



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรับซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการในตลาดกลาง เพื่อการเกษตร จังหวัดยะลา

Factors Affecting Decision in Durian Purchase of Entrepreneurs in the Central Market for Agriculture, Yala Province

ธีรัตน์ ภูเบญญาพงศ์^{1*}, สุนีย์ ตรีมณี¹, ณฤทธิ ไทยบุรี¹, ชารีปะ ยูโซะปลุกา¹, ปพิชญา จินตพิทักษ์สกุล²

Teerat Phubenyapong^{1*}, Sunee Trimanee¹, Narid Thaiburi¹, Sareepah Yusohpaluka¹,

Parpitchaya Chintapitaksakul²

(Received: August 4, 2022; Revised: September 20, 2022; Accepted: November 11, 2022)

บทคัดย่อ

บทความต่อไปนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ประกอบการในตลาดกลางจังหวัดยะลา 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการในตลาดกลางจังหวัดยะลา 3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการในตลาดกลางจังหวัดยะลา กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการที่รวบรวมและซื้อทุเรียนที่ได้ขึ้นทะเบียนการรับซื้อไว้กับเทศบาลนครยะลา จำนวน 70 ราย เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ในเดือนกรกฎาคม ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2561 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการ ด้วยการวิเคราะห์แบบถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) ผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 84.3 จะมีอายุเฉลี่ย 42.54 ปี มีรายได้ต่อปีจากการรับซื้อทุเรียน เฉลี่ย 226,093.91 บาทต่อปี มีประสบการณ์ในการรับซื้อทุเรียนเฉลี่ย 10.47 ปี รูปแบบการรับซื้อแบบเหมาสวน ร้อยละ 84.25 และปริมาณที่รับซื้อทุเรียนของแต่ละวัน เฉลี่ย 3.05 ตันต่อวัน 2) การศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการในตลาดกลางจังหวัดยะลา แบ่งออกตามส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจำหน่าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านการส่งเสริม

¹สาขาวิชาส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร วิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยียะลา มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

¹Program Agricultural Extension and Development, Narathiwat College of Agriculture and Technology, Princess of Naradhiwas University

²ภาควิชาส่งเสริมและนิเทศศาสตร์เกษตร คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

²Department of Agricultural Extension and Communication Faculty of Agriculture Kasetsart University

*Corresponding author. E-mail: thuwapol@hotmail.com



การตลาด มีความพึงพอใจในระดับมาก และ 3) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรับซื้อทุเรียน ได้แก่ แหล่งที่มาทุเรียน คุณภาพทุเรียน ความอ่อนแก่ของทุเรียน และประสบการณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$)

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ ทุเรียน ตลาดกลางเพื่อการเกษตร ยะลา

Abstract

The objectives of this article were 1) to study of the social and economic conditions of entrepreneurs, 2) to study the level of satisfaction of entrepreneurs in Yala Central Market and 3) to study factors affecting decision in durian purchase of entrepreneurs in the market. The samples included 70 Thai entrepreneurs who registered as durian traders with Yala City Municipality. Data was collected through interviews between July and October 2018. Data were analyzed using statistics; percentage and mean; multiple regression analysis. The results of this study showed that 1) 84.3% of entrepreneurs were males, the average age was 42.54 years, with an average annual income of BHT 226,093.91 from trading durian, having experience in trading durian approximately 10.47 years. The entrepreneurs were wholesale buyers at 84.25%, and the average amount of durian purchased per day was at 3.05 tons/day, 2) The satisfaction of entrepreneurs in Yala Central Market towards durian business showed that the aspects received the most satisfaction were price, product and channel of distribution while the marketing promotion received satisfaction at a high level, and 3) The factors influenced on durian purchase were the source, quality and experience in business with a statistical significance ($p < 0.01$).

Keywords: Entrepreneur, Durian, Central Market for Agriculture, Yala

บทนำ

“ทุเรียน” เป็นผลไม้ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีเปลือกหนา หนามแหลม มีกลิ่นที่โดดเด่น มีรสชาติอร่อยเป็นที่นิยมบริโภคกันทั่วไป ได้ชื่อเป็นราชาแห่งผลไม้ (King of fruit) และเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่สำคัญชนิดหนึ่งของไทย โดยแหล่งปลูกที่สำคัญ คือ ภาคตะวันออก ในจังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด สำหรับในภาคใต้ปลูกมากในจังหวัดชุมพร นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี และยะลา เนื่องด้วยราคาทุเรียนหลายปีที่ผ่านมามีราคาดี ทำให้เกษตรกรมีการขยายพื้นที่ปลูกทุเรียนเพิ่มมากขึ้น



โดยการปลูกทดแทนปาล์มน้ำมัน ยางพารา และไม้ผลอื่น ๆ ประกอบกับสภาพภูมิอากาศของประเทศไทยมีความเหมาะสม ทำให้มีปริมาณผลผลิตเพิ่มมากขึ้น ผลผลิตทุเรียนส่วนใหญ่ส่งออกไปยังต่างประเทศร้อยละ 95 ซึ่งตลาดที่สำคัญ คือ จีน ฮองกง และเวียดนาม (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2564) สามารถนำเงินตราเข้าประเทศได้ปีละ 2 หมื่นล้านบาท ปี 2559 ปริมาณและมีแนวโน้มการส่งออกทุเรียนเพิ่มขึ้นทุกปี โดยการส่งออกจำเป็นต้องอาศัยผู้ประกอบการในการรับซื้อ และรวบรวมผลผลิตทุเรียนจากเกษตรกรในพื้นที่ต่าง ๆ

