพี่น้อง ร้อยละ 2.6 ตามลำดับ โดยมีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.894 การกระจายตัวของข้อมูลอยู่ในลักษณะเป็นการกระจายตัวอยู่ในระดับสูงโดยเป็นการแจกแจงแบบปกติ และจากผลการศึกษาดังกล่าว อาจจะเป็นสาเหตุมาจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ เป็นธนาคารของรัฐที่มีนโยบายทางการเงินเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรและชวบนการทางด้านเกษตรกรรมเป็นหลัก โดยมีการให้กู้เงินแก่เกษตรกรในอัตราดอกเบี้ยต่ำ และการดำเนินการกู้เงิน นั้นก็สะดวกไม่ยุ่งยากเหมือนธนาคารพาณิชย์, ให้กู้ในวงเงินที่สูงพอสมควร และระยะเวลาในการกู้และการใช้คืนก็เป็นที่พอใจของผู้กู้ จึงทำให้เกษตรกรเข้าใช้บริการเงินกู้จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เป็นจำนวนมาก ในส่วนของธนาคารพาณิชย์ การกู้มีลักษณะของการเสียดอกเบี้ยที่สูงกว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เพราะเป็นธุรกิจเอกชนที่ไม่มีเงินรัฐบาลสนับสนุน การที่พบว่าผู้ใช้เงินทุนจากธนาคารพาณิชย์อยู่ในระดับรองอาจจะเป็นเพราะกลุ่มผู้ใช้บริการธนาคารพาณิชย์นั้นไม่สามารถที่จะกู้เงินจากธนาคารเพื่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเกษตรและสหกรณ์ได้ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่า ชาดคุณสมบัติบางประการที่ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์กำหนด เช่น ไม่ใช่เกษตรกร, หรือกลุ่มเป้าหมายตามนโยบายของรัฐ เป็นต้น สหกรณ์การเกษตรก็มีลักษณะคล้ายกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ คือเป็นหน่วยงาน ของรัฐ แต่ว่าสหกรณ์การเกษตรอาจจะมีข้อกำหนดหรือข้อบังคับบางอย่างในการกู้ที่ไม่เหมือนกับธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ เช่น จำนวนเงินกู้ ระยะเวลาในการกู้ และระยะเวลาใช้คืน จึงทำให้การให้บริการเงินทุนจากสหกรณ์การเกษตร ต่างจากการกู้เงินในธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ส่วนแหล่งเงินทุนจากพ่อด้านนั้นเป็นเงินทุนจากพ่อค้าที่เป็นผู้รับซื้อผลผลิตทั้งในตลาดระดับท้องที่ ท้องถิ่น หรือระดับอื่น ๆ อีกซึ่งมีจำนวนไม่มากนัก

จากการศึกษาวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างการเลือกใช้บริการแหล่งเงินทุนกับลักษณะของประชากร แสดงในตารางที่ 4.31

จากข้อมูลตารางที่ 4.31 ประชากรที่เป็นเกษตรกรส่วนใหญ่แล้วใช้บริการเงินทุนจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ร้อยละ 65.2 สหกรณ์การเกษตรร้อยละ 25.8 ธนาคารพาณิชย์และพ่อค้า ร้อยละ 4.5 ตามลำดับ ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มประชากรที่เป็นพ่อค้าและเจ้าหน้าที่ฯ ที่ใช้บริการเงินทุนจากธนาคารพาณิชย์ถึงร้อยละ 76.9 ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ร้อยละ 7.7 อื่น ๆ ร้อยละ 11.5 และจากพ่อค้าด้วยกัน ร้อยละ 3.8 ตามลำดับ ทั้งนี้จะเป็นเพราะการให้บริการของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ที่มีดอกเบี้ยที่ต่ำกว่านั้น ให้บริการหลักกับเกษตรกร ทำให้ส่วนประชากรที่ไม่ใช่เกษตรกรไม่สามารถที่จะเข้าใช้บริการได้สะดวก จึงต้องใช้บริการในส่วนของธนาคารพาณิชย์ และเป็นที่น่าสนใจในส่วนของพ่อค้าที่ได้ใช้บริการในส่วนของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ร้อยละ 7.7 นั้น อาจจะเป็นเพราะเป็นลักษณะของการใช้บริการเพื่อกิจกรรมทางการเกษตร เช่น นโยบายการพยุงราคาข้าว นโยบายการประกันราคาข้าว ที่ทางรัฐบาลสนับสนุนพ่อค้าบางกลุ่มที่มีคุณสมบัติที่รัฐกำหนดโดยสนับสนุนในรูปของเงินกู้ ดอกเบี้ยต่ำผ่านธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ในการรับซื้อข้าวจากเกษตรกร ในราคาที่รัฐประกัน การศึกษาวิเคราะห์ความเป็นอิสระของตัวแปรทั้งสอง จากค่า Chi - Square = 80.32772 มีค่า Significance = 0.0000 แสดงว่าความคิดเห็นในเรื่องการเลือกใช้บริการแหล่งเงินทุน มีความสัมพันธ์ กับ ลักษณะของประชากรโดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 และมีขนาดความสัมพันธ์ค่า Contingency Coefficient = 0.76240 กล่าวคือการใช้บริการเงินทุนจากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ แตกต่างกันตามลักษณะของประชากร

ตารางที่ 4.31
แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร กับ แหล่งเงินทุน

หน่วย :

จำนวน
อัตราส่วนร้อยละในแถว
อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ แหล่งเงินทุน	ลักษณะประชากร		รวมแถว
	เกษตรกร	พ่อค้า & เจ้าหน้าที่	
1. ธนาคารพาณิชย์	4	20	24
	16.7	83.3	20.9
	4.5	76.9	
2. ธนาคารเพื่อการเกษตร และ สหกรณ์	58	2	60
	96.7	3.3	52.2
	65.2	7.7	
3. สหกรณ์การเกษตร	23	0	23
	100.0	0	20.0
	25.8	0	
4. พ่อค้า และอื่นๆ	4	4	8
	50.0	50.0	6.9
	4.5	15.3	
รวมคอลัมน์	89	26	115
	77.4	22.6	100

ค่า Chi-Square = 80.32772 ค่า Significance = 0.000
ค่า Contingency Coefficient = 0.76240

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษาแนวความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุน ความคิดเห็นของประชากรศึกษาจากการเก็บรวบรวมข้อมูล จากแบบสอบถาม 4 ข้อ โดยเน้นการจ่ายเงินในการซื้อขายสดวกขึ้น, การจ่ายเงินในการซื้อขายปลอดภัยขึ้น การติดต่อประเมินสินเชื่อต่าง ๆ สดวกขึ้น, และการติดต่อในการจำหน่ายข้าวสดวกขึ้น จากข้อความในแบบสอบถาม ประชากรได้แสดงความคิดเห็นว่า ถ้าตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร (ตลาดกลางค้าข้าว) ระดับไร่นาดังอยู่ใกล้แหล่งเงินทุน จะทำให้การบริการของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยมีค่าความถี่ และคะแนนความคิดเห็นแสดงในตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32
แสดงค่าความถี่ และ ค่าคะแนนจาก
ความคิดเห็นของการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุน

ข้อความความเห็น	ค่าความถี่ของความคิดเห็น					คะแนนรวม	ค่าถ่วงน้ำหนัก
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มีความเห็น	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
1. การจ่ายเงินในการซื้อขายสดวกขึ้น	38	58	15	4	0	475	4.13
2. การจ่ายเงินในการซื้อขายปลอดภัยขึ้น	28	71	15	1	0	471	4.10
3. การติดต่อประเมินสินเชื่อต่าง ๆ สดวกขึ้น	4	57	49	5	0	405	3.52
4. การติดต่อในการจำหน่ายข้าวสดวกขึ้น	1	51	46	17	0	381	3.31

จากข้อมูลตารางที่ 4.32 การพิจารณาค่าคะแนนรวม และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ปรากฏว่าประชากรมีความคิดเห็นในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุน ที่ “เห็นด้วย” ในส่วนของประเด็นต่าง ๆ คือ ความสะดวกของการจ่ายเงินในการซื้อขาย(4.13), ความปลอดภัยในการจ่ายเงิน(4.10), ความสะดวกในการประเมินสินเชื่อ(3.52) และ

ความคิดเห็น “ปานกลาง” ในส่วนความสะดวกในการติดต่อจำหน่าย(3.31)ตามลำดับ

เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความคิดเห็นเฉลี่ยรวมในแต่ละปัจจัยที่ทำการศึกษา โดยการรวมคะแนนค่าความคิดเห็นทั้งหมดแล้วหารด้วยจำนวนข้อของแบบสอบถามในแต่ละหัวข้อปัจจัยที่ทำการศึกษา ดังแสดงตัวอย่างในตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33
แสดงตัวอย่างการคำนวณค่าความเห็นรวมของการเลือกที่ตั้ง
ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุน

ข้อความความเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	คะแนน
1. การจ่ายเงินในการซื้อขายสะดวกขึ้น			☐			3
2. การจ่ายเงินในการซื้อขายปลอดภัยขึ้น		☐				4
3. การติดต่อประเมินสินค้าต่าง ๆ สะดวกมากขึ้น		☐				4
4. การติดต่อในการจำหน่ายสะดวกขึ้น			☐			3
คะแนนรวม						14

ค่าคะแนนรวม = 14

จำนวนคำถาม = 4

คิดค่าคะแนนรวม = 14 / 4

ค่าคะแนนรวม = 3.5

ข้อมูลจากแบบสอบถาม คะแนนเฉลี่ยรวม ของประชากรศึกษา แสดงใน
ตารางที่ 4.34

ตารางที่ 4.34
แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของความคิดเห็นการเลือก
พื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุน

ลักษณะความคิดเห็น	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. เห็นด้วยปานกลาง	21	18.3
2. เห็นด้วย	88	76.5
3. เห็นด้วยอย่างยิ่ง	6	5.2
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.469

ข้อมูลจากตารางที่ 4.34 ประชากรในส่วนรวมส่วนใหญ่แล้วมีความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุน ที่ เห็นด้วย ร้อยละ 76.5 ที่ ความคิดเห็น ปานกลาง ร้อยละ 18.3 และ ที่ เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง ร้อยละ 5.2 มีค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.469 แสดงให้เห็นว่าประชากรมีความเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุน ที่ เห็นด้วย เป็นส่วนมาก ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าประชากรทั้งเกษตรกรซึ่งเป็นผู้ผลิต และพ่อค้า ซึ่งเป็นผู้ซื้อมีการติดต่อใช้บริการจากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ เกือบทั้งสิ้น ฉะนั้นเมื่อมีการซื้อขายผลผลิตก็就会有การติดต่อกับแหล่งเงินทุนต่าง ๆ ทั้งในรูปของรับสินเชื่อ หรือจ่ายคืนสินเชื่อ อีกประการหนึ่งคือการที่รัฐบาลเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการซื้อขาย โดยมีการจัดสรรงบประมาณมาใช้ในการแทรกแซงตลาด ในรูปของสินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ และการจำนำข้าวเปลือก ซึ่งทำให้ทั้งเกษตรกรและพ่อค้าได้รับผลประโยชน์จากนโยบายส่วนนี้เป็นอย่างยิ่ง และจากข้อมูลความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าการกระจายของข้อมูลอยู่ในเกณฑ์ต่ำ แสดงว่าประชากรมีความคิดเห็นเป็นกลุ่มไม่มีความกระจายเท่าที่ควร โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ที่มีความคิดเห็นเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีจำนวนน้อย อาจจะเป็นเพราะว่า ยังไม่มีความมั่นใจในระบบการบริการว่าจะสามารถให้บริการได้ในระยะยาวโดยเฉพาะนโยบายสินเชื่อของทางราชการ และจากการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเกษตรใกล้แหล่งเงินทุน กับลักษณะของประชากร และการเลือกใช้บริการแหล่ง
เงินทุนของประชากรแสดงผลในตารางที่ 4.35 และ 4.36

ตารางที่ 4.35
แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง
ลักษณะประชากรกับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้ง
ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุน

หน่วย : จำนวน อัตราส่วนร้อยละในแถว อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์			
ลักษณะ ความคิดเห็น	ลักษณะประชากร		รวมแถว
	เกษตรกร	พ่อค้า& เจ้าหน้าที่	
1. ปานกลาง	17	4	21
	81.0	19.0	18.3
	19.1	15.4	
2. เห็นด้วย	68	20	88
	77.3	22.7	76.5
	76.4	76.9	
3. เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4	2	6
	66.7	33.3	5.2
	4.5	7.7	
รวมคอลัมน์	89	26	115
	77.4	22.6	100

ค่า Chi-Square = 0.54732 ค่า Significance = 0.7606
ค่า Contingency Coefficient = 0.13155

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.36
แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง
แหล่งเงินทุนกับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้ง
ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุน

หน่วย :

จำนวน
อัตราส่วนร้อยละในแถว
อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ แหล่งเงินทุน	ลักษณะความคิดเห็น			รวมแถว
	ปานกลาง	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	
1. ธนาคารพาณิชย์	5	18	1	24
	20.8	75.0	4.2	20.9
	23.8	20.5	16.7	
2. ธนาคารเพื่อการเกษตร และ สหกรณ์	9	48	3	60
	15.0	80.0	5.0	52.2
	42.9	54.5	50.0	
3. สหกรณ์การเกษตร	5	18	0	23
	21.7	78.3	0	20.0
	23.8	20.5	0	
4. พ่อค้า และอื่นๆ	2	4	2	8
	40.0	20.0	40.0	6.9
	9.5	4.5	33.3	
รวมคอลัมน์	21	88	6	115
	18.3	76.5	5.2	100

ค่า Chi-Square = 17.85227 ค่า Significance = 0.0224
ค่า Contingency Coefficient = 0.36657

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากข้อมูลตารางที่ 4.35 การแสดงความคิดเห็นความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุน ของประชากรในกลุ่มเกษตรกร กับกลุ่มพ่อค้าและเจ้าหน้าที่ที่มีความคิดเห็นที่คล้ายกันคือ มีความคิดเห็นที่ เห็นด้วย ร้อยละ 76.4 และ 76.9 ความคิดเห็น ปานกลาง ร้อยละ 15.4 และ 19.1 และที่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 4.5 และ 7.7 จากการศึกษาวิเคราะห์ความเป็นอิสระ ของตัวแปรทั้งสอง จากค่า Chi - Square = 0.54732 มีค่า Significance = 0.7606 แสดงว่าความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งเงินทุนไม่มีความสัมพันธ์กับ ลักษณะของประชากรโดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 กล่าวคือ กลุ่มประชากรศึกษาทั้งเกษตรกร กับ พ่อค้า และเจ้าหน้าที่ฯ มีความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุนที่ไม่แตกต่างกัน

จากข้อมูลตารางที่ 4.36 กลุ่มผู้ใช้แหล่งเงินทุนจาก ธนาคารพาณิชย์ ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์, สหกรณ์การเกษตร มีความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ ที่เหมาะสม ในการจัดตั้ง ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้แหล่งเงินทุน ที่คล้ายกันคือ มีความคิดเห็นที่ เห็นด้วย อยู่ในเกณฑ์กว่าร้อยละ 75 มีความคิดเห็น ปานกลาง ประมาณ ร้อยละ 20 ความคิดเห็นที่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง ไม่เกิน ประมาณ ร้อยละ 5 ในส่วนของแหล่งเงินทุนจากพ่อค้า และอื่น ๆ มีความคิดเห็นที่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ ปานกลาง มากกว่าความคิดเห็นที่ เห็นด้วย การศึกษาวิเคราะห์ความเป็นอิสระ ของตัวแปรทั้งสอง จากค่า Chi - Square = 17.85227 มีค่า Significance = 0.0224 แสดงว่าความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งเงินทุนมีความสัมพันธ์กับ การใช้บริการเงินทุนจากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 และมีขนาดความสัมพันธ์ค่า Contingency Coefficient = 0.36657 กล่าวคือการแสดงว่าความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งเงินทุน ของประชากร แตกต่างกันไปตามการเลือกใช้แหล่งเงินทุนของประชากรศึกษา

