

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจทำข้าว ในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร

ACHIEVEMENT FACTORS OF THE RICE TRADE BUSINESS AT KAMPHAENGPHET PROVINCE

ปณิดา สมสงวน^{1*}

ชนิดา ยาระณะ²

Received 23 March 2019

Revised 4 April 2019

Accepted 26 April 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างทฤษฎีฐานรากเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจทำข้าว ในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชรและเพื่อศึกษาขั้นตอนการประกอบธุรกิจทำข้าวในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร ตลอดจนการศึกษาแนวทางการปรับปรุงพัฒนาธุรกิจทำข้าว ในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ มีการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการธุรกิจทำข้าวในจังหวัดกำแพงเพชร เป็นกลุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี เนื่องจากบุคคลเหล่านี้ มีความรู้ ความเข้าใจ และเชี่ยวชาญในธุรกิจ สามารถให้สัมภาษณ์ข้อมูลกึ่งโครงสร้าง (Semi structure interview) ผู้วิจัยใช้แบบแผนการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับการเลือกตัวอย่างแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) และข้อมูลอ้อมตัวที่ 8 ราย ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Triangulation) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจทำข้าว ในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร ในทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์มีดังนี้ 1.ด้านความซื่อสัตย์ 2.ด้านเรียนรู้และพร้อมปรับตัวทุกสถานการณ์ 3.ด้านการบริหารจัดการเงินทุน มีการวางแผนการเงิน 4.ด้านความใส่ใจและพร้อมมุ่งมั่น 5.ด้านการรู้จักเครือข่ายทางธุรกิจ (connection) 6.ด้านจิตวิทยาการพูด ปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า 7.ด้านการบริหารจัดการบุคคล และ ความสำเร็จของธุรกิจทำข้าว ในทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ มีดังนี้ 1.ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ระยะยาว 2.ธุรกิจดำเนินงานโดยไม่มีภาระหนี้สินผูกพัน และ มีผลกำไรเป็นที่พอใจในทัศนคติของตัวผู้ประกอบการ 3.ธุรกิจทำข้าวเป็นตามกลไกตลาด ประเด็นสำคัญที่ค้นพบในขั้นตอนการประกอบธุรกิจทำข้าว พบว่า 1.การรับซื้อข้าวของผู้ประกอบการทำข้าวไม่มีการวัดคุณภาพข้าวด้านความชื้น 2.การรับซื้อข้าวมีการจ่ายชำระให้ด้วยเงินสด และ ราคา คือสิ่งที่ชาวนาตัดสินใจในการขายข้าวให้ แนวทางการปรับปรุงพัฒนาธุรกิจทำข้าว พบว่า ปัญหาภายนอกธุรกิจทำข้าวในมุมมองทัศนคติผู้ให้สัมภาษณ์ มีดังนี้ 1.ปัญหาการประกอบธุรกิจทำข้าวด้านคู่แข่งจำนวนมาก แข่งขันที่ “ราคา” เป็นสำคัญ 2.ภาครัฐเข้ามาแทรกแซง ทำให้ไม่เป็นไปตามกลไกตลาด 3.ความผันผวนของราคาข้าว 4.กฎหมายจำกัดน้ำหนักรถบรรทุก 5.เทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบัน ปัญหาภายในธุรกิจทำข้าวในมุมมองทัศนคติผู้ให้สัมภาษณ์ 1.การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ การเพิ่มทักษะการทำงานให้พนักงาน 2.ปัญหาการขนส่ง ด้านลดความเสี่ยงอุบัติเหตุ 3.ปัญหาด้านเครื่องชั่งน้ำหนักรถบรรทุก 4.ปัญหาด้านความเพียงพอของรถบรรทุกข้าวเปลือก

คำสำคัญ : ปัจจัยสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ ความสำเร็จของธุรกิจ,ธุรกิจทำข้าว

¹ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร E-mail: pum-apple@hotmail.com

² อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร



Abstract

The objectives of this research were to develop grounded theory on key success factors of the rice trading center business in Kamphaeng Phet province, to study the process of operating the rice trading center business in Kamphaeng Phet province, and to study the guidelines to improve the performance of the rice trading center business in Kamphaeng Phet province. This study was a qualitative research. Key informants were rice trading center operators in Kamphaeng Phet province. They were a theoretical sample because these people had knowledge, understanding and expertise in this business. Data were collected through In-depth Interview. The sample was selected based on the purposive sampling and snowball sampling. The research considered data saturation when obtaining 8 samples. Content analysis was used to analyze data. Data were validated by Triangulation. The results of this research indicated that based on the interviewees' attitudes, key success factors of the rice trading center business in Kamphaeng Phet province included 1. Honesty, 2. Learning and adaptability, 3. Capital management and financial planning, 4. Attention and commitment, 5. Connection, 6. Psychology of speech and Interaction with customers, and 7. Personnel management. From the attitude of the interviewees, the success of the rice trading center business consisted of 1. Sustainable business operation, 2. business operation without obligation and satisfactory profit, and 3. Business operation that belongs to market mechanism. Current issue in Operating rice trading center business of 1. Rice purchase without moisture quality measurement, 2. Rice purchase and payment by cash, and 3. Price as a factor influencing decision making to sell rice. The guidelines to improve the business included as follows: From the attitude of the interviewees, the external environment problems included 1. High competitiveness and price war, 2. Government sector intervention in the market mechanism, 3. Price volatility 4. Truck weight limit law, and 5. Current communication technology. From the attitude of the interviewees, the internal environment problems included 1. Human resource management and increasing work skills for employees, 2. Transportation problems and reduced risk of accidents, 3. Truck scaling, and 4. Sufficient number of trucks.

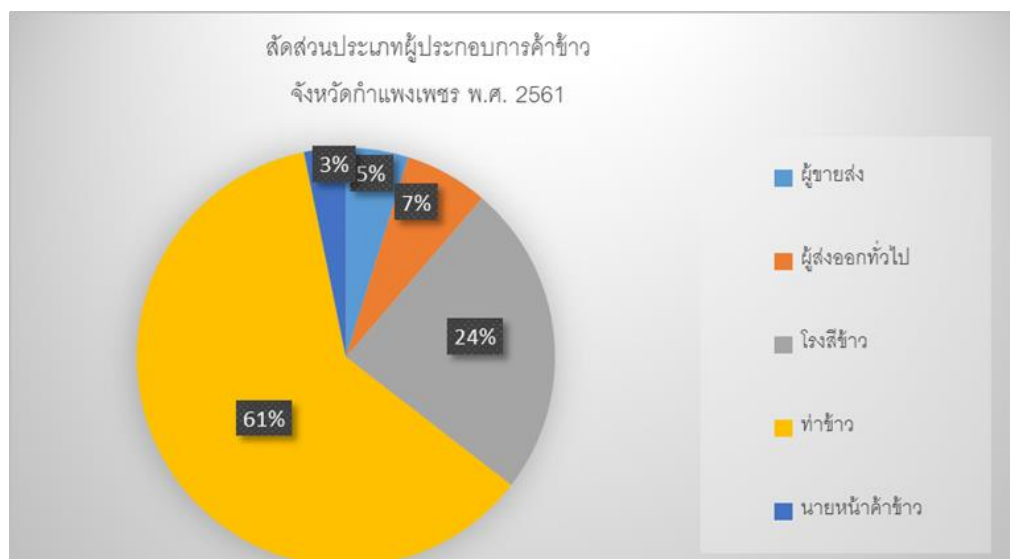
Keywords: key success factors, business success, rice trade center business

บทนำ

ข้าว คือ ชื่อไม้ล้มลุกหลายชนิดหลายสกุล ในวงศ์ Gramineae โดยเฉพาะชนิด *Oryza sativa* L. เมล็ดเป็นอาหารหลัก มีหลายพันธุ์ เช่น ข้าวเจ้า ข้าวเหนียว เป็นต้น (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2554) สังคมไทยเป็นสังคมกสิกรรม ซึ่งประชากรส่วนใหญ่ของสังคมไทยนิยมเพาะปลูกข้าวเป็นหลักมาแต่โบราณ เห็นได้จากหลักฐานทางโบราณคดีที่ตำบล บ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี ซึ่งพบซากของเมล็ดข้าวโรยอยู่รอบๆ โครงกระดูกที่มีอายุราว 5,600 ปี นอกจากนี้ยังพบเมล็ดข้าวที่ถ้ำปุงฮุง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่แสดงให้เห็นว่ามีการปลูกข้าวบริเวณนี้มานานกว่า 5,400 ปีมาแล้ว (สารานุกรมภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย, 2561) ข้าว เป็นพืชที่มีความสำคัญ เพราะเป็นพืชที่เป็นอาหารหลักของชาวเอเชียอาคเนย์ และคนไทยมีการบริโภคข้าวเป็นอาหาร

