

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันจำนวนประชากรโลกได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับอายุโดยเฉลี่ยของประชากรของโลกที่สูงขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้เป็นผลมาจากความก้าวหน้าของวิทยาการด้านการแพทย์และสาธารณสุข รวมทั้งประชากรมีความรู้ ความสามารถในการดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้น แต่ขณะเดียวกันก็มีปัญหาด้านมลภาวะและสิ่งแวดล้อมที่คุกคามคุณภาพชีวิตประชากรโลกเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกัน นอกจากนี้องค์การสหประชาชาติยังได้กล่าวถึง การเพิ่มขึ้นของประชากรโลกกำลังกลายเป็นปัญหาใหญ่ของโลกในอนาคต ทั้งนี้ปัจจุบันจำนวนประชากรโลกเพิ่มขึ้นถึง 9,000 คนต่อชั่วโมง และมีการคาดการณ์ว่า ในปี ค.ศ. 2020 ประชากรโลกจะเพิ่มขึ้นจนถึงระดับ 10,000 ล้านคน ทั้งนี้หากไม่มีการเตรียมการที่เหมาะสม โลกจะต้องเผชิญกับวิกฤติขาดแคลนอาหารอย่างแน่นอน ดังนั้นปัจจัยด้านสินค้าเกษตรเพื่อการบริโภค จึงเป็นสิ่งสำคัญเป็นอันดับแรก สินค้าเกษตรต้องไม่มียาฆ่าแมลงตกค้างหรือมีสารปนเปื้อน เพื่อความปลอดภัยและไม่เป็นการเอาเปรียบต่อผู้บริโภค และก่อให้เกิดมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของตลาดทั้งภายใน และต่างประเทศ อันเป็นกานำรายได้มาสู่เกษตรกร และประเทศชาติ (สมาคมการค้าเมล็ดพันธุ์ไทย, สมาคมเมล็ดพันธุ์แห่งประเทศไทย, 2551: ออนไลน์)

อย่างไรก็ตามประเทศไทยถึงแม้จะเป็นประเทศเกษตรกรรม มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรเป็นอย่างมาก แต่ว่าการผลิตด้านสินค้าเกษตร และอาหารให้สัมฤทธิ์ผลนั้น จำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพทั้งในด้านการผลิต การเพิ่มผลผลิต การพัฒนาสายพันธุ์ โดยเฉพาะเมล็ดพันธุ์พืช อาทิ ผัก และผลไม้ นับว่าเป็นวัตถุดิบต้นทางที่มีความสำคัญต่อการแปรรูปในอุตสาหกรรมเกษตร เพราะผลผลิตที่ได้จากเมล็ดพันธุ์พืชที่ดีย่อมนำมาซึ่งผลผลิตที่มีคุณภาพ สามารถลดการสูญเสียวัตถุดิบ ทั้งสามารถเพิ่มปริมาณการผลิตได้ ทั้งนี้บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ที่จดทะเบียนในประเทศไทยมี 42 บริษัท (สมาคมการค้าเมล็ดพันธุ์ไทย, สมาคมเมล็ดพันธุ์แห่งประเทศไทย, 2551: ออนไลน์) โดยบริษัทผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์มีช่องทางการจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ผ่านทางร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ และจำหน่ายโดยตรงต่อเกษตรกร ผลผลิตที่ได้จะถูกนำไปจำหน่ายเป็นผลสดเพื่อบริโภค และส่วนหนึ่งจะถูกนำไปแปรรูปในโรงงานอุตสาหกรรมเกษตร แม้โรงงานอุตสาหกรรมบางแห่งจะจัดซื้อเมล็ดพันธุ์กับบริษัทผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์โดยตรงเพื่อนำมาเพาะปลูกใน

รูปแบบการควบคุมการทำเกษตรแบบมีสัญญา (Contract Farming) ก็ตาม แต่วัตถุดิบยังคงมีไม่เพียงพอต่อการผลิต การรับซื้อวัตถุดิบจากนายหน้า (broker) หรือเกษตรกรโดยตรงจึงเป็นทางเลือกที่ใช้อย่างแพร่หลาย เพราะโรงงานสามารถคัดสรรวัตถุดิบได้จากทั่วประเทศ ทั้งยังลดต้นทุนในการควบคุมการทำเกษตรแบบมีสัญญา (Contract Farming) ของบริษัทลงได้