จังหวัดยะลาถือเป็นจังหวัดที่มีการปลูกทุเรียนมากเป็นอันดับ 1 ในจังหวัดชายแดนภาคใต้โดยมีผลผลิต 56,065 ตัน ในปี 2564 เป็นอันดับ 2 ในภาคใต้ รองจากจังหวัดชุมพร (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2564) และถือเป็นศูนย์กลางการรับซื้อทุเรียนที่สำคัญ โดยศูนย์รวมการรับซื้อทุเรียนอยู่ที่ตลาดกลางเพื่อการเกษตรจังหวัดยะลา ซึ่งเป็นบริเวณที่มีผู้ประกอบการจากหลายพื้นที่ทั้งในประเทศและต่างประเทศมารับซื้อทุเรียนในพื้นที่ โดยผู้ประกอบการมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างเกษตรกรกับผู้บริโภคที่จะสามารถกระจายทุเรียนจากจังหวัดชายแดนใต้ ไปสู่ผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีรูปแบบการรับซื้อที่หลากหลาย ได้แก่ การซื้อแบบคัดคุณภาพ การรับซื้อแบบราคาเดียวทั้งหมดและแบบเหมาสวน แม้ว่าราคาทุเรียนที่ผ่านมาจะอยู่ในเกณฑ์ดี แต่ประสบปัญหาเรื่องกระบวนการกำหนดราคาในการรับซื้อ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงแบบรายวัน โดยผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดราคาทำให้เกิดความไม่แน่นอนด้านราคา ด้วยเหตุที่กล่าวมาในข้างต้นจึงเป็นที่มาของการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการในตลาดกลางยะลา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐาน และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการในตลาดกลางจังหวัดยะลา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ประกอบการในตลาดกลางจังหวัดยะลา
2. ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ประกอบการในตลาดกลางจังหวัดยะลา
3. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการในตลาดกลางจังหวัดยะลา



การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

1. มาตรฐานทุเรียนคุณภาพ

ทุเรียน (Durian) พันธุ์ที่ผลิตเป็นการค้ามีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า *Durio zibethinus* Murr โดยทุเรียนที่ผลิตในเชิงการค้าจะเป็นทุเรียนที่มีคุณภาพ จึงจะเป็นที่ต้องการของตลาด โดยทุเรียนคุณภาพตามมาตรฐานสินค้าเกษตรแห่งชาติมีมาตรฐาน ดังนี้คือ 1) เป็นทุเรียนสดทั้งผลพร้อมข้าวที่สมบูรณ์ และอาจมีก้านผล 2) สภาพภายนอกสะอาด ไม่เน่าเสีย 3) ไม่มีตำหนิที่เห็นชัด และไม่มีผลกระทบถึงคุณภาพภายใน 4) ไม่มีศัตรูพืช ที่มีผลต่อรูปลักษณะทั่วไปของผลิตผล 5) ไม่มีความเสียหายจากผลผลิตเนื่องจากศัตรูพืช 6) ปลอดภัยจากความเสียหายเนื่องจากอุณหภูมิต่ำ หรืออุณหภูมิสูง 7) ปลอดภัยจากกลิ่นและรสชาติที่แปลกปลอม หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง 8) สภาพความสมบูรณ์เมื่อสุก ไม่มีอาการผิดปกติของเนื้อ ได้แก่ แกน เต่าเผา ไล่ชิม ถ้ามีอย่างใดอย่างหนึ่งหรือรวมกันต้องไม่เกินร้อยละ 5 ของส่วนที่บริโภคได้ (สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ, 2557)

2. สถานการณ์การผลิตทุเรียนใน 3 จังหวัดชายแดนใต้

จังหวัดชายแดนภาคใต้ประกอบด้วย ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส โดยจังหวัดยะลา เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ปลูกทุเรียน และมีผลผลิตทุเรียนมากที่สุด รองลงมา คือ จังหวัดนราธิวาส และจังหวัดปัตตานี ตามลำดับ ดังนี้

จังหวัด	พื้นที่ปลูก (ไร่)	พื้นที่ให้ผลผลิต (ไร่)	ผลผลิต (ตัน)	ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัมต่อไร่)
ยะลา	73,890	53,621	53,023	989
นราธิวาส	30,155	23,622	9,344	396
ปัตตานี	6,678	5,405	3,993	739

ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2563)