4.2.4 ความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผล
ทางการเกษตร ใกล้สถานีขนส่ง

ในการศึกษาความคิดเห็น ในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรกับสถานีขนส่ง ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลการใช้บริการสถานีขนส่งในท้องถิ่นของประชากร ว่ามีการใช้บริการมากน้อยเพียงใด โดยได้จัดแบบสอบถามในลักษณะความถี่ในการใช้คือ ใช้บ่อย นาน ๆ ครั้ง หรือไม่เคยใช้บริการเลย ผลการศึกษาแสดงไว้ในตารางที่ 4.37

ตารางที่ 4.37
แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของการใช้สถานีขนส่ง

ลักษณะความถี่ในการใช้สถานีขนส่ง	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. ใช้บริการบ่อย ๆ	94	81.7
2. ใช้บริการนาน ๆ ครั้ง	21	18.3
3. ไม่เคยใช้บริการ	0	0
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.388

จากข้อมูลตารางที่ 4.37 ประชากรส่วนใหญ่ใช้บริการสถานีขนส่งบ่อย ๆ ถึงร้อยละ 81.7 นาน ๆ ครั้ง ร้อยละ 18.3 ไม่เคยใช้ ไม่มี ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.388 แสดงว่าประชากรในพื้นที่ยังใช้บริการรถโดยสารประจำทางที่สถานีขนส่งบ่อย ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าประชากรส่วนใหญ่ยังไม่มีรถยนต์ส่วนตัวใช้ หรือการใช้บริการของรถโดยสารประจำทาง ยังได้รับความสะดวก และประหยัด นอกจากนี้สถานีขนส่งยังเป็นแหล่งรวมของรถยนต์บริการหลายประเภทที่สามารถให้บริการได้

จากการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของประชากรกับการใช้บริการสถานีขนส่ง ผลการศึกษาแสดงในตารางที่ 4.38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.38

แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะประชากร กับ ความถี่ในการใช้สถานีส่ง

หน่วย :

จำนวน
อัตราส่วนร้อยละในแถว
อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ ความถี่ในการใช้บริการ	ลักษณะประชากร		รวมแถว
	เกษตรกร	พ่อค้า & เจ้าหน้าที่	
1. ใช้บริการบ่อย	81	13	94
	82.2	13.8	81.7
	91.0	50.0	
2. ใช้บริการนาน ๆ ครั้ง	8	13	21
	38.1	61.9	18.3
	9.0	50.0	
รวมคอลัมน์	45	64	115
	39.1	55.7	100

ค่า Chi-Square = 20.00921 ค่า Significance = 0.000

ค่า Contingency Coefficient = 0.40582

จากข้อมูลตารางที่ 4.38 จากประชากรกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่จะเป็นผู้ใช้บริการการเดินทางที่สถานีส่งบ่อย ร้อยละ 91.0 ใช้นาน ๆ ครั้ง ร้อยละ 9 ส่วนในกลุ่มของพ่อค้าและเจ้าหน้าที่จะใช้บริการสถานีส่งอยู่ในระดับใช้บ่อย ร้อยละ 50 ใช้นาน ๆ ครั้ง ร้อยละ 50 ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่ากลุ่มเกษตรกรกับกลุ่มพ่อค้ามีรายได้และสภาพความเป็นอยู่ที่แตกต่างกัน เช่น การมีรถยนต์ใช้ส่วนตัว, รายได้, ตลอดจนลักษณะของการปฏิบัติงานต่าง ๆ การศึกษาวิเคราะห์ความเป็นอิสระ ของตัวแปรทั้งสอง จากค่า Chi - Square = 20.00921 มีค่า Significance = 0.0000 แสดงว่าความคิดเห็นในเรื่องการเลือกใช้สถานีส่ง มีความสัมพันธ์ กับ ลักษณะของประชากร โดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 กล่าวคือความถี่ของการไปใช้สถานีส่งประจำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อำเภอ มีความ แตกต่างกันไปตามลักษณะของประชากร โดยมีขนาดความสัมพันธ์ค่า
Contingency Coefficient = 0.36657

การศึกษาแนวความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าผลทางการเกษตร ใกล้สถานีขนส่ง ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของประชากรศึกษาจากแบบสอบถาม 4 ข้อ โดยเน้นการ ความสะดวกในการเดินทางไปติดต่อกับตลาดกลาง, การหาแรงงานได้ง่าย, การติดต่อจ้างรถยนต์ได้ง่าย และการประหยัดเวลาการเดินทาง จากข้อความในแบบสอบถาม ประชากรได้แสดงความคิดเห็นว่า ถ้าตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร (ตลาดกลางค้าข้าว) ระดับไร่นาตั้งอยู่ใกล้สถานีขนส่ง จะทำให้การบริการของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยมีค่าความถี่ และคะแนนความคิดเห็น แสดงในตารางที่ 4.39

ตารางที่ 4.39

แสดงค่าความถี่ และ ค่าคะแนนจาก

ความคิดเห็นของการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้ สถานีขนส่ง

ข้อความคิดเห็น	ค่าความถี่ของความคิดเห็น					คะแนนรวม	ค่าถ่วงน้ำหนัก
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มีความเห็น	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
1. การเดินทางไปติดต่อกับตลาดสะดวกขึ้น	18	70	27	0	0	451	3.92
2. แรงงานหาง่าย และราคาถูก	18	45	48	4	0	422	3.67
3. การติดต่อจ้างรถยนต์สะดวก	33	67	14	1	0	477	4.15
4. ช่วยประหยัดค่าเดินทางไปตลาดกลาง	6	67	41	1	0	423	3.68

จากข้อมูลตารางที่ 4.39 การพิจารณาค่าคะแนนรวม และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ของความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ปรากฏว่าประชากรมีความคิดเห็นในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้สถานีขนส่ง ที่ “เห็นด้วย” ในส่วนของประเด็นต่าง ๆ คือ การติดต่อจ้างรถยนต์ได้ง่าย(4.15) , ความสะดวกในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดินทางไปติดต่อกับตลาดกลาง(3.92), การประหยัดค่าเดินทาง(3.68) และ การหา
แรงงานได้ง่าย(3.67) ตามลำดับ

เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความคิดเห็นเฉลี่ย
รวมในแต่ละปัจจัยที่ทำการศึกษา โดยการรวมคะแนนค่าความคิดเห็นทั้งหมดแล้วหาร
ด้วยจำนวนข้อของแบบสอบถามในแต่ละหัวข้อปัจจัยที่ทำการศึกษา ดังแสดงตัวอย่าง
ในตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40
แสดงตัวอย่างการคำนวณค่าความเห็นรวม
ของการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้สถานีขนส่ง

ข้อความความเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความเห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	คะแนน
1. การเดินทางไปติดต่อกับตลาดสะดวก ขึ้น		☐				4
2. แรงงานหาง่าย และราคาถูก		☐				4
3. การติดต่อจ้างรถยนต์สะดวก			☐			3
4. ช่วยประหยัดค่าเดินทางไปตลาดกลาง				☐		2
คะแนนรวม						13

ค่าคะแนนรวม

= 13

จำนวนคำถาม

= 4

คิดค่าคะแนนรวม

= 13 / 4

ค่าคะแนนรวม

= 3.25

ข้อมูลจากแบบสอบถาม คะแนนเฉลี่ยรวม ของประชากรศึกษา แสดงใน
ตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41

แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของความคิดเห็น
การเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลการเกษตร ใกล้สถานีขนส่ง

ลักษณะความคิดเห็น	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. ปานกลาง	13	11.3
2. เห็นด้วย	98	85.2
3. เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4	3.5
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.378

จากข้อมูลตารางที่ 4.41 ประชากรส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้สถานีขนส่ง มีความเห็นที่ เห็นด้วย ร้อยละ 85.2 ปานกลางร้อยละ 11.3 เห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 3.5 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.378 แสดงว่าประชากรส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยว่าการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรอยู่ใกล้กับสถานีขนส่งจะช่วยให้การติดต่อประสานงาน, แรงงาน หารถยนต์รับจ้าง และประหยัดเวลาการเดินทาง ดีขึ้น

จากการศึกษาวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้สถานีขนส่ง กับลักษณะของประชากร และการใช้บริการสถานีขนส่ง ผลการศึกษาแสดงในตาราง 4.42, และ 4.43

ตารางที่ 4.42
แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง
ลักษณะประชากร กับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้ง
ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้สถานีขนส่ง

หน่วย :

จำนวน
อัตราส่วนร้อยละในแถว
อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ ความคิดเห็น	ลักษณะประชากร		รวมแถว
	เกษตรกร	พ่อค้า & เจ้าหน้าที่	
1. ปานกลาง	7	6	13
	53.8	46.2	11.3
	7.9	32.1	
2. เห็นด้วย	80	18	98
	81.6	18.4	85.2
	89.9	69.2	
3. เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2	2	4
	50.0	50.0	3.5
	2.2	7.7	
รวมคอลัมน์	89	26	115
	77.4	22.6	100

ค่า Chi-Square = 6.84160 ค่า Significance = 0.0327
ค่า Contingency Coefficient = 0.25020

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.43
แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง
ลักษณะความถี่ในการใช้สถานีขนส่งกับความคิดเห็น
ในการเลือกพื้นที่ตั้ง ตลาดกลางการค้าพืชผลการเกษตร ใกล้สถานีขนส่ง

หน่วย :

จำนวน
อัตราส่วนร้อยละในแถว
อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ ความคิดเห็น	ลักษณะความถี่		รวมแถว
	ใช้บริการ การบ่อย	ใช้บริการ นาน ๆ ครั้ง	
1. ปานกลาง	7	6	13
	53.8	46.2	11.3
	7.4	28.6	
2. เห็นด้วย	84	14	98
	85.7	14.3	85.2
	89.4	66.7	
3. เห็นด้วยอย่างยิ่ง	3	1	4
	75.0	25.0	3.5
	3.2	4.8	
รวมคอลัมน์	94	21	115
	81.7	18.3	100

ค่า Chi-Square = 7.93532 ค่า Significance = 0.0189
ค่า Contingency Coefficient = 0.25406

จากข้อมูลตารางที่ 3.42 กลุ่มเกษตรกรมีความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้ง
ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้สถานีขนส่ง ความคิดเห็นที่ เห็นด้วยร้อยละ 89.9 ปานกลางร้อยละ 7.9 ในขณะที่กลุ่มพ่อค้าและเจ้าหน้ามีความคิดเห็น ที่เห็น
.เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วยร้อยละ 69.2 ปานกลางร้อยละ 23.1 จะเห็นได้ว่าประชากรกลุ่มเกษตรกรจะมีความคิดเห็นที่เห็นด้วย ในส่วนรวมมากกว่าประชากร กลุ่มพ่อค้าและเจ้าหน้าที่อยู่เล็กน้อย อาจจะเป็นสาเหตุมาจากการที่ประชากรกลุ่มเกษตรกรมีการใช้บริการที่สถานีขนส่งมากกว่าประชากรกลุ่มพ่อค้าและเจ้าหน้าที่ จึงมีความคิดเห็นที่ว่าที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร (ตลาดกลางค้าข้าว) ควรอยู่ใกล้กับสถานีขนส่ง จากการทดสอบ ความเป็นอิสระ ค่า χ^2 6.84160 Significance 0.0327 แสดงว่าลักษณะของประชากรมีความสัมพันธ์กันกับความคิดเห็นในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้กับสถานีขนส่ง โดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 และมีขนาดความสัมพันธ์ ค่า Contingency Coefficient = 0.25020 กล่าวคือการแสดงว่าความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้สถานีขนส่ง ของกลุ่มเกษตรกร กับ กลุ่มพ่อค้า และเจ้าหน้าที่ ๓ มีความแตกต่างกัน

จากข้อมูลตารางที่ 4.43 ผู้ใช้บริการสถานีขนส่ง บ่อย มีความคิดเห็นในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้กับสถานีขนส่ง ความคิดเห็นที่เห็นด้วย เป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 89.4 ปานกลาง ร้อยละ 7.4 ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้บริการสถานีขนส่งนาน ๆ ครั้ง มีความคิดเห็นที่ เห็นด้วย ร้อยละ 66.7 ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการบ่อย ๆ ทั้งนี้จะเป็นเพราะผู้ใช้บ่อย ๆ ย่อมเห็นความสำคัญและคำนึงถึงความสะดวกของตนเองเป็นหลักเกณฑ์ในการแสดงความคิดเห็นจาก การศึกษาวิเคราะห์ ความเป็นอิสระ ค่า χ^2 7.93532 Significance 0.0189 แสดงว่าการใช้บริการสถานีขนส่งมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้กับสถานีขนส่ง โดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 และมีขนาดค่าความสัมพันธ์ ค่า Contingency Coefficient = 0.25406 กล่าวคือการแสดงว่าความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้สถานีขนส่ง ของประชากรศึกษา แตกต่างกันไปตามลักษณะความถี่ในการใช้ สถานีขนส่ง

4.2.5 ความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้เส้นทางถนนสายหลัก

เส้นทางถนนสายหลักเป็นเส้นทางหลวงแผ่นดินที่สามารถเดินทางไปสู่พื้นที่อื่นทั้งใน ระดับอำเภอและระดับจังหวัด ตลอดจนเป็นเส้นทางคมนาคมไปสู่ส่วนต่าง ๆ ของประเทศ ในพื้นที่ อำเภออินทร์บุรี ถนนสายหลักที่สำคัญได้แก่ ถนนสายเอเชีย

การศึกษาแนวความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าผลทางการเกษตร ใกล้เส้นทางถนนสายหลัก ความคิดเห็นของประชากรศึกษาจากการเก็บรวบรวมข้อมูล จากแบบสอบถาม 5 ข้อ โดยเน้น ความสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดที่ใหญ่กว่าได้ง่าย, การขนส่งผลผลิตไปตลาดได้ง่าย, การส่งผลผลิตไปนอกพื้นที่ได้ง่าย, ประหยัดค่าขนส่งข้าวไปตลาดกลาง และสามารถทำให้ผู้ซื้อและเกษตรกรจากที่อื่นมาซื้อขายได้ง่าย จากข้อความในแบบสอบถาม ประชากรศึกษาได้แสดงความคิดเห็นว่า ถ้าตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร (ตลาดกลางค้าข้าว) ระดับไร่นาตั้งอยู่ใกล้เส้นทางถนนสายหลัก จะทำให้การบริการของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น โดยมีค่าความถี่ และคะแนนความคิดเห็น แสดงในตารางที่ 4.44

ตารางที่ 4.44

แสดงค่าความถี่ และ ค่าคะแนนจากความคิดเห็นของ
การเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้เส้นทางถนนสายหลัก

ข้อความความคิดเห็น	ค่าความถี่ของความคิดเห็น					คะแนนรวม	ค่าถ่วงน้ำหนัก
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
1. สามารถขยายตลาดไปเป็นตลาดที่ใหญ่กว่า ได้ง่ายขึ้น	29	57	29	0	0	460	4.00
2. การขนส่งผลผลิตไปตลาดได้ง่าย	15	76	19	5	0	446	3.88
3 การส่งผลผลิตไปนอกพื้นที่ได้ง่าย	14	67	34	0	0	440	3.83
4. ประหยัดค่าขนส่งข้าวไปตลาดกลาง	22	60	26	7	0	442	3.84
5. สามารถทำให้ผู้ซื้อ และเกษตรกรจากที่อื่น มาซื้อขายได้ง่ายขึ้น	1	48	43	23	0	372	3.23