หลักมาช้านาน ข้าวจึงมีความผูกพันกับคนไทยอย่างใกล้ชิด เรื่องราวของข้าวและสิ่งเกี่ยวกับข้าวทั้งหลายจึงเป็นเหตุปัจจัยพื้นฐานกำหนดลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของคนไทย (วุฒิพล พิศบัน, 2557) ในด้านของเศรษฐกิจ ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและส่งออกข้าวสำคัญของโลกมายาวนาน ในปี 2560 ประเทศไทยมีผลผลิตข้าวมากเป็นอันดับ 6 ของโลก ซึ่งปริมาณผลผลิต ข้าวสารของไทยคิดเป็น 3.9% ของผลผลิตข้าวทั่วโลก มีส่วนแบ่งตลาดคิดเป็น 24.3% ทั้งนี้ ในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2561 ประเทศไทยส่งออกข้าวเป็นอันดับ 1 ของโลกมีมูลค่าการส่งออกอยู่ที่ 3.31 ล้านตัน รวมถึงมีความสำคัญต่อภาวะเศรษฐกิจภูมิภาค เนื่องจากเป็นพืชเกษตรหลักของประเทศ มีพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุด คิดเป็น 45% ของพื้นที่การเกษตรกรรมทั้งหมดของประเทศ โดยมีพื้นที่ 56,298,939 ไร่ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับเกษตรกรจำนวนมากกว่า 17.5 ล้านคน หรือเกือบ 1 ใน 5 ของประชากรทั่วประเทศ (เชษฐา เชื้อสุวรรณ, 2561)

การเพาะปลูกข้าวในประเทศไทยรวมทั้งประเทศมีพื้นที่ปลูกข้าว 56,298,939 ไร่ โดยเขตภาคเหนือมีพื้นที่ปลูกข้าว มากที่สุดเป็นลำดับที่ 2 ของประเทศ รองจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยเขตภาคเหนือมีพื้นที่ 12,347,303 ไร่ และในเขตภาคเหนือ จังหวัดกำแพงเพชร มีพื้นที่เพาะปลูกและผลผลิตมากที่สุดติดอันดับ 5 ของภาคเหนือ (กรมการค้าข้าว, 2560) ในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชรมีผู้ประกอบการค้าข้าว เป็นอันดับ 1 ของภาคเหนือ (กรมการค้าภายใน, 2561) จากการที่ชาวนามีการเพาะปลูกข้าวในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชรเป็นจำนวนมากดังที่กล่าวไว้ข้างต้น จึงทำให้เกิดการตั้งธุรกิจทำข้าว โดยในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชรมีของผู้ประกอบการทำข้าว 76 ราย เป็นอันดับ 2 ของภาคเหนือ รองจากเชียงราย ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 88 ราย (กรมการค้าภายใน, 2561) ธุรกิจค้าข้าว จังหวัดกำแพงเพชร ประเภททำข้าวมีมากถึง 61% ของประเภทผู้ประกอบการค้าข้าวทั้งหมด ดังแสดงใน ภาพที่1: แผนภูมิวงกลมแสดงสัดส่วนประเภทผู้ประกอบการค้าข้าวในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร พ.ศ. 2561



ภาพที่ 1 แผนภูมิวงกลมแสดงสัดส่วนประเภทผู้ประกอบการค้าข้าวในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร พ.ศ.2561
ที่มา: (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดกำแพงเพชร, 2561)

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึงปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจทำข้าว ในจังหวัดกำแพงเพชร รวมทั้งกระบวนการในการประกอบธุรกิจและทัศนคติของผู้ประกอบธุรกิจทำข้าวในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชรต่อปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ด้วยการประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) ในการทำความเข้าใจ ว่า “อะไร คือ ความสำเร็จของธุรกิจทำข้าว ในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร มีขั้นตอนการประกอบธุรกิจทำข้าวอย่างไร” ของธุรกิจทำข้าว ในพื้นที่ จังหวัดกำแพงเพชร รวมทั้งศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จ และทัศนคติความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชรเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีความสนใจประกอบธุรกิจในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างทฤษฎีรากฐานเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจทำข้าว ในเขตจังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อศึกษาขั้นตอนการประกอบธุรกิจทำข้าว ในเขตจังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับปรุงพัฒนาธุรกิจทำข้าว ในเขตจังหวัดกำแพงเพชร

บททวนวรรณกรรมแบ่งหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทำข้าวออกเป็น 3 หัวข้อ ได้แก่

1.รูปแบบการทำธุรกิจค้าข้าวและทำข้าว

ธุรกิจทำข้าว เป็นธุรกิจจดทะเบียนการค้ากับพาณิชย์จังหวัด (กระทรวงพาณิชย์, 2561) โดยมีหลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข ในการยื่นคำขอ และในการพิจารณาอนุญาตทำข้าว โดยสังเขป ดังต่อไปนี้

1) ผู้ที่จะประกอบการค้าข้าวประเภทนำเข้าข้าวจากต่างประเทศ หรือ ประเภทโรงสีที่มีกำลังการผลิตตั้งแต่ 5 ตันต่อวันขึ้นไป หรือประเภทนายหน้าค้าข้าว ประเภทขายส่ง ประเภททำข้าว ต้องได้รับหนังสืออนุญาตให้ประกอบการค้าข้าวก่อน จึงจะประกอบการค้าข้าวได้

2) ผู้ประกอบการค้าข้าวประเภททำข้าว ได้แก่ ผู้ค้าข้าวที่มีสถานที่จัดไว้เพื่อการค้าข้าว และรวมถึงตลาดกลางข้าวเปลือกด้วย

3) หนังสืออนุญาตมีอายุถึงวันที่ 31 ธันวาคม ของปีที่ได้รับอนุญาต

4) การขอต่ออายุหนังสืออนุญาตให้ยื่นคำขอก่อนวันสิ้นอายุ พร้อมเอกสารหลักฐานเช่นเดียวกับการขออนุญาต โดยกรมการค้าภายในจะรับต่ออายุหนังสืออนุญาตในช่วงตั้งแต่เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม ของทุกปี

5) ขั้นตอนการดำเนินงานตามคู่มือจะเริ่มนับระยะเวลาตั้งแต่เจ้าหน้าที่ตรวจสอบเอกสารครบถ้วนตามที่ระบุไว้ในคู่มือบริการประชาชนเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ ในกรณีที่คำขอหรือเอกสารหลักฐานไม่ครบถ้วนและมีความบกพร่องไม่สมบูรณ์ เป็นเหตุให้ไม่สามารถพิจารณาได้ เจ้าหน้าที่จะจัดทำบันทึกความบกพร่องของรายการเอกสารหรือเอกสารหลักฐานที่ต้องยื่นเพิ่มเติมโดยผู้ยื่นคำขอจะต้องดำเนินการแก้ไขและยื่นเอกสารเพิ่มเติมภายในระยะเวลาที่กำหนดในบันทึกดังกล่าว มิเช่นนั้นจะถือว่าผู้ยื่นคำขอละทิ้งคำขอ โดยเจ้าหน้าที่และผู้ยื่นคำขอหรือผู้ได้รับมอบอำนาจจะลงนามบันทึกดังกล่าว และจะมอบสำเนาบันทึกความบกพร่องดังกล่าวให้ผู้ยื่นคำขอหรือผู้ได้รับมอบอำนาจไว้เป็นหลักฐาน

6) พาณิชย์จังหวัด ทำการออกใบอนุญาตให้ผู้ประกอบการทำข้าว

2. ทฤษฎีการตลาดกับการประกอบธุรกิจทำข้าว

Kotler (Kotler Philip, 2003) ได้กล่าวถึงธุรกิจทางการบริการว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) มีรูปแบบ 7Ps ซึ่งหมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process)

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอ ออกขายเพื่อก่อให้เกิดความสนใจ โดยสามารถทำให้เกิดความประทับใจ พึงพอใจในตัวสินค้าหรือบริการที่ได้รับ สามารถสัมผัสได้ถึงคุณค่าในตัวสินค้าหรือบริการอย่างแท้จริง คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความมีชื่อเสียงของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย นอกจากนี้ ตัวผลิตภัณฑ์ที่น่าเสนอขายนั้น สามารถเป็นได้ทั้งในรูปแบบของการมีตัวตนและ/ หรือการไม่มีตัวตนก็ได้ แต่ต้องมีคุณค่าในตัวสินค้าหรือบริการนั้นๆ