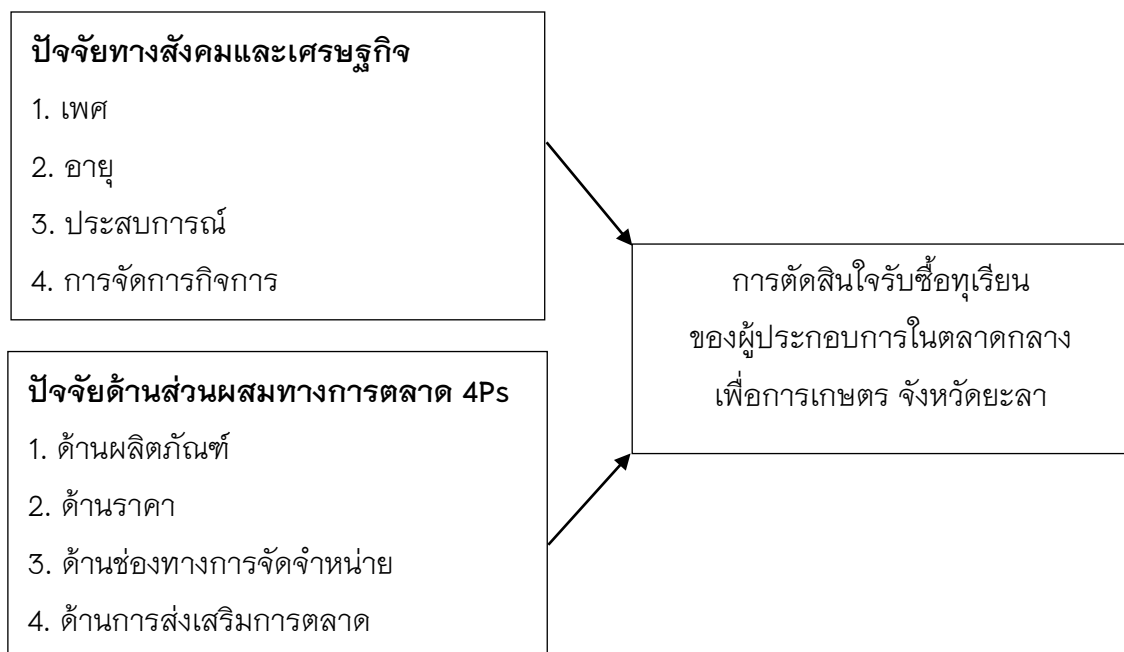
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) คือ เครื่องมือกลยุทธ์ทางการตลาด เป็นปัจจัยทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ซึ่งองค์กรสามารถใช้ เพื่อช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใด ๆ ที่ต้องการนำเสนอต่อการตลาดเพื่อสนอง



ความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้า ผลิตภัณฑ์ที่เสนออาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ หรือบุคคล 2) ราคา (Price) หมายถึง เป็นราคาของสินค้าและบริการที่ผู้ผลิตเรียกเก็บซึ่งการกำหนดราคาต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้า และสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมกับกิจการในรูปของตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงินซึ่งอาจจะเป็นสิ่งแลกเปลี่ยนเพื่อการค้าของสินค้าและบริการ 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการที่ทำให้สินค้าและบริการไปถึงผู้บริโภคอย่างเหมาะสม ช่องทางการจำหน่ายประกอบด้วยสถาบันหรือกิจกรรมที่ใช้เคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยกระจายสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การจัดการเกี่ยวกับการสั่งซื้อ คลังสินค้า และการเก็บรักษาคงคลัง และ 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การสื่อสารทางการตลาด โดยองค์การธุรกิจใช้ในการโน้มน้าวใจของลูกค้า เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจตระหนักรู้ และเกิดพฤติกรรมการซื้อ เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การตลาดทางตรง การตลาดอินเทอร์เน็ต เป็นต้น (กัลยารัตน์ ชีรณชัยกุล, 2564)

กรอบแนวคิดการวิจัย





วิธีการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ประกอบการรับซื้อผลผลิตทุเรียนสด ที่ได้ขึ้นทะเบียนการรับซื้อไว้กับเทศบาลนครยะลา

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารบทความวิชาการ รายงานการวิจัย หนังสือเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์และสรุปผลการวิเคราะห์ ร่วมกับข้อมูลปฐมภูมิ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการที่รวบรวมและ รับซื้อผลผลิตทุเรียนสด ที่ได้ขึ้นทะเบียนการรับซื้อไว้กับเทศบาลนครยะลาทั้งหมด จำนวน 70 รายโดยเก็บข้อมูลทั้งหมด 70 ราย โดยใช้วิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ จำนวน 3 ตอนประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ เช่น เพศ อายุ ศาสนา รายได้ อาชีพหลัก อาชีพรอง เป็นต้น

ตอนที่ 2 วิธีการรับซื้อและรวบรวมทุเรียน ประกอบด้วย เช่น วิธีการรับซื้อ ราคา การชำระเงิน รูปแบบการรับซื้อ เป็นต้น

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการรับซื้อทุเรียน ประกอบด้วย เช่น ด้านผลิตภัณฑ์ (ความแหล่งที่มา พันธุ์ เพอร์เซ็นต์ความสุกแก่ สดใหม่ ปลอดภัยจากสารเคมี ขนาดและน้ำหนัก) ด้านราคา (ราคารับซื้อ) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (สถานที่ในการรับซื้อ ความสะดวกในการเข้าถึงสวน ที่จอดรถ ช่องทางการชำระเงิน) และด้านการส่งเสริมการตลาด (การแบ่งชำระค่าผลผลิตทุเรียนเป็นงวด ๆ)

ประกอบด้วยคำถามแบบปลายเปิดและคำถามแบบปลายปิด (Open-ended questions and Close-ended questions) และสร้างข้อคำถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

ค่าระดับคะแนน	5	4	3	2	1
ความหมายระดับความ คิดเห็น	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด



การแปลงผลข้อมูลแบบสอบถามใช้เกณฑ์อันตรภาคชั้น (วิจิต ฐั่น, 2553) สามารถแปลงผลค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ได้ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย/แปลผล
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้อง (Validity) ของแบบสอบถามโดยเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item object congruence : IOC) ของข้อคำถามแต่ละข้อ ผู้วิจัยนำข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.50 ขึ้นไป ใช้ในแบบสอบถามปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์ครอบคลุมทุกประเด็นและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

2. ทดสอบเครื่องมือก่อนเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการที่รวบรวมและรับซื้อผลผลิตทุเรียนสด ที่ขึ้นทะเบียนการรับซื้อไว้กับเทศบาลนครยะลา จำนวน 10 คน เพื่อพิจารณาความยากง่าย การใช้ภาษาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากกลุ่มตัวอย่าง และทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability test) ตามแบบสัมฤทธิ์ครอนบัคอัลฟา (Cronbach's Alpha) ได้ค่า สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค เท่ากับ 0.798 ซึ่งถือว่ามีความเชื่อมั่น

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจโดยใช้ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

1.2 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในการรับซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการ และส่วนผสมทางการตลาดของการรับซื้อทุเรียน โดยการหา ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ด้วยวิธีการลดตัวแปรอิสระ (Backward elimination) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัย



ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการในตลาดกลางยะลา กำหนดให้ Q แทน ปริมาณทุเรียนที่ซื้อต่อวัน (1 ตัน) SEX แทน ตัวแปรเพศ (ชาย = 1 และ หญิง = 0) CAP แทนตัวแปรทุนแหล่งเงินทุน (ทุนตนเอง = 1 และ ทุนจากภายนอก = 0) AGE แทน อายุ (ปี) EXP แทน ประสบการณ์ในการรับซื้อ (ปี) QUA แทน ตัวแปรหุ่นการคัดคุณภาพ (รับซื้อแบบคัดคุณภาพ = 1 และรับซื้อแบบไม่คัดคุณภาพ = 0) MAT แทน ตัวแปรหุ่นการสุกแก่ของทุเรียน (มีความสมบูรณ์ของผลตั้งแต่ 80% ขึ้นไป = 1 และมีความสมบูรณ์ของผลต่ำกว่า 80% จนถึง 70% = 0) MNT แทน ตัวแปรหุ่นการจัดการกิจการ (จัดการเองทุกกิจกรรม = 1 และจัดการเองบางกิจกรรม = 0) ระดับความพึงพอใจแหล่งที่มาของทุเรียน YL แทน ทุเรียนจากยะลา (คะแนน) PT แทน ความพึงพอใจทุเรียนจากปัตตานี (คะแนน) NT แทน ความพึงพอใจทุเรียนจากนราธิวาส (คะแนน) SH แทน ความพึงพอใจทุเรียนจากสงขลา (คะแนน) α แทน ค่าคงที่ β แทน สัมประสิทธิ์ประมาณค่าพารามิเตอร์ และ Σ แทน ค่าความคลาดเคลื่อน โดยมีรูปแบบจำลอง ดังนี้

$$Q_i = \alpha + \beta_1 SEX_i + \beta_2 CAP_i + \beta_3 AGE_i + \beta_4 EXP_i + \beta_5 QUA + \beta_6 MAT_i + \beta_7 MNT_i + \beta_8 YL_i + \beta_9 PT_i + \beta_{10} NT_i + \beta_{11} SH_i + \Sigma i$$

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยแนะนำตนเอง แจ้งวัตถุประสงค์การทำวิจัยและขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่าง ในการให้ข้อมูลที่ตรงตามความเป็นจริง และแจ้งกลุ่มตัวอย่างว่าในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลนี้เป็นความลับ ไม่มีการระบุชื่อ และรายงานการวิจัยจะเสนอผลโดยรวมและกลุ่มตัวอย่าง มีสิทธิในการปฏิเสธเข้าร่วมวิจัย

ผลการวิจัย

1. สภาพทางสังคมของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 84.3 มีอายุเฉลี่ย 42.54 ปี โดยมีผู้อยู่น้อยที่สุด 26 ปี มีอายุสูงสุด 66 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 62.68 มีประสบการณ์ในการรับซื้อทุเรียน เฉลี่ย 10.47 ปี และมีประสบการณ์สูงสุด 39 ปี เป็นกิจการของตนเอง ร้อยละ 64.75 โดยใช้แหล่งทุนจากสินเชื่อธนาคาร ร้อยละ 87.25

เมื่อผู้ประกอบการรับซื้อทุเรียนผู้ประกอบการดำเนินการจัดการ 1) คัดผลแก่สุกทุเรียน 2) คัดคุณภาพ/ขนาดลูก 3) รวบรวมผลผลิต และ 4) ขนส่ง โดยมีมีการจ้างแรงงาน เฉลี่ย 3.0 คน ในการดำเนินกิจกรรม 1) รวบรวมผลผลิต และ 2) คัดคุณภาพ/ขนาดลูก/คัดผลแก่สุกทุเรียน



ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีการจัดบันทึกการรับซื้อ ร้อยละ 94.19 การจัดหาและรวบรวมผลทุเรียน ผู้ประกอบการรับซื้อทุเรียนจากพ่อค้าในชุมชน ร้อยละ 86.90 โดยติดต่อทางโทรศัพท์ ร้อยละ 95.73 วิธีการรับซื้อเป็นแบบเหมาตามคุณภาพ ร้อยละ 84.25 และเลือกทุเรียนคุณภาพที่สามารถส่งออก ร้อยละ 40.42 วิธีการชำระเงินในการรับซื้อทุเรียน ชำระเป็นเงินสด ร้อยละ 96.84 โดยการให้เงินล่วงหน้า ร้อยละ 3.16 ชนิดของพันธุ์ทุเรียนที่รับซื้อเป็นพันธุ์หมอนทอง ร้อยละ 74.75 วิธีการเลือกซื้อ โดยเลือกจากทุเรียนสุกแก่ ตั้งแต่ 80% ร้อยละ 71.52 เลือกจากทุเรียนสุกแก่ ตั้งแต่ 75% ร้อยละ 24.14 เลือกจากทุเรียนสุกแก่ ตั้งแต่ 70% ร้อยละ 4.34 โดยใช้วิธีการประเมินความสุกของทุเรียน จากประสบการณ์ ร้อยละ 100 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เลือกซื้อทุเรียนน้ำที่ขนาดผลมีน้ำหนัก 3.1 – 4.0 กิโลกรัม ร้อยละ 73.34 ปริมาณการรับซื้อต่อวันเฉลี่ย 3.05 ตันต่อวัน ผู้ประกอบการสามารถ รับซื้อทุเรียนได้มากที่สุด 20 ตันต่อวัน ผู้ประกอบการร้อยละ 63.35 ส่งต่อเพื่อส่งออกไปยัง ต่างประเทศ และรวบรวมเพื่อจำหน่ายภายในประเทศร้อยละ 36.65 ตามลำดับ การตั้งราคาการรับซื้อ ผู้ประกอบการจะมีส่วนต่างจากราคาขาย เฉลี่ย 12.77 บาทต่อกิโลกรัม เมื่อผู้ประกอบการรวบรวม จะทำการส่งต่อไปยังที่อื่นภายใน 2 วัน ร้อยละ 84.37 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขนส่ง โดยใช้รถยนต์กระบะ ในการขนส่ง ร้อยละ 86.75 เนื่องจากมีความสะดวก และปริมาณการขนส่งเหมาะสมกับพาหนะ ลดต้นทุนการขนส่ง

2. ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ โดยแบ่งออกตามส่วนประสมทางการตลาดได้ดังนี้ ความพึงพอใจด้านราคาอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.64) ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยความแห้งที่มา พันธุ์ เพอร์เซ็นต์ความสุกแก่ สดใหม่ ปลอดภัยจากสารเคมี ขนาดและ น้ำหนัก ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.89) ความพึงพอใจด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย ประกอบด้วย สถานที่ในการรับซื้อ ความสะดวกในการเข้าถึงสวน ที่จอดรถ ช่องทาง การชำระเงิน ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.34) ตามลำดับ ด้านการ ส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย การแบ่งชำระค่าผลผลิตทุเรียนเป็นงวด ๆ ผู้ประกอบการมีความ พึงพอใจในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.84) ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่ผลของผู้ประกอบการที่มีผลต่อการรับซื้อทุเรียน

รายการ	ระดับความพึงพอใจ		
	Mean	S.D.	Meaning
ราคา (Price)	4.64	0.65	มากที่สุด
การส่งเสริมการขาย (Promotion)	3.84	0.53	มาก



ตารางที่ 1 ปัจจัยที่ผลของผู้ประกอบการที่มีผลต่อการรับซื้อทุเรียน (ต่อ)

รายการ	ระดับความพึงพอใจ		
	Mean	S.D.	Meaning
ผลิตภัณฑ์ (Production)	4.89	0.78	มากที่สุด
ช่องทางการจำหน่าย (Place)	4.34	0.80	มากที่สุด
Total	4.43	0.59	มากที่สุด

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการ โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ด้วยวิธีการลดตัวแปรอิสระ (Backward elimination) ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) พบว่า ไม่มีปัญหาเนื่องจากตัวแปรอิสระทุกคู่มีค่า Correlation น้อยกว่า 0.80 (Stevens, 1992) และในการตรวจสอบปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวแปรคลาดเคลื่อน โดยพิจารณาจากสถิติ Durbin-Watson (D.W.) พบว่า สถิติ D.W. มีค่าเท่ากับ 1.823 ซึ่งเข้าใกล้ 2 หรือมีค่าในช่วง 1.75-2.25 (Gujarati & Porter, 2009) แสดงว่าแบบจำลองไม่เกิดปัญหาของตัวแปรคลาดเคลื่อน

นอกจากนี้ จากการทดสอบปัญหาความแปรปรวนไม่คงที่ โดยพิจารณาจากสถิติ White heteroskedasticity พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.279 คือ ยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่าตัวแปรที่ศึกษาไม่มีปัญหาความไม่คงที่ของค่าความแปรปรวน ทั้งนี้จากการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์ R-square (R^2) มีค่าเท่ากับ 0.315 สามารถพยากรณ์ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการ ในตลาดกลางยะลา ได้ร้อยละ 31.5

