



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร)

ปริญญา

ธุรกิจการเกษตร

เศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

Rice Harvesting Service Business in Suphan Buri Province

نامผู้วิจัย นางสาวปรารถนา ม่วงงาม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รongศาสตราจารย์นงนุช อังยูรกุล, M.B.A.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(อาจารย์กุลภา กุลดิลก, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิศิษฐ์ ลิ้มสมบุญชัย, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รongศาสตราจารย์กัญจนา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

สิงสีทงี่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

Rice Harvesting Service Business in Suphan Buri Province

โดย

นางสาวปรารถนา ม่วงงาม

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร)

พ.ศ. 2555

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปรารภ ม่วงงาม 2555: ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ธุรกิจการเกษตร) สาขาธุรกิจการเกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและ
ทรัพยากร อาจารย์ปริกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์ณัฐ อังสุริกุล, M.B.A. 116 หน้า

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการใช้บริการและโซ่คุณค่าของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัด
สุพรรณบุรี จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว จำนวน 100 ราย และ
ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว จำนวน 20 ราย ทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา

ผลการวิจัยความต้องการใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของเกษตรกร พบว่าในการเลือกใช้บริการ
เกษตรกรให้ความสำคัญกับการให้บริการเป็นกันเองมากที่สุด มีความต้องการใช้ รถเกี่ยวข้าวแบบรถอ้อม ราคาบริการ
ต้องเป็นราคามาตรฐาน ติดต่อกับผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ง่ายและไม่ต้องรอคิวนาน ต้องการ
เข้าถึงการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้าง พนักงานต้องมีความชำนาญ ให้บริการด้วยความ
ยินดีพร้อมรับคำสั่งคำติชม และมีความรับผิดชอบ รวมถึงต้องการให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับ
ทุกขั้นตอนของกระบวนการ ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวให้ความสำคัญกับคุณภาพใน
การเก็บเกี่ยวมากที่สุด การเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของผู้ประกอบการ พบว่าในการเพิ่มคุณค่า
กิจกรรมหลัก ได้แก่ ปัจจัยการนำเข้าเป็นรถเกี่ยวข้าวประเภทอ้อมและมีจำนวนรถเกี่ยวข้าวเพียงพอต่อความต้องการ
กระบวนการผลิต ตั้งแต่การจัดลำดับคิวระบบการให้บริการและให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ การเก็บรวบรวมผลงาน
หลังให้บริการควรมีการสอบถามถึงผลงานหลังให้บริการเพื่อสามารถแก้ไขข้อผิดพลาดได้อย่างตรงจุด
การขายและการตลาด ติดต่อกันได้ง่าย ไม่ต้องนัดนาน บริการที่เพิ่มคุณค่า ได้แก่ ลดการรบกวนของเมล็ดข้าว
ส่วนกิจกรรมสนับสนุน ได้แก่ คนขับต้องมีความชำนาญ การพัฒนาเทคโนโลยีมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรถเกี่ยวข้าว
และมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย การบริหารทรัพยากรบุคคลต้องมีการคัดเลือกพนักงาน อบรมมารยาท สร้างแรงจูงใจให้กับ
พนักงาน ทำให้พนักงานมีแรงกระตุ้นในการทำงาน และโครงสร้างพื้นฐานการวางระบบการเงิน การบัญชี
ที่ดีทำให้องค์กรมีความได้เปรียบและดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคง

ข้อเสนอแนะผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว คือ ต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของการเก็บเกี่ยว
และการบริการที่เป็นกันเองมากที่สุดแล้ว ควรมีรถเกี่ยวข้าวแบบรถอ้อม ควรมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อหาราคาที่
มาตรฐานและลดปัญหาการตัดราคา มีระบบการจัดลำดับคิวและมีรถเกี่ยวข้าวในเครือข่ายเพียงพอต่อความต้องการ มี
การส่งเสริมการตลาดที่เข้าถึงเกษตรกรมากขึ้น ด้านพนักงานควรมีการสร้างแรงจูงใจ เพื่อสามารถสร้างความพึงพอใจ
ให้กับเกษตรกร อย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้เกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวเกิดความประทับใจ

Pradtana Muang-ngam 2012: Rice Harvesting Service Business in Suphan Buri Province. Master of Arts (Agribusiness), Major Field: Agribusiness, Department of Agricultural and Resources Economics. Thesis Advisor: Associate Professor Nongnuch Angyurekul, M.B.A. 116 pages.

The objective of this research is to study the demand of service usage and value chain of rice harvesting service business in Suphan Buri obtained from survey by using the questionnaire for interviewing 100 farmers who use the rice harvester service and 20 entrepreneurs of rice harvesting service business. The result is analyzed by descriptive analysis.

The result of farmers' demand on rice harvesting service business, farmers mostly emphasize on service providing. They have the demand of using rice harvester with standard service fee for contacting with the entrepreneur of rice harvesting service easily without waiting for long queue. They also require to approach the promotion of hiring service business as well. The employees have to be professional and gladly provide service as well as ready to be ordered and listen to all complains and admiration as well as consisted of responsibility. They also require the entrepreneur to focus on all process procedures while the entrepreneurs of rice harvesting service business mostly focus on the quality of harvesting. For the value adding to entrepreneur's rice harvesting service business, it is found that the main activities of value adding is the factor of rice harvester importation and sufficient amount of rice harvester, flexible production process from queue management to service providing, the collection of contribution after service providing should have the enquiry regarding the contribution after service providing for resolving all faults correctly and easy contact for marketing and selling. The value added services includes decreasing the falling of rice kernel. Support activities include the expertise of drivers, the technology of rice harvester and devices must be improved to be more modern, there should be employee selection, manager training and motivation for human resource management to induce the employees on working, good foundation structure of accounting and financial system is also able to make organizations obtain more advantage and operate business with stability.

The suggestion of rice harvesting service business entrepreneurs is that it is necessary to emphasize on the quality of harvesting and most friendly service. There should be the available of rice harvester as well as the assembly of entrepreneurs to find the standard price and decrease the problem of price cutting. There should be queue management system and sufficient amount of rice harvester as well as the promotion that can access to farmers increasingly. For employees, there should be motivation to provide farmers satisfaction correctly and rapidly causing the farmers who use the rice harvester service to be impressed.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยค้นคว้าและเรียบเรียงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์ณงนุช อังยุริกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะ พร้อมทั้งตรวจทานแก้ไขและให้การอนุเคราะห์เป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาการวิจัยครั้งนี้ จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร. กุลภา กุลดิลก อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม และคณะอาจารย์ทุกท่าน ที่กรุณาชี้แนะข้อบกพร่องและตรวจทานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ครอบครัว คอยอบรมสั่งสอนให้ความรักและเป็นกำลังใจให้เสมอมา

ประโยชน์อันใดที่วิทยานิพนธ์ฉบับนี้พึงมี ขอมอบแด่คุณพ่อ คุณแม่ ครอบครัว คณาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน และหากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับแต่เพียงผู้เดียว

ปรารธนา ม่วงงาม
เมษายน 2555

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ขอบเขตการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	7
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
กรอบแนวคิดการวิจัย	16
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	18
ประชากร	18
กลุ่มตัวอย่าง	18
ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	18
วิธีการสุ่มตัวอย่าง	19
การเก็บรวบรวมข้อมูล	20
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	20
การวิเคราะห์ข้อมูล	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 สภาพทั่วไปของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี	23
การใช้เครื่องจักรกลการเกษตรและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับรถเกี่ยวข้าว	23
ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว	31
สภาพทั่วไปของการปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี	36
บทที่ 5 ผลการวิจัย	42
ผลการวิเคราะห์ความต้องการใช้บริการรถเกี่ยวข้าวในปัจจัยส่วนประสม	
การตลาด(7P's) ของเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี	42
ผลการวิเคราะห์ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่าของผู้ประกอบ	
ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี	55
การเปรียบเทียบความต้องการใช้บริการและการให้บริการ	72
บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะ	75
สรุปผลการวิจัย	75
ข้อเสนอแนะ	80
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	83
ภาคผนวก	87
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	88
ภาคผนวก ข ตารางผนวก	105
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	116

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	รายงานการขึ้นทะเบียนประมวลผลข้อมูลที่ดัดแปลง	3
2	ความสูญเสียเฉลี่ยจากการเก็บเกี่ยวข้าว โดยใช้เครื่องเกี่ยวนวด	14
3	ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี	46
4	จำนวนครั้งและช่วงเดือนการทำนาของเกษตรกรต่อประสบการณ์การใช้รถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี	47
5	พื้นที่การทำนาของเกษตรกรต่อประสบการณ์การใช้รถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี	48
6	ประสบการณ์การใช้เครื่องจักรกลการเกษตรของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรี	49
7	การติดต่อเข้าใช้บริการรถเกี่ยวข้าวของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรี	50
8	การใช้บริการรถเกี่ยวข้าวของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรี	51
9	พฤติกรรมหลังการใช้บริการรถเกี่ยวข้าวของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรี	52
10	ความคิดเห็นของเกษตรกรในการเลือกใช้บริการรถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี	53
11	ความต้องการใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของเกษตรกรทั้งหมด	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
12	ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวใน จังหวัดสุพรรณบุรี	59
13	ขนาดธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี	60
14	ประสบการณ์การให้บริการเครื่องจักรกลการเกษตร	61
15	ช่องทางการติดต่อระหว่างผู้ประกอบการกับเกษตรกร	62
16	การกำหนดราคาค่าเกี่ยวข้าวและการรับเงินค่าเกี่ยวข้าวของผู้ประกอบการ	63
17	ประเภทของเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว	64
18	การลดต้นทุนในธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของผู้ประกอบการ	65
19	ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อเกษตรกรเรื่องความสำคัญ ในการเลือกใช้บริการรถเกี่ยวข้าว	65
20	การเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่าของ ผู้ประกอบการทั้งหมด	67
21	การเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่าของ ผู้ประกอบการทั้งหมด	70
22	การเปรียบเทียบความต้องการใช้บริการและการให้บริการ	76

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
1	ความต้องการใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของเกษตรกรที่มี ประสบการณ์การใช้รถเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี	108
2	ความต้องการใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของเกษตรกรที่มี ประสบการณ์การใช้รถเกี่ยวข้าว มากกว่า 20 ปี	110
3	การเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่าของ ผู้ประกอบการที่ให้บริการรถเกี่ยวข้าวในช่วง 1-10 ปี	112
4	การเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่าของ ผู้ประกอบการที่ให้บริการรถเกี่ยวข้าวในช่วง 11-20 ปี	115

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	รถเกี่ยวข้าวแบบกระสอบ	6
2	รถเกี่ยวข้าวแบบอ้อม	6
3	โซ่คุณค่า	8
4	กรอบแนวคิดการวิจัย	18
5	หลักการและขั้นตอนการทำงานของเครื่องเกี่ยวนวดข้าว (แบบมีดงัดเก็บหรือดงัดอ้อม)	29
6	กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว	36
7	ขั้นตอนการให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว	37
8	แผนที่จังหวัดสุพรรณบุรี	39
9	ปริมาณน้ำฝนของจังหวัดสุพรรณบุรีในรอบปี 2542	41
10	แหล่งน้ำ และเขตชลประทานของจังหวัดสุพรรณบุรี	42
11	รถดีดดิน	61
12	รถทอยข้าว	61
13	รถเข็นข้าว	61
14	โซ่คุณค่าของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี	73

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

การใช้เครื่องจักรกลการเกษตรในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้น โดยนายคมล สุรงค์สุริยกุล ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย(ส.อ.ท.) กล่าวว่า “เพราะแรงงานในภาคการเกษตรได้ลดลงอย่างมากทำให้เกษตรกรส่วนใหญ่นิยมใช้เครื่องจักรกลการเกษตรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการผลิตและทดแทนแรงงานจากคนในปีนี้มีแนวโน้มการใช้เครื่องจักรกลการเกษตร โดยเฉพาะรถเกี่ยวข้าวหรือรถไถขนาดเล็กจะเพิ่มขึ้นเพราะได้รับอานิสงส์จากพืชผลทางการเกษตรราคาดี ไม่ว่าจะเป็นข้าว ข้าวโพด ยางพารา อ้อย ปาล์มน้ำมัน ดังนั้นผู้ผลิตส่วนใหญ่จึงใช้โอกาสนี้ทำกลยุทธ์ส่งเสริมการขายให้กับเกษตรกร เช่น การนำไปใช้ก่อน การลดราคาพิเศษ” (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2554)

ในอดีตเกษตรกรที่ใช้เครื่องจักรกลทางการเกษตรน้อย เพราะเกษตรกรผลิตข้าวสำหรับบริโภคในครัวเรือนแต่ในปี 2554 เกษตรกรเปลี่ยนมาผลิตข้าวเพื่อการค้า ทำให้เกษตรกรต้องทำการผลิตข้าวมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ขั้นตอนการการเก็บเกี่ยวแบบเดิมโดยใช้แรงงานคนไม่เพียงพอต่อความต้องการ เนื่องจากแต่ละพื้นที่มีระยะเวลาเก็บเกี่ยวที่ใกล้เคียงกัน และการเก็บเกี่ยวข้าวต้องทำในระยะเวลาแก่ที่เหมาะสม ช่วงเวลาเก็บเกี่ยวที่เหมาะสมนี้เป็นช่วงระยะเวลาสั้นๆ ระหว่าง 25-35 วัน หลังข้าวออกดอกเท่านั้น (กองส่งเสริมวิศวกรรมเกษตร, 2551) ดังนั้นขั้นตอนการเก็บเกี่ยวข้าวจึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดของเกษตรกร สามารถส่งผลถึงคุณภาพของเมล็ดข้าว เปอร์เซ็นต์การสูญเสียที่น้อยลง และเมื่อนำไปสีเป็นข้าวสาร จะมีเปอร์เซ็นต์ข้าวหักต่ำ ได้คุณภาพดี ขายได้ราคาเกษตรกรมีรายได้สูงขึ้น ทำให้ความต้องการเครื่องจักรกลในการเก็บเกี่ยวสูงขึ้นตามไปด้วย

ต้นปี 2554 พบว่าการเก็บเกี่ยวข้าวของเกษตรกรนิยมใช้รถเกี่ยวข้าวเป็นหลัก เพราะสามารถเก็บเกี่ยวข้าวได้อย่างรวดเร็วกว่าแรงงานคนหลายเท่าตัวประมาณ 20-30 เท่าตัว มีประสิทธิภาพ ช่วยลดต้นทุนการเก็บเกี่ยวของเกษตรกรเมื่อเปรียบเทียบกับแรงงานคน ลดการสูญเสียจากการร่วงหล่นของข้าว ผลผลิตข้าวมีคุณภาพเพิ่มขึ้น สร้างความสะดวกสบายให้แก่เกษตรกร (กองส่งเสริม

วิศวกรรมเกษตร, 2551) แต่เนื่องจากรถเกี่ยวข้าวมีราคาที่สูง ถ้าเกษตรกรซื้อมาใช้เกี่ยวข้าวเฉพาะในนาของตนเองจะไม่คุ้มการลงทุน จึงเกิดธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว การจ้างรถเกี่ยวข้าวจึงเป็นที่นิยมแพร่หลายในหมู่บ้าน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2536)

นอกจากนี้การเก็บเกี่ยวข้าวเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่มีผลต่อผลผลิตและคุณภาพข้าว ซึ่งนายทรงศักดิ์ วงศ์ภูมิวัฒน์ อธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตร เปิดเผยว่า “กรมส่งเสริมการเกษตรจะร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในสังกัดกระทรวงเกษตรฯ จัดทำโครงการบริการรถเกี่ยวนาวดข้าวสู่เกษตรกร โดยการรับสมัครผู้ประกอบการให้เช่ารถเกี่ยวนาวดข้าวจากภาคต่างๆ ทั่วประเทศ ประสานขอความร่วมมือในการอำนวยความสะดวกในการขนย้ายรถเกี่ยวนาวดข้าว และขอผ่อนผันการตรวจจับ ประโยชน์ที่เกษตรกรจะได้รับ คือ สามารถเก็บเกี่ยวข้าวได้ในระยะเวลาที่เหมาะสม ลดปริมาณการสูญเสียจากการร่วงหล่นได้มูลค่าประมาณ 60 ล้านบาท ลดค่าใช้จ่ายในการเก็บเกี่ยวเมื่อเทียบกับการใช้แรงงานคนคิดเป็นมูลค่า 75 ล้านบาท ผลผลิตข้าวมีคุณภาพเพิ่มขึ้นคิดเป็นมูลค่าประมาณ 366 ล้านบาท ” (หนังสือพิมพ์แนวหน้า, 2550)

จังหวัดสุพรรณบุรีถือเป็นพื้นที่หนึ่งที่นิยมใช้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวเนื่องจากจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นแหล่งผลิตข้าวที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ และเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการผลิตข้าวสูง สามารถทำนาได้ตลอดทั้งปี เกษตรกรจึงสามารถทำนาได้ 2-3 ครั้งต่อปี (ศูนย์วิจัยข้าวสุพรรณบุรี, 2551) จากรายงานความก้าวหน้าการขึ้นทะเบียนการปลูกข้าว ปี 2552/2553 รอบที่ 2 เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2554 พบรายงานการขึ้นทะเบียนประมวลผลข้อมูลที่ตั้งแปลง (ตารางที่ 1) และมีผู้ประกอบการเป็นที่ขึ้นทะเบียนเป็นสมาชิกชมรมรถเกี่ยวข้าวไทยเป็นจำนวน 202 ราย (กองส่งเสริมวิศวกรรมเกษตร, 2551)

ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวเป็นธุรกิจบริการอ้างอิงตามเงื่อนไขรูปแบบสินเชื่อการเกษตรที่ให้กับธุรกิจการเกษตรในสาขานี้เป็นปัจจัยการผลิตในฟาร์ม(Farm Supply) ของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) ส่งผลให้สินเชื่อได้รับการอนุมัติอย่างรวดเร็ว สะดวก และง่ายขึ้น นอกจากนี้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวยังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐ ทำให้ธุรกิจนี้เป็นที่สนใจของผู้ประกอบการ เมื่อมีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น จึงทำให้มีปัญหาต่างๆตามมา เช่น มีการเกี่ยวข้าวตัดราคา อะไหล่รถเกี่ยวข้าวขึ้นราคา ราคาน้ำมันสูง ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น และปัญหาอื่นๆ แต่ราคาที่ให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าวเท่าเดิมหรือถูกลง ส่งผลให้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวมีการแข่งขันที่สูงขึ้น

ตารางที่ 1 รายงานการขึ้นทะเบียนประมวลผลข้อมูลที่ดัดแปลง

อำเภอ	ผ่านคณะกรรมการตรวจสอบ				ออกไปรับรอง				ผลผลิต
	ครัวเรือน	แปลง	ไร่	ผลผลิต (ตัน)	ครัวเรือน	แปลง	ไร่	ผลผลิต (ตัน)	เฉลี่ย (กก./ไร่)
สุพรรณบุรี	44,569	72,102							943.75
1ดอนเจดีย์	2,042	2,572	40,486	37,765.98	2,032	2,559	40,271	37,580.12	932.8
2ด่านช้าง	20	22	252	212.15	20	22	252	212.15	839.37
3บางปลาม้า	6,169	10,189	208,063	205,684.75	6,193	10,183	207,914	205,535.75	988.57
4ศรีประจันต์	4,643	6,854	105,604	102,779.50	4,644	6,854	105,607	102,782.50	973.25
5สองพี่น้อง	6,794	9,818	191,230	185,272.83	6,793	9,798	190,607	184,649.78	968.85
6สามชุก	3,557	4,811	84,590	77,361.71	3,540	4,774	84,087	76,905.61	914.54
7หนองหญ้าไซ	3,585	7,048	68,921	64,619.78	3,567	6,986	68,313	64,033.53	937.58
8อู่ทอง	6,235	8,925	143,433	119,560.61	6,234	8,914	143,188	119,344.70	833.56
9เดิมบางนางบวช	6,263	11,338	152,416	143,288.57	6,259	11,325	152,308	143,193.29	940.11
10 เมือง	6,740	10,525	167,465	160,526.75	6,738	10,519	167,359	160,427.37	958.57

ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี(2554)

ปัญหาเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวแสวงหาวิธีการที่ดีที่สุดใน การบริหารจัดการ ซึ่งมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและความอยู่รอดของธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงต้องมีการพัฒนาธุรกิจของตนเองอย่างต่อเนื่อง ความจำเป็นอย่างยิ่งทำให้การวิจัย ครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความต้องการของเกษตรกรผู้ให้บริการหรือชาวนาในพื้นที่จังหวัด สุพรรณบุรี รวมถึงสภาพทั่วไปของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการ ธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าว เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นของผู้ว่าจ้างและผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้าง เกี่ยวข้าวได้อย่างตรงจุด เพื่อให้หน่วยงานหรือองค์กรภาครัฐมีนโยบายให้ความช่วยเหลือ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในการวิจัย เรื่อง ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาความต้องการใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของเกษตรกรผู้ให้บริการ รถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี
3. เพื่อศึกษาโซ่คุณค่าของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. การสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในการสัมภาษณ์เกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว ในเขต พื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีที่ทำการเก็บเกี่ยวข้าวในช่วงเดือนกันยายน-เดือนตุลาคม 2554 เพราะว่าการ ปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรีไม่มีฤดูกาลจึงใช้ช่วงเวลาการรวบรวมข้อมูลเป็นตัวกำหนดการศึกษา ตัวอย่างในกลุ่มนี้
2. การสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวซึ่งเป็นผู้ประกอบการรับจ้างเกี่ยว ข้าวทั้งในเขตและนอกเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีที่ทำการเกี่ยวข้าวในช่วงเดือนกันยายน-เดือน ตุลาคม 2554

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ทราบถึงความต้องการของเกษตรกรผู้ใช้บริการรถเกี่ยวข้าว และสามารถนำไปปรับปรุงแก้ไขให้ตรงความต้องการของเกษตรกรผู้ใช้บริการรถเกี่ยวข้าว เพื่อลดปัญหาการเกี่ยวข้าวติดราคา
2. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ หรือ ผู้ที่สนใจใช้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ได้เข้าใจถึงสภาพทั่วไปเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี
3. เพื่อให้เกษตรกรเข้าใจการใช้บริการเกี่ยวข้าวจากผู้ประกอบการธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าว
4. เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางกำหนดนโยบายส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

นิยามศัพท์

ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว หมายถึง การเก็บเกี่ยวข้าวด้วยรถเกี่ยวข้าวที่มีการนัดหมายว่าจ้างกันไว้ล่วงหน้ากับผู้ว่าจ้าง และผู้ว่าจ้างสามารถจำหน่ายผลผลิตในวันเดียวกันกับที่เก็บเกี่ยวผลผลิตให้กับแหล่งรับซื้อผลผลิตในสภาพข้าวเปลือกที่มีความชื้นสูงได้เลย

รถเกี่ยวข้าว หมายถึง เครื่องเกี่ยวนวดข้าว เป็นเครื่องจักรกลที่ทำงาน 4 ขั้นตอน ได้แก่ การตัดตอนและการนวด การคัดแยก และการทำความสะอาด อย่างต่อเนื่องกันจนเบ็ดเสร็จรวมกันอยู่ในเครื่องเดียวกัน จากฝัก รวง หรือลำต้น จากนั้นจะทำการแยก และทำความสะอาดออกจากส่วนที่ไม่ใช่เมล็ดหรือสิ่งเจือปนต่างๆ แล้วส่งที่สะอาดสู่กระบอกสูบ หรือภาชนะบรรจุอื่นๆ ในขณะที่เดียวกันจะขับส่วนที่ไม่ใช่เมล็ดออกทิ้งบริเวณส่วนท้ายของเครื่องเกี่ยวนวด ซึ่งเป็นการทำงานอย่างรวดเร็วและประหยัดแรงงาน ทำให้ระยะเวลาในการเก็บเกี่ยวได้ทันฤดูกาลลดค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน ตลอดจนลดการสูญเสียผลผลิตเนื่องจากการเก็บเกี่ยวและนวดลงได้มาก (สาทิศ เวณจันทร์, 2548)

รถเกี่ยวข้าวแบบกระสอบ เป็นเครื่องจักรกลที่ทำงาน 4 ขั้นตอน ได้แก่ การตัดตอน การนวด การคัดแยก และการทำความสะอาด เมื่อทำการคัดแยกและทำความสะอาดเหลือแต่ส่วนของเมล็ดข้าวแล้ว จากนั้นเมล็ดข้าวจะไหลมาตามท่อส่งลงสู่กระสอบข้าว รถเกี่ยวข้าวแบบกระสอบต้องใช้แรงงานคนประมาณ 10 คน เพื่อใช้ในการแบกกระสอบข้าวไปสู่รถเข็นข้าว (ภาพที่ 1)

รถเกี่ยวข้าวแบบอู้ม เป็นเครื่องจักรกลที่ทำงาน 4 ขั้นตอน ได้แก่ การตัดตอน การนวด การคัดแยก และการทำความสะอาด เมื่อทำการคัดแยกและทำความสะอาดเหลือแต่ส่วนของเมล็ดข้าวแล้ว จากนั้นเมล็ดข้าวจะถูกส่งไปตามท่อเกรียวดันเมล็ดข้าวลงสู่ถังอู้ม รถเกี่ยวข้าวแบบอู้มใช้แรงงานคนเพียง 2 คน คือคนขับและเด็กรถคอยเกี่ยวอู้ม เท่านั้น (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 1 รถเกี่ยวข้าวแบบกระสอบ
ที่มา: อนันต์ ม่วงงาม (2554)



ภาพที่ 2 รถเกี่ยวข้าวแบบอู้ม
ที่มา: อนันต์ ม่วงงาม (2554)

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การวิจัยเรื่อง “ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี” ผู้วิจัยทำการตรวจเอกสารดังนี้

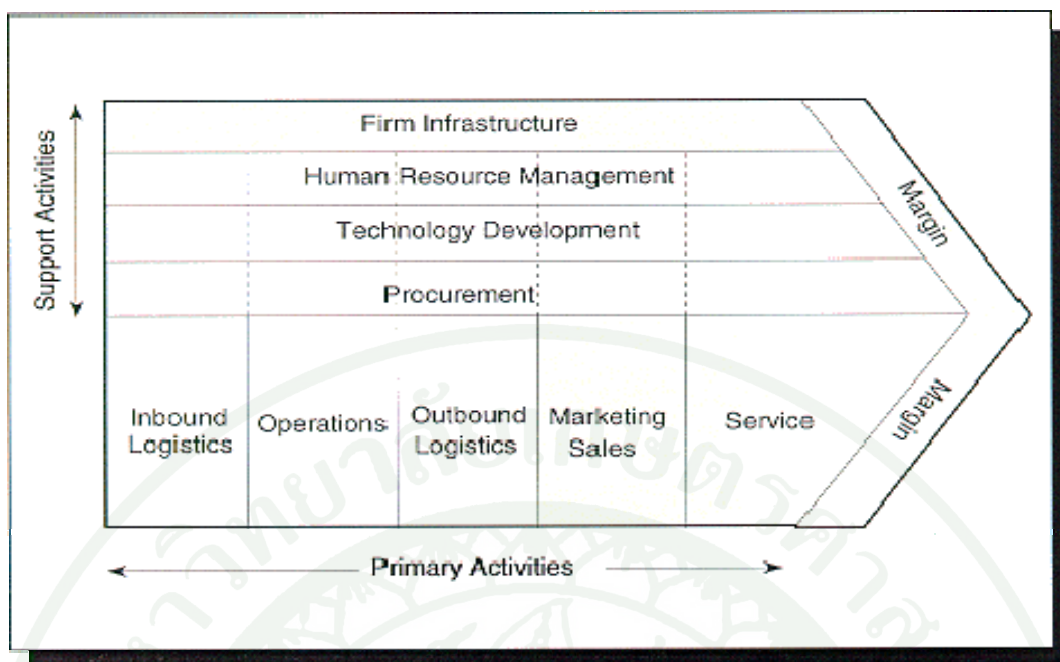
1. โซ่คุณค่าตามแนวคิดของ Michael E. Porter
2. ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

โซ่คุณค่าตามแนวคิดของ Michael E. Porter

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ(2551) ได้กล่าวถึง โซ่คุณค่าไว้ว่าเป็นแนวคิดที่ช่วยในการทำความเข้าใจถึงบทบาทของแต่ละหน่วยงานปฏิบัติการว่าจะมีส่วนช่วยเหลือให้องค์กรธุรกิจก่อกำเนิดคุณค่าให้แก่ลูกค้าได้อย่างไร งานของแนวคิดนี้คือการตรวจสอบต้นทุนต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละกิจกรรมโดยคุณค่าที่บริษัทสร้างขึ้นสามารถวัดได้โดยการพิจารณาว่าผู้บริโภคยินยอมที่จะจ่ายเงินว่าจะซื้อสินค้าและบริการของบริษัทมากน้อยเพียงใด

แนวคิดนี้แบ่งกิจกรรมภายในองค์กร เป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยกิจกรรมทุกประเภทมีส่วนช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการของบริษัท(ภาพที่3)



ภาพที่ 3 โซ่คุณค่า

ที่มา: ชนวนรณ แสงสุวรรณ และคณะ(2551)

กิจกรรมหลัก (Primary Activities) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ การตลาดและการขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย

1. Inbound Logistics การนำเข้าวัตถุดิบ เป็นการวิเคราะห์ในด้านการสั่งซื้อวัตถุดิบ การจัดเก็บวัตถุดิบ การควบคุมการใช้วัตถุดิบ การขนส่งวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการผลิต การควบคุมสินค้าคงคลัง ตารางการขนส่งวัตถุดิบ การจัดเก็บวัตถุดิบที่ดี จะต้องสัมพันธ์กับปริมาณที่ทำให้การผลิตมีความต่อเนื่อง ทำให้ไม่ต้องเก็บวัตถุดิบในปริมาณมากๆ ในคลัง หากการดำเนินงานมีประสิทธิภาพจะช่วยให้ต้นทุนลดลงได้ และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต จะทำให้เป็นจุดแข็งขององค์กรได้

2. Operations กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้าและบริการ เป็นการวิเคราะห์การเพิ่มคุณค่า ให้กับสินค้าและบริการในด้านการวางแผนโรงงาน กระบวนการผลิต การติดตั้งเครื่องจักร การซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร การวางแผนการผลิต กำล้างการผลิต การทดสอบผลิตภัณฑ์ก่อนออกจำหน่ายให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ดังนี้

- 2.1 การออกแบบ เป็นมาตรฐาน ง่ายต่อการผลิต เป็นเอกลักษณ์ทั้งคุณภาพและบริการ การผลิตปริมาณมากเพื่อให้เกิด Economic of scale

2.2 กระบวนการผลิต สายการผลิตไหลเวียนต่อเนื่อง การผลิตแบบ Job Shop, Flow Shop แบบ Mass Production หรือทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำเจาะเฉพาะ Niche Production ตลาดกลุ่มย่อย

2.3 การวางแผนการผลิต วางตามผลิตภัณฑ์ Product Layout หรือวางแผนตามกระบวนการผลิต Processed Layout

2.4 Inventory แบบ Made to Stock หรือ Made to Order

3. Outbound Logistics กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้าและบริการไปยังลูกค้า โดยคำนึงถึงต้นทุนในการจัดเก็บสินค้า การบริหารคลังสินค้าที่ดี การกระจายสินค้าโดยเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ในลักษณะที่ทำให้ต้นทุนขององค์กรลดลง

4. Marketing and Sales กิจกรรมเกี่ยวกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งจะกล่าวถึงต่อไปในเรื่องของส่วนผสมการตลาด

5. Customer Services กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้านวมถึงการบริการหลังการขาย เป็นกิจกรรมที่สำคัญในการแข่งขันเพราะผู้ใช้บริการมองเห็นและรู้สึกได้ทันที ถ้าผู้ใช้บริการประทับใจจะกลับมาซื้อซ้ำ

กิจกรรมสนับสนุน(Support Activities) เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย

1. Procurement กิจกรรมในการจัดซื้อ-จัดหาเพื่อมาใช้ในกิจกรรมหลัก ประกอบด้วย การซื้อสิ่งนำเข้าทั้งหมดที่ต้องใช้ในกระบวนการผลิต จัดซื้อวัตถุดิบ อุปกรณ์ เครื่องจักร วัสดุสิ้นเปลือง ที่ดิน อาคาร เป็นการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับ Supplier เพื่อให้ได้สินค้าในราคาที่เหมาะสมและคุณภาพที่ดี

2. Technology Development กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต การออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต พัฒนาเทคนิคการประกอบใหม่ๆ รวมถึงการ

บรรจุหีบห่อ การออกแบบผังโรงงานใหม่เพื่อลดขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนหรือล่าช้า เป็นการเพิ่มคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของบริษัท

3. Human Resource Management กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่วิเคราะห์ความต้องการ สรรหาและคัดเลือก ประเมินผล พัฒนาฝึกอบรม ระบบเงินเดือน ค่าจ้าง และแรงงานสัมพันธ์ มีผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value – adding activities) ทุกชนิดในบริษัท การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่ประสบความสำเร็จถือเป็นปัจจัยหลักสำคัญที่จะกำหนดจุดแข็งของบริษัท เช่น

- (1) การวางแผนกำลังคนที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต
- (2) การสรรหา คัดเลือก ให้ได้คนที่มีประสิทธิภาพ
- (3) การประเมินผลอย่างยุติธรรม มีหลักเกณฑ์เป็นที่ยอมรับของพนักงาน
- (4) การฝึกอบรม พัฒนาพนักงานให้เพิ่มทักษะ ความสามารถอย่างสม่ำเสมอ
- (5) การบริหารเงินเดือน ค่าจ้าง อย่างยุติธรรม
- (6) การร้องทุกข์ของพนักงานและการลงโทษที่ยุติธรรม
- (7) มีการทำคู่มือการปฏิบัติงาน อธิบายว่างานนี้ใครรับผิดชอบ รับผิดชอบอะไร

4. Firm Infrastructure โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร กิจกรรมเหล่านี้ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กิจการ ช่วยสร้างความแข็งแกร่งทางด้านการแข่งขัน

ซึ่งกิจกรรมหลักข้างต้นจะทำงานประสานงานกันได้ดีจนก่อให้เกิดคุณค่าได้นั้น จะต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม และนอกจากกิจกรรมสนับสนุนจะทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมหลักแล้ว กิจกรรมสนับสนุนยังจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนซึ่งกันและกันอีกด้วย โดยจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนเชื่อมต่อกิจกรรมในทุกๆ องค์ประกอบของห่วงโซ่คุณค่า เป็นการสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันขององค์กรเป็นอย่างดี

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ได้อ้างถึงแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Mix) ของ Philip Kotler ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางการนำเสนอบริการ (Channels)

4. ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็น ความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกาย สะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติ ในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรเพ็ญ วิจัยนัประเสริฐ (2535) ได้ศึกษารถเกี่ยวข้าวในประเทศไทยพบว่า ในการเกี่ยว นวดข้าว 1 ไร่ จะสิ้นเปลืองน้ำมันเชื้อเพลิง ไร่ละ 3 ลิตร น้ำมันไฮดรอลิกไร่ละ 0.03 ลิตร น้ำมัน เกียร์ไร่ละ 0.02 ลิตร สำหรับน้ำมันเครื่องจะมีการถ่าย ทุกๆ 100-150 ไร่ โดยเฉลี่ยแล้วใช้ไร่ละ 0.06 ลิตร นอกจากนี้ปัจจัยผันแปรต่างๆ ดังกล่าวมาข้างต้นแล้วต้นทุนผันแปรที่เกิดจากการใช้เครื่องยังมี ค่าซ่อมแซมและค่าบำรุงรักษาเฉลี่ยไร่ละ 40 บาท

สมชาย ชวนอุดม (2542) ความสูญเสียจากการเกี่ยวเกี่ยวข้าวโดยใช้เครื่องเกี่ยวนวด เครื่อง เกี่ยวนวดข้าวมีอุปกรณ์ที่ส่งผลต่อความสูญเสียจากการเกี่ยวเกี่ยวที่สำคัญ 3 ส่วน ดังนี้

1. ชุดหัวเกี่ยว ในการทำงานประกอบด้วย ล้อโน้มทำหน้าที่เกาต้นพืชที่ล้มและหรือโน้ม ต้นพืชที่ตั้งให้เข้ามาหาชุดใบมีด ชุดใบมีดตัดต้น พืชและถูกล้อโน้มโน้มส่งต่อเข้ามายังเกลียว ลำเลียงหน้าเพื่อรวบรวมต้นพืชมายังส่วนกลางของชุดหัวเกี่ยวสำหรับส่งเข้าสู่ชุดคอลำเลียงเพื่อกวาด พาดต้นพืชส่งต่อไปยังชุดนวด

2. ชุดนวด เป็นส่วนที่ทำหน้าที่ในการแยกเมล็ดให้หลุดจากฟาง โดยการทำการฟาดตีของ ลูกนวดและหรือหมุนเหวี่ยงข้าวให้ฟาดตีกับตะแกรงนวดเพื่อแยกเมล็ดออกจากรวง ส่วนเมล็ดที่ถูก นวดแล้วถูกแยกออกจากชุดนวดโดยผ่านตะแกรงนวดที่ทำหน้าที่ในการกรองฟางไม่ให้ไหลปนไป กับเมล็ด เมล็ดที่ผ่านตะแกรงนวดตกลงไปยังชุดทำความสะอาด

3. ชุดทำความสะอาด ประกอบด้วยอุปกรณ์ที่สำคัญ 2 ส่วนคือ ตะแกรงทำความสะอาดทำหน้าที่แยกเศษหรือท่อนฟางหลังการนวดให้ออกจากเมล็ด ทำงานร่วมกับชุดพัดลมที่อยู่ใต้ตะแกรงทำความสะอาด โดยชุดพัดลมเป่าเศษฟุ้ง ข้าวลืบ เศษฟาง และสิ่งเจือปนอื่น ๆ ให้แยกจากเมล็ดออกไปท้ายเครื่อง

ในการผลิตข้าวของประเทศไทยมีพันธุ์ข้าวที่ใช้ในการเพาะปลูกหลากหลายพันธุ์ แต่สามารถแบ่งเป็นกลุ่มพันธุ์ข้าวใหญ่ๆ ได้ 2 กลุ่มพันธุ์ข้าว คือ ข้าวพันธุ์พื้นเมือง และข้าวพันธุ์ลูกผสม ซึ่งพันธุ์ข้าวเหล่านี้ก็มีผลต่อความสูญเสียเช่นเดียวกันจากการสำรวจความสูญเสียจากการใช้เครื่องเกี่ยวนวดข้าวสำหรับข้าวพันธุ์ข้าวดอกมะลิ 105 ซึ่งเป็นพื้นเมืองที่สำคัญที่สุดของไทยในเขตทุ่งกุลาร้องไห้ และข้าวพันธุ์ชัยนาท 1 ซึ่งเป็นข้าวพันธุ์ลูกผสมที่สำคัญของไทยในเขตพื้นที่จังหวัดขอนแก่น กาฬสินธุ์ และมหาสารคาม (ตารางที่ 2) เมื่อเก็บเกี่ยวข้าวพันธุ์ชัยนาท 1 พบว่าการทำงานของชุดนวดส่งผลต่อความสูญเสียมากที่สุดถึงร้อยละ 91 ของความสูญเสียรวมจากการเก็บเกี่ยวข้าวพันธุ์ชัยนาท 1 หรือคิดเป็นความสูญเสีย 6.20 เปอร์เซ็นต์ของผลผลิต ซึ่งเป็นความสูญเสียที่ค่อนข้างสูง ส่วนการทำงานของชุดหัวเกี่ยว และชุดทำความสะอาดส่งผลต่อความสูญเสียไม่มากนักเท่ากับร้อยละ 4.8 และ 4.2 ของความสูญเสียรวมจากการเก็บเกี่ยวข้าวพันธุ์ชัยนาท 1 ตามลำดับ ผลของความสูญเสียแตกต่างจากการเก็บเกี่ยวโดยใช้เครื่องเกี่ยวนวดสำหรับข้าวพันธุ์ข้าวดอกมะลิ 105 ที่ความสูญเสียส่วนใหญ่เกิดจากการทำงานของชุดหัวเกี่ยวที่มีความสูญเสียร้อยละ 58.8 ของความสูญเสียรวมจากการเก็บเกี่ยวข้าวพันธุ์ข้าวดอกมะลิ 105 หรือคิดเป็นความสูญเสีย 1.86 เปอร์เซ็นต์ของผลผลิต รองลงมาเป็นความสูญเสียที่เกิดจากการทำงานของชุดนวด และชุดทำความสะอาดเท่ากับร้อยละ 34.2 และ 7.0 ของความสูญเสียรวมจากการเก็บเกี่ยวข้าวพันธุ์ข้าวดอกมะลิ 105 ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องมาจากข้าวพันธุ์ข้าวดอกมะลิ 105 เป็นข้าวพันธุ์พื้นเมืองเมล็ดร่วงหล่นได้ง่ายเมื่อสุกแก่หรือข้าวพันธุ์นวดง่าย จึงทำให้มีความสูญเสียจากชุดหัวเกี่ยวสูงกว่าการนวดและการคัดแยกในชุดนวด ส่วนข้าวพันธุ์ชัยนาท 1 ซึ่งเป็นข้าวนาปรังหรือข้าวพันธุ์ไม่ไวแสง และเป็นพันธุ์ลูกผสมเมล็ดร่วงหล่นได้ยากกว่าเมื่อสุกแก่หรือข้าวพันธุ์นวดยากกว่าพันธุ์พื้นเมืองจึงทำให้มีความสูญเสียจากการนวดและคัดแยกในชุดนวดสูงกว่าการเกี่ยว

ตารางที่ 2 ความสูญเสียเฉลี่ยจากการเก็บเกี่ยวข้าว โดยใช้เครื่องเกี่ยวนวด

แหล่งความสูญเสีย	พันธุ์ขาวดอกมะลิ 105		พันธุ์ชัยนาท 1	
	ความสูญเสีย (%ของผลผลิต)	ร้อยละของความ สูญเสียรวม	ความสูญเสีย (%ของผลผลิต)	ร้อยละของความ สูญเสียรวม
ชุดหัวเกี่ยว	1.86	58.8	0.32	4.8
ชุดนวด	1.08	34.2	6.20	91.0
ชุดทำความสะอาด	0.22	7.0	0.29	4.2
รวม	3.16	100.0	6.85	100.0

ที่มา: สมชาย ชวนอุดม (2542)

ดังนั้นในการใช้งาน ปรับแต่ง การพัฒนาและหรือการวิจัยเพื่อลดความสูญเสียจากการเก็บเกี่ยวโดยใช้เครื่องเกี่ยวนวดจึงควรเน้นปรับแต่ง และหรือศึกษาเฉพาะอุปกรณ์ที่มีผลต่อพันธุ์ข้าวในกลุ่มนั้นๆ คือ ควรเน้นปรับแต่งและหรือศึกษาชุดหัวเกี่ยวเมื่อทำการเก็บเกี่ยวข้าวพันธุ์พื้นเมือง และควรเน้นปรับแต่งและหรือศึกษาชุดนวดเมื่อทำการเก็บเกี่ยวข้าวพันธุ์ลูกผสม

จิราวรรณ ภูมิภักดิ์ (2544) ได้ศึกษาเรื่องการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์รถเกี่ยว-นวดข้าวกรณีศึกษา: บริษัท สยามแอ็พไฟล์ จำกัด ผู้ผลิตรถเกี่ยวข้าวแห่งแรกในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อเครื่องเกี่ยว-นวดข้าว รุ่นที่ใช้ในปี 2544 และความต้องการของลูกค้าที่มีต่อเครื่องเกี่ยว-นวดข้าว รุ่นใหม่เพื่อใช้เป็นแนวทางการวางรูปแบบกลยุทธ์การตลาดในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลการศึกษาอาจสรุปได้เป็น 2 ส่วนคือ ผลจากการสำรวจโดยการสัมภาษณ์ลูกค้าของบริษัท และ ข้อเสนอแนะในการกำหนดกลยุทธ์ทางด้านการตลาดของบริษัท ผลจากการสำรวจ จำแนกได้เป็น 4 ประเด็นหลักคือ

1. ลูกค้ามีความพึงพอใจเครื่องเกี่ยว-นวดรุ่นปัจจุบันของบริษัท สยามฯ ในด้านชื่อเสียง และคุณภาพของรถ ตามลำดับ

2. ความต้องการในการซื้อเครื่องเกี่ยวนวดเครื่องใหม่ ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่แน่ใจว่าจะซื้อเครื่องเกี่ยวนวดเครื่องใหม่เมื่อใด แต่มีความต้องการจะซื้อเครื่องเกี่ยวนวดเครื่องใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานร้อยละ 43 เพื่อทดแทนคันเก่าที่หมดอายุการใช้งานร้อยละ 28 และเพื่อขยายกิจการร้อยละ 24

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อเครื่องเกี่ยวนวดข้าวเครื่องใหม่ เรียงตามอันดับความสำคัญคือ คุณภาพและความทนทานของผลิตภัณฑ์บริการหลังการขายที่ดี อะไหล่มีพร้อมหาซื้อง่าย ซ่อมแซม และดูแลรักษาง่ายตลอดจนชื่อเสียงของบริษัทเชื่อถือได้

4. ราคาเครื่องเกี่ยวนวดเครื่องใหม่ที่จะซื้อควรเหมาะสมกับคุณภาพและมีราคาประมาณ 600,000 - 800,000 บาท หรือมากกว่านั้นแต่ไม่ควรเกิน 1,000,000 บาท

รังสิต กุศลสมบุรณ์ (2546) ได้ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภค พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณภาพของรถและความคงทน การประหยัดน้ำมัน ราคาของรถ ราคาของอะไหล่ มาตรฐานของศูนย์บริการ โชว์รูมใกล้บ้าน จำนวนศูนย์บริการจากผู้ผลิต และชื่อเสียงของโชว์รูมและตัวแทนจำหน่าย การรับประกันซ่อมฟรี 3 ปี หรือ 30,000 กิโลเมตร มีโปรโมชั่นไม่คิดค่าบริการหรือค่าอะไหล่ โปรโมชั่นการลดราคา ดังนั้น การวิจัยและการพัฒนามาใช้ควบคู่กับกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม จะทำให้สามารถเพิ่มยอดขายการจัดจำหน่ายของรถยนต์ได้อีกทางหนึ่ง

วรวุฒิ ศรีโสภิต (2550) ได้ศึกษาเรื่องการนำโปรแกรม SAP R/3 มาใช้ในระบบลูกโซ่คุณค่า บริษัท ทรูศึกษา ในประเทศไทย พบว่าบริษัททรูศึกษา ในประเทศไทย ได้นำระบบ SAP R/3 เข้ามาปรับปรุงระบบฐานข้อมูลให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และมีการเชื่อมโยงข้อมูลทุกหน่วยงานทำให้การประสานงานทำได้รวดเร็วยิ่งขึ้น รวมถึงช่วยให้ระบบคลังสินค้าเป็นระบบอัตโนมัติ ซึ่งส่งผลให้บริษัททรูศึกษา สามารถควบคุมปริมาณในคลังได้ดีขึ้น รวมถึงลดต้นทุนและป้องกันการสูญหายจากการใช้เอกสาร โดยปัญหาที่พบหลังการติดตั้งระบบ SAP R/3 คือ ความไม่ชำนาญในการใช้งานของผู้ใช้งาน รวมถึงต้องมีผู้เชี่ยวชาญ ดูแลรักษาระบบ ทั้งนี้พบว่า ระบบ SAP R/3 สามารถนำมาใช้ในกิจกรรมต่างๆ ตามแนวคิดทฤษฎีลูกโซ่คุณค่า เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันให้กับธุรกิจได้ เป็นผลให้บริษัททรูศึกษา มีอัตราส่วนทางการเงินที่ดีขึ้นและอัตราการเจริญเติบโต ของยอดขายสูงกว่าอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายเฉลี่ยของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจแบบเดียวกัน ภายหลังการติดตั้งระบบ SAP R/3 ซึ่งเป็นผลมาจากความได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันในธุรกิจที่เกิดจากการนำระบบ SAP R/3 มาใช้

พิมกมล แก้วใส (2554) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ห้โซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ไทย พบว่า ราคามันสำปะหลังสดและผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังมีความผันผวนค่อนข้างสูง จึงทำให้

สัดส่วนผลตอบแทนในโซ่คุณค่ามีความผันผวนตามไปด้วย โดยผู้ประกอบการมันสำปะหลังอัดเม็ดจะได้รับผลกระทบน้อยที่สุด ในขณะที่เกษตรกรได้รับผลกระทบมากที่สุด สำหรับแนวทางการเพิ่มคุณค่าให้กับกิจกรรมการนำเข้าวัตถุดิบและกิจกรรมการผลิต เกษตรกรสามารถทำได้ด้วยการเลือกใช้พันธุ์มันสำปะหลังที่ให้ผลผลิตสูง เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ การวางแผนการปลูกมันสำปะหลังล่วงหน้า เพื่อให้สามารถเพาะปลูกมันสำปะหลังได้ในช่วงเวลาที่เหมาะสม และการเก็บเกี่ยวมันช่วงอายุ 12 เดือน สำหรับผู้ประกอบการ สามารถทำได้โดยคาดการณ์แนวโน้มความต้องการผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจากราคาข้าวโพดและข้าวสาลี ซึ่งปริมาณความต้องการมันสำปะหลังจะสูงขึ้น เมื่อราคาของพืชอาหารหลักจะสูงขึ้น จนถึงระดับหนึ่ง ราคาผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังจะปรับตัวสูงขึ้นตามกฎอุปสงค์และอุปทาน ทำให้ความแตกต่างระหว่างราคาพืชอาหารหลักและราคาผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังต่ำลง ปริมาณการส่งออกผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังดิบมีแนวโน้มลดลง สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาข้าวโพดในตลาดโลกและปริมาณการส่งออกมันสำปะหลังอัดเม็ด และราคาการส่งออกกากน้ำตาลของไทยและปริมาณการส่งออกราคามันสำปะหลังเส้น พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านสถานการณ์ความต้องการมันสำปะหลังในตลาดโลก พบว่า มีอุปสงค์สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์และการผลิตเอทานอลที่มีการขยายตัวมาก แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมนี้

จากการตรวจสอบเอกสาร ผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการวิจัยและพบว่าการวิจัยเรื่องการศึกษาการเกี่ยวข้าวในประเทศไทยทำให้ทราบถึงต้นทุนเฉลี่ยต่อไร่ สามารถนำมาวิเคราะห์ร่วมกับกิจกรรมภายในโซ่คุณค่าทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน สามารถสร้างความได้เปรียบในการดำเนินงานด้านต่างๆ ได้ ผู้วิจัยคาดว่า การศึกษาเรื่องโซ่คุณค่าเป็นแนวทางให้ต้นทุนในการดำเนินงานลดลงและผลการดำเนินงานของกิจการดีขึ้น การศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดจะช่วยให้ทราบถึงความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและการวิจัยเรื่องความสูญเสียจากการเกี่ยวเกี่ยวข้าวโดยใช้เครื่องเกี่ยวนวด ผู้วิจัยคาดว่าเกษตรกรผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับคุณภาพของการเกี่ยวเกี่ยวข้าวมากที่สุด

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่องธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรีในครั้งนี้ มีกรอบแนวคิดในการศึกษาดังภาพที่ 4 โดยศึกษาเป็น 2 ด้าน คือ ด้านผู้ประกอบการธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากผู้ประกอบการเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลสภาพ

ทั่วไปของธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี และศึกษาเกี่ยวกับโซ่คุณค่า เริ่มตั้งแต่การจูงจูงเกี่ยวข้าวไปจนถึงสิ้นสุดการเกี่ยวข้าวในแต่ละครั้ง และด้านเกษตรกรผู้ว่าจ้างธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี ศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของผู้บริโภคจากการใช้บริการโดยใช้แบบสอบถาม



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี เนื้อหาของบทเป็นการอธิบายถึงวิธีการวิจัย ประกอบด้วย ประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นเกษตรกรผู้ให้บริการเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี และผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวทั้งในและนอกเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี

กลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มประชากรเป้าหมายซึ่งเป็นเกษตรกรผู้ให้บริการเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ทำการเกี่ยวเกี่ยวข้าวในช่วงวันที่ 1 กันยายน – 31 ตุลาคม 2554 และ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวทั้งในและนอกเขตพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ทำการเกี่ยวเกี่ยวข้าวตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน – 31 ตุลาคม 2554

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยของเกษตรกรผู้ให้บริการเกี่ยวข้าวโดยมีจำนวนตัวอย่างที่คำนวณได้จากสมการการแจกแจงค่าสัดส่วนตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากร (Cochran, 1977 อ้างใน ชีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ดังนี้

$$n = \frac{z^2 \sigma^2}{e^2}$$

n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
σ	=	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวอย่าง
e	=	ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (กรณีไม่ทราบ ค่า σ กำหนดค่า e เป็นเปอร์เซ็นต์ของ σ คือ 10% ของ σ ($e=0.10$))
Z	=	ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$

$$\text{คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ } n = \frac{(1.96)^2(0.5)^2}{(0.10)^2} = 96.04$$

2. ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยของ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว เก็บข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ตามแนวคิดโซ่คุณค่าของ Michael E. Porter จำนวน 20 ราย

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ

1. การสุ่มตัวอย่างของเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2544) โดยกำหนดให้ 1 อำเภอ 10 ราย โดยไม่ซ้ำ เช่น ได้ทำแบบสอบถามกับเกษตรกร A ในเขตพื้นที่อำเภอศรีประจันต์ และจะไม่ทำซ้ำเกษตรกร A อีก ถ้าพบเกษตรกร A ในอำเภอบางปลาม้า เป็นต้น จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าว อำเภอละ 10 ราย ซึ่งจังหวัดสุพรรณบุรี มีทั้งหมด 10 อำเภอ ดังนั้นทำการเก็บข้อมูลทั้งหมด 100 ราย

2. การสุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2544) ผู้วิจัยคัดเลือกตัวอย่างที่ตรงตามคุณสมบัติที่กำหนดเป็นคุณลักษณะเฉพาะเจาะจงลงไปของผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว โดยกำหนดให้ 1 อำเภอ 2 ราย โดยไม่ซ้ำกัน เช่น ได้ทำแบบสอบถามกับผู้ประกอบการ A ในเขตพื้นที่อำเภอศรีประจันต์ และจะไม่ทำซ้ำผู้ประกอบการ A อีก ถ้าพบผู้ประกอบการ A ในอำเภอบางปลาม้า เป็นต้น จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าว อำเภอละ 2 ราย ซึ่งจังหวัดสุพรรณบุรีมีทั้งหมด 10 อำเภอ ดังนั้นทำการเก็บข้อมูลทั้งหมด 20 ราย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยยึดข้อมูลที่มีลักษณะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถตอบคำถามของการวิจัยได้ตามที่กำหนดไว้ ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยสามารถแบ่งประเภทของข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้การเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้ชุดแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อของการออกแบบสอบถามที่ใช้เกี่ยวข้องกับรายละเอียดของคำถามในประเด็นที่ต้องการศึกษา โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากในพื้นที่ทำการวิจัยมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งชุดแบบสอบถามเป็น 2 ชุด คือ แบบสอบถามที่ใช้กับเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวเกี่ยวข้าว และ แบบสอบถามที่ใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก เอกสาร งานวิจัย ที่ได้ศึกษาไว้ในประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องกับรถเกี่ยวข้าวในประเทศไทย คือ ประวัติรถเกี่ยวข้าว ลักษณะทั่วไปของรถเกี่ยวข้าว ลักษณะการทำงานและอื่นๆ แนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น โซลูชันค่า ตามแนวคิดของ Michael E. Porter พฤติกรรมผู้บริโภค โดยทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารประเภทหนังสือ ตำรา รายงานการประชุม งานวิจัย วิทยานิพนธ์ ห้องสมุดสถานศึกษา อินเทอร์เน็ต หน่วยงานราชการ ได้แก่ กองส่งเสริมวิศวกรรมเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร สมาคมชาวนาไทย ชมรมรถเกี่ยวข้าวไทย และหน่วยงานอื่นๆ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้แบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ชุด มีโครงสร้างและการทดสอบแบบสอบถามดังนี้

1. แบบสอบถามที่ใช้กับเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว โครงสร้างแบบสอบถามประกอบไปด้วย 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการรถเกี่ยวข้าวในปัจจุบันประสมการตลาดของเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว ส่วนที่ 3 ความคิดเห็น

2. แบบสอบถามที่ใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว โครงสร้างแบบสอบถามประกอบไปด้วย 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าในธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่า ส่วนที่ 3 ความคิดเห็น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา(Descriptive Analysis) ดังนี้

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือศึกษาสภาพทั่วไปของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยอาศัยวิธีการศึกษารวบรวมข้อมูลต่างๆ โดยศึกษาค้นคว้าเอกสารประเภทหนังสือ ตำรา รายงานการประชุม งานวิจัย วิทยานิพนธ์ ห้องสมุด สถาบันการศึกษา และอินเทอร์เน็ต

2. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือศึกษาความต้องการใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของเกษตรกรผู้ใช้บริการรถเกี่ยวข้าว ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลสอบถามในเรื่องเกี่ยวกับความต้องการใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของเกษตรกรผู้ใช้บริการรถเกี่ยวข้าว ซึ่งประกอบไปด้วย ผลผลิต ไร่ ไร่ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ลักษณะของคำถามเป็นการวัดความต้องการส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การกำหนดค่าระดับ ดังนี้

- 5 คะแนน คือ มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 คะแนน คือ มีความต้องการอยู่ในระดับมาก
- 3 คะแนน คือ มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 คะแนน คือ มีความต้องการอยู่ในระดับน้อย
- 1 คะแนน คือ มีความต้องการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

(1) สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ความถี่และร้อยละ

(2) เปรียบเทียบระดับความต้องการใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของเกษตรกร ผู้ใช้บริการรถเกี่ยวข้าว วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วแปลความหมายของ ค่าเฉลี่ยตามแนวคิดของเบสท์ (Best, 1981) ดังนี้

4.50 - 5.00 คะแนน หมายถึง มีความต้องการในระดับมากที่สุด

3.50 - 4.49 คะแนน หมายถึง มีความต้องการในระดับมาก

2.50 - 3.49 คะแนน หมายถึง มีความต้องการในระดับปานกลาง

1.50 - 2.49 คะแนน หมายถึง มีความต้องการในระดับน้อย

1.00 - 1.49 คะแนน หมายถึง มีความต้องการในระดับน้อยที่สุด

3. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือศึกษาโซ่คุณค่าของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว จังหวัดสุพรรณบุรี รายงานข้อมูลของกิจกรรมหลัก กิจกรรมสนับสนุนภายในโซ่คุณค่าและผลการ ดำเนินการของกิจการ โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เปรียบเทียบข้อมูลในกิจกรรมเดียวกันและกลุ่มเดียวกัน เสนอแนะขั้นตอนการดำเนินงานที่ดีที่สุด

บทที่ 4

สภาพทั่วไปของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

ในการศึกษาสภาพทั่วไปของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ได้
นำเสนอไว้ ณ ที่มีอยู่ 3 ประเด็นหลักคือ

1. การใช้เครื่องจักรกลการเกษตรและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับรถเกี่ยวข้าว
2. ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว
3. สภาพทั่วไปของการปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

ซึ่งทั้ง 3 ประเด็นนี้จะช่วยทำให้สามารถมองเห็นภาพของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวใน
จังหวัดสุพรรณบุรีได้เป็นอย่างดี

การใช้เครื่องจักรกลการเกษตรและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับรถเกี่ยวข้าว

ความหมายของเทคโนโลยีและเครื่องจักรกลเกษตร นิพนธ์ สุขปริดี (2519) ได้ให้
ความหมายของเทคโนโลยีไว้ 3 ความหมาย คือ

1. เป็นการให้ความรู้ที่มีเหตุผลเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายทางปฏิบัติ
2. เป็นระเบียบ วิธี ขบวนการ และความคิดเห็นหรือการปรับปรุงวิธีการเดิม
3. เป็นการนำเอาวัสดุหรือจุดมุ่งหมายมาบริการความต้องการของสังคม

เทคโนโลยี เป็นการประยุกต์ นำเอาเทคนิควิธีการ แยกความคิดอุปกรณ์และเครื่องมือ
ความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาใช้ และก่อให้เกิดประโยชน์ ในทางปฏิบัติแก่มวลมนุษย์ เทคโนโลยีเป็น
การนำเอาความรู้ ทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในการประดิษฐ์สิ่งของต่าง ๆ เพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
ระบบงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและลงทุนน้อย และเกิดประโยชน์สูงสุด

Rijk, A.G (1989) ได้ให้ความหมายของเครื่องจักรกลการเกษตรคือ การใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ และเครื่องจักรเพื่อการพัฒนาพื้นที่การเกษตร ผลผลิตการเก็บเกี่ยว และขบวนการในไร่นา ซึ่งรวมทั้งสามแหล่งต้นกำเนิดหลัก คือ มนุษย์ สัตว์ และเครื่องจักรกลพลังงานธรรมชาติ เช่น พลังงานลม พลังงานน้ำ ซึ่งรวมเป็นภายใต้กำลังเครื่องกล เนื่องจากเครื่องกลเหล่านี้ ได้ถูกถ่ายทอด กำลังไปใช้งานที่เป็นประโยชน์

สุรินทร์ พงศ์สุกสมิทธิ์ (2530) การใช้เครื่องจักรกลในงานเกษตรกรรม มีวัตถุประสงค์หลัก อยู่ 2 ประการ คือ

1. เพื่อเพิ่มผลผลิตการเกษตรต่อแรงงาน สามารถทำได้โดยอาศัยเครื่องจักรกลเกษตรมาลด แรงงานคนและสัตว์ นอกจากนี้การใช้เครื่องจักรกลการเกษตรยังทำให้ประสิทธิภาพการทำงานของ คนสูงขึ้นอีกด้วย

2. เพื่อเปลี่ยนลักษณะการทำงานเกษตรจากงานที่หนักเพื่อให้กลายเป็นงานที่น่าสนใจ

Krauser (1988) ได้กล่าวถึงจุดประสงค์ของการใช้เครื่องจักรกล

1. เพื่อป้องกันผลผลิตลดลง

2. เพื่อทดแทนแรงงานคน

3. เพื่อให้ทันต่อเวลาและลดการสูญเสียผลผลิต

4. เพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างเข้มข้นและมีคุณภาพ

5. เพื่อเพิ่มผลผลิต

6. เพื่อปรับปรุงคุณภาพของผลผลิต

7. เพื่อเพิ่มการใช้ของผลผลิต

8. เพื่อให้การใช้งานในไร่นาน่าสนใจ

ประวัติของรถเกี่ยวข้าว สุรเวทย์ กฤษณะเสริม และเปรมจิตต์ สรวาสี (2536) เครื่องเกี่ยว นวดข้าว เป็นเครื่องมือที่นำระบบรถเกี่ยวและนวดมารวมกันไว้ในเครื่องเดียวกัน ประกอบด้วย ระบบตัด ระบบนวด ระบบทำความสะอาด ซึ่งจะทำต่อเนื่องกันคือเครื่องตัดต้นข้าวและส่งต้นข้าว เข้าเครื่องนวดเพื่อแยกเมล็ดข้าว แล้วทำความสะอาดและแยกฟางข้าวออกจากเมล็ดข้าว เมล็ดข้าวจะ ถูกส่งเข้าบรรจุในกระสอบหรือในถังอัมอันเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการทำงาน ซึ่งทำงานได้รวดเร็ว และประหยัดแรงงานมาก เครื่องเกี่ยวนวดได้มีการพัฒนาสร้างโดยกองเกษตรวิศวกรรม กรมการ ข้าว ในราวปี พ.ศ. 2500-2506 จากนั้นราวปี พ.ศ. 2522 ได้มีการนำเข้าเครื่องเกี่ยวนวดจากประเทศ ญี่ปุ่นมาทดสอบและเผยแพร่โดยหน่วยงานของรัฐและบริษัทเอกชน เครื่องเกี่ยวนวดข้าวแบบญี่ปุ่น เป็นแบบเกี่ยวนวดเฉพาะรวงข้าว ทั้งประเภทนั้งขับและประเภทเดินตาม มีหน้ากว้างตั้งแต่ 0.65– 1.50 เมตร มีความสามารถในการทำงานเฉพาะข้าวต้นตั้ง ได้ถึง 10-15 ไร่ต่อวัน ในปี พ.ศ. 2524 บริษัทเอกชนได้นำเครื่องเกี่ยวนวดของประเทศสหรัฐอเมริกาเข้ามาทดลองใช้ เป็นแบบเกี่ยวนวด ทั้งต้น มีความกว้างของการตัดตั้งแต่ 3-5 เมตร ความสามารถในการทำงาน 20-40 ไร่ต่อวัน

เครื่องเกี่ยวนวดทั้งแบบญี่ปุ่นและของประเทศตะวันตก ไม่สามารถใช้งานได้ดีกับพื้นที่ของ ประเทศไทย เนื่องจากสาเหตุดังต่อไปนี้ สุรเวทย์ กฤษณะเสริม และเปรมจิตต์ สรวาสี (2536)

1. สภาพพื้นที่ โดยปกติในขณะเกี่ยวข้าวหากสภาพพื้นที่ยังมีน้ำขังอยู่ ดินก็จะอยู่ในสภาพ อ่อนตัว เครื่องทั้งสองชนิดจะไม่สามารถทำงานได้ โดยเฉพาะเครื่องจากประเทศตะวันตกจะจมลึก มาก เนื่องจากน้ำหนักมากเกินไป (น้ำหนักเครื่องเปล่า ๘-๑๐ ตัน) ในกรณีสภาพของพื้นดินแห้ง และแข็ง เครื่องแบบตะวันตกสามารถทำงานได้ดี แต่เครื่องแบบญี่ปุ่นจะเกิดปัญหาเนื่องจากอายุ ของสายพานดินตะขาบแบบยางจะสึกหรอหรือเสื่อมคุณภาพเร็ว

2. สภาพของต้นข้าว เครื่องเกี่ยวนวดจะสามารถเกี่ยวข้าวต้นตั้งได้ดี กรณีที่ต้นข้าวล้ม เครื่องเกี่ยวนวดทั้งสองชนิดจะทำงานได้ช้ามาก

3. ขนาดของแปลงนา จะต้องมีความใหญ่ไม่ควรน้อยกว่า ๓-๔ ไร่ เครื่องจึงจะทำงานโดย ให้ประสิทธิภาพสูง

4. ราคาของเครื่องสูง จนเกษตรกรไม่สามารถซื้อไปใช้ได้ถึงแม้ว่าจะนำไปปรับจ้างก็ตาม เนื่องจากกระษัตริย์ทุนยาวเกินไป

5. อะไหล่และอุปกรณ์ที่สึกหรอเร็วจะหาได้ยาก ทั้งยังมีราคาแพงอีกด้วย

ประมาณปี พ.ศ. 2530 โรงงานผลิตเครื่องจักรกลเกษตรได้ทำการลอกเลียนแบบเครื่องเกี่ยวนวดจากประเทศตะวันตก โดยเฉพาะหัวเกี่ยวและระบบลำเลียงเข้ามาผสมผสานกับระบบเครื่องนวดข้าวที่มีใช้กันอย่างแพร่หลายกลายเป็นเครื่องเกี่ยวนวดแบบไทยขึ้นใช้กันอย่างแพร่หลาย มีทั้งโรงงานขนาดเล็กผลิตปีละ 4-5 เครื่อง จนถึงโรงงานขนาดใหญ่ที่มีสายการผลิตโดยมีกำลังผลิต 2-3 วันต่อเครื่อง และเกษตรกรได้เริ่มซื้อไปใช้กันอย่างแพร่หลาย สุรเวทย์ กฤษณะเศรษฐี และเปรมจิตต์ สรวาสี (2536)

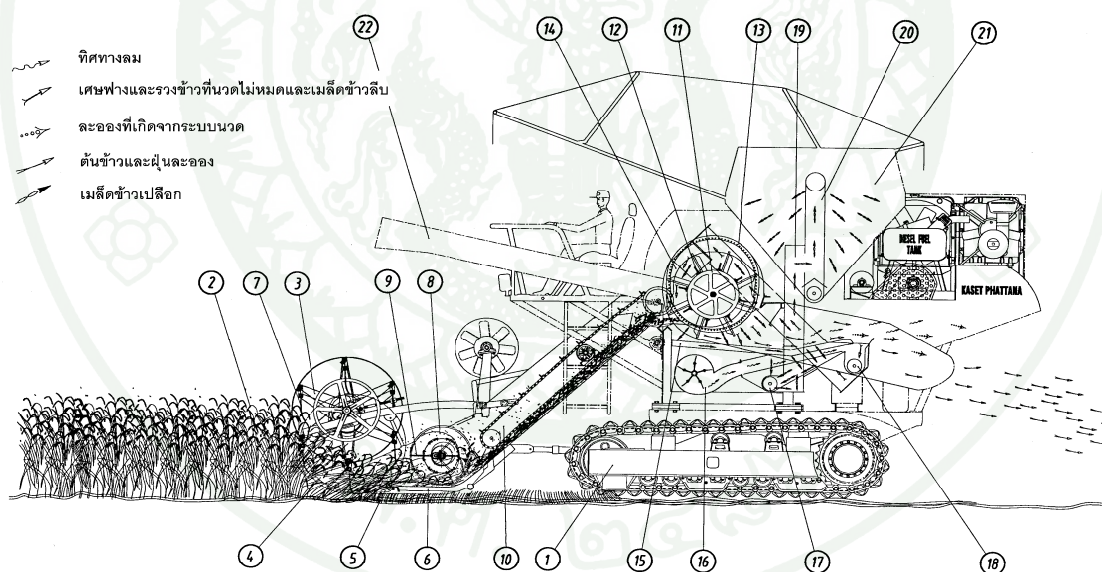
เครื่องเกี่ยวนวดข้าวที่พัฒนาในประเทศไทย สุรเวทย์ กฤษณะเศรษฐี และเปรมจิตต์ สรวาสี (2536) เป็นแบบเกี่ยวนวดข้าวทั้งคัน มีส่วนประกอบที่สำคัญดังนี้