การจัดหาวัตถุดิบผ่านทางนายหน้า (broker) และเกษตรกรนั้นทางโรงงานอุตสาหกรรมเกษตรไม่สามารถควบคุมชนิดของเมล็ดพันธุ์พืชที่เกษตรกรนำมาเพาะปลูกได้ทั้งหมดซึ่งการคัดเลือกวัตถุดิบเพื่อนำเข้าสู่โรงงานอุตสาหกรรมนั้นจะคัดเลือกตามมาตรฐานของแต่ละโรงงานเป็นหลัก ดังนั้นเมล็ดพันธุ์พืชที่นายหน้า (broker) และเกษตรกรนำมาเพาะปลูกนั้นจะจัดหามาจากร้านค้าตัวแทนจำหน่ายในแต่ละพื้นที่เป็นหลัก จึงทำให้การจัดหาวัตถุดิบเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรมเกษตรต่าง ๆ นั้น ส่วนหนึ่งได้มาจากการทำเกษตรแบบมีสัญญา (Contract Farming) เมล็ดพันธุ์ที่นำมาเพาะปลูกส่วนใหญ่มีการสรรหามาจากบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์โดยตรง และอีกส่วนหนึ่งจะได้มาจากวัตถุดิบที่มีการจัดหาผ่านนายหน้าและเกษตรกร ซึ่งทั้งสองกลุ่มต้องซื้อเมล็ดพันธุ์เพื่อใช้ในการเพาะปลูกผ่านร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ โดยที่ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเมล็ดพันธุ์สามารถแนะนำและชักจูงให้เกษตรกรเลือกใช้เมล็ดพันธุ์ต่างๆ จากบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายรายใดก็ได้ที่ตนพึงพอใจ

ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเป็นหนึ่งในช่องทางการตลาดของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ โดยผลผลิตที่ได้จากการเพาะปลูกเพื่อบริโภคสดในท้องตลาด หรือเพื่อส่งเข้าโรงงานอุตสาหกรรมเกษตรกรนิยมซื้อเมล็ดพันธุ์พืชจากร้านค้าตัวแทนจำหน่ายมากที่สุด และยังมีความใกล้ชิดกับร้านค้าตัวแทนจำหน่ายซึ่งเป็นผลให้ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายสามารถจูงใจเกษตรกรในการเลือกซื้อ หรือไม่ซื้อเมล็ดพันธุ์จากบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายรายใดก็ได้ ดังนั้นร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเมล็ดพันธุ์เป็นหนึ่งในช่องทางการจัดจำหน่ายที่จะทำให้บริษัทผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์สามารถนำส่งเมล็ดพันธุ์ถึงเกษตรกร พ่อค้าคนกลาง โรงงานอุตสาหกรรมเกษตร และผู้บริโภคทั่วไปในท้องตลาดได้ ดังนั้นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์พืชของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายจะช่วยให้บริษัทผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์สามารถนำไปใช้ในการวางแผนการตลาด และใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาพันธุ์พืชให้สามารถตอบสนองต่อธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรได้อย่างแท้จริง

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์พืชของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์พืชของร้านค้าตัวแทนจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์สามารถนำไปใช้ในการวางแผนการตลาด และแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาพันธุ์พืชให้สามารถตอบสนองต่อธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตร

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมธุรกิจ ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยเฉพาะบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

เมล็ดพันธุ์พืช หมายถึง เมล็ดพันธุ์พืชที่บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ โดยมีการจัดจำหน่ายเมล็ดพันธุ์พืชผ่านทางร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเมล็ดพันธุ์พืช แล้วส่งถึงนายหน้าและเกษตรกร ซึ่งผลผลิตจะถูกนำไปจำหน่ายเป็นผลสดเพื่อบริโภค และส่วนหนึ่งจะถูกนำไปแปรรูปในโรงงานอุตสาหกรรมเกษตร ซึ่งเมล็ดพันธุ์พืช ดังกล่าว ได้แก่ เมล็ดพืชตระกูลกะหล่ำ เช่น ผักกาดขาว ผักกาดเขียว ผักกาดหัว(หัวไชเท้า) ผักกาดกวางตุ้ง ผักกาดหอม กะหล่ำดอก กะหล่ำปลี บร็อคโคลี่ คะน่ำ เมล็ดพืชตระกูลถั่ว เช่น ถั่วฝักยาว ถั่วแขก ถั่วลิสง เมล็ดพืชตระกูลมะเขือ เช่น มะเขือเทศ มะเขือเปราะ มะเขือยาว มะเขือม่วง พริกเผ็ด พริกขี้หนู พริกหวาน เมล็ดพืชตระกูลแตง เช่น แตงโม แคนตาลูป แตงกวา ฟักทอง บวบเหลี่ยม มะระ และเมล็ดพืชตระกูลอื่นๆ เช่น ผักบุ้งจีน ถั่วเขียว ผักชี แครอท ข้าวโพดหวาน หอมแบ่งและมะละกอ

ร้านค้าตัวแทนจำหน่าย หมายถึง ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก ซึ่งทำการจำหน่ายเมล็ดพันธุ์ให้แก่เกษตรกร โดยร้านค้าตัวแทนจำหน่ายจะเป็นสมาชิกหรือมีการทำสัญญาข้อตกลงว่าจะขาย และชำระเงินค่าเมล็ดพันธุ์แก่บริษัทผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์ โดยบริษัทผู้ผลิตเมล็ดพันธุ์จะมีการให้ส่วนลดการค้า และเครดิตการชำระเงินแก่ร้านค้าตัวแทนจำหน่ายเป็นรายๆ ไป