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่ผลของผู้ประกอบการที่มีผลต่อการรับซื้อทุเรียน

Variable	Coefficient	S.E.	t-statistics	Prob.
Constant	2.731	1.433	1.822	0.057
YL	0.148	0.356	2.844	0.006***
QUA	0.021	0.011	2.418	0.089***
MAT	-0.26	0.008	-2.826	0.002***
EXP	0.401	0.216	1.860	0.099***
$R^2 = 0.315$		F-statistics = 4.723 (Prob. = 0.000)		DW = 1.823

significant at *** ($p < 0.01$) and * ($p < 0.10$)



ตารางที่ 2 สามารถพิจารณาผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการในตลาดกลางยะลา มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ระดับความพึงพอใจแหล่งที่มาของทุเรียน คุณภาพทุเรียน และความอ่อนแอกว่าของทุเรียน สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. สัมประสิทธิ์ของตัวแปรระดับความพึงพอใจแหล่งที่มาของทุเรียน แหล่งที่มาทุเรียน (YL) มีค่าเท่ากับ 0.148 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า เมื่อผู้ประกอบการทราบแหล่งที่มาของทุเรียนที่มาจากจังหวัดยะลา ผู้ประกอบการตัดสินใจรับซื้อทุเรียนเพิ่มขึ้น 0.148 ตันต่อวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เนื่องจากผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นทุเรียนที่ปลูกในพื้นที่จังหวัดยะลา มีรูปแบบการปลูกที่ใช้สารเคมีน้อย ประกอบกับมีจำนวนพื้นที่ปลูกทุเรียนมากที่สุด ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ จึงทำให้มีปริมาณตามความต้องการของผู้ประกอบการ

2. สัมประสิทธิ์ของตัวแปรคุณภาพทุเรียน (QUA) มีค่าเท่ากับ 0.021 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า เมื่อผู้ประกอบการรับซื้อทุเรียน การคัดคุณภาพ เช่น ขนาดและน้ำหนักลูกทุเรียน ความสูงของผลทุเรียน ชนิดพันธุ์ ไม่มีรอยแตกที่เปลือก ไม่มีร่องรอยความเสียหายเนื่องจากศัตรูพืช ทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจรับซื้อทุเรียนเพิ่มขึ้น 0.021 ตันต่อวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เนื่องจากผู้ประกอบการสะดวกในการคัดแยกทุเรียน และสามารถจัดการทุเรียน ในการขนส่งไปยังผู้รับซื้อได้เหมาะสม สามารถดำเนินกิจกรรมด้านการตลาด ไม่เกิดกิจกรรมซ้ำซ้อน อีกทั้งสามารถลดต้นทุนได้อีกด้วย และพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านคุณภาพทุเรียนมาเป็นอันดับหนึ่ง เพื่อทุเรียนที่รับซื้อสามารถส่งไปยังจุดส่งต่อตามข้อตกลงและได้ราคาดี

3. สัมประสิทธิ์ของตัวแปรความสูงของทุเรียน (MAT) มีค่าเท่ากับ -0.26 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า เมื่อมีทุเรียนจากเกษตรกรหรือผู้รวบรวมในอำเภอ นำทุเรียนที่การสูงของทุเรียนต่ำกว่า 70% ทำให้ผู้ประกอบการรับซื้อทุเรียน ตัดสินใจรับซื้อทุเรียนลดลง 0.26 ตันต่อวัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เนื่องจากผู้ประกอบการรับซื้อทุเรียน ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์เรื่องการรับซื้อทุเรียน และเป็นการตกลงระหว่างผู้รับซื้อ

4. สัมประสิทธิ์ของตัวแปรประสบการณ์ (EXP) มีค่าเท่ากับ 0.401 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า เมื่อผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการรับซื้อเพิ่มขึ้น 1 ปี ผู้ประกอบการสามารถที่จะตัดสินใจในการรับซื้อทุเรียนเพิ่มขึ้น สามารถที่จะรับซื้อทุเรียนจากเกษตรกรหรือผู้รวบรวม เพิ่มขึ้น 0.401 ตันต่อวัน เนื่องจากในการรับซื้อทุเรียนผู้ประกอบการต้องใช้ประสบการณ์และความชำนาญในการเลือกซื้อ และการมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ค้า และการจ่ายเงินในการรับซื้อทุเรียนเป็นเงินสด และต้องอ้างอิงจากปลายทาง



อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษารายงาน เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรับซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการในตลาดกลางเพื่อการเกษตร จังหวัดยะลา มีประเด็นในการอภิปรายผล ดังนี้

ผู้ประกอบการจะเป็นเพศชาย ร้อยละ 84.3 จะมีอายุเฉลี่ย 42.54 ปี มีรายได้ปีจากการรับซื้อทุเรียนเฉลี่ย 226,093.91 บาทต่อปี มีประสบการณ์ในการรับซื้อทุเรียนเฉลี่ย 10.47 ปี ปริมาณที่รับซื้อทุเรียนของแต่ละวัน เฉลี่ย 3.05 ตันต่อวัน และรูปแบบการรับซื้อแบบเหมาสวน ร้อยละ 84.25 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุพัฒน์ ทองแก้ว, พัฒนา สุขประเสริฐ, และเฉลิมพล จตุพร (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนในภาคตะวันออกของประเทศไทย: กรณีศึกษาผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการรับซื้อแบบเหมาสวน