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากข้อมูลตารางที่ 4.44 การพิจารณาค่าคะแนนรวม และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ของความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ปรากฏว่าประชากรมีความคิดเห็นในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้เส้นทางถนนสายหลัก ที่ “เห็นด้วย” ในส่วนของประเด็นต่าง ๆ คือ ความสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดที่ใหญ่กว่าได้ง่าย(4.00), การขนส่งผลผลิตไปตลาดได้ง่าย(3.88), การประหยัดค่าขนส่งข้าวไปตลาดกลาง(3.84), การส่งผลผลิตไปนอกพื้นที่ได้ง่าย(3.83) และ “ปานกลาง” ในประเด็น ความสามารถทำให้ผู้ซื้อและเกษตรกรจากที่อื่นมาซื้อขายได้ง่าย(3.23) ตามลำดับ

เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลที่ได้อามาหาค่าความคิดเห็นเฉลี่ยรวมในแต่ละปัจจัยที่ทำการศึกษา โดยการรวมคะแนนค่าความคิดเห็นทั้งหมดแล้วหารด้วยจำนวนข้อของแบบสอบถามในแต่ละหัวข้อปัจจัยที่ทำการศึกษา ดังแสดงตัวอย่างในตารางที่ 4.45

ตารางที่ 4.45
แสดงตัวอย่างการคำนวณค่าความเห็นรวมของ
การเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้เส้นทางถนนสายหลัก

ข้อความความคิดเห็น	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มีความเห็น	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	คะแนน
1. สามารถขยายตลาดไปเป็นตลาดที่ใหญ่กว่า ได้ง่ายขึ้น	☐					5
2. การขนส่งผลผลิตไปตลาดได้ง่าย		☐				4
3 การส่งผลผลิตไปนอกพื้นที่ได้ง่าย		☐				4
4. ประหยัดค่าขนส่งข้าวไปตลาดกลาง		☐				4
5. สามารถทำให้ผู้ซื้อ และเกษตรกรจากที่อื่น มาซื้อขายได้ง่ายขึ้น			☐			3
คะแนนรวม						20

ค่าคะแนนรวม = 20

คิดค่าคะแนนรวม = 20/5

จำนวนคำถาม = 5

ค่าคะแนนรวม = 4

ข้อมูลจากแบบสอบถาม คะแนนเฉลี่ยรวม ของประชากรศึกษา แสดงใน ตารางที่ 4.46

ตารางที่ 4.46
แสดงค่าความถี่ และอัตราส่วนร้อยละของความคิดเห็นการเลือก
พื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลการเกษตร ใกล้เส้นทางถนนสายหลัก

ลักษณะความคิดเห็น	จำนวน (ความถี่ข้อมูล)	อัตราส่วน ร้อยละ
1. ปานกลาง	23	20.0
2. เห็นด้วย	89	77.4
3. เห็นด้วยอย่างยิ่ง	3	2.6
รวม	115	100

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) = 0.444

จากข้อมูลตารางที่ 4.46 พบว่าประชากรศึกษาส่วนใหญ่มีความเห็นด้วยกับการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้เส้นทางถนนสายหลักโดยแสดงความคิดเห็นที่ เห็นด้วย ร้อยละ 77.4 ปานกลาง ร้อยละ 23 และเห็นด้วยอย่างยิ่ง ร้อยละ 2.6

จากการการศึกษาวិเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้เส้นของถนนสายหลักกับลักษณะประชากร และลักษณะการใช้รถยนต์บรรทุก แสดงในตารางที่ 4.47 และ4.48

ตารางที่ 4.47
แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง
ลักษณะประชากร กับความคิดเห็นในการเลือก
พื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้ เส้นทางถนนสายหลัก

หน่วย :

จำนวน
อัตราส่วนร้อยละในแถว
อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ ความคิดเห็น	ลักษณะประชากร		รวมแถว
	เกษตรกร	พ่อค้า & เจ้าหน้าที่	
1. ปานกลาง	20	3	23
	87.0	13.0	20.0
	22.5	11.5	
2. เห็นด้วย	68	21	89
	76.4	23.6	77.4
	76.4	80.8	
3. เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	2	3
	33.3	66.7	2.6
	1.1	7.7	
รวมคอลัมน์	89	26	115
	77.4	22.6	100

ค่า Chi-Square = 4.58036 ค่า Significance = 0.1012
ค่า Contingency Coefficient = 0.22446

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.48
แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง
ลักษณะการใช้รถบรรทุกผลิตผล กับความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่
ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้ เส้นทางถนนสายหลัก

หน่วย :

จำนวน
อัตราส่วนร้อยละในแถว
อัตราส่วนร้อยละในคอลัมน์

ลักษณะ ความคิดเห็น	ลักษณะการใช้รถบรรทุก			รวมแถว
	รถบรรทุก ขนาดเล็ก	รถบรรทุก ขนาดกลาง	รถบรรทุก ขนาดใหญ่	
1. ปานกลาง	6	13	4	23
	26.1	56.5	17.4	20.0
	20.7	22.4	12.5	
2. เห็นด้วย	21	45	23	89
	23.6	50.6	25.9	77.4
	72.4	77.6	83.3	
3. เห็นด้วยอย่างยิ่ง	2	0	1	3
	66.7	0	33.3	2.6
	6.9	0	4.2	
รวมคอลัมน์	29	58	28	115
	25.2	50.4	24.4	100

ค่า Chi-Square = 4.99101 ค่า Significance = 0.5450
ค่า Contingency Coefficient = 0.20395

จากข้อมูลตารางที่ 4.47 การศึกษาวิเคราะห์ความคิดเห็นของ ประชากร
ศึกษาในเรื่องการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้เส้นทางถนน
สายหลักมีการแสดงความคิดเห็นเป็น เห็นด้วย, ปานกลาง, และเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดย
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มเกษตรกร กับกลุ่มพ่อค้า และเจ้าหน้าที่ มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน คือ มีความคิด เป็น เห็นด้วย ประมาณร้อยละ 76-80 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 11-20 และเห็นด้วยอย่างยิ่งร้อยละ 1-7 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ทั้งเกษตรกร และพ่อค้ารวมทั้งเจ้าหน้าที่ มีความคาดหวังอยากให้ตลาดมีการค้าพืชผลทางการเกษตรที่จะเกิดขึ้นนี้ มีการขยายตัวไปได้อีกในอนาคต และอีกเหตุผลหนึ่งคือ การขนส่งวัตถุดิบต่าง ๆ ในปัจจุบันถนนนับเป็นปัจจัยสำคัญ โดยมีความคิดที่ว่าถนนจะเป็นปัจจัยสำคัญที่นำการพัฒนาเข้าสู่พื้นที่ หรือกิจกรรมนั้น ๆ จากการทดสอบ ความเป็นอิสระ ค่า χ^2 -square 4.58036 Significance 0.1012 แสดงว่าลักษณะของประชากรไม่มีความสัมพันธ์กัน กับความคิดเห็นในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้เส้นทางถนนสายหลัก โดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 กล่าวคือแสดงว่าความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้เส้นทางถนนสายหลักนี้ ของกลุ่มเกษตรกร กับ กลุ่มพ่อค้า และเจ้าหน้าที่ ๆ มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน

จากข้อมูลตารางที่ 4.48 การศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่าง คิดเห็นของ ในเรื่องการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้เส้นทางถนนสายหลักกับ ลักษณะการใช้รถบรรทุกผลผลิต มีการแสดงความคิดเห็นเป็น เห็นด้วย, ปานกลาง, และเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยกลุ่ม ผู้ใช้รถบรรทุกขนาดเล็ก, ผู้ใช้รถบรรทุกขนาดกลาง และผู้ใช้รถบรรทุกขนาดใหญ่ มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน คือ มีความคิด เป็น เห็นด้วย ประมาณร้อยละ 72-83 เห็นด้วยปานกลางร้อยละ 12-22 และเห็นด้วยอย่างยิ่งร้อยละ 0-7 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ใช้รถบรรทุกขนาดเล็ก, ผู้ใช้รถบรรทุกขนาดกลาง และผู้ใช้รถบรรทุกขนาดใหญ่ มีความต้องการที่จะได้รับความสะดวกจากถนนสายหลัก ซึ่งมีสภาพถนนที่ดีกว่าถนนสายอื่น ๆ ในพื้นที่ หรือต้องการที่จะนำผลผลิตออกสู่ภายนอกพื้นที่ได้สะดวก จากการทดสอบ ความเป็นอิสระ ค่า χ^2 -square 4.99101 Significance 0.5450 แสดงว่าลักษณะของ การเลือกใช้รถบรรทุกผลผลิต ไม่มีความสัมพันธ์กันกับความคิดเห็นในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้เส้นทางถนนสายหลัก โดยมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 กล่าวคือแสดงว่าความคิดเห็นในเรื่องการเลือกสถานที่ที่เหมาะสมในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้เส้นทางถนนสายหลักนี้ ของ ผู้ใช้รถบรรทุกขนาดเล็ก, ผู้ใช้รถบรรทุกขนาดกลาง และผู้ใช้รถบรรทุกขนาดใหญ่ มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน

4.3 การวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลาง การค้าพืชผลทางการเกษตร

ในการศึกษาถึงปัจจัย ในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรนี้ ได้รวบรวมข้อมูลโดยให้ประชากรศึกษาเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่กำหนด 8 ปัจจัย โดยไม่ซ้ำกัน ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า ถ้ามีการจัดตั้งตลาดกลางค้าข้าวในอำเภออินทร์บุรี ท่านคิดว่าตลาดกลางค้าข้าวนี้ควรจะต้องตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ใด ตามลำดับความสำคัญ

1. ตลาดอินทร์บุรี
2. ถนนสายเอเชีย
3. ธนาคารพาณิชย์
4. ธนาคารเพื่อการสงเคราะห์และสหกรณ์การเกษตร
5. สหกรณ์การเกษตร
6. ท่ารถประจำทาง
7. ที่นาหรือที่เก็บข้าวเปลือก
8. ที่ว่าการอำเภอ

นำลำดับที่เลือกมาเป็นค่าคะแนนเช่น ลำดับที่ 1 แสดงว่าคะแนน 1 ลำดับที่ 2 มีค่าคะแนน 2 แล้วนำค่าคะแนนมาทำการศึกษาวิเคราะห์ทางสถิติ

จากผลการศึกษารวบรวมข้อมูลในแต่ละปัจจัยต่าง ๆ สามารถแจกแจงความถี่ แสดงในตารางที่ 4.49

ตารางที่ 4.49

แสดงค่าร้อยละ และค่าคะแนนรวม การจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่ควรอยู่ใกล้ ในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร

ลักษณะของปัจจัย	ค่าร้อยละตามลำดับความสำคัญ								คะแนนรวม	ผลต่าง
	1	2	3	4	5	6	7	8		
1. ที่น้ำ หรือที่เก็บผลผลิต	63	12	9	5	0	4	4	3	239	61
2. ตลาดอินทร์บุรี	20	32	22	21	4	0	1	0	300	145
3. สำนักงานสหกรณ์การเกษตร	5	17	17	19	32	8	2	0	445	22
4. ธนาคารเพื่อการเกษตร ฯ	3	7	25	29	21	12	3	0	467	68
5. ที่ว่าการอำเภอ	3	21	14	11	16	6	15	14	535	131
6. เส้นทางถนนสายหลัก	6	7	8	7	6	16	20	30	666	56
7. ธนาคารพาณิชย์	0	4	4	4	13	23	29	23	722	47
8. สถานีขนส่ง	0	0	1	4	8	31	26	30	769	

จากข้อมูลในตารางที่ 4.49 ปัจจัยที่กลุ่มประชากรศึกษาให้ความสำคัญจัดเป็นอันดับแรก โดยมีคะแนนรวมน้อยที่สุด ได้แก่ที่น้ำ หรือที่เก็บผลผลิต รองลงมาได้แก่ ตลาดอินทร์บุรี สำนักงานสหกรณ์การเกษตร, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์, ที่ว่าการอำเภอ, เส้นทางถนนสายหลัก, ธนาคารพาณิชย์และสถานีขนส่ง โดยมีค่าคะแนนรวมเป็น 239, 300, 445, 467, 535, 666, 722 และ 769 ตามลำดับ

การที่มีผลการจัดอันดับดังนี้ อาจจะเป็นสาเหตุจากการขายข้าวอุปสรรคและค่าใช้จ่าย ที่เห็นได้ชัดในขบวนการซื้อขาย คือการขนส่ง ซึ่งการขนส่งเป็นการใช้รถบรรทุกขนาดเล็ก ถึงขนาดใหญ่ แล้วแต่ปริมาณของข้าว ซึ่งทั่วไปแล้วเกษตรกรและประชากรไม่มีรถบรรทุกใช้เอง จำเป็นจะต้องมีการว่าจ้างมีค่าใช้จ่ายในการนี้ ถ้าตลาดกลางการค้าพืชผลอยู่ใกล้อาจทำให้ค่าใช้จ่ายในด้านนี้ลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจน นอกจากนี้ในการขนส่งข้าวจะต้องมีการสูญเสียบ้าง ยิ่งถ้ามีการขนส่งในระยะไกลมากก็จะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำให้เกิดการเสียหายได้มากขึ้น ทั้งการล่วงล้น และความชื้น ทำให้น้ำหนักข้าวลดลง อีกประการหนึ่งถ้าตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรอยู่ใกล้กับที่นาหรือที่เก็บผลผลิต จะช่วยทำให้การตกลงซื้อขายเป็นไปได้โดยสะดวก นั่นคือการซื้อขายข้าวนั้นมีความจำเป็นที่จะต้องมีการตรวจสอบคุณภาพทั้งทางด้านเมล็ดและความชื้นของข้าว ถ้าข้าวเปลือกมาที่ตลาดแล้วทดสอบคุณภาพดีราคาเลยก็จำเป็นจะต้องขายเลยไม่สามารถที่จะเก็บไว้ได้ ถ้าไม่ได้ราคาเป็นที่พอใจหรือจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มในการเข้ายุ้งฉาง, คลังสินค้า ในการเก็บไว้รอราคาเป็นที่พอใจแต่ถ้าตลาดกลางอยู่ใกล้กับที่นาจะทำให้เกิดความสะดวกต่อผู้ค้าที่สามารถไปตรวจสอบดูคุณภาพข้าวได้ ถึงที่นาหรือสถานที่เก็บถ้าพ่อค้าให้ราคายังไม่เป็นที่พอใจ เกษตรกรเองก็สามารถที่จะชลอการขายโดยเก็บไว้ในที่นาก่อนหรือเก็บไว้ในยุ้งฉางของตัวเองได้ โดยไม่ต้องเสียค่าขนส่งไปตลาดจนได้ราคาเป็นที่พอใจเสียก่อน