1. ต้นกำลัง ใช้เครื่องยนต์ดีเซลเป็นต้นกำลังเครื่องยนต์ที่ใช้เป็นเครื่องยนต์ใช้แล้วหรือเครื่องยนต์มือสองจากต่างประเทศ ขนาดประมาณ 75-110 แรงม้า โดยมีการเพิ่มอุปกรณ์ปรับความเร็วเพื่อควบคุมอัตราการเร่งของเครื่องยนต์และปัจจุบันนี้มีโรงงานได้สั่งเครื่องใหม่มาจากต่างประเทศ
2. ระบบเกี่ยว ซึ่งประกอบด้วยใบมีดตัดล่อนิ่มข้าว และเกลียวลำเลียง ล่อนิ่มข้าว มีลักษณะเป็นโครงรูปหอกเหลี่ยม และมีซี่เหล็กติดอยู่ทำหน้าที่นวดต้นข้าวเข้าหาหัวเกี่ยว
3. ระบบนวดและทำความสะอาด มีลักษณะเดียวกับเครื่องนวดข้าวตามแนวแกนที่มีใช้กันอยู่อย่างแพร่หลายในประเทศไทย

หลักการและขั้นตอนการทำงานของเครื่องเกี่ยวนวดข้าว สาทิส เวณจันทร์ และคณะฯ (2546) เครื่องเกี่ยวนวดข้าว คือ เครื่องจักรกลที่สามารถใช้ปฏิบัติงานในการเกี่ยวตัดต้นข้าว ล่อนิ่ม และเกลียวลำเลียงก็จะทำให้ต้นข้าวเข้าสู่ตอนกลางของหัวเกี่ยว รวบรวมลำเลียงต้นข้าวที่ตัดแล้วไปทำการนวด แยกทำความสะอาดซึ่งจะทำการเมล็ดและต้นข้าวออกจากกัน แล้วลำเลียงข้าวเปลือกที่คัดทำความสะอาดเข้าเก็บในภาชนะบรรจุซึ่งอาจต้องใช้คนคอยรองรับ หรือเป็นแบบที่มีระบบการลำเลียงเข้าสู่ถังเก็บซึ่งอยู่ภายในเครื่องเดียวกัน แล้วลำเลียงออกใส่รถบรรทุกเมื่อถึงเต็มก็ได้ ส่วนเศษต้นข้าวและฟ่อนละอองต่างๆจะถูกพัดลงสู่ท้องนา ซึ่งจะมีหลักการและขั้นตอนการทำงานเป็นขั้น ๆ ตามลำดับดังนี้

1. การเคลื่อนที่เพื่อเกี่ยวป้อนต้นข้าวเข้าสู่ระบบตัด
2. การตัดต้นข้าว
3. การรวบรวมลำเลียงต้นข้าวที่ตัดแล้วเข้าสู่ระบบนวด
4. การนวดแยกเมล็ดข้าวออกจากฟาง
5. คัดแยกทำความสะอาดข้าวเปลือกจากเศษฟางและฟูนละออง
6. ลำเลียงข้าวเปลือกที่คัดทำความสะอาดแล้ว ไปเก็บในภาชนะ

สำหรับขั้นตอนการทำงานอย่างต่อเนื่องของเครื่องเกี่ยวนวดข้าว สามารถอธิบายอย่างละเอียด โดยดูภาพที่ 5 ประกอบ



ภาพที่ 5 หลักการและขั้นตอนการทำงานของเครื่องเกี่ยวนวดข้าว (แบบมีถังเก็บหรือถังอู้ม)
ที่มา: สาทิส เวณจันทร์ และคณะ (2546)

เมื่อเครื่องเกี่ยวนวดข้าวเคลื่อนที่ด้วยระบบขับเคลื่อนช่วงล่าง ซึ่งมีลักษณะเป็นชุดดินตะขาบ(1)เข้าหาต้นข้าว ซึ่งอยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับเกี่ยวเกี่ยว ต้นข้าวที่ตั้งตรงในแปลงนา(2)ถูกโน้มเกี่ยวพาเข้าสู่ระบบการตัดโดยล้อราวพา(Reel)(3)และอุปกรณ์แหวกแบ่งต้นข้าว(Divider)(4) ซึ่งจะแหวกแบ่งต้นข้าวที่อยู่นอกเหนือขีดความกว้างของตัวเครื่อง โดยการแหวกแบ่ง

นี้ต้องนิมนวล ไม่ทำให้ต้นข้าวหักขาดหรือเมล็ดข้าวร่วงหล่น ต้นข้าวที่อยู่ภายในขอบเขตการตัดของเครื่องเกี่ยวนวดข้าวจะถูกตัดขาดจากพื้นดินด้วยชุดใบมีด(Cutter Bar)(5) ให้ล้มตัวลงบนกระบะหัวเกี่ยว(Header Platform)(6) ต้นข้าวที่ล้มลงบนกระบะจะถูกเหล็กสปริง (7)ที่ชาวบ้านเรียกกันว่า “หนวดกุ้ง” บนชุดล้อราพา เขี่ยปัดให้เข้าไปหาชุดเกลียวลำเลียงต้นข้าว(8)ซึ่งจะมีกริบเกลียวหมุนซ้ายและหมุนขวา เพื่อหมุนลำเลียงต้นข้าวเข้ามารวมตัวกันบริเวณประมาณตรงกลางของชุดเกลียวลำเลียง ซึ่งจะไม่มีการบิดตัวติดตั้งอยู่ แต่จะมีซี่เหล็กกลมที่ผลุบเข้าผลุบออกจากแกนของชุดเกลียวลำเลียงได้ติดตั้งอยู่แทน ซึ่งเหล็กกลมนี้(9) ชาวบ้านเรียกกันว่า “ผลุบโผล่” สลักผลุบโผล่จะหมุนผลักดันข้าวที่ถูกลำเลียงมารวมตัวกันบริเวณนี้เข้าไปในปล่องชุดโซ่ลำเลียง(10) หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “คอเกี่ยว” โซ่ลำเลียง ซึ่งมีซี่เหล็กฉากติดพาดขวางอยู่จะดึงพาต้นข้าวขึ้นไปตามปล่องเพื่อลำเลียงส่งเข้าสู่ระบบนวด ระบบนวดของเครื่องเกี่ยวนวดข้าวจะมีลักษณะคล้ายกับที่ใช้ในเครื่องนวดข้าวไทยที่มีการใช้กันอย่างแพร่หลาย คือ เป็นแบบไหลตามแกน (Axial flow) ซึ่งจะแตกต่างกับระบบนวดที่ใช้ในเครื่องเกี่ยวนวดข้าวทั่วไปของต่างประเทศที่เป็นระบบแบบไหลตามแนวรอบวง(Tangential flow) ซึ่งมีส่วนประกอบสำคัญ คือ ลูกนวด(11) ฟันลูกนวด(12) ตะแกรงรอบลูกนวด(13) และกริบเกลียววงเดือน(14) โดยซี่ฟันนวดจะหมุนตีแยกเมล็ดข้าวให้หลุดออกจากต้นและรวง เมล็ดข้าวเปลือก เศษฟางท่อนสั้น ๆ และฟ่อนละอองจะร่วงลอดช่องว่างของตะแกรงรอบลูกนวดตกลงไปบนตะแกรงโยก(15) ส่วนฟางยาวจะถูกลูกนวดหมุนพาลำเลียงไปตามกริบเกลียววงเดือน ซึ่งติดตั้งอยู่ตะแกรงบนไปทางด้านปลายอีกด้านหนึ่งของลูกนวด แล้วถูกเป่าพัดออกไปจากเครื่องเกี่ยวนวด ส่วนเมล็ดข้าวเปลือก เศษฟางข้าวท่อนสั้น และฟ่อนละอองที่ลอดตะแกรงล่างแยกตัวออกจากระบบนวดจะตกลงบนในส่วนที่เป็นเหล็กแผ่นทึบของตะแกรงโยกก่อน แล้วถูกโยกให้ไหลไปสู่บริเวณที่เป็นตะแกรงรูดลม เมล็ดข้าวเปลือกพร้อมฟ่อนละอองบางส่วนจะลอดรูตะแกรงลงไปบนถาดรางเมล็ดข้าวเปลือกโดยจะผ่านกระแสดมที่พัดเป่าจากพัดลม(16) ที่ติดตั้งอยู่ ลมจะเป่าฟ่อนละอองที่ลอดรูตะแกรงโยกลงไปพร้อมทั้งเศษฟางและสิ่งสกปรกเจือปนต่าง ๆ บนตะแกรงโยกให้กระจ่ายออกไปจากเครื่องเกี่ยวนวดข้าว เมล็ดข้าวเปลือกที่ถูกลมเป่าคัดแยกทำความสะอาดแล้วจะตกลงไปในรางเกลียวลำเลียงเมล็ดข้าวเปลือก(17) แล้วถูกลำเลียงพาไปตามเกลียวสู่ปล่องช่องทางออกข้าวเปลือก ซึ่งจะมีคนคอยใส่และเปลี่ยนกระสอบบรรจุอย่างต่อเนื่อง ส่วนเมล็ดข้าวเปลือกและเศษฟางบางส่วน ซึ่งไม่สามารถลอดผ่านช่องรูตะแกรงโยก หรือถูกลมเป่าออกจากเครื่องเกี่ยวนวดข้าว จะถูกโยกไหลตกลงไปในรางเกลียวลำเลียงข้าวเปลือกและสิ่งเจือปน(18) ซึ่งติดตั้งอยู่ปลายตะแกรงโยก แล้วถูกลำเลียงไปตามท่อเกลียวลำเลียงกลับเข้าไปในระบบนวด เพื่อการนวดคัดแยกทำความสะอาดอีกครั้งหนึ่ง โดยการทำงานจะหมุนเวียนต่อเนื่องตลอดเวลา ในขณะที่เครื่องเกี่ยวนวดข้าวเคลื่อนที่และระบบกลไกต่างๆ หมุนทำงานอยู่ สำหรับแบบที่แสดงในรูปที่หนึ่งนั้นเป็นแบบมีถังเก็บซึ่งเป็นที่นิยมใช้กันในปัจจุบันก็จะมีระบบกลไกเพิ่มมากขึ้นคือท่อลำเลียงข้าวเมล็ด

(19) และ (20) จากระบบเกลียวลำเลียงเม็ดเข้าสู่ถังเก็บเมล็ด(21) เมื่อถังเก็บเต็มก็จะลำเลียงสู่รถบรรทุก โดยท่อส่งข้าวเม็ด(22) ซึ่งสามารถหมุนเหวี่ยงออกมาจากด้านข้างได้ จากหลักการและขั้นตอนการทำงานของเครื่องเกี่ยวนวดข้าว “ไทย” ที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นว่า ระบบกลไกทุกส่วนจะต้องทำงานสัมพันธ์สอดคล้องกันอย่างเหมาะสมและถูกต้อง หากระบบกลไกส่วนใดส่วนหนึ่งทำงานไม่เต็มที่ หรือไม่สัมพันธ์สอดคล้องกับระบบกลไกอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ย่อมส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมของเครื่องเกี่ยวนวดลดลง ไม่ได้ประสิทธิผลเท่าที่ควร

ความสูญเสียที่เกิดจากการเกี่ยวเกี่ยว สมชัย เถาสมบัติ (2531) ถึงแม้ว่าเกือบจะทุกคนจะสามารถขับรถเกี่ยวนวดข้าวได้ก็ตาม แต่ก็จำเป็นต้องใช้ความชำนาญเป็นพิเศษ และความรู้ที่จะปฏิบัติงานให้ได้ผลที่มีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามมีความสูญเสียที่เกิดขึ้นจากการเกี่ยวเกี่ยวสาเหตุที่สำคัญหลายประการคือ

1. ความสูญเสียที่เกิดก่อนการเกี่ยวเกี่ยว ซึ่งอาจเนื่องมาจากข้าวมีอายุแก่เกินไป สภาพอากาศ โรคและแมลง สาเหตุนี้ผู้ขับรถเกี่ยวนวดข้าวไม่สามารถควบคุมความสูญเสียที่เกิดขึ้นได้
2. ความสูญเสียจากการนวด ความสูญเสียจากเครื่องนวด เกิดจากความไม่สมบูรณ์ในการปลดเมล็ดออกจากรวง (นวดน้อยเกินไป) หรือเมล็ดเกิดการแตกร้าว (นวดมากเกินไป)
3. ความสูญเสียจากการแยกและทำความสะอาด เกิดจากกระบวนการทำงานไม่สมบูรณ์ในการคัดแยก หรือลมที่ใช้ในการคัดแยกมากเกินไป ดังนั้นทั้งข้อ 2 และข้อ 3 ผู้ขับรถเกี่ยวนวดข้าวต้องทำการตรวจเช็คอย่างสม่ำเสมอ

การเลือกซื้อรถเกี่ยวข้าว จักร จักกะพาก (2536) โรงงานผลิตรถเกี่ยวข้าวในประเทศไทยมีประมาณ 30 โรงงาน แต่ละโรงงานมีประสิทธิภาพในการผลิตการควบคุมการผลิตแตกต่างกัน โดยเฉพาะอุปกรณ์และอะไหล่ที่ใช้มีคุณภาพที่แตกต่างกัน ในการซื้อรถเกี่ยวข้าวผู้ซื้อควรพิจารณา ดังนี้

1. ชื่อเครื่องจากโรงงานที่น่าเชื่อถือได้ โดยสอบถามจากหน่วยงานราชการและผู้ใช้รายอื่นถึงเรื่องคุณภาพ และ เรื่องอื่นๆ
2. โรงงานต้องรับประกันรถเกี่ยวข้าวเป็นจำนวนพื้นที่หรือระยะเวลาใช้งาน ถ้าใช้งานถูกวิธีแล้วเครื่องเสียหายในช่วงรับประกัน ต้องแก้ไขและซ่อมให้

3. เครื่องยนต์ที่ใช้ต้องมีการรับประกันการใช้งาน ถ้าเกิดความเสียหายในช่วงเวลา รับประกันต้องซ่อมหรือเปลี่ยนเครื่องให้ใหม่

4. โรงงานต้องมีบริการหลังการขายในด้านฝึกอบรมการใช้ การบริการอะไหล่ บำรุงรักษา สิ่งสำคัญอย่างยิ่งเกี่ยวกับการใช้รถก็คือ ผู้ซื้อหรือผู้ใช้จะต้องใช้งานให้ถูกต้อง เนื่องจากรถเกี่ยวข้าวเป็นเครื่องที่มีกลไกซับซ้อน การใช้งานยุ่งยากกว่าเครื่องจักรกลเกษตรอื่นๆ และจะต้องรู้จักการบำรุงรักษา ซึ่งจะทำให้อายุการใช้งานของรถเกี่ยวข้าวยาวนานคุ้มค่าต่อการลงทุน

การใช้และบำรุงรักษารถเกี่ยวนวดข้าว บริษัทอุโบดาแทรกเตอร์ประเทศไทย จำกัด(2553) รถเกี่ยวนวดมีราคาแพง และอาจเกิดอุบัติเหตุได้ถ้าผู้ใช้ประมาท ดังนั้นก่อนการใช้งานควรอ่านหนังสือคู่มือการใช้และบำรุงรักษาของเครื่องก่อนใช้งาน เพื่อได้ปฏิบัติงานอย่างถูกต้อง และยืดอายุการใช้งานของรถเกี่ยวนวด ข้อแนะนำก่อนการใช้งาน

1. ทำการหล่อลื่นส่วนที่เคลื่อนที่ ตามหนังสือคู่มือการใช้ และบำรุงรักษาของรถเกี่ยวนวด
2. มีการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ ประจำวัน
3. อย่าทำความสะอาดรถเกี่ยวนวด ขณะที่เครื่องยนต์ยังทำงานอยู่
4. ควรวางชุดหัวเกี่ยวนวดทุกครั้งเมื่อจอดรถเกี่ยวนวด
5. อย่าใส่หรือถอดสายพานขณะที่พูเลย์ยังหมุนอยู่
6. ควรใช้ความเร็วของรถเกี่ยวนวดให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่
7. รักษาเกี่ยวนวดให้สะอาดอยู่เสมอ
8. ควรคำนึงถึงหลักความปลอดภัย
9. ทำการบำรุงรักษาตามระยะเวลาที่กำหนด เช่น ถ้าย่น้ำมันเครื่อง เป่ากรอง อัดจารบี

เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของรถเกี่ยวข้าวแบบกระสอบ และ แบบอู๋มนิรนาม (2553) ประสิทธิภาพในการทำงานของรถเกี่ยวข้าวแบบกระสอบและแบบอู๋ม มีข้อดีและข้อเสีย แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ในแง่ของประสิทธิภาพการทำงาน/เวลา เนื่องจากรถเกี่ยวขนาดข้าวแบบกระสอบนั้นไม่จำเป็นต้องนำข้าวที่เก็บเกี่ยวได้นั้นกลับมาเทยังรถขนส่งต่างๆ และสามารถเกี่ยวข้าวต่อเนื่องไปได้เรื่อยๆ ทำให้ได้เปรียบในแง่ของเวลาของการเก็บเกี่ยวเป็นอย่างมาก เทียบได้ประมาณ 20% ของรถเกี่ยวข้าวแบบอู๋ม ซึ่งจำเป็นที่จะต้องกลับมาเทข้าวที่ได้เก็บเกี่ยวไว้บนรถ