ความพึงพอใจของผู้ประกอบการ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับสอดคล้องกับสุพัฒน์ ทองแก้ว และคณะ (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนในภาคตะวันออกของประเทศไทย: กรณีศึกษาผู้ประกอบการ ที่พบว่า ผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณภาพและปัจจัยด้านราคา เนื่องจากปัจจัยด้านราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากของการทำธุรกิจ เนื่องจากราคาต้องเป็นราคาที่แข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ มีความเหมาะสมกับคุณภาพของทุเรียน และสามารถซื้อขายทำกำไรจากตลาดปลายทางได้ ทำให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับราคาเพื่อความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งและสามารถทำกำไรได้มากขึ้น จึงให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรับซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการในตลาดกลางเพื่อการเกษตร จังหวัดยะลา นิยมรับซื้อทุเรียนที่ปลูกในจังหวัดยะลา เพราะเป็นไปตามความต้องการของตลาดมีความปลอดภัย และมีคุณภาพ สามารถจัดการได้ง่าย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ของสุพัฒน์ ทองแก้ว และคณะ (2560) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนในภาคตะวันออกของประเทศไทย: กรณีศึกษาผู้ประกอบการ พบว่า การรับซื้อทุเรียนเพื่อการส่งออกคำนึงถึงทุเรียนที่ไม่มีสารเคมีตกค้าง

ปัจจัยด้านคุณภาพมีผลต่อการรับซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการเพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นระหว่างผู้รับซื้อและผู้ขายทุเรียนที่รับไป สอดคล้องกับ Huong (2014) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค: กรณีศึกษาผักปลอดภัยในโฮจิมินห์ซิตี้ ประเทศเวียดนาม พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคในการซื้อผักปลอดภัย คือ ราคา และความเชื่อมั่นในสินค้า

ปัจจัยการรับซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการ คำนึงผลผลิตทุเรียนที่ผู้รวบรวมนำมาจำหน่าย เนื่องจากทุเรียนที่มีความสุกต่ำกว่า 70% เป็นทุเรียนอ่อน สอดคล้องกับ Kun (2019) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาความแก่ของผลทุเรียนบนพื้นฐานทางสรีรวิทยา และเคมีกายภาพ พบว่า ปริมาณน้ำหนักรวมสามารถนำมาใช้เป็นดัชนี



แบ่งระดับความแก่สุก กล่าวคือ ผลที่มีความสุกต่ำกว่า 70% ปริมาณไขมัน แป้ง น้ำ น้ำตาลฟรุคโตส กลูโคส และซูโคส ถือว่าเป็นทุเรียนอ่อน มีคุณภาพเนื้อไม่เป็นที่ยอมรับ ทุเรียนที่มีคุณภาพต้องเป็นทุเรียนที่มีความสุกมากกว่า 70% ขึ้นไปเนื่องจากสามารถขนในระยทางไกล และใช้เวลานานได้โดยเฉพาะการขนส่งทางเรือ (พิสุทธิ กุลธนวิทย์, 2563)

ปัจจัยด้านประสบการณ์ของผู้ประกอบการมีผลต่อการรับซื้อทุเรียน เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการรับซื้อทุเรียนมากขึ้น มีการสั่งสมประสบการณ์ ความรู้ ทักษะเกิดความเชี่ยวชาญที่ได้รับจากรับซื้อทุเรียน และมีเครือข่ายเพื่อส่งทุเรียนไปยังจุดรับซื้อต่อได้มากขึ้น มีความน่าเชื่อถือ และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า จึงเป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการสามารถขายสินค้าได้มากขึ้น รวมถึงยังมีเงินทุนสะสมในการดำเนินธุรกิจ จึงทำให้มีความมั่นใจในการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมในการรับซื้อทุเรียน มีความกล้าเสี่ยงในการลงทุน ส่งผลให้มีการซื้อทุเรียนเพื่อการส่งออกเพิ่มขึ้นได้อย่างมั่นใจเช่นกัน ในขณะที่ปัญหาของผู้ประกอบการที่มีอายุน้อย คือ เงินทุน ประสบการณ์ในธุรกิจ และความสามารถในการตัดสินใจ

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรับซื้อทุเรียนของผู้ประกอบการในตลาดกลางเพื่อการเกษตร จังหวัดยะลา พบว่า ผู้ประกอบการที่รวบรวมและซื้อทุเรียนที่ผลิตได้ในจังหวัดยะลา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุเฉลี่ย 42.54 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 62.68 มีประสบการณ์ในการรับซื้อทุเรียน 10.47 ปี ลักษณะกิจการเป็นร้านของตนเองโดยใช้เงินทุนในการรับซื้อจากสินค้าธนาคาร การรวบรวมผลผลิตทุเรียนผู้ประกอบการรับซื้อทุเรียน ใช้การติดต่อกับผู้รวบรวมในพื้นที่ทางโทรศัพท์ ผู้ประกอบการซื้อทุเรียนโดยวิธีการเหมาโดยดูจากคุณภาพทุเรียนโดยการประเมิน และชำระเงินค่าซื้อทุเรียนเป็นเงินสด ชนิดพันธุ์ที่รับซื้อมากที่สุด พันธุ์ทุเรียนหมอนทอง พิจารณาเลือกซื้อทุเรียนที่มีความสุกแก่ตั้งแต่ 80% ขึ้นไป ขนาดผลที่ซื้อมีน้ำหนัก เลือกซื้อทุเรียน 3.1 – 4.0 กิโลกรัมต่อผล และปริมาณที่ซื้อเฉลี่ยต่อวัน 3.05 ตันต่อวัน ราคาเฉลี่ยในการรับซื้อทุเรียนในปี 2561 เฉลี่ย 66.30 บาทต่อกิโลกรัมโดยมีตลาดปลายทางที่จังหวัดชุมพรเป็นหลัก