การที่ให้ตลาดอินทร์บุรีมีความสำคัญเป็นอันดับรองลงมาโดยมีช่องคะแนนรวมห่างจากอันดับแรก 61 คะแนน ทั้งนี้อาจจะเป็นสาเหตุมาจากการที่ประชากรศึกษา มีความคุ้นเคยกับการจัดทำธุรต่าง ๆ ในตลาดอินทร์บุรี กล่าวคือตลาดอินทร์บุรีเป็นศูนย์กลางของชุมชนมานานเส้นทางการคมนาคมจากส่วนต่าง ๆ ของอำเภอสามารถไปสู่ตลาดอินทร์บุรีได้ สาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่าง ๆ มีพร้อม เช่น โทรศัพท์ซึ่งมีตลาดอินทร์บุรีเป็นศูนย์กลางและกระจายออกไปสู่ส่วนต่าง ๆ ของอำเภอในรัศมีเหนือใต้ตามเส้นทางคมนาคม ประมาณ 3-4 กิโลเมตร เท่านั้น อีกประการหนึ่งตลาดอินทร์บุรีเป็นศูนย์รวมของกิจกรรมต่าง ๆ ไว้มากมาย ทั้งทางด้านสินค้าและบริการต่าง ๆ ทำให้การจัดหาแรงงานในพื้นที่ได้ง่ายและสามารถเชื่อมโยงกิจกรรมในตลาดกลางเข้ากับกิจกรรมอื่น ๆ ในตลาดได้อีกด้วย อีกประการหนึ่งคือ อันดับของสำนักงานสหกรณ์การเกษตรและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ที่ใกล้เคียงกันและมีคะแนนรวมที่ต่างกันไม่มากเพียง 22 แต่จะต่างจากอันดับที่สองมากถึง 1.45 คะแนน ทั้งนี้อาจจะเป็นสาเหตุมาจากการที่สำนักงานสหกรณ์การเกษตรและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์นี้เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรโดยตรง ถึงแม้ว่าเดิมจะไม่ได้เกี่ยวข้องกับการซื้อขายข้าวเปลือกโดยตรง แต่ในปัจจุบันหน่วยงานทั้งสองเริ่มเข้ามามีบทบาทอย่างมากกับการซื้อขายข้าวเปลือก กล่าวคือ รัฐมีนโยบายในการประกันราคา, ประกันราคาข้าว ตลอดจนการรับจำนำข้าวเปลือก โดยใช้กลไกกลผ่านสองหน่วยงานดังกล่าว ในรูปของสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ และข่าวสารการเกษตรที่เที่ยงตรงและรวดเร็ว

ที่ว่าการอำเภอเป็นหน่วยงานที่ถูกจัดให้อยู่อันดับที่ 5 ซึ่งอาจจะเป็นเพราะว่าที่ว่าการอำเภอมิบทบาทต่อการซื้อขายข้าวเปลือกไม่มากนัก และมีเพียงหน่วยงานเกษตรอำเภอเท่านั้นที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการชบวนการปลูกข้าว แต่ทั้งนี้ที่ว่าการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อำเภอก็ยังคงเป็นศูนย์กลางของงานบริการทางราชการทั้งหมดเพราะอำเภออินทร์บุรีมีสภาพเป็นศูนย์กลาง ซึ่งงานบริการราชการ ต่าง ๆ ยังคงอยู่ที่ว่าการอำเภอ จึงทำให้ประชากรยังให้ความสำคัญอยู่บ้าง

ที่น่าสังเกตอีกประการหนึ่งคือ ธนาคารพาณิชย์ได้ถูกจัดอยู่อันดับ 7 โดยธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภออินทร์บุรี ประกอบด้วยธนาคารกรุงไทย จำกัด ธนาคารกรุงเทพ จำกัด ธนาคารกสิกรไทย จำกัด ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด ถ้าเทียบการบริการและขนาดของหน่วยงานแล้วจะใหญ่โตและมีขอบข่ายการบริการกว้างกว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ที่ถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 4 ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่า ขอบข่ายงานของธนาคารพาณิชย์มีส่วนเกี่ยวข้องกับเกษตรกรน้อยกว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ตลอดจนในปัจจุบันธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เข้ามา มีบทบาทถึงกลุ่มพ่อค้าตามนโยบายที่กระจายเงินอุดหนุนซื้อข้าว ในราคาประกันในรูปของสินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ แก่กลุ่มพ่อค้า โดยผ่านธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ฉะนั้นกลุ่มประชากรทั้งเกษตรกรและกลุ่มพ่อค้าจึงให้ความสำคัญต่อธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์มากกว่าธนาคารพาณิชย์

ในส่วนอันดับสุดท้ายอันดับที่ 8 ได้แก่ ปัจจัยของสถานีขนส่ง สาเหตุที่ประชากรศึกษา เลือกสถานีขนส่งเป็นอันดับสุดท้าย อาจจะเป็นเนื่องจากในขบวนการซื้อขายข้าวเปลือกนี้ การขนส่ง โดยรถยนต์บรรทุกเป็นการขนส่งหลัก ในขณะที่สถานีขนส่งนั้นเป็นการบริการทางด้านการโดยสารเป็นสำคัญ ประชากรศึกษาจึงอาจจะมีความรู้สึกว่าเป็นเรื่องที่ยังมีความสำคัญต่อขบวนการซื้อขายข้าวเปลือกนี้ไม่มากนัก

จากการศึกษาสัมพันธอันดับแบบคอนดอร์เดนซ์ของเคนคอลลิส (Kendall's coefficient of Concordance : W) ซึ่งเป็นการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลซึ่งค่าการวัดอยู่ในระดับมาตราเรียงอันดับมาตราเรียงอันดับและกลุ่มข้อมูลมีมากกว่าสองชุด ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (W) 0.4681 แสดงว่าการเลือกอันดับของประชากรศึกษาต่อปัจจัยต่าง ๆ มีความสอดคล้องกันมีความเข้มของความสัมพันธ์กัน ในระดับ 0.4681 แล้วนำค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นี้ไปทดสอบค่า ไคสแควร์ (χ^2 - test) โดยใช้สูตร

$$\chi^2 = K (n-1) W$$

ได้ค่า chi-square 376.8181 มีค่า Significance 0.0000 แสดงว่ามีความสอดคล้องกันของปัจจัยต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตรในรูปของศูนย์สินค้าระดับไรนา” กรณีศึกษาอำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรีนี้ ได้ทำการศึกษาหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักการตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร หน้าที่ของตลาด การค้าพืชผลทางการเกษตร และหลักการเลือกทำเลที่ตั้ง โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลในรูปของการสังเกต การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ การสอบถาม และการสัมภาษณ์จากแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลทั้งทางด้านข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) และข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) มาทำการวิเคราะห์ทางสถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา เป็นการวิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, หมาดหมู่, กลุ่ม และการกระจายของข้อมูล ใช้อธิบายลักษณะทั่ว ๆ ไปของกลุ่มต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษา
2. การวิเคราะห์โดยใช้ค่า chi-Square เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่ทำการศึกษา เพื่ออธิบายถึงความสัมพันธ์ของข้อมูลและลักษณะทั่วไปของกลุ่มประชากรศึกษา
3. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร ที่ศึกษา (Correlation) เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรในรูปของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ซึ่งสามารถนำไปพิจารณา ถึงขนาดความเข้มของความสัมพันธ์ของตัวแปร
4. การวิเคราะห์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อันดับ (Coefficient of Concordance) เป็นการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรหลายตัวในรูปของการจัดอันดับ
5. การวิเคราะห์ด้วย สมการถดถอยพหุคูณ แบบขั้นบันได (Stepwise Multiple Regreesion Analysis) เพื่อการศึกษาถึงลักษณะความสัมพันธ์ของตัวแปรในเชิงปริมาณ

จากขบวนการทางสถิติที่กล่าวมาแล้วนั้น พอสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1.1 ลักษณะทั่วไปของประชากรศึกษา

ประชากรศึกษาแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตหรือผู้ขาย

เป็นผู้นำผลผลิตข้าวเปลือกเข้ามาขายในตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชากรศึกษาแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตหรือผู้ขาย เป็นผู้นำผลผลิตข้าวเปลือกเข้ามาขายในตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร

2. กลุ่มพ่อค้าหรือผู้ซื้อ โดยมีพ่อค้าหลายประเภท เช่น พ่อค้าขายปลีก, พ่อค้านายหน้า, พ่อค้าโรงสีข้าว, พ่อค้าท้องที่, พ่อค้าท้องถิ่น, พ่อค้าขายส่งและพ่อค้าส่งออก เป็นต้น

3. เจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง กับการซื้อขายข้าวเปลือกในตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร เช่น สำนักงานเกษตรอำเภอ, สหกรณ์การเกษตร, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร, ธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น

การเก็บรักษาผลผลิตเพื่อการชะลอการขายกลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มียุ่งฉางในการเก็บรักษาผลผลิต เมื่อเก็บผลผลิตได้แล้วก็มีฉางบางส่วนที่จะต้องทำการขายในช่วงเวลาจำกัด ต่างกับกลุ่มพ่อค้าที่ส่วนใหญ่แล้วมีฉางในการเก็บรักษาผลผลิตเพื่อชะลอการขายได้ในระยะหนึ่งเพื่อรอราคาที่เหมาะสม

การคาดหวังในตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรกลุ่มประชากรมีความคาดหวังว่าการตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไร่นา ในเขตอำเภออินทร์บุรีนี้แล้วจะทำให้การซื้อขายข้าวเปลือกได้รับความสะดวกและอาจจะทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น (85%) อีกส่วนหนึ่งมีความคิดเห็นว่าการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรขึ้นมา จะไม่มีผลต่อการซื้อขายข้าวเปลือกในปัจจุบันคือจะมีสภาพและรายได้เหมือนเดิม ทั้งนี้โดยไม่มีผู้ที่คาดหวังว่าการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรนี้จะทำให้การค้าขายข้าวเปลือกและรายได้เปลี่ยนแปลงไปในทางลบ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่า ประชากรมีความเชื่อมั่นในระดับการจัดตั้งตลาดกลางดังกล่าวจะเห็นตัวอย่างจากตลาดกลางต่าง ๆ ที่ใกล้เคียง เช่น ท่าข้าวกำนันทรง จังหวัดนครสวรรค์ เป็นต้น แต่ในขณะที่อีกส่วนหนึ่งที่คิดว่าการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ไม่มีผลต่อการซื้อขายข้าวเปลือกอาจจะเป็นเพราะว่า ประชากรบางกลุ่มมีปัญหาไม่สามารถซื้อขายข้าวเปลือกได้อิสระจากปัญหาหนี้สิน, การขายข้าวล่วงหน้า (ตกเขียว), เป็นต้น

ความคิดเห็นในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรที่อาจเกิดขึ้นในอำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี ประชากรมีความคิดเห็นว่าการจัดตั้งและดำเนินการโดยภาค รัฐบาล (ร้อยละ 85.2) มากกว่าภาคเอกชน (ร้อยละ 14.8) ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่า ประชากรมีความเชื่อถ้ำดำเนินการโดยภาครัฐบาลแล้วตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรจะสามารถบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ, เที่ยงตรง, และยุติธรรม กว่าดำเนินการโดยภาคเอกชน นอกจากนี้อาจเป็นเพราะว่า

ภาครัฐสามารถที่จะพัฒนาขยายตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรในระดับไร่นาไปสู่ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรที่ใหญ่ขึ้นได้ดีกว่าภาคเอกชน

และจากการวิเคราะห์เชิงสถิติความคิดเห็น ในการจัดตั้งและดูแลตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรนี้ มีความสัมพันธ์กับลักษณะของประชากร

การศึกษาเกี่ยวกับการขนส่งผลผลิต ในการศึกษาเพื่อหาสมการพยากรณ์ระยะทางในการขนส่ง โดยมีลักษณะของการขนส่งและค่าใช้จ่ายในการขนส่งเป็นตัวแปรในการพยากรณ์ ซึ่งมีการคำนวณค่าสถิติการทำสมการถดถอยพหุคูณ แบบขั้นบันได (Stepwise Multiple Regression) พบว่าระยะทางในการขนส่ง มีความสัมพันธ์กับลักษณะของการใช้พาหนะในการขนส่งผลผลิต และอัตราส่วนร้อยละค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อราคาข้าวต่อเกวียนในรูปของสมการได้ดังนี้

สมการเส้นตรงมีค่าคงที่

$$Y = 1.44069 + 1.31323x_1 + 0.35254x_2$$

หรือสมการมาตรฐาน

$$Y = 0.64355x_1 + 0.16828x_2$$

โดยที่

Y = ค่าระยะทางที่ต้องการพยากรณ์

x_1 = ลักษณะของพาหนะที่ใช้ในการขนส่งคือ

คะแนน 1 = รถยนต์บรรทุกขนาดเล็ก

คะแนน 2 = รถยนต์บรรทุกขนาดกลาง

คะแนน 3 = รถยนต์บรรทุกขนาดใหญ่

x_2 = ค่าคะแนนร้อยละของค่าใช้จ่ายต่อราคาข้าวต่อเกวียน

5.1.2 ความคิดเห็นต่อการเลือกสถานที่ตั้งของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร

ในการศึกษาความคิดเห็นต่อการเลือกสถานที่ตั้งของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นถึงปัจจัยที่จะส่งผลถึงการเลือกพื้นที่โดยกำหนดปัจจัยที่เกี่ยวกับหลักการตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร, หน้าที่ตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร และหลักการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมทางด้านการใช้ที่ดิน ไว้ดังนี้ คือ

1. พื้นที่ใกล้กับแหล่งศูนย์กลางชุมชน
2. พื้นที่ใกล้กับแหล่งข่าวสารข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. พื้นที่ใกล้กับสถานีขนส่ง

4. พื้นที่ใกล้กับเส้นทางถนนสายหลัก

จากการศึกษาวิเคราะห์พอสรุปผลการศึกษาจากความคิดเห็นของประชากรศึกษาได้ดังนี้

ความคิดเห็นในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้ศูนย์กลางชุมชน

ศูนย์กลางชุมชนที่ทำการศึกษาประชากรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและใช้บริการต่าง ๆ จากศูนย์กลางชุมชน ในระดับอำเภอ คือ ตลาดอำเภออินทร์บุรี มากกว่าศูนย์กลางชุมชนระดับจังหวัด คือ ตลาดสิงห์บุรี และศูนย์กลางชุมชนในระดับตำบลและหมู่บ้าน คือ บริเวณกลุ่มร้านค้าในหมู่บ้านตามลำดับ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าขนาดศูนย์กลางชุมชนในระดับอำเภอใกล้เคียงกับขนาดศูนย์กลางชุมชนในระดับจังหวัด ในขณะที่ชุมชนระดับจังหวัดอยู่ห่างจากพื้นที่อำเภออินทร์บุรี ประมาณ 17 กิโลเมตร วิเคราะห์ความสัมพันธ์ในการเลือกใช้บริการในศูนย์กลางชุมชนกับลักษณะของประชากร

มีความสัมพันธ์กันในเชิงสถิติที่ความมีนัยสำคัญระดับ 0.01 โดยมีประชากรกลุ่มที่เป็นพ่อค้าและเจ้าหน้าที่ฯ เลือกใช้บริการต่าง ๆ ในศูนย์กลางชุมชนระดับจังหวัดมากกว่ากลุ่มประชากรที่เป็นเกษตรกร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความแตกต่างทางฐานะเศรษฐกิจและลักษณะการประกอบอาชีพ

ความคิดเห็นในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้ศูนย์กลางชุมชน ประชากรในส่วนร่วมมีความคิดเห็นที่เห็นด้วยกับการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้ศูนย์กลางชุมชน โดยมีความคิดเห็นเป็นเห็นด้วยปานกลาง และเห็นด้วยอย่างยิ่ง ตามลำดับ และจากการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้ศูนย์กลางชุมชน กับลักษณะประชากร และการเลือกใช้บริการศูนย์กลางชุมชน ปรากฏว่ามีเพียงการเลือกใช้บริการศูนย์กลางชุมชนเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับการแสดงความคิดเห็นต่อการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้ศูนย์กลางชุมชน ในเชิงสถิติที่ความมีนัยสำคัญ 0.05 ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าประชากรยังมีความสัมพันธ์กับศูนย์กลางชุมชนเดิม ทั้งทางด้านการจำหน่ายสินค้าอื่น ๆ และสินค้าทางด้านการเกษตร ตลอดจนจนสาธารณูปโภคและสาธารณูปการต่าง ๆ ก็มีศูนย์กลางอยู่ที่บริเวณศูนย์กลางชุมชน และบริเวณโดยรอบ