2) ด้านราคา (Price) ราคา หมายถึง จำนวนเงินตราที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้รับผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการของกิจการ หรืออาจเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ ผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการนั้นๆ อย่างคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่จ่ายไป นอกจากนี้ ยังอาจหมายถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของตัวเงินซึ่งลูกค้าใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างราคา (Price) ที่ต้องจ่ายเงินออกไป กับคุณค่า (Value) ที่ลูกค้าจะได้รับกลับมาจาก ผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งหากว่าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าก็จะทำ การตัดสินใจซื้อ (Buying Decision)

3) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) สถานที่หรือช่องทางการ จัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางที่ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่น่าเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า โดยผู้ขายมีวัตถุประสงค์ในการ ชักจูงและเกิดพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร 4 ช่องทาง ดังนี้ 1.การโฆษณา 2.พนักงานขาย เป็นการติดต่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า 3.การส่งเสริมการขาย เป็นการช่วยกระตุ้นความสนใจในการใช้บริการลูกค้า 4. ประชาสัมพันธ์ กระตุ้นการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร

5) บุคคล (People) บุคลากร หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งต้องผ่านการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) และการจูงใจ พนักงานเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมายได้ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เหนือคู่แข่ง

6) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer Value Proposition) และช่วยสื่อให้ผู้บริโภค รู้ถึงภาพลักษณ์และคุณภาพของการบริการ และลักษณะกายภาพอื่นๆที่สามารถ ดึงดูดลูกค้าทำให้ ลูกค้ามองเห็นภาพการให้บริการได้อย่างชัดเจน และตอบสนองได้ตรงความต้องการของลูกค้า

7) กระบวนการ (Process) กระบวนการ หมายถึง กระบวนการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและมีคุณภาพ รวดเร็ว ซึ่งกระบวนการต้องมีแนวทางการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม มองเห็นภาพและปฏิบัติได้ มีการปรับปรุงแก้ไขเพื่อไม่ให้เกิดข้อผิดพลาด หรือเกิดการผิดพลาดน้อยที่สุด

หากเชื่อมโยงหลักการของ Kotler (2003) ข้างต้นกับการประกอบธุรกิจทำข้าว ในธุรกิจทำข้าวนี้ งานวิจัยก่อนหน้านี้มีผู้วิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจำหน่ายข้าวเปลือกให้แก่ทำข้าวของชาวนา อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย โดยใช้ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจำหน่ายข้าวเปลือก โดยอธิบายในด้านธุรกิจทำข้าวว่าผลิตภัณฑ์ หมายถึง ทำข้าวมีอุปกรณ์ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพข้าว เช่น เครื่องวัดความชื้น เครื่องกะเทาะ เครื่องขัดขาว ตรา ซึ่งที่ได้รับการตรวจสอบมาตรฐานจากกรมการค้าภายในของจังหวัดและมีการจัดที่นั่งรอเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ชาวนา (มณฑนา รุ่งเพชรรังสี ,2561) ราคา หมายถึง ราคาที่รับซื้อข้าวเปลือกจากชาวนาในราคายุติธรรมตามที่กรมการค้าภายในกำหนด มีการปิดป้ายราคารับซื้อข้าวแต่ละคุณภาพที่ชัดเจน สถานที่หรือช่องทางการ

จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในธุรกิจทำข้าว หมายถึง ช่องทางที่ชาวนามารณนำข้าวเปลือกมาจำหน่ายให้แก่ทำข้าว โดยการเปิดรับซื้อตลอดช่วงฤดูเก็บเกี่ยว มีป้ายบอกจุดอย่างชัดเจน และการคมนาคมสะดวก การส่งเสริมการตลาดในธุรกิจทำข้าว หมายถึง สิ่งจูงใจที่เป็นตัวกระตุ้นให้ชาวนารู้จัก เช่น เสียงตามสายในหมู่บ้าน การที่ช่วยค่าขนส่งแก่รถบรรทุกที่มาขาย ด้านบุคคลหรือพนักงานในธุรกิจทำข้าว หมายถึง การคัดเลือกพนักงาน การฝึกอบรม และการจูงใจพนักงานให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับชาวนาที่มาจำหน่ายให้กับทำข้าว และได้รับบริการที่ดีและเหนือกว่าคู่แข่ง พนักงานมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อชาวนาที่มาจำหน่ายให้กับทำข้าว สามารถสร้างค่านิยม ความชื่นชมให้กับทำข้าวได้ ด้านลักษณะทางกายภาพในธุรกิจทำข้าว หมายถึง ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับชาวนาที่มาจำหน่ายให้กับทำข้าว โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับชาวนา ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกาย สะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว การที่พนักงานทำข้าวมีชุดประจำการปฏิบัติงานแต่ละแผนก มีการบริการสถานที่ที่น่านั่งรอ และห้องน้ำที่สะอาด ด้านกระบวนการในธุรกิจทำข้าว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการของทำข้าวที่นำเสนอให้กับชาวนาที่มาใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ชาวนาเกิดความประทับใจ (มณฑนา รุ่งเพชรรังสี, 2561)

3.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ได้มีผู้วิจัยก่อนหน้านี้ที่มีการนำเอาทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดมาประยุกต์ใช้เพื่อหาปัจจัยสู่ความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ตัวอย่างเช่น จตุพร นิลอรุณ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าช่องสายตะกู อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการวิจัย พบว่า 1.ด้านการบริหารจัดการ พบว่า มีการวางแผนธุรกิจไว้อย่างชัดเจน การบริหารจัดการสื่อสารและการประสานงานกับลูกค้าอย่างเป็นกันเอง เข้าใจง่าย และเข้าใจตรงกัน 2.ด้านบุคคล พบว่า มีทักษะการประสานงานและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า 3.ด้านการเงิน พบว่า การทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใส การจัดทำงบประมาณ รายรับ รายจ่าย ประจำปีการเงินมีจุดมุ่งหมายของการดำเนินการควบคุมและจัดให้มีการตรวจสอบ

มณฑนา รุ่งเพชรรังสี (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจำหน่ายข้าวเปลือกให้แก่ทำข้าวของชาวนา อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงราย เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจำหน่ายข้าวเปลือกให้แก่ทำข้าวของชาวนา รวมถึงการที่ทำข้าวมีอุปกรณ์มาตรฐานในการตรวจสอบสภาพข้าว ด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจำหน่ายข้าวเปลือกให้แก่ทำข้าวของชาวนา พบว่า การรับซื้อข้าวราคาสูงกว่าทำอื่นในระดับคุณภาพข้าวที่เหมือนกัน และทำข้าวมีการชำระเงินสดทุกครั้ง ที่ชาวนานำข้าวเปลือกมาจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจำหน่ายข้าวเปลือกให้แก่ทำข้าว

ศุภรณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่:กรณีศึกษา อำเภอสันทราย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งหมด 13 ธุรกิจ ผลการวิจัย พบว่า 1. ด้านการบริหารจัดการด้านการวางแผน เห็นได้ว่าธุรกิจมีการวางแผนซึ่งส่งผลต่อธุรกิจที่จะต้องมีความยืดหยุ่นสูง สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ 2. ด้านการจัดการองค์กร เห็นได้ว่าธุรกิจมีการแบ่งฝ่ายงานกระจายงานออกเป็นหน้าที่ มีการมอบหมายงานตามความรับผิดชอบและอำนาจหน้าที่ 3. ด้านการจ่ายค่าตอบแทน พบว่า สวัสดิการทางสังคม เช่นค่ารักษาพยาบาล ประกันสังคม เป็นต้น เป็นการสร้างขวัญกำลังใจให้พนักงานปฏิบัติงานได้ด้วยดี