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจรับซื้อทุเรียน พบปัจจัยผลต่อการตัดสินใจรับซื้อทุเรียน ผู้ประกอบการ มีดังนี้ 1) แหล่งปลูกทุเรียนโดยแหล่งปลูกทุเรียนที่มีผลในการตัดสินใจ คือ ทุเรียนจากจังหวัดยะลา เพราะว่าเป็นทุเรียนที่มีคุณภาพ และปลอดภัย 2) คุณภาพทุเรียน โดยทุเรียนที่มีคุณภาพต้องเป็นทุเรียนที่ สด ตรงตามพันธุ์ สะอาด ปราศจากสิ่งแปลกปลอมที่มองเห็นได้ ไม่มีรอยแตกที่เปลือก และไม่มีร่องรอยความเสียหายเนื่องมาจากศัตรูพืช ที่มีผลกระทบต่อคุณภาพของเนื้อทุเรียน และ 3) ความสุกแก่ของทุเรียน พบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในการรับซื้อทุเรียนที่มีความสุกมากกว่า



80% ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในการรับซื้อทุเรียนทางช่องทางโทรศัพท์ เพราะมีความสะดวก และทราบข้อมูลผลผลิตได้อย่างรวดเร็ว เช่น ปริมาณผลผลิต เพื่อที่จะเตรียมเงินสดในการรับซื้อได้อย่างเพียงพอ และการคมนาคมขนส่ง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากการวิจัย พบว่า เกษตรกรควรผลิทุเรียนที่ได้คุณภาพ และควรมีการคัดคุณภาพผลผลิตก่อนมาส่งขาย จะทำให้เกษตรกรได้ราคาการรับซื้อจากผู้ประกอบการสูงขึ้น เกษตรกรควรเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการในการรวบรวมผลผลิตทุเรียน เช่น ด้านการติดต่อสื่อสาร การเลือกซื้อ การคมนาคมขนส่งจากสวนมายังโรงคัดบรรจุ เป็นต้น

หน่วยงานภาครัฐควรช่วยให้ความรู้แก่เกษตรกรด้านการผลิตทุเรียนคุณภาพ และด้านการตลาดให้มีช่องทางการตลาดที่หลากหลาย เพื่อให้เกษตรกรสามารถขายทุเรียนได้ในราคาที่สูงขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานผลผลิตทุเรียนตามตัวแบบเชิงปฏิบัติการโซ่อุปทาน (SCOR Model) เพื่อให้ทราบรูปแบบการจัดการในห่วงโซ่อุปทาน และเพิ่มประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานทุเรียนในพื้นที่ และควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปริมาณความต้องการการรับซื้อทุเรียนในตลาดกลางจังหวัดยะลา

รายการอ้างอิง

- กฤติกา งามกัณหา. (2546). *ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกทุเรียน: ศึกษาจากความคิดเห็นของผู้ส่งออก* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- กัลยารัตน์ ชีระชนชัยกุล. (2564). *การเป็นผู้ประกอบการสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- พิสุทธิ กุลธนวิทย์. (2563). *การส่งออกมะม่วง กล้วย ทุเรียน และมังคุด ของไทยไปญี่ปุ่น ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA)*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิจิต อุ่ออัน. (2553). *การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2557). *มาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ 3-2556 ทุเรียน*. กรุงเทพฯ: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์



- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2564). สถิติการเกษตรของประเทศไทย ปี 2564. สืบค้นจาก <https://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/journal/2565/yearbook2564.pdf>
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2564). สารสนเทศเศรษฐกิจการเกษตรรายสินค้าปี 2564. สืบค้นจาก <https://www.oae.go.th/assets/portals/1/files/journal/2565/commodity2564.pdf>
- สุพัฒน์ ทองแก้ว, พัฒนา สุขประเสริฐ, และเฉลิมพล จตุพร. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อทุเรียนในภาคตะวันออกของประเทศไทย: กรณีศึกษาผู้ประกอบการ. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร*, 34(3), 63–72.
- Gujarati, D. N., & Porter, D.C. (2009). *Basic Econometrics* (5th ed.). New York: McGraw Hill/Irwin.
- Huong, N. T. (2014). *The main factors affecting the consumers' buying intention: a case study of safe vegetables in Ho Chi Minh City Vietnam* (Master's thesis). University of International Business Economics of Ho Chi Minh City, Vietnam.
- Kun K., (2019). *Study on the development of maturing of durian fruit on a physiological basis* (Doctoral dissertation). Kasetsart University, Bangkok, Thailand.
- Stevens, J. (1992). *Applied Multivariate Statistics for the Social Science* (2nded). New York: Harper and Row.