ความคิดเห็นในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล

แหล่งข่าวสารข้อมูลที่ทำการศึกษาระชากรส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารโดยเฉพาะข่าวสาร ทางด้านการเกษตรและการซื้อขายผลผลิตทางการเกษตรจากสหกรณ์การเกษตร, สื่อสารมวลชน, พ่อค้า ตามลำดับ และจากการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวสารข้อมูลกับลักษณะประชากร กลุ่มเกษตรกรจะได้รับข่าวสารข้อมูลสหกรณ์การเกษตรเป็นส่วนใหญ่ แต่ในกลุ่มพ่อค้าและเจ้าหน้าที่จะได้รับข่าวสารข้อมูลจากพ่อค้าด้วยกันเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่า ความแตกต่างทางด้านอาชีพคือ เกษตรกรเป็นผู้ผลิตทางการเกษตร จึงใกล้ชิดกับสหกรณ์การเกษตร ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ให้ความสนับสนุนทางด้านการเกษตรจากภาครัฐ ตลอดจนเป็นหน่วยงานที่ส่งผ่านความช่วยเหลือต่าง ๆ จากภาครัฐสู่เกษตรกร ในขณะที่พ่อค้ามีอาชีพเป็นผู้ซื้อผลผลิตจาก เกษตรกร แล้วส่งขายต่อไปยังพ่อค้ารายอื่นหรือส่งขายผู้บริโภคโดยตรง ความใกล้ชิดกับพ่อค้าด้วยกันจึงมีมาก จากการศึกษาวเคราะห์ความสัมพันธ์ดังกล่าวพบว่า ลักษณะของประชากรมีความสัมพันธ์กับแหล่งข่าวสารข้อมูลของกลุ่มประชากรในเชิงสถิติที่ความมีนัยสำคัญระดับ 0.01

ความคิดเห็นในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้กับแหล่งข่าวสารข้อมูล ประชากรส่วนใหญ่รวมมีความคิดเห็นที่เห็นด้วยกับการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล โดยมีความคิดเห็นเป็นเห็นด้วย และปานกลาง ตามลำดับ และจากการศึกษาวเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร แหล่งข่าวสารข้อมูลกับลักษณะของประชากร, ความรู้ความเข้าใจในตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร และลักษณะของแหล่งข่าวสารข้อมูล ปรากฏว่าในทุกกลุ่มของประชากรมีความคิดเห็นที่คล้ายกับของคิดเห็นของประชากรรวมโดยมีเพียงลักษณะของแหล่งข่าวสารข้อมูลเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าความเจริญก้าวหน้าในด้านการสื่อสารทำให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทในด้านการเกษตรโดยเกษตรกรสามารถที่จะทราบราคากลางข้าวเปลือกได้ทุกวันตลอดจนข่าวสารขบวนการผลิตต่าง ๆ ในด้านการเกษตร แต่อย่างไรก็ดีข้อมูลข่าวสารปัจจุบันในท้องที่ก็เป็นข่าวสารที่สำคัญมาก เพราะใกล้ชิดและเป็นจริงมากที่สุด ในท้องที่นั้น ๆ

ความคิดเห็นในการเลือก ที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้กับแหล่งเงินทุน

แหล่งเงินทุนที่ทำการศึกษาคือแหล่งเงินทุนที่ประชากรศึกษา เป็นแหล่งเงินทุนที่ประชากรศึกษาบริการแหล่งเงินทุน ในลักษณะของสินเชื่อในรูปแบบต่าง ๆ หรือเป็นผู้ฝากเงิน เป็นต้น โดยทำการศึกษแหล่งเงินทุนคือ ธนาคารพาณิชย์, ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์, สหกรณ์การเกษตร, พ้อคำ และอื่น ๆ จากผลการศึกษาวิเคราะห์พบว่า ประชากรส่วนรวมใช้บริการแหล่งเงินทุนมากที่สุดคือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ธนาคารพาณิชย์ สหกรณ์การเกษตร พ้อคำ ตามลำดับ โดยในกลุ่มเกษตรกรจะใช้บริการจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์มากที่สุด แต่ในกลุ่มพ้อคำจะใช้บริการธนาคารพาณิชย์มากที่สุด ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เป็นสถาบันการเงินของรัฐที่บริการสินเชื่อดอกเบี้ยที่ต่ำแก่เกษตรกร จึงทำให้เกษตรกรเข้าใช้บริการมาก แต่สำหรับพ้อคำใช้บริการธนาคารพาณิชย์เป็นส่วนใหญ่เพื่อความคล่องตัวของบริการในระบบธุรกิจการค้า จากการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรกับการใช้บริการแหล่งเงินทุนพบว่า ลักษณะของประชากรมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการแหล่งเงินทุน ในเชิงสถิติที่ความมีนัยสำคัญระดับ 0.05

ความคิดเห็นในการเลือก ที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้กับแหล่งเงินทุน ประชากรในส่วนรวมมีความคิดเห็นที่เห็นด้วยกับการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรอยู่ใกล้กับแหล่งเงินทุน โดยมีความคิดเห็นเป็นเห็นด้วย, ปานกลาง, และเห็นด้วยอย่างยิ่ง ตามลำดับ และจากการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้แหล่งเงินทุนกับลักษณะประชากร และลักษณะของแหล่งเงินทุน พบว่า ในทุกกลุ่มประชากรมีความคิดเห็นคล้ายกับความคิดเห็นของประชากรส่วนรวม โดยมีลักษณะของแหล่งเงินทุนเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับการแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรใกล้กับแหล่งเงินทุน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ซึ่งทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ปัจจุบันการผลิตพืชผลทางการเกษตร เป็นการผลิตในเชิงธุรกิจ ทำให้ระบบเงินทุนเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาขบวนการ ทั้งทางด้านการผลิตและขบวนการซื้อขาย ฉะนั้นทั้งเกษตรกรและพ้อคำต่างก็ให้ความสำคัญกับแหล่งเงินทุนในการเลือกพื้นที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร

ความคิดเห็นในการเลือก ที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้กับสถานีขนส่ง

สถานีขนส่งที่ทำการศึกษาคือ เป็นสถานีขนส่งรถโดยสารประจำอำเภออินทร์บุรี และเป็นที่ยอมรับจากผู้อื่น อีก ในการศึกษาวิเคราะห์พบว่า ประชากรส่วนใหญ่แล้วยังคงใช้บริการรถโดยสารที่สถานีขนส่ง ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าการเดินทางโดยรถประจำทางในภูมิภาคยังเป็นไปโดยสะดวกและประหยัด

จากการศึกษาวิเคราะห์ ห้ความคิดเห็นในการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้กับสถานีขนส่ง ประชากรส่วนใหญ่มีความเห็นที่เห็นด้วย ปานกลาง และเห็นด้วยอย่างยิ่ง ตามลำดับ และจากการศึกษาวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรกับลักษณะของประชากร และลักษณะความถี่ในการใช้สถานีขนส่ง พบว่า ลักษณะของประชากร และลักษณะความถี่ของการใช้สถานีขนส่งมีความสัมพันธ์กับการแสดงความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่า ฐานะทางเศรษฐกิจ และลักษณะของการดำเนินชีวิตของประชากรในภูมิภาคยังมีความจำเป็นกับการเดินทางโดยรถประจำทาง จึงทำให้สถานีขนส่งเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ตลอดจนการประกอบธุรกิจต่าง ๆ

ความคิดเห็นในการเลือก ที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ใกล้กับเส้นทางถนนสายหลัก

ในการศึกษาเส้นทางถนนสายหลักคือถนนสายเอเชีย เพราะเป็นเส้นทางที่สามารถเดินทางจากอำเภออินทร์บุรี สู่อำเภออื่น ๆ ของจังหวัด ตลอดจนสู่จังหวัดและภูมิภาคต่าง ๆ ได้สะดวก จากการศึกษวิเคราะห์ความเห็นของประชากรส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่เห็นด้วย ปานกลาง และเห็นด้วยอย่างยิ่ง ตามลำดับ และจากการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร และลักษณะการเลือกใช้รถบรรทุกกับการแสดงความคิดเห็นในการเลือกพื้นที่ที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันเชิงสถิติ โดยมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สรุปปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนา เป็นตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตรในรูปของศูนย์สินค้าระดับไรนา

จากผลการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหลักการตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร และหน้าที่ของตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร มีดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านศูนย์กลางชุมชน คือ ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ควรตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชนเดิมเพื่อให้เกิดความสะดวกในด้านการติดต่อกับพ่อค้าและการจัดระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ โดยมีศูนย์กลางชุมชนระดับอำเภอเป็นศูนย์กลาง

2. ปัจจัยทางด้านแหล่งข่าวสารข้อมูล คือ ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรควรตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งข่าวสารข้อมูลเพื่อให้การบริการทางด้านข่าวสารข้อมูลของตลาดรวดเร็ว, เที่ยงตรง และง่ายต่อการติดตามข่าวสาร โดยมีสหกรณ์การเกษตร, ศูนย์ข่าวสาร, และพ่อค้า เป็นแหล่งข่าวสารข้อมูล ตามลำดับ

3. ปัจจัยทางด้านแหล่งเงินทุน คือตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรควรตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งเงินทุน เพื่อให้การบริการประสานแหล่งเงินทุน เป็นไปโดยสะดวกในการขอรับ สินเชื่อ, การชำระคืนสินเชื่อ, ความปลอดภัย และความสะดวกในการติดต่อกับสถาบันการเงิน โดยมีธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์, ธนาคารพาณิชย์, สหกรณ์การเกษตร และพ่อค้าเป็นแหล่งเงินทุนตามลำดับ

4. ปัจจัยทางด้านสถานีขนส่ง คือ ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรควรตั้งอยู่ใกล้สถานีขนส่ง เพื่อให้เกิดความสะดวก และประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางติดต่อกับประชากรกับตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรโดยมีสถานีขนส่งประจำอำเภอเป็นศูนย์กลาง

5. ปัจจัยทางด้านเส้นทางถนนสายหลัก คือตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ควรตั้งอยู่ใกล้เส้นทางถนนสายหลัก เพื่อการขยายตลาดไปสู่ตลาดที่ใหญ่ขึ้นได้ง่าย การติดต่อกับตลาดระดับอื่น ๆ ได้ง่าย โดยมีเส้นทางถนนลักษณะทางหลวงแผ่นดิน เช่น ถนนสายเอเชีย

5.1.3 การจัดอันดับ ความสำคัญของปัจจัยในการเลือกพื้นที่ตั้ง ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร

โดยในการจัดอันดับปัจจัย เป็นการจัดอันดับปัจจัยต่าง ๆ ว่า ถ้ามีการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรในอำเภออินทร์บุรี ประชากรเลือกปัจจัยที่ควรอยู่ใกล้กับตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ตามลำดับ คือ

1. ที่นาหรือที่เก็บผลผลิต
2. ตลาดอินทร์บุรี
3. สำนักงานสหกรณ์การเกษตร
4. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์

5. ที่ว่าการอำเภออินทร์บุรี
6. เส้นทางถนนสายหลัก (สายเอเชีย)
7. ธนาคารพาณิชย์
8. สถานีขนส่งอินทร์บุรี

จากการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการเลือกอันดับของประชากร พบว่า การเลือกจัดอันดับปัจจัยมีความสอดคล้องกัน = 0.4681 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ทั้งนี้ในการเลือกอันดับความสำคัญของปัจจัยที่ควรอยู่ใกล้กับตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ตามลำดับนั้น เมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่าประชากรอาจจะเลือกลำดับความสำคัญของปัจจัยตามลักษณะของผลประโยชน์ที่จะได้รับส่วนตัวเป็นสำคัญ โดยผลประโยชน์จะเป็นในรูปของลดค่าใช้จ่าย, เพิ่มราคาผลผลิต, ความสะดวกสบาย เป็นต้น

การศึกษาการจัดอันดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกที่ตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร พบว่า สถานที่ที่ตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรควรจัดตั้งอยู่ใกล้ตามลำดับ ดังนี้

1. ที่นาหรือที่เก็บผลผลิต หรือพื้นที่ศูนย์กลางของอำเภอที่สามารถเดินทางไปได้สะดวกจากพื้นที่เกษตรกรรมต่าง ๆ
2. ตลาดหรือศูนย์กลางชุมชนเดิม
3. สำนักงานสหกรณ์การเกษตร
4. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์
5. ที่ว่าการอำเภอ หรือศูนย์สถานีราชการและแหล่งข่าวสารราชการ
6. เส้นทางถนนสายหลัก
7. ธนาคารพาณิชย์
8. สถานีขนส่ง

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ในรูปของศูนย์สินค้าระดับไร่นา เป็นการศึกษาหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องเนื่องจากหน้าที่ของตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ในหลักการตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ผลการศึกษาที่ได้อาจนำมาปรับปรุงใช้ในขบวนการทางด้านการเลือกที่ตั้ง (Location) ของการวางแผนการใช้ที่ดินของเขตชุมชน ได้ดังนี้คือ

5.2.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1) ในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ประชากรซึ่งรวมทั้งเกษตรกร และพ่อค้า มีความคาดหวังว่าตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรจะช่วยให้เกิดความสะดวกในการค้าข้าวเปลือกและอาจจะทำให้ราคาข้าวที่ซื้อขายมีราคาดีขึ้น และในการจัดตั้งตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตรนี้ควรจัดตั้งโดยภาครัฐบาล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าประชากรมีความเชื่อถือว่าถ้าจัดตั้งโดยภาครัฐบาลแล้ว จะก่อให้เกิดความยุติธรรมในการค้าขายข้าวเปลือก เป็นไปโดย ความยุติธรรม ซึ่งจะเป็นการดำเนินการโดยปราศจากการหวังผลกำไรในด้านตัวเงิน นอกจากนี้ อาจจะได้รับความช่วยเหลืออื่น ๆ จากภาครัฐบาลผ่านทางตลาดกลางอีกด้วย

2) ในการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสม ในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงนอกจากปัจจัยทางด้านกายภาพทั่วไป เช่น สภาพดิน, ความลาดเอียงของพื้นที่, ราคาที่ดิน, เส้นทางคมนาคม ต่าง ๆ เหล่านี้แล้ว ปัจจัยอีกทางหนึ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักการตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตรและหน้าที่ของตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตร ทั้งนี้เพราะตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรเป็นตลาดที่มีลักษณะพฤติกรรมของกลุ่มประชากรและหน้าที่ของตลาดกลางฯ ที่แตกต่างไปจากตลาดทั่วไปถ้าการกำหนดปัจจัยในการเลือกสถานที่ตั้งเช่นเดียวกับตลาดทั่วไปอาจจะทำให้ตลาดกลางการค้าพืชผลไม่สามารถบริการ เกษตรกรและพ่อค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพตามเป้าหมายของตลาดเอง

3) จากการศึกษาปัจจัย การจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรว่าควรจัดตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชนเดิม เพื่อให้การพัฒนาตลาดได้รวดเร็ว เพราะการอยู่ใกล้แหล่งชุมชนเดิมนั้นประชากรมีความเคยชินกับการซื้อขายตลอดจนการอยู่ใกล้แหล่งชุมชนเดิมนั้น การพัฒนาทางด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ เป็นไปโดยง่าย และในการจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรที่เป็นการจัดตั้งขึ้นมาใหม่โดยมิได้มีการพัฒนามากจากแหล่งที่มีการซื้อขายเดิมอยู่แล้ว ก็ควรจะมีการเริ่มจัดตั้งในรูปของตลาดนัดก่อน แล้วค่อยพัฒนาเป็นตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรระดับไรนา ซึ่งจะทำให้ประชากรได้มีการปรับตัวพฤติกรรมและกิจกรรมในการซื้อขายในระบบตลาดกลาง ตลอดจนมีระยะเวลาในการพัฒนาตลาดเอง

4) ในการศึกษาพบว่า การจัดตั้งตลาดกลางการค้าพืชผลทางการเกษตรในรูปของศูนย์สินค้าระดับไรนา ควรจัดตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ต่าง ๆ ดังนี้

- แหล่งชุมชนเดิม
- แหล่งข่าวสารข้อมูล
- แหล่งเงินทุน
- สถานีขนส่ง

ประยุกต์เพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนาเป็นตลาด
กลางการค้าพืชผลทางการเกษตรในรูปของศูนย์สินค้าระดับไรนาในโอกาสต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กานดา พูนลาภทวี. สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : พิสิกส์เซ็นเตอร์. 2530.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. การตลาดสินค้าเกษตร.
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ พิเศษ การพิมพ์, 2528.
- ณรงค์ศักดิ์ ธนวิบูลย์ชัย. “หน่วยที่ 2 ที่ตั้งและการขนส่ง,” เศรษฐศาสตร์ภูมิ
ภาค และเมือง, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532.
- บัญญัติ จุลพานิช. การตลาดสินค้าเกษตรกรรม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราม
คำแหง, 2527.
- ประคอง กระณสูตร. สถิติเพื่องานวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์, คณะครุศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2522.
- ประจักษ์ สกุนตะลักษณะ. เศรษฐศาสตร์การขนส่ง, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2529.
- ปริศนา เหมสุธิ และคณะ. “หน่วยที่ 7 การถนอม และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์
และสัตว์,” การพัฒนากาเกษตร, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัย
ธรรมาธิราช. 2526.
- ไพฑูรย์ รอดวินิจ. การตลาดสินค้าเกษตร. กรุงเทพฯ : โครงการจัดพิมพ์และเผยแพร่
แพร่ตำรา คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,
สำนักพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2526.
- ลัดดาวัลย์ หวังพานิช. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ และสังคมศาสตร์.
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษา และจิตวิทยา,
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2529.
- วินัส พิชวนิชย์. สถิติสำหรับนักสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 6, กรุงเทพฯ : คณะ
วิทยาศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ, 2532.
- สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. โครงการศึกษาเพื่อปรับปรุง
ระบบตลาดสินค้าเกษตร ภาคกลาง#ตะวันตก. เสนอกรมเศรษฐกิจ
การพาณิชย์, กระทรวง พาณิชย์, 2527.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมคิด ทักษิณวิสุทธิ. หลักการตลาดสินค้าเกษตร. กรุงเทพฯ : ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร, คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2528.