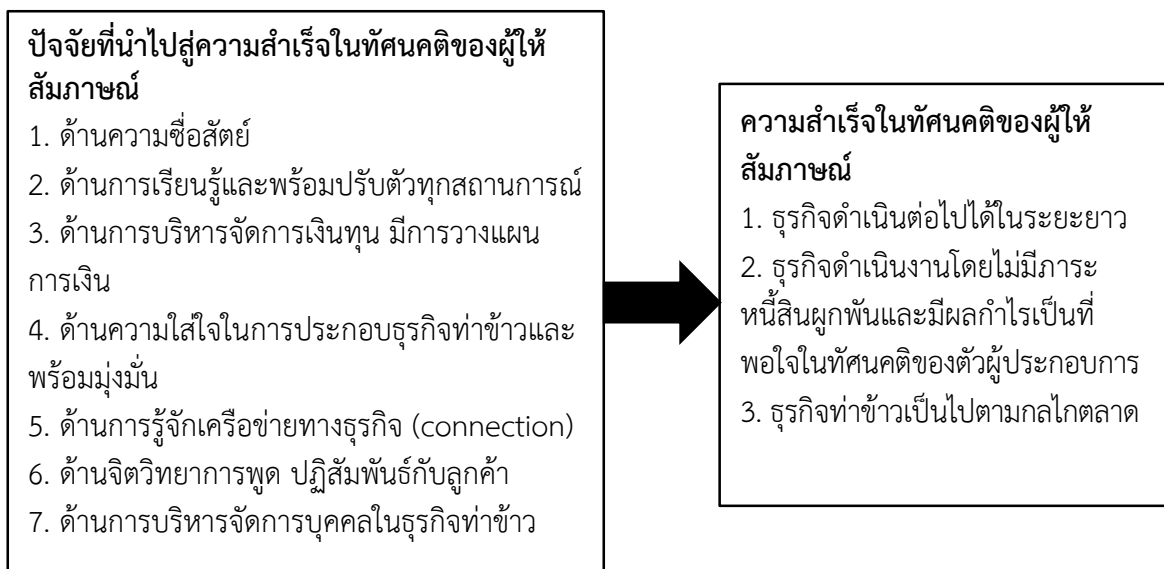
เพ็ญจันทร์ ตันติวิมลขจร (2552) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษา เขตพื้นที่ภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ พบว่า มีการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ปฏิบัติงาน ในด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการได้ในภาพรวม พบว่า ปัจจัยองค์การสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ปฏิบัติงาน ในด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิด การบริหารจัดการ ด้านการวางแผน ด้านบุคคล ด้านการเงิน ด้านการจ่ายค่าตอบแทนพนักงาน และ ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ 7 Ps (Kotler, 2003) มาประยุกต์ใช้ในข้อคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง

อย่างไรก็ตามยังไม่พบงานวิจัยใดที่ประยุกต์ใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7 Ps และการระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจทำข้าวมาก่อน ผู้วิจัยจึงเลือกแนวความคิดจากทฤษฎีของ Kotler (2003) และการศึกษาเชิงคุณภาพ มาเป็นกรอบแนวคิดของงานวิจัย ดังแสดงไว้ในภาพที่ 2

กรอบแนวคิดในการวิจัย

เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยกรอบแนวคิดได้หลังจากลงภาคสนามในการสัมภาษณ์แล้ว



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ธุรกิจทำข้าวทั้งหมด ในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 76 แห่ง ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมข้อมูล คือ ธุรกิจทำข้าวในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร โดยใช้วิธีเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และทำการเก็บข้อมูลจนกว่า ผู้วิจัยจะสัมภาษณ์ตามประเด็นคำถามที่ตั้งไว้จนข้อมูลอิ่มตัว (Saturation) (ทวีศักดิ์ นพเกสร, 2549) จากการศึกษาวิจัยพบว่าได้ข้อมูลที่มีความหมายครบถ้วนจนสามารถตอบคำถามงานวิจัยและวัตถุประสงค์ในการวิจัยได้ที่จำนวน 8 ราย

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี ภายใต้หลักการสำคัญ คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจทำข้าวในจังหวัดกำแพงเพชร จึงเป็นกลุ่มตัวอย่างเชิงทฤษฎี เนื่องจากบุคคลเหล่านี้ มีความรู้ ความเข้าใจ และเชี่ยวชาญในธุรกิจ สามารถให้สัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อใช้ในการสร้างทฤษฎีที่ต้องการศึกษา ผู้วิจัยใช้แบบแผนการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกับการเลือกตัวอย่างแบบ สโนว์บอล (Snowball Sampling) คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักบางท่าน ได้แนะนำประสานงานให้สัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลักคนอื่นๆ (ประสพชัย พสุนนท์, 2555) ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย มีดังนี้

1. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการหาคุณภาพเครื่องมือ โดยผู้วิจัยได้ค้นคว้าข้อมูลทางด้านเอกสารและใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและรวบรวมข้อมูล โดยมีโครงคำถามในการสัมภาษณ์ เครื่องมือที่สำคัญในการวิจัย คือ ตัวผู้วิจัย

2. ผู้วิจัยได้การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจทำข้าว และเตรียมแนวคำถามในการวิจัยโดยใช้คำถามสัมภาษณ์ปลายเปิด ที่มีการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญเรียบร้อยแล้ว ก่อนลงภาคสนามวันสัมภาษณ์จริง

3. ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ตามแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ซึ่งมีผู้ประกอบการที่ให้ความอนุเคราะห์ทั้งสิ้น จำนวน 8 ราย มีการเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบคำถามอย่างอิสระ พร้อมทั้งมีจดบันทึกข้อความ และสังเกตบริบทสถานการณ์ขณะให้สัมภาษณ์ จากนั้นผู้วิจัยทำการสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ พร้อมทวนคำตอบว่าผู้วิจัยเข้าใจตรงกันกับผู้ให้ข้อมูลหลักแล้ว ถูกต้องครบถ้วนเป็นอย่างดี โดยใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์โดยประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที ต่อครั้ง จำนวน 2 ครั้ง

4. หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิทยาการทฤษฎีฐานราก ประยุกต์กระบวนการทัศนแบบการตีความนิยม และการสร้างสรรค์นิยม เพื่อค้นหาความหมายหรือทฤษฎีใหม่จากทัศนะของผู้ประกอบการธุรกิจทำข้าว ในจังหวัดกำแพงเพชร ทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) การวิจัยแบบสร้างคำอธิบายทั่วไปเชิงทฤษฎีจากข้อมูล (Grounded Theory Approach) กระบวนการวิจัยแบบ Grounded Theory เป็นการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมๆกัน iterative analysis โดยไม่ตั้งสมมติฐานไว้ก่อน การวิจัยแบบสร้างคำถามทั่วไปเชิงทฤษฎี จะไม่มีการสร้างสมมติฐานที่อิงทฤษฎีหรืองานวรรณกรรมการวิจัยอื่นๆ ขึ้นมาก่อนเพื่อนำมาเปรียบเทียบกับหรือทดสอบกับข้อมูลที่รวบรวมขึ้นมาภายหลัง จะมุ่งเน้นการการสร้างคำอธิบายเชิงทฤษฎีมากกว่าการทดสอบคำอธิบายเชิงทฤษฎี (ทวีศักดิ์ นพเกสร, 2549)

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและการยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูล ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นการสรุปประเด็นเนื้อหา โดยการจกกลุ่มเนื้อหาหลักที่มีความหมายใกล้เคียงกันและตัดข้อมูลที่ซ้ำซ้อนออกและเป็นการสรุปประเด็นเนื้อหาเพื่อนำมาเรียบเรียงตอบคำถามตามประเด็นวัตถุประสงค์การวิจัย รวมถึงการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Description Analysis) การยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้การตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Method) ซึ่งผู้วิจัย กระทำ 2 ลักษณะ ได้แก่

การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ จะเน้นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากแหล่งต่างๆ นั้นมีความหมายเหมือนกันหรือไม่ ซึ่งถ้าทุกแหล่งข้อมูลพบว่าได้ข้อค้นพบมาเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง ตรวจสอบความแน่นอนของคำพูดในเรื่องเดียวกันแต่คนละเวลาเปรียบเทียบมุมมองของผู้ให้ข้อมูลหลักเปรียบเทียบข้อมูลเรื่องเดียวกันที่มาจากผู้ให้ข้อมูลหลายๆ แห่ง ที่อยู่ในกลุ่มการประกอบธุรกิจทำข้าวในพื้นที่ จังหวัดกำแพงเพชร เหมือนกัน รวมถึงการตรวจสอบข้อมูลสามเส้าโดยการทบทวนข้อมูล (Review triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลโดยทำการทบทวนข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ของผู้วิจัย ซึ่งเป็นการให้ผู้ให้ข้อมูลทบทวนข้อมูลในภาคสนามที่ปรากฏขึ้น ผลการตรวจสอบสามเส้าโดยวิธีนี้ทำให้ผู้วิจัยสามารถเรียนรู้ได้มากขึ้นทั้งด้านความแม่นยำ ความสมบูรณ์ ความเป็นธรรม และความน่าเชื่อถือ ในการวิเคราะห์ข้อมูลรวมทั้งทำให้เกิดความคิดการตีความใหม่ๆ เพิ่มเติม

สรุปผลการวิจัย

Theme 1. การสร้างทฤษฎีฐานรากเกี่ยวกับปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจทำข้าว ในเขตจังหวัดกำแพงเพชร