2. ในแง่ของความสะดวกสบายในการเก็บเกี่ยว รถเกี่ยวขนาดข้าวแบบอู๋มจะทำให้สะดวกสบายมากกว่าเพราะสามารถเก็บเกี่ยวข้าวไว้บนตัวรถได้เลย จากนั้นจึงนำมาเทใส่รถที่จะขนไปเก็บ หรือนำไปขายแบบขายข้าวยกอู๋มเลยก็ได้เช่นกัน จึงลดเวลาและจำนวนคนในการเก็บผลผลิตได้อย่างมาก ทั้งลดต้นทุนค่าแรงที่เกิดจากการเก็บเกี่ยวได้

ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว

นิรนาม (2553) ปัจจุบันเกษตรกรสามารถทำนาได้ตลอดทั้งปี โดยเฉพาะพื้นที่ในเขตชลประทาน ทำให้รถเกี่ยวข้าวเข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น เพราะนอกจากความสะดวกรวดเร็วแล้ว สิ่งที่ทำให้เกษตรกรต้องรีบเกี่ยวข้าวคือ ถ้าเกี่ยวช้าจะทำให้ นก และหนูลงกินข้าวในนา จนเกิดความเสียหาย รถเกี่ยวข้าวผลิตโดยโรงงานเอกชน มีสถาบันวิจัยเกษตรวิศวกรรมสนับสนุนให้คำแนะนำในด้านเทคนิค ในการผลิตและพัฒนาความสามารถในการทำงาน ประมาณ 5 ไร่ต่อชั่วโมง ค่าใช้จ่ายตกประมาณไร่ละ 500 - 800 บาท ขึ้นอยู่กับสภาพพื้นที่

ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ศิริพร สุวรรณพิทักษ์(2554) เนื่องจากปัจจุบันเกษตรกรหันมาใช้บริการรถเกี่ยวข้าวรับจ้างเพิ่มมากขึ้น เพราะใช้เวลาในการเก็บเกี่ยวไม่นานและข้าวเสียหายน้อยกว่าการใช้แรงงานคน ที่ต้องใช้เวลากว้าง 1-2 สัปดาห์ ในการเก็บเกี่ยวจึงจะแล้วเสร็จ ดังนั้นจึงทำให้มีธุรกิจรถเกี่ยวข้าวรับจ้างเกิดขึ้น โดยเริ่มจากเกษตรกรที่มีทุนในการซื้อรถเกี่ยวขนาดเล็กนำมาเกี่ยวข้าวในฟาร์มของตนเองเท่านั้น และรับจ้างเกี่ยวข้าวให้กับเกษตรกรที่มีฟาร์มอยู่ใกล้เคียงกัน เพราะรถเกี่ยวข้าวขนาดเล็กใช้เวลานานในการเก็บเกี่ยว และการเกี่ยวยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เจ้าของจึงใช้เกี่ยวเฉพาะในฟาร์มของตนเองและพื้นที่เล็กๆเพียงเท่านั้น ต่อมาเกษตรกรบางรายได้ซื้อรถเกี่ยวข้าวที่มีขนาดใหญ่ขึ้น ทำให้ใช้เวลาในการเก็บเกี่ยวไม่นาน สามารถรับจ้าง

เกี่ยวข้าวให้กับเกษตรกรรายอื่นๆ ในหมู่บ้าน และยังสามารถเก็บเกี่ยวได้หลายไร่ในวันเดียว ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มมากขึ้น จากการรับจ้างเกี่ยวข้าว ซึ่งคิดค่าเกี่ยวข้าวไร่ละ 500 – 800 บาท ซึ่งมีหลักเกณฑ์การคิดราคาค่าจ้างเกี่ยวข้าวต่อไร่ แบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

1. การกำหนดราคาโดยนายหน้ารถเกี่ยวข้าว โดยส่วนนี้จะเป็นลักษณะที่นายหน้าในพื้นที่ทำการติดต่อรถเกี่ยวข้าวให้วิ่งไปเกี่ยวข้าวในพื้นที่ของตนเอง โดยได้พูดคุยกับเจ้าของนาไว้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว
2. การกำหนดราคาโดยอ้างอิงจากค่าเกี่ยวข้าวของปีที่ผ่านมา วิธีนี้ส่วนใหญ่นิยมใช้กับพื้นที่นาของรถเกี่ยวข้าวในพื้นที่ ที่ต้องวิ่งเกี่ยวภายในพื้นที่ของตนเอง เนื่องจากการกำหนดราคาโดยอ้างอิงจากราคาที่เคยเกี่ยวกันมา
3. การกำหนดราคาค่าจ้างเกี่ยวข้าวโดยอ้างอิงจากพื้นที่ ในส่วนนี้จะเป็นการลงพื้นที่สำรวจของทั้งนายหน้า และผู้ประกอบการรถเกี่ยวข้าว เพื่อตรวจสอบสภาพแปลงนา หรือขนาดของแปลงนา ว่ามีลักษณะโดยรวมเป็นอย่างไร นาเล็ก นาใหญ่ นาหล่ม เป็นต้น

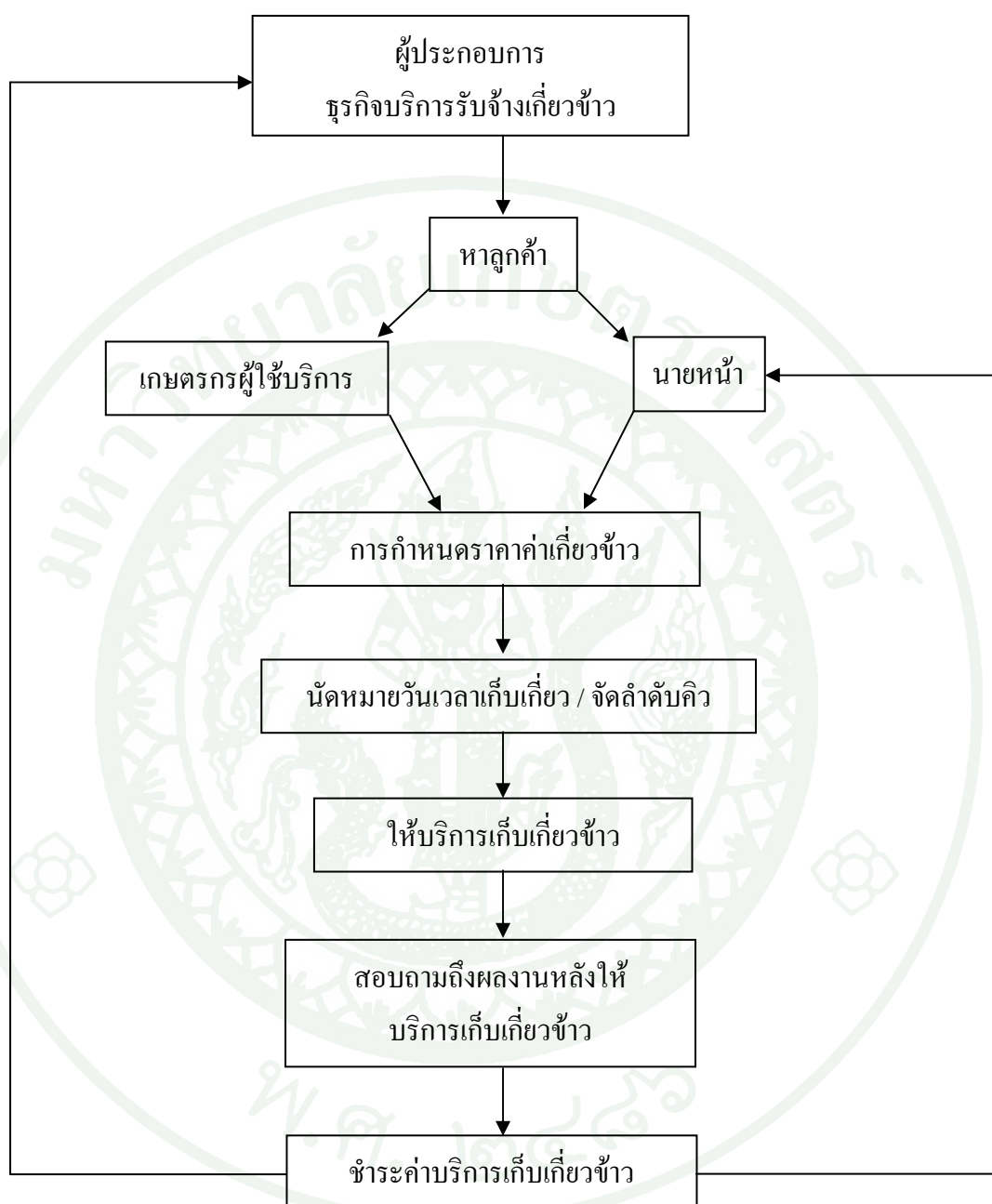
การลงทุน สิริพร สุวรรณพิทักษ์ (2554) การลงทุนในส่วนของรถเกี่ยวขนานนั้น สิ่งที่ต้องเตรียมความพร้อมและหาข้อมูลมากที่สุด คือ พื้นที่เก็บเกี่ยว ทั้งนี้แบ่งเป็น 2 ระดับใหญ่ๆ ดังนี้

1. รถรับจ้างเกี่ยวข้าว ในพื้นที่ รถรับจ้างเกี่ยวข้าวในพื้นที่นั้น จะมีความได้เปรียบตรงที่ ไม่จำเป็นต้องวิ่งออกนอกพื้นที่หรือต่างจังหวัด ต่างอำเภอแต่อย่างใด และไม่จำเป็นต้องใช้นายหน้าในการติดต่อแปลงที่นาต่างๆ เนื่องจากผู้ที่ประกอบการกิจการรถเกี่ยวข้าวในส่วนนี้นั้น มักจะเป็นคนที่มีเงินทุนพอสมควรและเป็นที่รู้จักอยู่ภายในชุมชนอยู่แล้ว ดังนั้น เมื่อใกล้ถึงหน้าเกี่ยวข้าว ก็เพียงทำการเตรียมรถให้พร้อม และจอดในที่ที่มีผู้คนสัญจรผ่านไปมา ก็จะมีชาวบ้านแวะเวียนเข้ามาถามไถ่อยู่อย่างต่อเนื่อง สิ่งที่คุณสนใจลงทุนในส่วนนี้ควรให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกๆ คือ ผลจากการเก็บเกี่ยว ไม่ควรทำให้ผลผลิตของชาวบ้านเสียหาย หรือช่วยเก็บงานให้ชาวบ้านจนเสร็จเรียบร้อยแล้ว หากผลงานและรถเกี่ยวข้าวทำไว้ได้ดี ในปีต่อไป ก็จะสามารถรักษารฐานที่มั่น และพื้นที่เก็บเกี่ยวส่วนนั้นได้อย่างไม่ยากเย็น ข้อดีของการรับจ้างเกี่ยวข้าวในเขตพื้นที่ คือ รถวิ่งในพื้นที่ รถเกี่ยวทำงานไม่มาก การดูแลรักษาง่าย การเสื่อมตำ ประกอบธุรกิจได้ต่อเนื่อง แต่มีข้อเสีย คือ ต้องใช้ระยะเวลานานเพื่อให้ถึงจุดคุ้มทุน

2. รถรับจ้างเกี่ยวข้าว นอกพื้นที่ ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการธุรกิจรถเกี่ยวข้าวประเภทนี้จะอาศัยอยู่ในภาคกลาง หรือพื้นที่ที่มีการทำนาหลายครั้ง อาจจะ 2-3 ครั้งต่อปี ดังจะสังเกตได้จากการเก็บเกี่ยวนาปี ในภาคอีสานนั้น รถที่มารับจ้างเกี่ยวข้าว นั้น จะเป็นรถที่มาจากภาคกลางประมาณ 70% และรถของพื้นที่ 30% ทั้งนี้ ยังไม่ได้รวมถึงอัตราการเติบโต จำนวนรถของพื้นที่ที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี การลงทุนในส่วนนี้หากเรามีนายหน้าและสามารถหาพื้นที่เกี่ยวข้าวได้ต่อเนื่อง มีเครื่องมือ และช่างที่สามารถดูแลรถได้ดีแล้วนั้น ก็นับเป็นอีกทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้สนใจประกอบธุรกิจรถเกี่ยวนาข้าว เนื่องจาก สามารถทำจำนวนไร่ และสร้างผลตอบแทนสูงสุด แต่อาจจะต้องดูแลรถให้ดี และเตรียมเงินสำหรับดูแลรักษารถไว้พอสมควร เนื่องจากการที่รถวิ่งเยอะ การสึกหรอก็ต้องมีมากตามไปด้วย ข้อดีของการรับจ้างเกี่ยวข้าวในพื้นที่ คือ สามารถสร้างผลตอบแทนสูงสุด ระยะเวลาคุ้มทุนเร็ว แต่มีข้อเสีย คือ รถเสื่อมสภาพเร็วกว่าปกติ ต้องดูแลรักษามากกว่าปกติ

กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว อนันต์ ม่วงงาม (2554) ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้นั้น สิ่งที่จะต้องคำนึงถึงมากที่สุด คือพื้นที่การเก็บเกี่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการ จะต้องหาลูกค้าหรือเกษตรกรผู้ให้บริการ การหาลูกค้าจะมี 2 ช่องทางหลัก คือ การติดต่อกับเกษตรกรผู้ให้บริการโดยตรง และการหานายหน้า จากนั้นจะมีการกำหนดราคาเพราะราคาเกี่ยวข้าวในแต่ละพื้นที่จะมีราคาไม่เท่ากัน โดยบางพื้นที่จะกำหนดราคาตามนายหน้า สภาพแปลงนา ราคาน้ำมัน แม้แต่พื้นที่เดียวกันกับนาปียังมีราคาที่แตกต่างกัน เป็นต้น เมื่อได้ตกลงราคาแล้ว จะนัดหมายวันเวลาเก็บเกี่ยว จัดลำดับคิวการให้บริการ และไปให้บริการตรงตามวันที่ได้นัดหมายไว้ เมื่อให้บริการเกี่ยวเกี่ยวข้าวเสร็จแล้ว จะสอบถามถึงผลงานหลังให้บริการ การชำระเงินค่าเกี่ยวข้าว เกษตรกรผู้ให้บริการจะนำไปจ่ายให้กับผู้ประกอบการเอง ยกเว้น เกษตรกรผู้ให้บริการที่ติดต่อผ่านทางนายหน้าจะจ่ายผ่านทางนายหน้า (ภาพที่6)

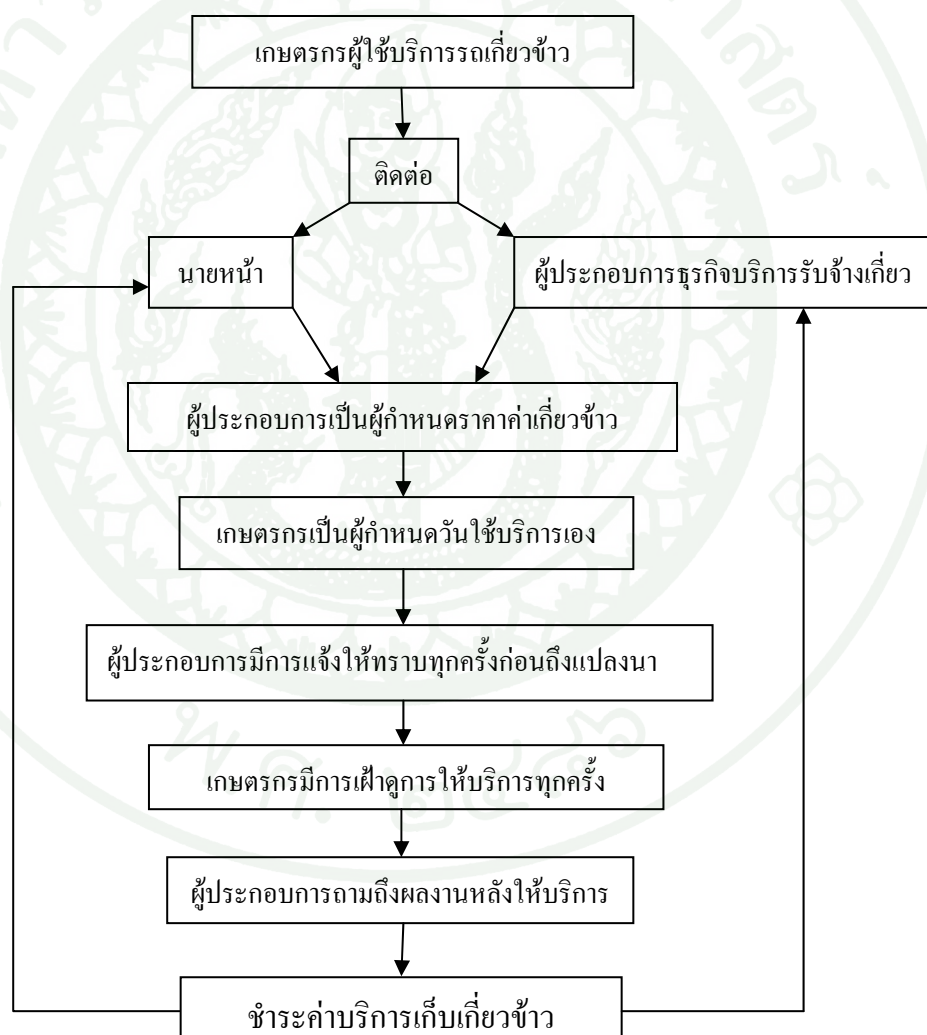
กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว



ภาพที่ 6 กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว
ที่มา: อนันต์ ม่วงงาม(2554)

ขั้นตอนการให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว เชื้อน เอี่ยมงาม (2554) เกษตรกรติดต่อขอใช้บริการรถเกี่ยวข้าวผ่าน 2 ช่องทางหลัก คือ การติดต่อผู้ให้บริการโดยตรง และการหา นายหน้า ผู้ประกอบการจะเป็นผู้กำหนดราคาค่าเกี่ยวข้าว เมื่อได้ตกลงราคาแล้ว จะนัดหมายวันเวลา เกี่ยวเกี่ยว และเมื่อถึงกำหนดวันให้บริการผู้ประกอบการจะมีการแจ้งให้ทราบก่อนถึงแปลงนา เมื่อ ผู้ประกอบการให้บริการเกี่ยวเกี่ยวข้าวเสร็จแล้ว จะสอบถามถึงผลงานหลังให้บริการ การชำระเงินค่า เกี่ยวข้าว เกษตรกรผู้ให้บริการจะนำไปจ่ายให้กับผู้ประกอบการเอง ยกเว้น เกษตรกรผู้ให้บริการที่ ติดต่อผ่านทางนายหน้าจะจ่ายผ่านทางนายหน้า (ภาพที่ 7)

ขั้นตอนการให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว



ภาพที่ 7 ขั้นตอนการให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว

ที่มา: เชื้อน เอี่ยมงาม(2554)

สภาพทั่วไปของการปลูกข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

สภาพทั่วไปของจังหวัดสุพรรณบุรี (ศูนย์วิจัยข้าวสุพรรณบุรี, 2548) จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นจังหวัดที่มีรายได้เป็นอันดับ 6 ของภาคกลาง รายได้หลักของจังหวัดมาจากภาคการเกษตร มีข้าวและอ้อยเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญ มีพื้นที่การเกษตรประมาณร้อยละ 70 เป็นพื้นที่ปลูกข้าว ส่วนใหญ่อยู่ในเขตชลประทาน ซึ่งรับน้ำจากโครงการส่งน้ำต่างๆ ของจังหวัดสุพรรณบุรีและจังหวัดที่มีเขตติดต่อกัน นอกจากนี้ยังมีแหล่งน้ำธรรมชาติ ทำให้มีน้ำทำนาได้ตลอดปี และผลผลิตข้าวเฉลี่ยของจังหวัดสุพรรณบุรียังสูงกว่าผลผลิตเฉลี่ยของทั้งประเทศ

1. ที่ตั้งของจังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในเขตภาคกลางด้านทิศตะวันตกของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 107 กิโลเมตร (ตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 340) ภูมิประเทศส่วนใหญ่ของสุพรรณบุรีเป็นที่ราบต่ำติดชายฝั่งแม่น้ำ ตั้งอยู่ที่ราบลุ่มแม่น้ำท่าจีน หรือแม่น้ำสุพรรณบุรีไหลผ่านตามแนวยาวของจังหวัดจากเหนือจรดใต้ มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 5,358.01 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 3.3 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 5.2 ของพื้นที่ภาคกลาง (ภาพที่ 8)

2. อาณาเขต จังหวัดสุพรรณบุรี มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดจังหวัดอุทัยธานี และชัยนาท
ทิศตะวันออก	ติดจังหวัดสิงห์บุรี อ่างทองและพระนครศรีอยุธยา
ทิศใต้	ติดจังหวัดนครปฐม และกาญจนบุรี
ทิศตะวันตก	ติดจังหวัดกาญจนบุรีและอุทัยธานี

3. ระยะทางจากอำเภอเมืองสุพรรณบุรีถึงอำเภอต่าง ๆ มีดังนี้

อำเภอบางปลาม้า	10 กิโลเมตร	อำเภอเดิมบางนางบวช	54 กิโลเมตร
อำเภอศรีประจันต์	20 กิโลเมตร	อำเภอหนองหญ้าไซ	58 กิโลเมตร
อำเภอดอนเจดีย์	31 กิโลเมตร	อำเภอสองพี่น้อง	70 กิโลเมตร
อำเภออู่ทอง	32 กิโลเมตร	อำเภอด่านช้าง	77 กิโลเมตร
อำเภอสามชุก	39 กิโลเมตร		

4. สภาพภูมิอากาศในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี จัดอยู่ในประเภททุ่งหญ้าเขตร้อน ฤดูแล้ง และฤดูฝนแตกต่างกันอย่างชัดเจน มีลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดผ่านในเดือนตุลาคมถึง กุมภาพันธ์ และมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดผ่านในเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคม นอกจากนี้ยังมีลมตะวันออกเฉียงใต้ จากทะเลจีนใต้เริ่มพัดผ่านเข้ามาในช่วงกลางเดือน กุมภาพันธ์ถึงกลางเดือนพฤษภาคม จากอิทธิพลของลมมรสุมทำให้เกิดฤดูกาล 3 ฤดู คือ

4.1 ฤดูฝน เริ่มต้นเมื่อลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้เริ่มพัดเข้าถึงกันอ่าวไทย ประมาณเดือนพฤษภาคม พอถึงปลายเดือนพฤษภาคม หรือต้นเดือนมิถุนายน ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้จะพัดผ่านทำให้มีฝนตกมากขึ้น ในเดือนสิงหาคม และกันยายนเป็นระยะที่มีฝนตกชุกที่สุด โดยปกติแล้วฤดูฝนจะสิ้นสุดราวกลางเดือนตุลาคม รวมระยะเวลาประมาณ 5-6 เดือน

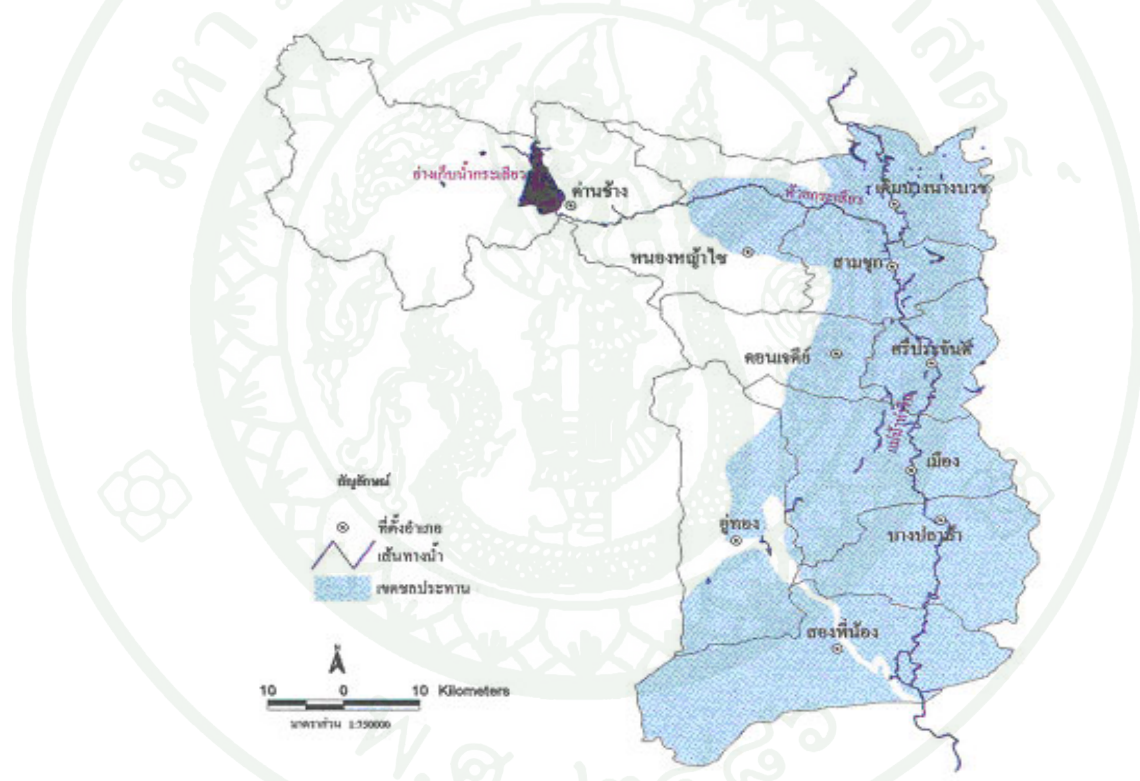
4.2 ฤดูหนาว เริ่มจากปลายเดือนตุลาคม หรือต้นเดือนพฤศจิกายน ถึงกลางเดือน กุมภาพันธ์ ประมาณ 4 เดือน ระยะนี้ฝนตกเป็นครั้งคราวไม่มากนัก และจะมีลมเย็นพัดจากเหนือมาใต้ สลับกันเป็นระยะๆ เดือนธันวาคม และมกราคมเป็นช่วงที่มีอากาศหนาวเย็นมากที่สุด แต่อุณหภูมิลดลงไม่มากนัก เพราะอยู่ปลายลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และได้รับอิทธิพลจากทะเลในบริเวณอ่าวไทย

4.3 ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์ ถึงกลางเดือนพฤษภาคม ประมาณ 3 เดือน เดือนเมษายนเป็นเดือนที่มีอากาศร้อนอบอ้าวมากที่สุด เนื่องจากการแผ่รังสีของดวงอาทิตย์ และถูกปกคลุมด้วยบริเวณความกดอากาศสูง ซึ่งศูนย์กลางอยู่ในทะเลจีนใต้ และมหาสมุทรแปซิฟิก ตะวันตก บริเวณความกดอากาศสูงนี้ทางอุตุนิยมวิทยาถือว่าเป็นบริเวณที่มีอากาศร้อน อุณหภูมิสูง กระแสลมที่พัดเข้ามาจึงร้อน

5. สภาพน้ำฝนในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี ปี 2542 มีปริมาณฝนเฉลี่ยต่อปี 1,343 มิลลิเมตร จำนวนวันฝนตกเฉลี่ยทั้งปี 119 วัน เดือนกันยายนเป็นเดือนที่มีฝนตกมากที่สุดคือ มีปริมาณฝนเฉลี่ย 292.5 มิลลิเมตร เดือนที่มีฝนตกน้อยที่สุดคือ เดือนมกราคม มีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 5.3 มิลลิเมตร การกระจายของน้ำฝนในรอบปีไม่สม่ำเสมอ จะมีฝนตกเฉพาะในช่วงฤดูฝนคือ เดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม บางปีไม่มีฝนตกเลยในช่วงเดือนธันวาคมถึงเมษายน (ภาพที่6)

ระบายน้ำที่มากเกินไปในฤดูน้ำหลากออกจากเขตชลประทานร่วมกับแม่น้ำสุพรรณบุรี ได้แก่ คลองสองพี่น้อง คลองสาละย คลองบางยี่หน และคลองบางลี่ แหล่งน้ำใต้ดิน ได้แก่ น้ำบาดาล ซึ่ง จังหวัดสุพรรณบุรีมีแหล่งน้ำใต้ดินที่สามารถนำมาใช้ในการอุปโภค บริโภคได้ เป็นน้ำจืด บางแห่ง เป็นน้ำกร่อย น้ำกระด้าง

6.2 ระบบชลประทาน การพัฒนาแหล่งน้ำในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้มีส่วนราชการต่างๆ เข้ามาดำเนินงานจัดสร้างเขื่อน อ่างเก็บน้ำ ประตูประบายน้ำ และคลองส่งน้ำ เพื่อเก็บรักษาน้ำไว้ สำหรับใช้ประโยชน์ได้อย่างสม่ำเสมอ และเพียงพอกับความต้องการของประชาชน จากการที่พื้นที่ จังหวัดสุพรรณบุรีส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม มีการชลประทาน อย่างทั่วถึง ประกอบกับสภาพดินทำให้ พื้นที่ในจังหวัดสุพรรณบุรีเหมาะสมแก่การเพาะปลูก โดยเฉพาะการปลูกข้าว



ภาพที่ 10 แหล่งน้ำ และเขตชลประทานของจังหวัดสุพรรณบุรี

ที่มา: ศูนย์วิจัยข้าวสุพรรณบุรี (2548)

7. ทรัพยากรดิน หากพิจารณาคุณสมบัติของดินทั้งทางกายภาพและเคมี เช่น เนื้อดิน ความลึกของดิน ความสามารถในการอุ้มน้ำของดิน ชนิดของแร่ธาตุและปริมาณแร่ธาตุ อาหารของดิน จะพบว่า สภาพของดิน ในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี เหมาะสมกับการปลูกพืช ได้แก่ การทำนาข้าว และการเพาะปลูกพืชไร่

8. การผลิตข้าวในพื้นที่จังหวัดสุพรรณบุรีจากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสอบถามสอบถามเกี่ยวกับวิธีการปลูกข้าว การใช้ปุ๋ย การควบคุม ป้องกันกำจัดวัชพืช โรค แมลง และศัตรูศัตรูข้าวต่างๆ ของเกษตรกร จากทุกอำเภอในจังหวัดสุพรรณบุรี พ.ศ. 2543 พบว่า

8.1 พันธุ์ข้าวที่ใช้ส่วนใหญ่ใช้พันธุ์ข้าวไม่ไวต่อช่วงแสง เกษตรกรนิยมเก็บเมล็ดไว้ทำพันธุ์เอง แต่ต้องมีการเปลี่ยนแหล่งเมล็ดพันธุ์ทุกๆ 1-2 ปี เนื่องจากปัญหาข้าวปน

8.2 การเตรียมดินและวิธีการปลูก เกษตรกรในเขตชลประทาน ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัด ปลูกข้าวโดยวิธีหว่านน้ำตม มีการเตรียมดินก่อนข้างรับเร่ง มีเวลาในการหมักเหือกน้อย ทำให้มีปัญหาวัชพืช

8.3 การใช้ปุ๋ยเคมี พบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ใส่ปุ๋ยเพียง 2 ครั้งคือ ที่ระยะประมาณ 20 วันหลังหว่านข้าว และระยะกำเนิดช่อดอกประมาณ 50-55 วันหลังหว่านข้าว และมีเกษตรกรบางส่วน ที่มีการใส่ปุ๋ยรวม 3 ครั้งในแต่ละฤดู มีเกษตรกรน้อยรายเท่านั้นใช้ปุ๋ยอินทรีย์เพียงอย่างเดียว เพราะเกษตรกรส่วนใหญ่ที่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์จะใช้ปุ๋ยเคมีควบคู่กันไปด้วย

8.4 การเก็บเกี่ยว เกษตรกรทั้งหมดเก็บเกี่ยวข้าวด้วยรถเกี่ยววนวดข้าว ซึ่งจัดว่าจ้าง และนัดหมายเวลากันไว้ล่วงหน้า ผลจากการใช้เครื่องเกี่ยววนวดทำให้ฟางข้าวที่เหลือกองเป็นแนวตามที่เครื่องเกี่ยววนวดพ่นออกมา และมักถูกเผาทิ้งเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากทำให้เป็นที่กีดขวางการเตรียมดินในฤดูต่อไป

8.5 ผลผลิต จากการเก็บรวบรวมกับการสัมภาษณ์เกษตรกรในฤดูนาปี 2542 ได้ตัวอย่างทั้งสิ้น 59 ตัวอย่าง พบว่าผลผลิตข้าวเฉลี่ยสูงสุด 1,045 กิโลกรัมต่อไร่ ต่ำสุด 376 กิโลกรัมต่อไร่ เนื่องจากปัญหาน้ำท่วม เมื่อเปรียบเทียบกับข้อมูลระดับผลผลิตฤดูเพาะปลูก 2540/2541 ที่ได้จากกรมส่งเสริมการเกษตร ซึ่งมีเกณฑ์เฉลี่ยอยู่ที่ 800 กิโลกรัมต่อไร่ ทำให้ผลผลิตเฉลี่ยของจังหวัดสุพรรณบุรีสูงกว่าผลผลิตเฉลี่ยของทั้งประเทศ

บทที่ 5

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความต้องการใช้บริการรถเกี่ยวข้าวในปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) ของเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่าของผู้ประกอบธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบความต้องการใช้บริการรถเกี่ยวข้าวและการให้บริการรถเกี่ยวข้าว

ผลการวิเคราะห์ความต้องการใช้บริการรถเกี่ยวข้าวในปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) ของเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

ข้อมูลพื้นฐานของเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

ข้อมูลจากการสำรวจเกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจรับจ้างเกี่ยวข้าวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 ตัวอย่าง พบว่าประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว เฉลี่ย 21 ปี ค่าสุด 6 ปี และสูงสุด 25 ปี จึงทำการวิเคราะห์ แยกตามกลุ่มประสบการณ์ให้บริการ ออกเป็น 2 ช่วงประสบการณ์คือ ช่วงประสบการณ์น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี เป็นจำนวน 46 ราย และ ช่วงประสบการณ์มากกว่า 20 ปี เป็นจำนวน 54 ราย กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 52 อายุ 41-60 ปี ประมาณร้อยละ 72 การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาถึงร้อยละ 58 ประสบการณ์การทำงานอยู่ที่ 21-30 ปี ที่ร้อยละ 38 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การให้บริการรถเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น ประสบการณ์การทำงานอยู่ที่ 11-20 ปี ที่ร้อยละ 21 เกษตรกรที่มีประสบการณ์การให้บริการรถเกี่ยวข้าว มากกว่า 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น เพศ เพราะเพศชายและเพศหญิง มีจำนวนเท่ากันที่ ร้อยละ 27 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ใช้บริการรถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