สมชาย เทพทานา. “หน่วยที่ 4 การตลาดและนโยบายการเกษตร,” หลักการตลาดการเกษตร, กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2528.

ภาษาอังกฤษ

Bryce J. Herrington. Planning Smaller Cities, Massachusetts : The Joint Center for Political Studies, Lexington Book D.C. Heath and Company, 1979.

Dikey W. John, Watts M. Thomas. Analysis Technique in Urban and Regional Planning, New York : McGraw-Hill Book Company, 1978.

Downey W. David, Trocke K. John. Agribusiness Management International Student Edition, New York : McGraw - Hill International book Company, 1981.

Essex E. Finney, Jr. Handbook of Transportation and Marketing in Agriculture volume 1, Florida : Food Commodities CRC press, Inc Boca Paton, 1981.

FAO.(Food and Agriculture Organization of The United Nation), FAO Study Agricultural Economics and Statistics 1952- 1977, 1978.

Kokls L. Richard and Uhl N. Joseph. Marketing of Agricultural Products (Fifth Edition), New York : Purdue University Macmillan Publishing Co.,Inc., , 1980.

Stuart F. Chapin Jr. and Edward J. Kaiser. Urban Land Use Planning, Chicago : University of Illinois Press, 1977.

ภาคผนวก ก.
ค่าสถิติที่ใช้ในการศึกษา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. การทดสอบแบบสอบถาม

ความเที่ยง (Reliability) คือความคงที่ (stability) หรือความคงเส้นคงวา (consistency) ที่ได้จากการวัดสิ่งที่ต้องการวัด หรือความคงที่ของคะแนนที่ได้จากคนกลุ่มเดียวกันสองครั้งด้วยแบบทดสอบเดิมในเวลาที่แตกต่างกัน หรือความคงที่ของคะแนนจากการทดสอบคนกลุ่มเดียวกันด้วยข้อสอบชุดที่มีข้อสอบเทียบเท่ากัน ความเที่ยงของแบบทดสอบมีหลายชนิดตามสภาพของการวัด การวัดความเที่ยงของแบบทดสอบมีทั้งการวัดความคงเส้นคงวาภายนอก (measures of external consistency) หรือการวัดความคงที่ (measures of stability) และการวัดความสอดคล้องภายใน (measures of internal consistency) ขนาดของความเที่ยงแสดงด้วยค่าสัมประสิทธิ์แห่งความเที่ยงแบบต่าง ๆ ดังนี้

การวัดความเที่ยงของแบบทดสอบ โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient- r_{xy}) สูตรที่ใช้ทั่วไปคือ

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ X, Y เป็นคะแนนของตัวแปรต่อเนื่อง 2 ชุด มีข้อตกลงว่า X และ Y ต้องสัมพันธ์กันเป็นเส้นตรง และ N เป็นจำนวนคนกลุ่มเดียวกันที่ได้รับคะแนน X และ Y

ความเที่ยงที่แสดงด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ความเที่ยงแบบสอบซ้ำ (Test-Retest Reliability) เป็นความเที่ยงชนิดการวัดความคงเส้นคงวาภายนอก หรือการวัดความคงที่ (measure of stability) วิธีนี้ใช้แบบทดสอบ 1 ชุด สอบคนกลุ่มเดียวกันซ้ำในเวลาต่างกัน โดยทั่วไปแล้วไม่ว่าผู้ถูกทดสอบจะเป็นใคร ระยะเวลาที่ใช้ในการทดสอบไม่ควรเกิน 6 เดือน (Anastasi 1971 : 79) นำคะแนนจากการทดสอบทั้งสองครั้งมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (r_{xy}) ก็จะได้ความเที่ยงชนิดสอบซ้ำ (r_{tt})

แบบทดสอบที่จะหาความเที่ยงโดยเทคนิคนี้ ต้องเป็นแบบทดสอบซึ่งปลอดจากอิทธิพลของการทำซ้ำ เช่น แบบทดสอบความเห็น (อาจจะเป็นแบบสอบถามที่ให้คะแนนได้ก็ได้) แบบทดสอบทัศนคติ แบบทดสอบความถนัดเฉพาะชนิดที่ไม่ต้องใช้เหตุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ΣX แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนนดิบ X
 ΣY แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนนดิบ Y
 ΣXY แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนนดิบ X และ Y คูณกันแต่ละคู่
 ΣX^2 แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนนดิบ X แต่ละตัวยกกำลังสอง
 ΣY^2 แทน ผลรวมทั้งหมดของคะแนนดิบ Y แต่ละตัวยกกำลังสอง

การแปลความหมายความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ในเรื่องของสหสัมพันธ์นี้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันที่คำนวณได้จะเป็น ดัชนีที่จะบอกความเข้ม (magnitude) ของความสัมพันธ์ของตัวแปร ว่ามีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด การแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นั้นสามารถแปลในรูปของสัมประสิทธิ์ของตัวกำหนด (coefficient of determination : r^2) เช่น $r_{XY} = 0.8 \therefore r^2_{XY} = 0.64$ หมายถึงความแปรปรวนของตัวแปร X อธิบายความแปรปรวนของตัวแปร Y ได้ 64% หรือตัวแปร X และตัวแปร Y แปรผันร่วมกัน 64% หรือสามารถแปลความหมายในรูปของสัมประสิทธิ์ที่อยู่นอกเหนือตัวกำหนด (coefficient of alienation : k^2) ซึ่งหาได้จาก $k^2 = 1 - r^2_{XY}$ เช่น $r_{XY} = 0.8 \therefore k^2 = (1 - 0.8^2) = 0.36$ หมายถึงความแปรปรวนของตัวแปร X ไม่ได้อธิบายหรือไม่เป็นตัวกำหนด (nondetermination) ความแปรปรวนของตัวแปร Y อยู่ 36% หรือความแปรปรวนของตัวแปร X และตัวแปร Y ไม่เกี่ยวข้องกัน

การทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ จะบอกเพียงปริมาณหรือความเข้มของความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปรนั้นเท่านั้น แต่ไม่ได้บอกว่าตัวแปรสองตัวนั้น ๆ มีความสัมพันธ์กันจริงหรือไม่ ดังนั้นในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจึงต้องทำการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรเหล่านั้นด้วย เพื่อที่จะได้ลงสรุปว่าตัวแปรคู่กันมีความสัมพันธ์กันจริงหรือไม่ การทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ กระทำได้ 2 วิธีคือ

วิธีที่ 1 ใช้การทดสอบค่าที (t - test) ทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวโดยใช้สูตร

$$t = r \frac{N - 2}{1 - R^2}$$

โดยมีชั้นของความเป็นอิสระ

$$df = N - 2$$

เมื่อกำหนดให้ t แทน ค่าการแจกแจงแบบที

N แทน จำนวนคู่ของข้อมูล

r แทนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ซึ่งคำนวณโดยใช้สูตรของเพียร์สัน

ข้อตกลงของการใช้ t -test เพื่อทดสอบนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ก. ตัวอย่างจะต้องได้โดยการสุ่มและเป็นอิสระจากกัน

ข. การวัดจะต้องอยู่ในระดับมาตราอันตรภาคเป็นอย่างน้อย

วิธีที่ 2 เทียบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้กับค่าวิกฤตของสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (critical values of Pearson r) ซึ่งอยู่ในตาราง F ในภาคผนวก วิธีการทดสอบมีดังนี้ คือ

1) หาค่า r จากตาราง F ซึ่งพิจารณาได้จากระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ (α) และชั้นของความเป็นอิสระที่คำนวณจากสูตร $df = N - 2$ เช่น ถ้ากำหนดให้ $\alpha = .05$ $df = 8$ ใช้การทดสอบแบบสองทาง เปิดค่า r จากตาราง F ได้ 0.632

2) เปรียบเทียบ r_{xy} ที่คำนวณได้กับค่า r ที่ได้จากตาราง

ถ้า r_{xy} คำนวณ $\geq r$ ตาราง แสดงว่าตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์กัน

ถ้า r_{xy} คำนวณ $< r$ ตาราง แสดงว่าตัวแปร 2 ตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. สมการถดถอยพหุคูณ

จากการที่ศึกษาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นี้ สามารถที่จะเอาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มาใช้ประโยชน์ในการสร้างสมการพยากรณ์ข้อมูลที่ต้องการจะรู้ได้ สมการที่ใช้พยากรณ์ข้อมูลนี้เรียกว่าสมการถดถอย ถ้าสมการนี้มีตัวทำนายมากกว่า 1 ตัว ก็เรียกว่าสมการถดถอยพหุคูณ (multiple regression equation) นั่นเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อกำหนดให้ Y แทน คะแนนที่ต้องการพยากรณ์ หรือ ตัวเกณฑ์

b_i แทน น้ำหนักความสำคัญ (score - weight) ของตัว

พยากรณ์ที่ส่งผลต่อตัวเกณฑ์ในรูปคะแนนดิบ สูตรที่ใช้

$$\text{คำนวณ คือ } b_i = \beta_i \frac{S_y}{S_i}$$

$X_1, X_2, \dots, X_n$ แทน คะแนนดิบ

A แทน ตัวคงที่ คำนวณได้จากสูตร

$$A = y - b_1x_1 - b_2x_2 - \dots - b_nx_n$$

เมื่อกำหนดค่า b_i ของตัวพยากรณ์แต่ละตัว และหาค่า A แล้วก็ไปแทนในสมการ พยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

4. สหสัมพันธ์อันดับแบบคอนคอร์ดันซ์ของเคนดอลล์

สถิติที่ใช้หาสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่กล่าวมาข้างต้น เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างอันดับที่ของข้อมูลสองชุด สำหรับสหสัมพันธ์อันดับแบบคอนคอร์ดันซ์ของเคนดอลล์ (Kendall's coefficient of concordance; W) ที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้จะ เป็นสถิติที่ใช้หาสหสัมพันธ์ ระหว่างข้อมูล ซึ่งค่าการวัดอยู่ในระดับมาตราเรียงอันดับ และจำนวนกลุ่มข้อมูลมีมากกว่าสองชุดขึ้นไป สหสัมพันธ์อันดับแบบคอนคอร์ดันซ์ของเคนดอลล์คำนวณจากสูตร ดังนี้

กรณีอันดับตำแหน่งไม่ซ้ำกัน

$$W = \frac{S}{\frac{1}{2} K^2 (N^3 - N)}$$

เมื่อกำหนดให้ W แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อันดับแบบคอนคอร์ดันซ์

S แทน ผลรวมกำลังสองของผลต่างระหว่างผลรวมของอันดับที่ของแต่ละคนที่ได้จากการจัดอันดับในแต่ละตัวแปร กับค่าเฉลี่ยของผลรวมของอันดับที่เหล่านั้น

$$S = \sum (R_j - \frac{\sum R_j}{N})^2 \text{ เมื่อ } R_j \text{ แทนผลรวม}$$

ของอันดับที่ของแต่ละคนที่ได้จากการจัดอันดับในแต่ละตัวแปร
 k แทน จำนวนตัวแปร หรือ จำนวนกลุ่มของข้อมูล
 N แทน จำนวนคู่ของข้อมูล

การแปลความหมาย

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อันดับแบบคอคอร์เดนซ์ที่คำนวณได้จะบอกเพียงปริมาณหรือความเข้มของความสัมพันธ์ของตัวแปรเหล่านั้นเท่านั้น ดังนั้นจึงต้องทำการทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่คำนวณได้ โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (χ^2 - test) โดยใช้สูตร

$$\chi^2 = k(N-1)W$$

เมื่อกำหนดให้ χ^2 แทน ค่าการแจกแจงแบบไคสแควร์
 k แทน จำนวนตัวแปรหรือจำนวนกลุ่มของข้อมูล
 N แทน จำนวนคู่ของข้อมูล

ในการทดสอบสมมุติฐานนี้ จะตั้งสมมุติฐานเป็นกลางว่า ตัวแปรที่ต้องการศึกษา (หลายตัวแปร) ไม่มีความสัมพันธ์กันและตั้งสมมุติฐานไม่เป็นกลางว่าตัวแปรที่ต้องการศึกษา (หลายตัวแปร) มีความสัมพันธ์กัน ในการพิจารณาตัดสินลงสรุปกระทำได้โดย นำค่า χ^2 ที่คำนวณ ได้ไปเปรียบเทียบกับค่าวิกฤต χ^2 (df=N-1) ที่ได้จากตาราง ถ้า χ^2 ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า ค่า χ^2 (df) ก็จะปฏิเสธสมมุติฐานเป็นกลางและยอมรับสมมุติฐานอื่นแทน เช่นในการจัดอันดับปัจจัย 10 ตัวแปรแบบไม่ซ้ำกัน หากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อันดับแบบคอคอร์เดนซ์ (W) ที่คำนวณได้ มีค่า = 0.82 แสดงว่า การเลือกจัดอันดับปัจจัยมีความสอดคล้องกัน = 0.82 นำไปทดสอบค่า chi-Square ตามสูตรได้ค่า = 36.9 ที่นัยสำคัญที่ 0.01 ค่า χ^2 จากตาราง = 21.66 ค่า χ^2 ที่คำนวณได้มากกว่าค่า χ^2 จากตาราง เพราะฉะนั้น ปฏิเสธสมมุติฐานเป็นกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แสดงว่าการจัดอันดับปัจจัยทั้ง 10 สอดคล้องกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01