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ธุรกิจทำข้าวในพื้นที่ จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 8 ราย พบว่า ส่วนใหญ่มีจุดเริ่มต้นของธุรกิจทำข้าว การทำธุรกิจทำข้าวมาจากการมาสานต่อธุรกิจครอบครัว และทำกันจากรุ่นสู่รุ่น ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนเริ่มต้นธุรกิจทำข้าวจากการทำอาชีพเกษตรกรรม เช่น อาชีพชาวนา ได้มีการปรับเปลี่ยนทัศนคติ มองเห็นแนวทางการทำอาชีพทำข้าว โดยเริ่มมองว่า การที่นำข้าวจากชาวนาไปขายโรงสี โดยออกรถบรรทุกทุกขนาดเล็ก มองเห็นช่องทางการค้าขายข้าว เพราะมองว่าทำให้มีรายได้ที่เพิ่มขึ้นมากกว่าทำนาด้วยตัวเอง ก็เริ่มจากการออกรถบรรทุกขนาดเล็กซื้อขายตามพื้นที่เพาะปลูก เริ่มขยายธุรกิจมาลงทุนทำลานข้าวรับซื้อเป็นทำข้าวจนปัจจุบัน และ ผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่ง มีจุดเริ่มต้นมาจากการทำอาชีพที่ไม่ได้เกี่ยวกับข้าวโดยตรง แต่เริ่มต้นมาจากอาชีพอื่นๆ เช่น ธุรกิจห้องพัก โรงแรม ได้มีการเปลี่ยนทัศนคติและมีแนวคิดที่ว่า จังหวัดกำแพงเพชร มีพื้นที่ปลูกข้าวจำนวนมากจึงเปลี่ยนทัศนคติที่ว่า การค้าข้าวมีขั้นตอนการประกอบการที่ไม่ซับซ้อน เพราะมีมุมมองว่าไม่ต้องการกักตุนสินค้า และประกอบกับที่มองว่าประเทศไทยส่งออกข้าวเป็นอันดับต้นๆ และคนไทยบริโภคข้าวเป็นหลัก จึงมองว่าธุรกิจทำข้าวเป็นอาชีพที่ทำระยะยาวและมั่นคง จุดเริ่มต้นของธุรกิจทำข้าวจากการสานต่อกิจการครอบครัว ดังตัวอย่างเช่น

ผู้ให้สัมภาษณ์ A1 กล่าวว่า “มาสานต่อคุณแม่คุณพ่อ ครับ เรียนจบมาแล้วก็ เหมือนมาสานกิจการต่ออะไรประมาณนี้ ก็ไปทำงานมาปีครึ่ง แล้วทีนี้ ที่บ้านเรียกมาช่วยที่บ้าน ทีนี้ก็ ใช้เวลาปรับตัวสักประมาณ 1- 2 ปี กว่าเราจะรู้อะไรหมดทุกอย่าง”

ความสำเร็จของธุรกิจทำข้าว ในทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 8 ราย ประการที่หนึ่ง พบว่า การธุรกิจดำเนินทำข้าวไม่มีตัวชี้วัดความสำเร็จแน่นอน หากธุรกิจต่อไปได้ในระยะยาวก็ถือเป็นความสำเร็จของธุรกิจทำข้าวแล้ว ประการที่สอง พบว่า การที่ธุรกิจทำข้าวไม่มีภาระหนี้สินผูกพัน และมีผลกำไรเป็นที่พอใจ คือ ความสำเร็จในทัศนคติของตัวผู้ประกอบการ และ ประการที่สาม พบว่า การดำเนินธุรกิจทำข้าวให้เป็นตามกลไกตลาด เช่น การดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามอุปสงค์ อุปทานของตลาดโดยไม่มีภาครัฐเข้ามาแทรกแซงกลไกเป็นความสำเร็จของธุรกิจทำข้าว ดังตัวอย่างเช่น ผู้ให้สัมภาษณ์ A1 กล่าวว่า “ที่ว่าความคิดความสำเร็จเนี่ย มันไม่ค่อยยั่งยืน คือ เราจะทำไงก็ได้ให้มันต่อเนื่องไปเรื่อยๆ บางคนสำเร็จในวันนี้ อีก 2 ปีข้างหน้า อาจจะไม่สำเร็จก็ได้ ถูกไหม บางคนอาจจะรุ่งเรืองเมื่อ 3 ปีที่แล้ว แต่ตอนนี้เขาอาจจะซื้อของไม่ได้ก็มี เพราะฉะนั้นที่คิดว่าความสำเร็จ มันพูดยาก มันไม่ได้ตั้งด้วยตัวเงินนะ มันอยู่ที่ คือ เขาอยู่ด้วยนานๆ ไปเรื่อยๆ แล้วเขามีงานตลอดอย่างนี้ นั่นแหละคือความสำเร็จ คือมันบอกไม่ได้ว่าคุณสำเร็จในวันนี้ อีก10ปี คุณจะสำเร็จ ถูกไหม”

ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจทำข้าว ในทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 8 ราย พบว่ามีปัจจัยสำคัญ 7 ประการ ได้แก่

1. การดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์
2. การดำเนินธุรกิจด้วยการเรียนรู้และพร้อมปรับตัวตลอดเวลาตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป
3. การบริหารจัดการเงินทุน โดยผู้ประกอบการมีการวางแผนงานเป็นอย่างดี
4. ความใส่ใจในการประกอบธุรกิจทำข้าวและพร้อมมุ่งมั่นในการทำงาน
5. การรู้จักเครือข่ายทางธุรกิจ
6. การมีจิตวิทยาการพูด ปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า
7. การบริหารจัดการบุคคลในธุรกิจทำข้าวอย่างมีประสิทธิภาพ

ดังตัวอย่าง เช่น

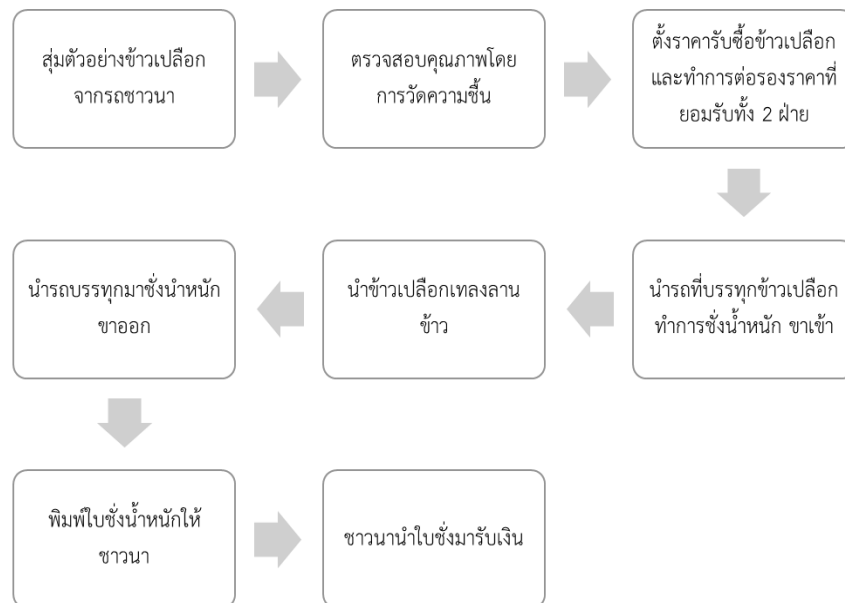
ผู้ให้สัมภาษณ์ A2 กล่าวว่า “พูดถึงที่ทำมาตัวชีวิตความสำเร็จ คือ ความซื่อสัตย์นะ ถ้าสมมุติแบบเราโกงก็โล่งลูกค้า อีกหน่อยลูกค้าก็ไม่มาขาย เหมือนบางที่ถูกปิดไปเพราะความไม่ซื่อสัตย์ แล้วก็โดนปิดทำมั่ง ลูกค้าก็ไม่เข้า”

ผู้ให้สัมภาษณ์ A1 กล่าวว่า “พี่พร้อมจะปรับตัวให้มันเข้ากับปัจจุบันและอนาคต ถูกไหมฮะ แต่พี่ไม่แน่ใจว่า อนาคตเนี่ย มันจะเป็นยังไงถูกไหม เพราะสินค้าเกษตรบางที มันก็ คือ มันก็ไม่เทคโนโลยีจำ มันไม่ได้เหมือนมือถือที่ต้องเปลี่ยนเรื่อยๆถูกไหม ประมาณนี้ พี่ก็เลยคิดว่าเราควรที่จะปรับตัวมากกว่า ให้เข้ากับปัจจุบัน เพราะพี่พยายามปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอด ไม่ค่อยอยู่กับที่ คือ พร้อมที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ประมาณนั้น คือ ถ้าเราอยู่กับที่เนี่ย จบเลย ทุกวันนี้เนี่ย คือ ปีนี้ส่งโรงสีนี้ ปีหน้าก็ส่งโรงสีนี้ มันไม่ได้แล้วไง เราต้องไปเรื่อยๆแล้วต้องมีหนึ่ง มีสอง มีสาม ไม่ใช่ว่าหนึ่ง ก็หนึ่งไปเรื่อยๆจบเลย เพราะโลกเดี๋ยวนี้นั้นเร็วมาก” เป็นต้น

Theme 2. ขั้นตอนการประกอบธุรกิจทำข้าว และประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการรับซื้อข้าวเปลือกของทำข้าวในเขตจังหวัดกำแพงเพชร

ขั้นตอนการประกอบธุรกิจทำข้าว เริ่มจากเมื่อชาวนานำข้าวเปลือกที่เก็บเกี่ยวใส่รถ มาขายยังทำข้าว จะมีการสุ่มตัวอย่างที่ห้องทดสอบคุณภาพข้าวเปลือก โดยใช้ระบบลมดูด จำนวนจุดที่สุ่มดูตัวอย่างประมาณ 5-6 จุดต่อ 1 คันรถ หรือ มีอุปกรณ์ที่เรียกว่า ที่ฉ่ำข้าว ในการแทงสุ่มตัวข้าวบนรถบรรทุก โดยในระหว่างการเก็บตัวอย่าง จะมีพนักงานตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้น ซึ่งจะทำหน้าที่ตรวจในชนิดพันธุ์ข้าว ลักษณะเมล็ด ตรวจวัดความชื้น สิ่งเจือปน เป็นต้น เมื่อตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้น ทำข้าวจะเป็นผู้กำหนดราคาข้าวเปลือก และทำการต่อรองราคาเป็นที่ยอมรับทั้ง 2 ฝ่าย (ทั้งชาวนาและผู้ประกอบกิจการทำข้าวยอมรับข้อตกลง) โดยการตั้งราคาซื้อจะขึ้นอยู่กับอัตราราคาตามช่วงของความชื้นขึ้นอยู่กับว่าแต่ละทำข้าวกำหนด ความชื้นข้าวกับราคาตั้งรับซื้อที่เท่าไร ชาวนาจะนำรถบรรทุกข้าวเปลือกทำการชั่งน้ำหนัก และเทลงลานข้าว หลังจากนั้นจะทำการชั่งน้ำหนักรถบรรทุกอีกครั้งที่เป็นน้ำหนักรถเปล่า เพื่อทราบน้ำหนักข้าวเปลือกที่บรรทุกมาขาย ทำข้าวจะทำการพิมพ์ใบชั่งน้ำหนักให้ชาวนา หลังจากนั้นชาวนาจะนำใบชั่งน้ำหนักมารับเงินค่าข้าวเปลือก เป็นอันเสร็จกระบวนการ

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สรุปกระบวนการขายข้าวเปลือก เป็นแผนภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 3 กระบวนการประกอบธุรกิจทำข้าว

(ที่มา: สรุปผลจากการลงภาคสนามสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทำข้าวในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร โดย ปณิดา สมสงวน, 2561)

ผลการศึกษาพบประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการรับซื้อข้าวเปลือกของทำข้าวในเขตจังหวัดกำแพงเพชร 4 ประการดังนี้ ประเด็นที่ 1 พบว่าชาวนาไม่นิยมให้ทำข้าวคิดราคาตามความชื้นของข้าว แม้ว่าตามข้อบังคับในขั้นตอนการรับซื้อพืชผลทางการเกษตร ตามกฎข้อบังคับของพาณิชย์จังหวัด ผู้ประกอบการธุรกิจทำข้าวต้องมีเครื่องวัดคุณภาพข้าวด้านความชื้นข้าว แต่ในความเป็นจริงชาวนาไม่นิยมให้ผู้ประกอบการมีการตรวจวัดความชื้นของข้าว เนื่องจากชาวนาเกิดความไม่มั่นใจในราคาขายจากการวัดความชื้นของข้าว จึงต้องการให้ทำข้าวรับซื้อในราคาเหมาเพื่อประกันราคาแทน ด้านผู้ประกอบการธุรกิจทำข้าว ส่วนใหญ่มองว่า เพราะชาวนาไม่นิยมและไม่มีกรยอมรับ จึงต้องตั้งราคาข้าวรับซื้อ โดยทำการประมาณความชื้นด้วยการจับข้าวเปลือกด้วยมือและต่อรองเรื่องราคากับชาวนาแทนการตรวจวัดความชื้นและอัตราค่ารับซื้อที่ชัดเจน ประการที่สอง ในขั้นตอนการรับซื้อข้าวเปลือกพบว่า ทำข้าวต้องจ่ายชำระด้วยเงินสดให้แก่เกษตรกรเป็นหลัก ด้วยเหตุว่าชาวนานิยมเลือกแหล่งธุรกิจทำข้าว ที่จะนำข้าวไปขาย โดยนิยมทำข้าวที่จ่ายค่าสินค้าในรูปแบบเงินสด และ ประการที่สาม พบว่าราคาเป็นปัจจัยสำคัญที่ชาวนาตัดสินใจในเลือกแหล่งขายข้าว และประการที่สี่ พบว่า ทำข้าวยังประสบปัญหาด้านความเพียงพอของรถบรรทุกข้าวเปลือกขณะทำการซื้อขายข้าวเปลือก

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจทำข้าว พบว่า มีการช่วยเหลือด้านค่าบรรทุกการขนส่งสินค้าหรือค่านายหน้าให้คนขับรถ และมีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจทำข้าวในการแจกสลากกินแบ่งรัฐบาลแก่ลูกค้า ดังตัวอย่างเช่น

ผู้ให้สัมภาษณ์ A1 กล่าวว่า “ใช้อยู่ตอนแรกๆ ใช้เครื่องวัดความชื้น แต่เขาไม่ค่อยชอบนะ เหมือนชาวนาเค้าไม่ค่อยชอบ เขจะมีเครื่องวัดแบ่งใช้ปะ เวลาเขาโทรมาถามราคาเนี่ย เขาจะถามเลยวัดไหม! ราคานี้วัดไหม อะไรอย่างนี้ ซึ่งปีที่แล้วเนี่ย พี่วัด แต่ปีนี้พี่ยังไม่ได้วัดเลย เพราะพี่กำลัง เหมือนตามใจเขาอะ ชาวนาว่า เขาไม่ต้องการวัด พี่ก็ไม่วัด ประมาณนั้น

ผู้ให้สัมภาษณ์ A2 กล่าวว่า “คือส่วนมากของเราจ่ายเงินสด ที่ว่าเมื่อก่อนนี้บางคน 3 วัน 5 วัน อาทิตย์หนึ่ง เราก็บอกของเราจ่ายเงินสดเลยแล้วกัน บางครั้งคนอื่นที่ไม่เคยมาขายให้เรา เขายังบอกว่า อ้าว จ่ายเงินสดเลยหรือ เราก็จะเขียนไว้ว่าจ่ายเงินสดเลย ขายปุ๊บได้เงินสดเลย” และตัวอย่างกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ ทำข้าว

“ค่าเหียบเบรค” หรือ “ค่าเบรค” หมายถึง การช่วยเหลือด้านค่าบรรทุกการขนส่งสินค้า หรือ ค่านายหน้าให้คนขับรถบรรทุกในการพาข้าวมาขาย ปีนคำที่ใช้ ในวงการธุรกิจค้าข้าว เท่านั้น ดังตัวอย่างเช่น

ผู้ให้สัมภาษณ์ A2 กล่าวว่า “บางคนส่วนมากเป็นคนรถที่พาข้าวมาขาย หมายถึง คนขับรถรับจ้าง เชื้อมา เขาได้ค่าเบรคคันละ 100 บาท ค่าเบรค คือ เขาเลยเรียกว่าค่าเบรค เมื่อก่อนนะถ้ามาไกลๆ ก็ช่วยกันค่าน้ำมันไป 100-200 อะไรแบบนี้ละ กลยุทธ์ของ คือ มีค่าเบรคเลย”

จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สรุปกระบวนการขายข้าวเปลือก เป็นแผนภาพดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4 กระบวนการขายข้าวเปลือก