5. การทดสอบความเป็นอิสระระหว่างลักษณะสองลักษณะ

ในการทดสอบความเป็นอิสระ (independent) ระหว่างลักษณะสองลักษณะ ที่สนใจ ศึกษาการทดสอบความเป็นอิสระดังกล่าวอาจทำได้หลายวิธี ซึ่งส่วนใหญ่แล้วข้อมูลที่นำมาใช้วิเคราะห์โดยวิธีเหล่านั้นจะต้องเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative data) แต่ในกรณีที่การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณของลักษณะเหล่านั้นทำได้ลำบาก หรือข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มีความถูกต้องเชื่อถือได้น้อย การวิเคราะห์ความเป็นอิสระระหว่างลักษณะสองลักษณะ อาจทำได้โดยใช้ข้อมูลที่อยู่ในรูปความถี่ ซึ่งโดยทั่ว ๆ ไปเก็บรวบรวมได้สะดวกกว่า และมีความถูกต้องเชื่อถือได้มากกว่า

ในการทดสอบสมมติฐานที่แสดงความเป็นอิสระระหว่างลักษณะ 2 ลักษณะที่สนใจศึกษา ซึ่งมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ

H_0 : ลักษณะ 2 ลักษณะที่สนใจศึกษาเป็นอิสระต่อกัน

H_a : ลักษณะ 2 ลักษณะที่สนใจศึกษาไม่เป็นอิสระต่อกัน

การทดสอบสมมติฐานเมื่อข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้อยู่ในรูปความถี่ซึ่งอธิบายมาแล้วข้างต้น สามารถทำได้โดยใช้ตัวสถิติ χ^2 ซึ่งมีการแจกแจงแบบไคสแควร์ (chi-square) ที่องศาความเป็นอิสระ $(r-1)(c-1)$ กล่าวคือ

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

เมื่อ O_{ij} = ความถี่ของค่าสังเกตที่จัดอยู่ในกลุ่มที่ i ของลักษณะแรก และกลุ่มที่ j ของลักษณะที่สอง $i = 1, 2, \dots, r$; $j = 1, 2, \dots, c$

E_{ij} = ความถี่ที่คาดว่าจะจะเป็นของค่าสังเกตที่จัดอยู่ในกลุ่มที่ i ของลักษณะแรกและกลุ่มที่ j ของลักษณะที่สอง

$$= \frac{n_{.j} n_{i.}}{n}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 เมื่อค่า X^2 ที่คำนวณได้มากกว่าค่าวิกฤตซึ่งได้จากตารางการแจกแจงแบบไคสแควร์ ที่องศาความเป็นอิสระ $(r-1)(c-1)$ และระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้

ในกรณีที่ลักษณะแต่ละลักษณะที่สนใจศึกษาต่างกันประกอบด้วย 2 กลุ่มหรือ 2 ระดับ และจำนวนหน่วยตัวอย่างที่ใช้เพื่อการทดสอบต่ำกว่า 50 องศาความเป็นอิสระของการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวจะเท่ากับ $(2-1)(2-1) = 1$ เท่านั้น ซึ่งจะมีผลทำให้ค่า X^2 ที่คำนวณได้สูงกว่าที่ควรจะเป็นเล็กน้อย ดังนั้น เพื่อให้ค่า W ที่คำนวณได้ถูกต้องใกล้เคียงค่าจริงมากขึ้น ควรปรับค่า X^2 ให้ลดลงดังนี้

$$X^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij} - 0.5)^2}{E_{ij}}$$

ค่า Significance หมายถึงค่าความน่าจะเป็นที่ค่าสถิติไคสแควร์ มีค่ามากกว่าค่าสถิติไคสแควร์ที่ได้จากการคำนวณ ซึ่งในการดูว่าจะปฏิเสธสมมติฐานศูนย์หรือที่เรียกว่ามีนัยสำคัญหรือไม่นั้น ให้ดูว่าค่า Significance นั้น น้อยกว่าระดับความมีนัยสำคัญที่กำหนดไว้หรือไม่ ถ้าน้อยกว่าแสดงว่ามีนัยสำคัญ หรือปฏิเสธสมมติฐานศูนย์ ถ้ามากกว่าแสดงว่าไม่มีนัยสำคัญหรือไม่ปฏิเสธสมมติฐานศูนย์ เช่น ค่า Significance คือ 0.0000 ถ้าใช้ระดับความมีนัยสำคัญที่ 0.01 ค่าสถิติไคสแควร์จะมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นการใช้สถิติไคสแควร์ เพื่อทดสอบความเป็นอิสระ (Test of Independence) สรุปได้ว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กัน

การหาราคาขนาดความสัมพันธ์จากค่า Contingency Coefficient (C) โดยคำนวณจากค่าไคสแควร์ ที่หาได้ ดังสูตร

$$C = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + N}}$$

C = ค่า Contingency Coefficient

X^2 = ค่า ไคสแควร์ที่คำนวณได้

N = ค่า จำนวนข้อมูลทั้งหมดที่ศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ หรือ ค่าสัมประสิทธิ์แห่งการฉงน (The Coefficient of Contingency) เป็นค่าวัดเมื่อต้องการดูขนาดความสัมพันธ์อย่างรวดเร็ว และไม่ละเอียดนัก จะนำไปใช้แทนค่า หรือเปรียบเทียบกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่ได้ และค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ (C) จากตารางที่ไม่เหมือนกันก็จะนำมาเปรียบเทียบกันไม่ได้ เพราะค่าสูงสุดของค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับจำนวนกลุ่ม หรือจำนวนประเภทของตัวแปร เช่น ถ้าตารางเป็นแบบ 2×2 ค่าสูงสุดของ $C \leq \sqrt{1/2}$ หรือ ถ้าตารางเป็นแบบ 3×3 ค่าสูงสุดของ $C \leq \sqrt{2/3}$ หรือ ถ้าตารางเป็นแบบ 4×4 ค่าสูงสุดของ $C \leq \sqrt{3/4}$ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ จึงมีค่าไม่ถึง 1 แม้ว่าตัวแปรทั้งสองจะมีความสัมพันธ์ ระหว่างกันอย่าง เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันก็ตาม



ภาคผนวก ข.

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทดสอบแบบสอบถาม

เป็นการทดสอบความเที่ยง แบบสอบซ้ำ (TEST - RETEST RELIABILITY)
ของแบบสอบถาม โดยใช้การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน
(R_{xy})

ผลการทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม
เรื่องการศึกษาหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนา
เป็นตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ในรูปของศูนย์สินค้าไร่นา
กรณีศึกษา อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี
โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

จากการทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม จากประชากรทดลอง 25 คน ในเวลาที่ต่างกัน 2 สัปดาห์ ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เป็นรายชื่อ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับประชากร และการขนส่งผลผลิต

ค่า r	รายการคำถามในแบบสอบถาม
1.000	1. สถานะภาพของผู้ให้ข้อมูล
1.000	2. ท่านมียุ่งฉางในการเก็บข้าวหรือไม่
1.000	3. ท่านคิดว่าถ้ามีตลาดกลางค้าข้าวขนาดเล็ก(บริการในพื้นที่)ในพื้นที่อำเภออินทร์บุรีจะทำให้ การซื้อขายข้าวเปลือกมีความสะดวก หรือได้รับผลประโยชน์ในการซื้อขายมากขึ้นหรือไม่
1.000	4. ท่านคิดว่าตลาดกลางค้าข้าวในอำเภออินทร์บุรีควรจัดตั้งโดย
0.9854	5. ในการขนส่งข้าวเปลือกของท่านขนส่งโดยพาหนะ
0.8435	6. ในการบรรทุกข้าวเปลือกบรรทุกได้เพียงละประมาณ
0.6325	7. ค่าใช้จ่ายในการบรรทุกต่อเที่ยวเป็นเงินประมาณ
0.7684	8. ในการขนส่งระยะทางต่อเที่ยวประมาณ
0.8672	9. ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายในการขนส่งนี้
0.6564	10. ครั้งล่าสุดท่านขาย หรือซื้อข้าวเปลือก ในราคาเกวียนละ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าวเปลือก กับตลาดอินทรีบุรี

ค่า r	รายการคำถามในแบบสอบถาม
1.000	1. ส่วนใหญ่แล้วท่านซื้อขายสินค้าต่าง ๆ จากแหล่งสินค้าใดในต่อไปนี้
ความคิดเห็นในเรื่องที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าว ใกล้ตลาดอินทรีบุรี	
0.9091	1. เกิดความสะดวกในการรวบรวม ข้าวเปลือก
0.9054	2. หาเครื่องมืออำนวยความสะดวกได้ง่าย
0.4580	3. ติดต่อผู้ซื้อ และผู้ขายได้ง่าย
0.7124	4. หาคนงานได้ (แรงงาน) ได้ง่าย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าวเปลือก กับแหล่งข่าวสารข้อมูล

ค่า r	รายการคำถามในแบบสอบถาม
1.000	1. โดยปกติแล้วท่านได้รับข่าวสารการซื้อขาย และราคาข้าวเปลือกจาก
ความคิดเห็นในเรื่องที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าว ใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล	
0.9815	1. การตรวจสอบราคาข้าวเพียงตรงขึ้น
0.7876	2. ได้รับข่าวสารที่ต้องการโดยตรงง่ายขึ้น
0.819	3. ข่าวสารที่ได้รวดเร็วทันเหตุการณ์
0.7460	4. ข่าวสารกระจายถึงกลุ่มได้ทั่วถึงง่าย
0.5224	5. ติดตามข่าวสารต่อเนื่องได้ง่ายขึ้น

ส่วนที่ 4 ข้อมูลที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าวเปลือก กับแหล่งเงินทุน

ค่า r	รายการคำถามในแบบสอบถาม
1.000	1. ในการประกอบกิจการ ท่านใช้บริการจากแหล่งเงินทุนใด
ความคิดเห็นในเรื่องที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าว ใกล้แหล่งเงินทุน	
0.7845	1. การจ่ายเงินในการซื้อขายสะดวกขึ้น
0.4407	2. การจ่ายเงินในการซื้อขายปลอดภัยขึ้น
0.6250	3. การติดต่อประเมินสินค้าต่าง ๆ สะดวกขึ้น
0.5035	4. การติดต่อในการจำหน่ายข้าวสะดวกขึ้น

ส่วนที่ 5 ข้อมูลที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าวเปลือก กับสถานีขนส่ง

ค่า r	รายการคำถามในแบบสอบถาม
0.7146	1. ท่านเคยใช้บริการรถยนต์สาธารณะที่สถานีขนส่งอินทร์บุรีบ่อยมากแค่ไหน
ความคิดเห็นในเรื่องที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าว ใกล้สถานีขนส่ง	
0.7766	1. การเดินทางไปติดต่อกับตลาดสะดวกขึ้น
0.8803	2. แรงงานหาง่าย และราคาถูก
0.7283	3. การติดต่อจ้างรถยนต์สะดวก
0.6990	4. ช่วยประหยัดค่าเดินทางไปตลาดกลาง

ส่วนที่ 6 ข้อมูลที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าวเปลือก กับเส้นทางถนนสายหลัก

ค่า r	รายการคำถามในแบบสอบถาม
ความคิดเห็นในเรื่องที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าว ใกล้เส้นทางถนนสายหลัก	
0.8779	1. สามารถขยายตลาดไปเป็นตลาดที่ใหญ่กว่า ได้ง่ายขึ้น
0.7449	2. การขนส่งผลผลิตไปตลาดได้ง่ายขึ้น
0.7892	3 การส่งผลผลิตไปนอกพื้นที่ได้ง่ายขึ้น
0.5052	4. ประหยัดค่าขนส่งข้าวไปตลาดกลาง
0.7566	5. สามารถทำให้ผู้ซื้อ และเกษตรกรจากที่อื่น มาซื้อขายได้ง่ายขึ้น

ส่วนที่ 7 ข้อมูลการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ

ค่า r	รายการคำถามในแบบสอบถาม
ความคิดเห็นในเรื่องการจัดอันดับสถานที่ที่ตลาดกลางฯควรตั้งอยู่ใกล้	
0.8052	อันดับที่ของ ตลาดอินทร์บุรี
0.7139	อันดับที่ของ ถนนสายเอเชีย
0.9475	อันดับที่ของ ธนาคารพาณิชย์
0.6108	อันดับที่ของ ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์ฯ(ธกส)
0.8474	อันดับที่ของ สหกรณ์การเกษตร
0.7807	อันดับที่ของ ท่ารถประจำทาง
0.8210	อันดับที่ของ ที่นา หรือที่เก็บข้าวเปลือกของท่าน
0.9380	อันดับที่ของ ที่ว่าการอำเภอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างการตั้งค่าตัวแปรในโปรแกรม SPSS

TITLE 'THE STUDY OF FACTORS IN AGRICULTURE MARKET LOCATION'.

SUBTITLE 'CASE STUDY AMPHOC INBURY CHANGWAT SINGBURY
(BY THANES)'.

DATA LIST FIXED FILE = 'MAK.DAT' / ID 1-3 CLASS 4 STORE 5

BENEFIT 6 MANAGE 7 CAR 8 PRICE 9-12

COST 13-16 WEIGHT 17-18 WAY 19

EXPENT 20 CBD 21 LOCATC 22

MESSAGE 23 LOCATM 24 FINANCE 25

LOCATF 26 STATION 27 LOCATS 28

LOCATR 29 CD 30 MR 31 CB 32 AB 33

CO 34 BS 35 FR 36 CS 37.

VARIABLE LABELS CLASS 'CLASSIFICATION OF POPULATION'

/STORE 'STOREHOUSE OF RICE'

/BENEFIT 'BENEFIT IN AGRICULTURAL MARKET'

/MANAGE 'MANAGEMENT OF AGRICULTURAL MARKET'

/CAR 'TRUCK IN AGRICULTURAL TRANSPORTATION'

/PRICE 'PRICE OF RICE'

/COST 'COST IN AGRICULTURAL TRANSPORTATION'

/WEIGHT 'WEIGHT ON TRUCK '

/WAY 'WAY TO SALE RICE'

/EXPENT 'OPINION IN COST OF TRANSPORTATION'

/CBD 'CENTER BUSINESS DISTRICT'

/LOCATC 'OPINION IN AGRICUL MARKET LOCATION WITH CBD'

/MESSAGE 'PLACE OF AGRICULTURAL MESSAGE'

/LOCATM 'OPINION IN AGRICUL MARKET LOCATION WITH
MESSAGE PLACE'

/FINANCE 'FINANCIAL OF AGRICULTURE'

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

/LOCATF 'OPINION IN AGRICUL MARKET LOCATION WITH
FINANACIAL PLACE'

/STATION 'ACTIVITY AT BUSSTATION'

/LOCATS 'OPINION IN AGRICUL MARKET LOCATION WITH
BUSSTATION'

/LOCATR 'OPINION IN AGRICUL MARKET LOCATION WITH MAIN
ROAD'

/CD 'CENTER BUSINESS DISTRICT'

/MR 'MAIN ROAD'

/CB 'COMMERCIAL'

/AB 'AGRICULTURAL AND COOPERATIVE BANK'

/CO 'COOPERATIVE OFFICE'

/BS 'BUSSTATION'

/FR 'RICE FIELD'

/CS 'CIVIL SERVICE OFFICE'

VALUE LABELS CLASS 1 'AGRICULTURIST' 2 'DEALER' 3 'COOPERATIVE'

STORE 1 'HAVE' 2 'NO HAVE'

BENEFIT 1 'BETTER' 2 'SAME AS' 3 'WORSE'

MANAGE 1 'GOVERNMENT' 2 'BUSINESS'

CAR 1 'SMALL TRUCK' 2 'MIDDLE TRUCK' 3 'LARGE TRUCK'

4 'OTHER'

EXPENT 1 'MORE EXPENSIVE' 2 'EXPENSIVE' 3 'ENOUGH'

4 'CHEAP' 5 'MORE CHEAP'

CBD 1 'LOCAL SHOP' 2 'INBURY MARKET' 3 'SINGBURT MARKET'

LOCATC 1 'MORE NOT AGREE' 2 'NOT AGREE' 3 'MIDDLE'

4 'AGREE' 5 'MORE AGREE'

MESSAGE 1 'COMMUNICATION' 2 'COOPERATIVE' 3 'DEALLER'

4 'FRIEND'

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

LOCATM 1 'MORE NOT AGREE' 2 'NOT AGREE' 3 'MIDDLE'

4 'AGREE' 5 'MORE AGREE'

FINANCE 1 'COMMERCIAL BANK' 2 'AGRICULTURAL BANK'

3 'COOPERATIVE' 4 'DEALER' 5 'OTHER'

LOCATF 1 'MORE NOT AGREE' 2 'NOT AGREE' 3 'MIDDLE'

4 'AGREE' 5 'MORE AGREE'

STATION 1 'OFFEN' 2 'SOME TIME' 3 'NEVER'

LOCATS 1 'MORE NOT AGREE' 2 'NOT AGREE' 3 'MIDDLE'

4 'AGREE' 5 'MORE AGREE'

LOCATR 1 'MORE NOT AGREE' 2 'NOT AGREE' 3 'MIDDLE'

4 'AGREE' 5 'MORE AGREE'

CD TO CS 1 'LEVEL 1' 2 'LEVEL 2' 3 'LEVEL 3' 4 'LEVEL 4'

5 'LEVEL 5' 6 'LEVEL 6' 7 'LEVEL 7' 5 'LEVEL 5'

ตัวอย่าง คำคำนวณสถิติในโปรแกรม SPSS

GET /FILE 'NES.SYS'.