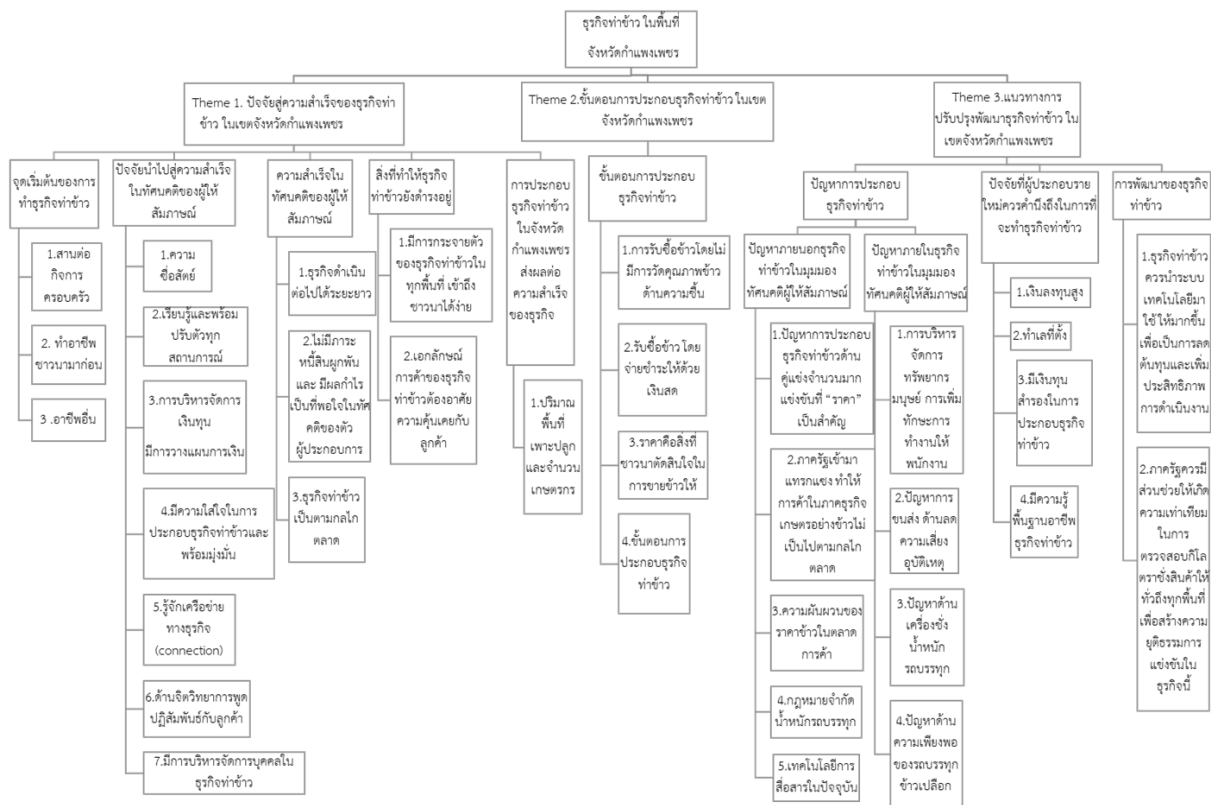
(ที่มา: สรุปผลจากการลงภาคสนามสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทำข้าวในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร โดย ปณิดา สมสงวน, 2561)

Theme 3. แนวทางการปรับปรุงพัฒนาธุรกิจทำข้าว ในเขตจังหวัดกำแพงเพชร

1) ปัญหาภายนอกธุรกิจทำข้าว จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประการที่หนึ่ง พบว่า ปัญหาการประกอบธุรกิจทำข้าวด้านคู่แข่งจำนวนมาก แข่งขันที่ “ราคา” เป็นสำคัญ เนื่องจากว่า ทำข้าวมีการตั้งราคารับซื้อที่แข่งขันกัน ซึ่งส่งผลให้กำไรขั้นต้นต่ำชาวนามีการเปรียบเทียบราคา เป็นสำคัญ ประการที่สอง พบว่า ภาครัฐเข้ามาแทรกแซง ส่งผลให้การค้าในภาคธุรกิจเกษตรเช่นข้าวไม่เป็นไปตามกลไกตลาด ประการที่สาม พบว่า ความผันผวนของราคาข้าวในตลาดการค้ากับสถานการณ์ที่ปรับเปลี่ยนตลอดเวลา ประการที่สี่ พบว่า ด้านกฎหมายจำกัดน้ำหนักบรรทุก ทำให้เกิดปัญหาด้านการลดน้ำหนักการขนส่งของรถบรรทุก ทำให้เกิดการบรรทุกข้าวได้ปริมาณที่น้อยลงกว่าเดิม ส่งผลให้เกิดค่าใช้จ่าย ต้นทุนการขนส่งต่อหน่วยที่สูงขึ้น ประการที่ห้า พบว่า เทคโนโลยีการสื่อสาร เนื่องด้วยการสื่อสารที่รวดเร็วในปัจจุบันทำให้เกษตรกรสื่อสารและพูดคุยปรึกษาการนำข้าวไปขายทำข้าวแต่ละแห่ง โดยพูดคุยเรื่อง ราคา เป็นหลัก

2) ปัญหาภายในธุรกิจทำข้าว จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประการที่หนึ่ง การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ การเพิ่มทักษะการทำงานให้พนักงาน พบว่า พนักงานความรู้ทักษะการทำงานค่อนข้างต่ำ ทำให้เกิดข้อผิดพลาดค่อนข้างมากในการทำงานค่อนข้างมาก ประการที่สอง พบว่า ปัญหาการขนส่งด้านลดความเสี่ยงอุบัติเหตุบนท้องถนน ทำให้ในทัศนคติผู้ประกอบการเกิดความกังวลในเรื่องอุบัติเหตุที่อาจจะเกิดขึ้น ประการที่สาม พบว่า ปัญหาด้านเครื่องชั่งน้ำหนักบรรทุกเกิดข้อผิดพลาดในบางช่วงเวลา การพัฒนาของธุรกิจทำข้าวจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประการที่หนึ่ง พบว่า ธุรกิจทำข้าว ควรนำระบบเทคโนโลยีมาใช้ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ตัวอย่างเช่น การมีตารางควบคุมด้านระบบขนส่ง (GPS) การครบรอบบำรุงรักษาบรรทุกโดยมีการแจ้งเตือนอัตโนมัติด้วยโปรแกรม ประการที่สอง ภาครัฐควรมีส่วนช่วยให้เกิดความเท่าเทียมในการตรวจสอบกิโลตราซังสินค้าให้ทั่วถึงทุกพื้นที่ เพื่อสร้างความยุติธรรมการแข่งขันในธุรกิจทำข้าว

ผลการวิจัยผู้วิจัยได้ข้อสรุปแสดงเป็นแผนผังดังรูปภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แผนผังแสดงผลการวิจัย

(ที่มา: สรุปผลจากการลงภาคสนามสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทำข้าวในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชร โดย ปณิดา สมสงวน, 2561)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ใช้แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ 7 Ps ของ Kotler (2003) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจทำข้าวที่ประกอบธุรกิจทำข้าว ในพื้นที่กำแพงเพชร สอดคล้องกับงานวิจัย ดังนี้

ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่

จตุพร นิลอรุณ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าช่องสายตะกูอำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์

จิตติมา เต็งเมืองปัก (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการบริหารที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในนิคมอุตสาหกรรมนคร จังหวัดปทุมธานี

เพ็ญจันทร์ ดันติวิมลจร (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษา เขตพื้นที่ภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในด้านการเรียนรู้และพร้อมปรับตัวทุกสถานการณ์ เช่น การเรียนรู้การติดตามข่าวสาร ราคาสินค้าเกษตรจากทำข้าวใกล้เคียงตรวจสอบราคาอยู่ตลอดเวลา และปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานในการซื้อขายได้ทันสถานการณ์ ซึ่งความสอดคล้องกับ ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2553) โดยผลการศึกษาวิจัย