The SPSS/PC+ system file is read from
file NES.SYS

The file was created on 3/6/95 at 20:20:34
and is titled FUNCTION OF LOCATION AGRICULTURAL MARKET

The SPSS/PC+ system file contains
115 cases, each consisting of
30 variables (including system variables).
30 variables will be used in this session.

Page 6 SPSS/PC+ 5/12/95

This procedure was completed at 11:57:33
FREQUENCIES /VARIABLES CLASS MANAGE CBD LOCATC FINANCE LOCATF CD CO /STATISTICS
MEAN STDDEV .

***** Memory allows a total of 15286 Values, accumulated across all Variables.
There also may be up to 1911 Value Labels for each Variable.

Page 7 SPSS/PC+ 5/12/95

CLASS CLASSIFICATION OF POPULATION

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
AGRICULTURIST	1	89	77.4	77.4	77.4
DELLER	2	22	19.1	19.1	96.5
COOPERATIVE	3	4	3.5	3.5	100.0
		-----	-----	-----	
	TOTAL	115	100.0	100.0	

Mean 1.261 Std Dev .514

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Valid Cases 115 Missing Cases 0

Page 8 SPSS/PC+ 5/12/95

MANAGE MANAGEMENT OF AGRICULTURAL MARKET

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
GOVERNMENT	1	98	85.2	85.2	85.2
BUSSINESS	2	17	14.8	14.8	100.0
TOTAL		115	100.0	100.0	

Mean 1.148 Std Dev .356

Valid Cases 115 Missing Cases 0

Page 9 SPSS/PC+ 5/12/95

CBD CENTER BUSSINESS DISTRICT

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
LOCAL SHOP	1	14	12.2	12.2	12.2
INBURY MARKET	2	83	72.2	72.2	84.3
SINGBURY MARKET	3	18	15.7	15.7	100.0
TOTAL		115	100.0	100.0	

Mean 2.035 Std Dev .529

Valid Cases 115 Missing Cases 0

Page 10 SPSS/PC+ 5/12/95

LOCATC OPINION IN AGRICUL MARKET LOCATION WITH

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
-------------	-------	-----------	---------	---------------	-------------

MIDDLE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CD CENTER BUSSINESS DISTRICT

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
LEVEL 1	1	23	20.0	20.0	20.0
LEVEL 2	2	37	32.2	32.2	52.2
LEVEL 3	3	25	21.7	21.7	73.9
LEVEL 4	4	24	20.9	20.9	94.8
LEVEL 5	5	5	4.3	4.3	99.1
LEVEL 7	7	1	.9	.9	100.0

TOTAL 115 100.0 100.0

Mean 2.609 Std Dev 1.226

Valid Cases 115 Missing Cases 0

CO COOPERATIVE OFFICE

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
LEVEL 1	1	6	5.2	5.2	5.2
LEVEL 2	2	19	16.5	16.5	21.7
LEVEL 3	3	20	17.4	17.4	39.1
LEVEL 4	4	22	19.1	19.1	58.3
LEVEL 5	5	37	32.2	32.2	90.4
LEVEL 6	6	9	7.8	7.8	98.3
LEVEL 7	7	2	1.7	1.7	100.0

TOTAL 115 100.0 100.0

Mean 3.870 Std Dev 1.448

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CROSSTABS /TABLES CLASS BY MANAGE CBD LOCATC FINANCE LOCATF /STATISTICS 1 3.

***** Given WORKSPACE allows for 11210 Cells with
2 Dimensions for CROSSTAB problem *****

Page 48

SPSS/PC+

5/12/95

Crosstabulation: CLASS CLASSIFICATION OF POPULATION
By MANAGE MANAGEMENT OF AGRICULTURAL MARKET

MANAGE->	Count	GOVERNME	BUSSINES	Row Total
		NT	S	
CLASS		1	2	
1	82	7	89	
AGRICULTURIST			77.4	
2	12	10	22	
DELLER			19.1	
3	4		4	
COOPERATIVE			3.5	
Column	98	17	115	
Total	85.2	14.8	100.0	

Chi-Square	D.F.	Significance	Min E.F.	Cells with E.F.< 5
20.50409	2	.0000	.591	3 OF 6 (50.0%)

Page 49

SPSS/PC+

5/12/95

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Statistic

Value

Significance

139

Contingency Coefficient .38900

Number of Missing Observations = 0

Page 50

SPSS/PC+

5/12/95

Crosstabulation: CLASS CLASSIFICATION OF POPULATION
By CBD CENTER BUSSINESS DISTRICT

CBD->	Count	LOCAL SH INBURY M SINGBURY			Row
		OP	ARKET	MARKET	
		1	2	3	Total
CLASS					
1	14	67	8	89	
AGRICULTURIST					77.4
2	12	10	22		
DELLER					19.1
3	4	4			
COOPERATIVE					3.5
Column	14	83	18	115	
Total	12.2	72.2	15.7	100.0	
Chi-Square	D.F.	Significance	Min E.F.	Cells with E.F. < 5	
21.21998	4	.0003	.487	5 OF	9 (55.6%)

Page 51

SPSS/PC+

5/12/95

Statistic

Value

Significance

Contingency Coefficient .39469

Number of Missing Observations = 0

Page 52

SPSS/PC+

5/12/95

Crosstabulation: CLASS CLASSIFICATION OF POPULATION
By LOCATC OPINION IN AGRICUL MARKET LOCATION WITH

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง.

แบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม
เรื่องการศึกษาหาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมในการพัฒนา
เป็นตลาดการค้าพืชผลทางการเกษตร ในรูปของศูนย์สินค้าไรนา
กรณีศึกษา อำเภออินทร์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี

<u>ข้อกำหนดแบบสอบถาม</u> 1. ผู้ตอบแบบสอบถามนี้ควรเป็นหัวหน้าครอบครัว หรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ของกิจกรรม และ ธุรกิจนั้น ๆ 2. ข้อมูลในแบบสอบถามของท่านทั้งหมดนี้จะถือเป็น ความ ลับ และจะใช้เฉพาะในการศึกษาวิจัยในครั้ง นี้เท่านั้น	หมายเลข..... บ้านเลขที่..... ตำบล..... วันที่..... หมายเหตุ.....
---	---

กรุณาขีดเครื่องหมาย ลงใน () หรือเติมคำลงในช่องว่างซึ่งมี
ข้อความตรงกับคำตอบที่ท่านต้องการตอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับประชากร และการขนส่งผลผลิต

1. สถานะภาพของผู้ให้ข้อมูล

- () เกษตรกรผู้ทำนา () พ่อค้า
() เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือองค์กรทางการเกษตร

2. ท่านมียุ่งฉางในการเก็บข้าวหรือไม่

- () มี () ไม่มี

3. ท่านคิดว่าถ้ามีตลาดกลางค้าข้าวขนาดเล็ก(บริการในพื้นที่)ในพื้นที่อำเภออินทร์บุรี จะทำให้ การซื้อขายข้าวเปลือกมีความสะดวก หรือได้รับผลประโยชน์ในการซื้อขาย มากขึ้นหรือไม่

- () สะดวก หรือมีรายได้เพิ่มขึ้น () เหมือนเดิม
() ไม่สะดวก และอาจมีรายได้ลดลง

4. ท่านคิดว่าตลาดกลางค้าข้าวในอำเภออินทร์บุรีควรจัดตั้งโดย

- () ภาครัฐบาล () ภาคเอกชน

5. ในการขนส่งข้าวเปลือกของท่านขนส่งโดยพาหนะ

- () รถยนต์บรรทุกขนาดเล็ก () รถยนต์บรรทุกขนาดกลาง 6 ล้อ
() รถยนต์บรรทุกขนาดใหญ่ 10 ล้อ () อื่น ๆ

6. ในการบรรทุกข้าวเปลือกบรรทุกได้เที่ยวละประมาณ เกวียน

7. ค่าใช้จ่ายในการบรรทุกต่อเที่ยวเป็นเงินประมาณ บาท

8. ในการขนส่งระยะทางต่อเที่ยวประมาณ กิโลเมตร

9. ท่านคิดว่าค่าใช้จ่ายในการขนส่งนี้

- () แพงมาก () แพง () สมควรดีแล้ว
() ถูก () ถูกมาก

10. ครึ่งล่าสุดท่านขาย หรือซื้อข้าวเปลือก ในราคาเกวียนละ บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าวเปลือก กับศูนย์กลางชุมชน

1. ส่วนใหญ่แล้วท่านซื้อขายสินค้าต่าง ๆ จากแหล่งสินค้าใดในต่อไปนี้

- ☐ ร้านค้าย่อยในหมู่บ้าน
- ☐ ตลาดอินทร์บุรี
- ☐ ตลาดจังหวัดสิงห์บุรี

2. ให้ท่านแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าว กับตลาดอินทร์บุรี โดย

ถ้าตลาดกลางค้าข้าว ตั้งอยู่ใกล้ตลาดอินทร์บุรี

ข้อความความเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มีความเห็น	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. เกิดความสะดวกในการรวบรวมข้าวเปลือก					
2. หาเครื่องมืออำนวยความสะดวกได้ง่าย					
3. ติดต่อผู้ซื้อ และผู้ขายได้ง่าย					
4. หาคณงานได้ (แรงงาน) ได้ง่าย					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าวเปลือก กับแหล่งข่าวสารข้อมูล

1. โดยปกติแล้วท่านได้รับข่าวสารการซื้อขาย และราคาข้าวเปลือกจาก
- () สื่อสารมวลชน(ทีวี, วิทยู, หนังสือพิมพ์) () สหกรณ์การเกษตร
- () พ่อค้า () เพื่อนบ้าน
2. ให้ท่านแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าว กับแหล่งข่าวสารข้อมูล โดย

ถ้าตลาดกลางค้าข้าว ตั้งอยู่ใกล้แหล่งข่าวสารข้อมูล

ข้อความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มีความเห็น	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. การตรวจสอบราคาข้าวเที่ยงตรงขึ้น					
2. ได้รับข่าวสารที่ต้องการโดยตรงง่ายขึ้น					
3. ข่าวสารที่ได้รวดเร็วทันเหตุการณ์					
4. ข่าวสารกระจายถึงกลุ่มได้ทั่วถึงง่าย					
5. ติดตามข่าวสารต่อเนื่องได้ง่ายขึ้น					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าวเปลือก กับแหล่งเงินทุน

1. ในการประกอบกิจการ ท่านใช้บริการจากแหล่งเงินทุนใด
- () ธนาคารพาณิชย์ () ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์ฯ (ธกส)
- () สหกรณ์การเกษตร () พ่อค้า
- () อื่น ๆ

2. ให้ท่านแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าว กับแหล่งเงินทุน โดย

ถ้าตลาดกลางค้าข้าว ตั้งอยู่ใกล้แหล่งเงินทุน

ข้อความความเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความเห็น	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. การจ่ายเงินในการซื้อขายสะดวกขึ้น					
2. การจ่ายเงินในการซื้อขายปลอดภัยขึ้นขึ้น					
3. การติดต่อประเมินสินค้าเชื่อต่าง ๆ สะดวกขึ้น					
4. การติดต่อในการจำหน่ายข้าวสะดวกขึ้น					

ส่วนที่ 5 ข้อมูลที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าวเปลือก กับสถานีขนส่ง

1. ท่านเคยใช้บริการรถยนต์สาธารณะที่สถานีขนส่งอินทร์บุรีบ่อยมากแค่ไหน
() บ่อย () นาน ๆ ครั้ง () ไม่เคยใช้

2. ให้ท่านแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าว กับสถานีขนส่ง โดย

ถ้าตลาดกลางค้าข้าว ตั้งอยู่ใกล้สถานีขนส่งอินทร์บุรี

ข้อความความเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความเห็น	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. การเดินทางไปติดต่อกับตลาดสดวักขึ้น					
2. แรงงานหาง่าย และราคาถูก					
3. การติดต่อจ้างรถยนต์สดวัก					
4. ช่วยประหยัดค่าเดินทางไปตลาดกลาง					

ส่วนที่ 6 ข้อมูลที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าวเปลือก กับเส้นทางการคมนาคมสายหลัก

1. ให้ท่านแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่ตั้งตลาดกลางค้าข้าว กับเส้นทางการคมนาคมหลัก

ถ้าตลาดกลางค้าข้าว ตั้งอยู่ใกล้กับถนนสายเอเชีย

ข้อความความเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความเห็น	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. สามารถขยายตลาดไปเป็นตลาดที่ใหญ่กว่า ได้ง่ายขึ้น					
2. การขนส่งผลผลิตไปตลาดได้ง่ายขึ้น					
3 การส่งผลผลิตไปนอกพื้นที่ได้ง่ายขึ้น					
4. ประหยัดค่าขนส่งข้าวไปตลาดกลาง					
5. สามารถทำให้ผู้ซื้อ และเกษตรกรจากที่อื่น มาซื้อขายได้ง่ายขึ้น					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 7 ข้อมูลการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ

ถ้ามีการจัดตั้งตลาดกลางค้าข้าวในอำเภออินทร์บุรี ท่านคิดว่า ตลาดกลางค้าข้าวนี้ ควรจะตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ใดดังต่อไปนี้ ตามลำดับความสำคัญ (ให้ท่านใส่หมายเลขลำดับที่ ในส่วนข้อความโดยไม่ซ้ำกัน)

ตลาดอินทร์บุรี	ลำดับที่.....
ถนนสายเอเชีย	ลำดับที่.....
ธนาคารพาณิชย์	ลำดับที่.....
ธนาคารเพื่อการเกษตร และสหกรณ์ฯ(ธกส)	ลำดับที่.....
สหกรณ์การเกษตร	ลำดับที่.....
ท่ารถประจำทาง	ลำดับที่.....
ที่นา หรือที่เก็บข้าวเปลือกของท่าน	ลำดับที่.....
ที่ว่าการอำเภอ	ลำดับที่.....

=====
ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งที่กรุณาให้ข้อมูล

ประวัติผู้เขียน

ชื่อผู้เขียน

นายธเนศ ศักดิ์ชัยสมบูรณ์

วันเดือนปีเกิด

วันที่ 16 สิงหาคม พ.ศ. 2505

สถานที่เกิด

จังหวัดสิงห์บุรี

วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี

การศึกษำบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา

สถานที่สำเร็จการศึกษา

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

ปีที่สำเร็จการศึกษา

ปีการศึกษา 2526

อาชีพปัจจุบัน

รับราชการตำแหน่งนักวิชาการโสตทัศนศึกษา ระดับ 5

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