พบว่า ธุรกิจมีการวางแผนซึ่งส่งผลต่อธุรกิจที่จะต้องมีความยืดหยุ่นสูง สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในด้านการบริหารจัดการเงินทุน มีการวางแผนการเงิน พบว่า การบริหารจัดการเงินทุน มีการวางแผนการเงิน เป็นเรื่องสำคัญ โดยที่ธุรกิจทำข้าว ต้องมีการทำบัญชี ที่สำคัญที่สุด แต่ละฤดูกาล ต้องมีการประมาณการเงินที่นำมาใช้ในการซื้อข้าว เพื่อเพียงพอกับค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ มีความสอดคล้องกับ จตุพร นิลอรุณ (2559) โดยผลการศึกษาวิจัย พบว่า การทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใส การจัดทำงบประมาณ รายรับ รายจ่าย ประจำปีส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ และ สอดคล้องกับ จิตติมา เต็งเมืองปัก (2554) โดยผลการศึกษาวิจัย พบว่า การกำหนดงบประมาณในการดำเนินงานประจำปี ส่งผลต่อความสำเร็จ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในด้านจิตวิทยาการพูดปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า พบว่า ความเป็นกันเองกับลูกค้า โดยต้องใช้ศิลปะทางการค้าด้วยการใช้ความคุ้นเคยกับชาวนา พูดคุยด้วยคำพูดที่เข้าใจง่ายหรือเป็นภาษาถิ่นของคนของคนในพื้นที่ จะทำให้การค้าไม่เกิดการตึงเครียดเมื่อมีการพูดต่อรองราคาซื้อข้าว มีความสอดคล้องกับ จตุพร นิลอรุณ (2559) โดยผลการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจด้านการบริหารจัดการการสื่อสารและประสานงานกับลูกค้าอย่างเป็นกันเองเข้าใจง่ายและเข้าใจตรงกัน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในด้านการบริหารจัดการบุคคลในธุรกิจทำข้าว พบว่า การบริหารปกครองดูแลคนงาน พนักงาน ต้องรู้จักดูแลเอาใจใส่อุปถัมภ์ให้การดูแลเสมือนคนในครอบครัว มีดูแลการรักษาพยาบาล ยามป่วย บาดเจ็บ การใช้หลักการนี้ทำให้พนักงานอยู่กับผู้ประกอบได้ในระยะยาว ความสอดคล้องกับ ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2553) โดยผลการศึกษาวิจัย พบว่า หนึ่งในปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ คือ ด้านบุคลากรกับค่าตอบแทน มีการกำหนดจ่ายค่าตอบแทนตามความสามารถของพนักงาน การกำหนดจ่ายค่าตอบแทนตามความสามารถของพนักงาน โดยพิจารณา เวลาทำงาน หรือชิ้นงานที่ทำได้ และถึงสิ้นปีจะมีการจ่ายโบนัส เป็นประจำทุกปี พบว่า สวัสดิการทางสังคม เป็นการสร้างขวัญกำลังใจให้พนักงานปฏิบัติงานได้ด้วยดี และ มี สอดคล้องกับ เพ็ญจันทร์ ต้นติวิมลขจร (2552) โดยผลการศึกษาวิจัย พบว่า หนึ่งในปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจ คือ ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ค่าตอบแทนองค์การสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ปฏิบัติงาน ในด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการได้โดยส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในด้านการบริหารจัดการบุคคลในธุรกิจทำข้าว พบว่า ด้านการที่ต้องมีแผนการแบ่งหน้าที่ชัดเจน ทั้งพนักงานขับรถ พนักงานลงข้าว พนักงานชั่งกิโล พนักงานบัญชี พนักงานดูแลสินค้า มีความสอดคล้องกับ จิตติมา เต็งเมืองปัก (2554) โดยผลการศึกษาวิจัย พบว่า ปัจจัยสู่ความสำเร็จของธุรกิจด้านการบริหารงานการจัดการองค์กร โดยโครงสร้างการบริหารงานและแบ่งสายงานชัดเจน รวมถึงมีการกำหนดตัวบุคคลรับผิดชอบแต่ละด้าน ส่งผลต่อความสำเร็จมากที่สุด และ มี สอดคล้องกับ อังศิกา นพาลี (2547) โดยผลการศึกษาวิจัย พบว่า การจัดองค์กร มีการจัดโครงสร้างองค์กรชัดเจน มีกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

ขั้นตอนการประกอบธุรกิจทำข้าว ในเขตจังหวัดกำแพงเพชร ด้านการรับซื้อข้าวโดยไม่มีการวัดคุณภาพข้าวด้านความชื้น โดยตามข้อบังคับในขั้นตอนการรับซื้อพืชผลทางการเกษตร เช่น ข้าว ตามกฎข้อบังคับของพาณิชย์จังหวัดผู้ประกอบการธุรกิจทำข้าวต้องมีเครื่องวัดคุณภาพข้าวด้านความชื้นข้าว ซึ่งในความเป็นจริงนั้น ชาวนาไม่นิยมให้ผู้ประกอบการมีการตรวจวัดคุณภาพข้าว ด้านความชื้น เนื่องจากมีความเชื่อว่าการขายในราคาเหมา จะได้ราคาที่สูงกว่าการวัดความชื้นข้าว ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจทำข้าว ส่วนใหญ่มีทัศนคติมุมมองว่า ถ้ามีการใช้ธุรกิจทำข้าวแห่งใดมีการตรวจวัด เพราะชาวนาไม่นิยมและไม่มีการยอมรับการวัดคุณภาพข้าว ซึ่งไม่

สอดคล้องกับ มัณฑนา รุ่งเพชรรังสี (2561) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ทำข้าวใช้อุปกรณ์มาตรฐานในการตรวจสอบสภาพข้าว เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจำหน่ายข้าวเปลือกแก่ทำข้าว ขั้นตอนการประกอบธุรกิจทำข้าว ในเขตจังหวัดกำแพงเพชร ด้านการรับซื้อข้าวธุรกิจทำข้าวรับซื้อข้าว โดยจ่ายชำระให้ด้วยเงินสด ธุรกิจทำข้าวมีระบบการซื้อขายด้วยเงินสดเป็นหลัก ชาวนานิยมเลือกแหล่งธุรกิจทำข้าว ที่จะนำข้าวไปขาย โดยมีทัศนคติว่าผู้ประกอบการทำข้าวจ่ายค่าสินค้าเป็นเงินสด ซึ่งสอดคล้องกับ มัณฑนา รุ่งเพชรรังสี (2561) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาทำข้าวมีการชำระเงินสดทุกครั้ง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจำหน่ายข้าวเปลือกแก่ทำข้าว

ทฤษฎีการตลาดบริการในธุรกิจทำข้าว ในเขตจังหวัดกำแพงเพชร ด้านราคา คือสิ่งที่ชาวนาตัดสินใจในการเลือกขายข้าวแก่ทำข้าว ว่าสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ การที่ชาวนามุ่งเน้นราคาสินค้าที่จะจำหน่าย ไม่ว่าจะวัดคุณภาพข้าวในกระบวนการซื้อจำหน่ายข้าว สิ่งที่สำคัญที่สุดในการเลือกที่จะตัดสินใจขายให้ คือ ราคาที่ทำข้าวตั้งรับซื้อข้าว ซึ่งสอดคล้องกับ มัณฑนา รุ่งเพชรรังสี (2561) พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา การตั้งราคาซื้อข้าวสูงกว่าทำอื่นในระดับคุณภาพข้าวที่เหมือนกันเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจำหน่ายข้าวเปลือกแก่ทำข้าว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้ ได้ค้นพบปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจทำข้าวและความสำเร็จของธุรกิจทำข้าวในทัศนคติของผู้ประกอบการธุรกิจทำข้าว ซึ่งการวิจัยยังไม่การตัวแบบที่ชัดเจนในการประเมินส่งผลให้ยังมีข้อจำกัดในการอธิบายถึงปรากฏการณ์และการนำไปใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจทำข้าว ดังนั้นการศึกษาต่อยอดในการค้นพบปัจจัยเพิ่มเติมโดยเรียงลำดับความสำคัญ ในเชิงปริมาณ ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ และแจกแบบสอบถามให้กับประชากรธุรกิจทำข้าว ในพื้นที่ ที่สนใจในการศึกษาค้นต่อไปตลอดจนควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยตัวอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจทำข้าว และควรศึกษาปัจจัยสาเหตุและแนวทางการแก้ไขปัญหาในธุรกิจทำข้าวในพื้นที่แตกต่างกันซึ่งอาจพบสาเหตุหรือแนวทางการแก้ไขที่แตกต่างกันจากผลการศึกษานี้ ควรศึกษาความคิดเห็นของเกษตรกรในการเลือกจำหน่ายข้าวเปลือกให้แก่ทำข้าว เนื่องจากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทำข้าวโดยตรง

เอกสารอ้างอิง

- เชษฐา เชื้อสุวรรณ. (2561). **อุตสาหกรรมข้าวไทย**. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com>
- ทวีศักดิ์ นพเกษตร. (2555). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเล่ม2** (พิมพ์ครั้งที่3). พิษณุโลก: หจก.อินดี้อาร์ต.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). **การวิจัยการตลาด**. กรุงเทพฯ: บริษัท สำนักพิมพ์ท็อป จำกัด.
- เพ็ญจันทร์ ตันติวิมลขจร. (2552). **ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาเขตพื้นที่ภาคีเจริญกรุงเทพมหานคร**. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช).
- มัณฑนา รุ่งเพชรรังสี. (2561). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจำหน่ายข้าวเปลือก ให้แก่ทำข้าวของชาวนา อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย**. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏจังหวัดเชียงราย).
- วุฒิพล พิศปิ่น. (2557). **ข้าวไทย: ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง**. สืบค้นจาก <http://nukezmnoz.blogspot.com>



ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์. (2554). ปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดสรรสุดยอด
สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว ในจังหวัดเชียงใหม่: กรณีศึกษา อำเภอสันทราย.
(รายงานการวิจัยปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพายัพ).

สารานุกรมภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย.(มปป.). **ความสำคัญของข้าว**. สืบค้นจาก

<https://sites.google.com/a/wanthawee.com/www/khwam-sakhay-khxng-khaw>

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2554). **พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554**. สืบค้นจาก

<http://www.royin.go.th/dictionary/>

Armstrong, Michael. (2006). **A Handbook of Human Resource Management Practice**, 10th
edition, London: Kogan Page.

Gary Dessler. (2009). **A Framework for human resource management**. USA: Pearson.

Kotler Philip. (2003). **Marketing Management** (11th ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.