รายการ	ประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าว				รวม	
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		มากกว่า 20 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ให้บริการ	46	46.00	54	54.00	100	100.00
เพศ						
ชาย	25	25.00	27	27.00	52	52.00
หญิง	21	21.00	27	27.00	48	48.00
อายุ						
20-30 ปี	3	3.00	0	0.00	3	3.00
31-40 ปี	12	12.00	2	2.00	14	14.00
41-50 ปี	18	18.00	19	19.00	37	37.00
51-60 ปี	13	13.00	22	22.00	35	35.00
61-70 ปี	0	0.00	8	8.00	8	8.00
71-80 ปี	0	0.00	3	3.00	3	3.00
เฉลี่ย (ปี)	39		54			
ต่ำสุด-สูงสุด	28-60		37-72			
ระดับการศึกษา						
ประถมศึกษา	22	22.00	36	36.00	58	58.00
มัธยมศึกษา	21	21.00	18	18.00	39	39.00
ปริญญาตรี	3	3.00	0	0.00	3	3.00
ประสบการณ์การทำงาน						
1-10 ปี	7	7.00	0	0.00	7	7.00
11-20 ปี	21	0.00	0	0.00	21	21.00
21-30 ปี	9	1.00	29	29.00	38	38.00
31-40 ปี	8	0.00	18	18.00	26	26.00
41-50 ปี	1	0.00	7	7.00	8	8.00
เฉลี่ย (ปี)	16		33			
ต่ำสุด-สูงสุด	6 -40		24-50			

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ค.ค. 2554)

เกษตรกรทุกช่วงประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าว ส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 56 ทำนาปีละ 3 ครั้ง มีการทำนาได้ตลอดทั้งปี ซึ่งช่วงเดือนที่มีการทำนามากที่สุดถึง ร้อยละ 90 คือ ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม ซึ่งเป็นช่วงนาปี จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี และประสบการณ์มากกว่า 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 จำนวนครั้งและช่วงเดือนการทำนาของเกษตรกรต่อประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

รายการ	ประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าว				รวม	
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		มากกว่า 20 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ให้บริการ	46	46.00	54	54.00	100	100.00
จำนวนครั้งการทำงานต่อปี						
1 ครั้ง	8	8.00	10	10.00	18	18.00
2 ครั้ง	10	10.00	14	14.00	26	26.00
3 ครั้ง	28	28.00	30	30.00	46	56.00
ช่วงเดือนการทำงาน						
ช่วง มกราคม-เมษายน	27	27.00	37	37.00	64	64.00
ช่วง พฤษภาคม- สิงหาคม	28	28.00	42	42.00	70	70.00
ช่วง กันยายน- ธันวาคม	40	40.00	50	50.00	90	90.00

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ต.ค. 2554)

พื้นที่การทำนาของเกษตรกรผู้ใช้บริการรถเกี่ยวข้าวส่วนใหญ่มีพื้นที่ทำนา 11-20 ไร่ ร้อยละ 37 เป็นที่ดินของตนเองมีพื้นที่ทำนา 11-20 ไร่ ร้อยละ 32 เหตุผลที่ใช้บริการรถเกี่ยวข้าว เพราะสะดวกรวดเร็ว ร้อยละ 76 เกษตรกรผู้ใช้บริการรถเกี่ยวข้าวส่วนใหญ่มีพื้นที่เช่าทำนา 31-40 ไร่ ร้อยละ 16 เหตุผลที่ใช้บริการรถเกี่ยวข้าวเพราะสะดวกรวดเร็ว ร้อยละ 42 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น พื้นที่เช่าทำนา ส่วนใหญ่มีพื้นที่เช่าทำนา 11-20 ไร่ เกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าวมากกว่า 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 พื้นที่การทำงานของเกษตรกรต่อประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

รายการ	ประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าว				รวม	
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		มากกว่า 20 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนพื้นที่ทำนาทั้งหมด						
1-10 ไร่	3	3.00	0	0.00	6	6.00
11-20 ไร่	17	17.00	20	20.00	37	37.00
21-30 ไร่	5	5.00	5	5.00	10	10.00
31-40 ไร่	8	8.00	14	14.00	22	22.00
41-50 ไร่	0	0.00	12	12.00	12	12.00
51-60 ไร่	0	0.00	7	7.00	7	7.00
61-70 ไร่	1	1.00	1	1.00	2	2.00
71-80 ไร่	0	0.00	4	4.00	4	4.00
รวม					100	
จำนวนพื้นที่ทำนาของตนเอง						
1-10 ไร่	6	6.00	8	8.00	14	14.00
11-20 ไร่	15	15.00	17	17.00	32	32.00
21-30 ไร่	6	6.00	10	10.00	16	16.00
31-40 ไร่	3	3.00	11	11.00	14	14.00
41-50 ไร่	0	0.00	6	6.00	6	6.00
51-60 ไร่	0	0.00	6	6.00	6	6.00
61-70 ไร่	0	0.00	1	1.00	1	1.00
71-80 ไร่	0	0.00	1	1.00	1	1.00
รวม					90	
เหตุผลที่ใช้บริการรถเกี่ยวข้าว						
สะดวกรวดเร็ว	29	29.00	47	45.00	76	76.00
ประหยัดกว่าแรงงานคน	1	1.00	13	13.00	14	14.00
จำนวนพื้นที่เช่าทำนา						
1-10 ไร่	4	4.00	0	0.00	4	4.00
11-20 ไร่	2	2.00	13	13.00	15	15.00
21-30 ไร่	3	3.00	5	5.00	8	8.00
31-40 ไร่	10	10.00	6	6.00	16	16.00
51-60 ไร่	3	3.00	0	0.00	3	3.00
รวม					46	
เหตุผลที่ใช้บริการรถเกี่ยวข้าว						
สะดวกรวดเร็ว	22	22.00	20	20.00	42	42.00
ประหยัดกว่าแรงงานคน	0	0.00	4	4.00	4	4.00

*หมายเหตุ เกษตรกรบางรายมีการทำนามากกว่า 1 แปลงซึ่งอาจมีทั้งนาของตนเองและนาเช่า
ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ต.ค. 2554)

เครื่องจักรกลการเกษตรที่เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ใช้บริการ คือ รถเกี่ยวข้าว เครื่องวิดน้ำ และเครื่องพ่นสารเคมี มีการใช้เป็นประจำสูงถึง ร้อยละ 100 รถไถนาใช้บริการเป็นประจำ ร้อยละ 67 รถตัดินใช้บริการบางปี ร้อยละ 58 รถคานาไม่เคยใช้ ร้อยละ 82 เครื่องหว่านปุ๋ยใช้ประจำ ร้อยละ 48 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี และประสบการณ์มากกว่า 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ประสบการณ์การใช้บริการเครื่องจักรกลการเกษตรของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรี

รายการ	ประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าว				รวม	
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		มากกว่า 20 ปี		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
จำนวนผู้ให้บริการ	46	46.00	54	54.00	100	100.00
รถเกี่ยวข้าว						
ไม่เคยใช้	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ใช้บางปี	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ใช้ประจำ	46	46.00	54	54.00	100	100.00
รถไถนา						
ไม่เคยใช้	5	5.00	0	0.00	5	5.00
ใช้บางปี	8	8.00	20	20.00	28	28.00
ใช้ประจำ	33	33.00	34	34.00	67	67.00
รถตัดิน						
ไม่เคยใช้	7	7.00	11	11.00	18	18.00
ใช้บางปี	28	28.00	30	30.00	58	58.00
ใช้ประจำ	11	11.00	13	13.00	24	24.00
รถคานา						
ไม่เคยใช้	44	44.00	40	40.00	84	82.00
ใช้บางปี	22	22.00	14	14.00	16	16.00
ใช้ประจำ	0	0.00	0	0.00	0	0.00
เครื่องวิดน้ำ						
ไม่เคยใช้	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ใช้บางปี	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ใช้ประจำ	46	46.00	54	54.00	100	100.00
เครื่องพ่นสารเคมี						
ไม่เคยใช้	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ใช้บางปี	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ใช้ประจำ	46	46.00	54	54.00	100	100.00
เครื่องหว่านปุ๋ย						
ไม่เคยใช้	13	13.00	0	0.00	13	13.00
ใช้บางปี	13	13.00	26	26.00	39	39.00
ใช้ประจำ	20	20.00	28	28.00	48	48.00

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ค.ค. 2554)

การติดต่อเข้าใช้บริการรถเกี่ยวข้าวเกษตรกรส่วนใหญ่จะรู้จักรถเกี่ยวข้าวโดยตรงถึง ร้อยละ 72 ดังนั้นเวลาติดต่อขอรับบริการจะติดต่อโดยตรง ร้อยละ 75 โดยจะกำหนดนัดหมายวันเวลาขอรับบริการเอง ร้อยละ 96 ในด้านราคาค่าเกี่ยวข้าวนี้ผู้ประกอบการจะเป็นผู้กำหนดราคาค่าเกี่ยวข้าว ส่วนใหญ่ราคาค่าเกี่ยวข้าวประมาณ 500 บาทต่อไร่ ร้อยละ 82 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกรที่มีประสบการณ์น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี และประสบการณ์มากกว่า 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม(ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 การติดต่อเข้าใช้บริการรถเกี่ยวข้าวของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรี

รายการ	ประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าว				รวม	
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		มากกว่า 20 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ให้บริการ	46	46.00	54	54.00	100	100.00
รู้จักรถเกี่ยวข้าวผ่าน						
รู้จักโดยตรง	28	28.00	44	44.00	72	72.00
นายหน้า	15	15.00	5	5.00	20	20.00
เพื่อนบ้าน	3	3.00	5	5.00	8	8.00
ติดต่อขอรับบริการรถเกี่ยวข้าวผ่าน						
ติดต่อโดยตรง	34	34.00	41	41.00	75	75.00
นายหน้า	12	12.00	13	13.00	25	25.00
การกำหนดเวลาขอรับบริการ						
เกษตรกรกำหนดเอง	42	42.00	54	0.00	96	96.00
ตามคิวที่ติดต่อขอรับบริการ	4	4.00	0	0.00	4	4.00
การกำหนดราคาค่าเกี่ยวข้าว						
ผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวกำหนด	46	46.00	54	54.00	100	100.00
ราคาค่าเกี่ยวข้าว						
450 บาท/ไร่	6	6.00	6	6.00	12	12.00
480 บาท/ไร่	1	1.00	1	1.00	2	2.00
500 บาท/ไร่	38	38.00	44	44.00	82	82.00
600 บาท/ไร่	1	1.00	3	3.00	4	4.00

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ค.ค. 2554)

ขั้นตอนการทำงานของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว เกษตรกรก่อนเข้าใช้บริการรถเกี่ยวข้าวผู้ประกอบการจะแจ้งให้เกษตรกรทราบทุกครั้งก่อนถึงแปลงนา เกษตรกรจะมีการเฝ้าดูการให้บริการรถเกี่ยวข้าว ร้อยละ 97 สาเหตุที่เฝ้าดูเพื่อดูคุณภาพของการเกี่ยวเกี่ยว ร้อยละ 75 และพบว่า บางราย ไม่เฝ้าดูการให้บริการรถเกี่ยวข้าว ร้อยละ 3 สาเหตุมาจากเชื่อใจในคุณภาพการเกี่ยวเกี่ยวข้าว

ของผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ผู้ประกอบการได้ให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตรงตามความต้องการของเกษตรกร จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น ไม่มีการเฝ้าดูการให้บริการเพราะเกษตรกรทุกรายมีการเฝ้าดูการให้บริการ เกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ประสบการณ์มากกว่า 20 ปี มีลักษณะกันกับภาพรวม (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 การใช้บริการรถเกี่ยวข้าวของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรี

รายการ	ประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าว				รวม	
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		มากกว่า 20 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ให้บริการ	46	46.00	54	54.00	100	100.00
การแจ้งให้ทราบก่อนเข้าให้บริการ						
มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า	46	46.00	54	54.00	100	100.00
ขณะการรับบริการรถเกี่ยวข้าว						
มีการเฝ้าดูการให้บริการ	46	46.00	51	49.00	97	97.00
สาเหตุที่มีการเฝ้าดูการให้บริการ						
ดูคุณภาพการเกี่ยวเกี่ยว	40	40.00	35	35.00	75	75.00
รอยขายข้าว	4	4.00	8	8.00	12	12.00
คอบอกที่หล่ม กลัวรถติด	1	1.00	3	3.00	4	4.00
หาเครื่องค้ำให้คนขับและเติ้กรถ	1	1.00	5	5.00	6	6.00
ไม่มีการเฝ้าดูการให้บริการ	0	0.00	3	3.00	3	3.00
สาเหตุที่ไม่เฝ้าดูการให้บริการ						
เชื่อใจผู้ให้บริการ	0	0.00	3	3.00	3	3.00
การให้บริการด้วยความยืดหยุ่น						
ให้บริการตรงความต้องการ	46	46.00	54	54.00	100	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ค.ค. 2554)

หลังจากเกษตรกรได้ใช้บริการเสร็จแล้ว ผู้ประกอบการจะมีการสอบถามถึงผลงานหลังใช้บริการร้อยละ 59 การตรวจรับงานหลังใช้บริการ พบว่าเกษตรกรทุกรายมีความพึงพอใจ ส่วนการจ่ายเงินค่าเกี่ยวข้าวเกษตรกรส่วนใหญ่จะจ่ายเงินทันที ร้อยละ 64 โดยนำไปจ่ายให้กับผู้ประกอบการเอง ร้อยละ 45 การใช้บริการรถเกี่ยวข้าวส่วนใหญ่ จะเกิดการสูญเสียกับผลผลิต ร้อยละ 93 พบการสูญเสียที่ 10 กิโลกรัมต่อไร่ ที่ร้อยละ 55 ซึ่งการสูญเสียของผลผลิตที่ 10-50 กิโลกรัมต่อไร่ เป็นช่วงที่เกษตรกรรับได้ จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกรที่มี

ประสบการณ์การใช้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี และประสบการณ์มากกว่า 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 พฤติกรรมหลังการใช้บริการรถเกี่ยวข้าวของเกษตรกรในจังหวัดสุพรรณบุรี

รายการ	ประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าว				รวม	
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		มากกว่า 20 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ให้บริการ	46	46.00	54	54.00	100	100.00
การสอบถามถึงผลงานหลังใช้บริการ						
มีการสอบถาม	26	26.00	33	33.00	59	59.00
ไม่มีการสอบถาม	20	20.00	21	21.00	41	41.00
การตรวจรับงาน						
พึงพอใจหลังรับบริการ	46	46.00	54	54.00	100	100.00
การจ่ายค่าเกี่ยวข้าว						
จ่ายเงินสดทันที	32	32.00	32	32.00	64	64.00
จ่ายเงินเชื่อ	14	14.00	22	22.00	36	36.00
วิธีชำระค่าบริการ						
นำไปจ่ายให้ผู้ประกอบการเอง	22	22.00	23	12.00	45	45.00
ผู้ประกอบการมาเก็บเอง	11	11.00	18	18.00	29	29.00
จ่ายผ่านนายหน้า	13	13.00	13	13.00	26	26.00
การสูญเสียกับผลผลิต						
ไม่เคยเกิดการสูญเสีย	2	2.00	5	5.00	7	7.00
เคยเกิดการสูญเสีย	44	44.00	49	49.00	93	93.00
เคยเกิดการสูญเสีย 10 กก./ไร่	25	25.00	30	30.00	55	55.00
เคยเกิดการสูญเสีย 20 กก./ไร่	13	13.00	9	9.00	22	22.00
เคยเกิดการสูญเสีย 30 กก./ไร่	4	4.00	2	2.00	6	6.00
เคยเกิดการสูญเสีย 40 กก./ไร่	0	0.00	4	4.00	4	4.00
เคยเกิดการสูญเสีย 50 กก./ไร่	2	2.00	4	4.00	6	6.00
รับได้กับการสูญเสียที่เกิดขึ้น	44	44.00	49	49.00	93	93.00

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ต.ค. 2554)

จากการสำรวจความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว ในการเลือกใช้บริการรถเกี่ยวข้าว พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ใช้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ให้ความสำคัญกับการให้บริการเป็นกันเองมากที่สุดถึงร้อยละ 70 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี และประสบการณ์มากกว่า 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม(ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 ความคิดเห็นของเกษตรกรในการเลือกใช้บริการรถเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

รายการ	ประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าว				รวม	
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี		มากกว่า 20 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ให้บริการ	46	46.00	54	54.00	100	100.00
ความสำคัญในการเลือกใช้บริการรถเกี่ยวข้าว						
ให้บริการเป็นกันเอง	29	29.00	41	41.00	70	70.00
คุณภาพของการเก็บเกี่ยว	12	12.00	7	7.00	19	19.00
ราคาค่าเกี่ยวข้าว	2	2.00	4	4.00	6	6.00
การติดต่อสะดวกรวดเร็ว	3	3.00	1	1.00	4	4.00
ลักษณะของรถเกี่ยวข้าว	0	0.00	1	1.00	1	1.00

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ต.ค. 2554)

ส่วนประสมทางการตลาดของเกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว

ในส่วนของส่วนประสมทางการตลาด พบว่าเกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจรับจ้างเกี่ยวข้าว มีระดับความต้องการใช้ (ตารางที่ 11) ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว มีระดับความต้องการใช้ในระดับมาก โดยมีความต้องการใช้รถเกี่ยวข้าวประเภทอ้อม อยู่ในระดับมากที่สุดของผู้ให้บริการ ในส่วนของอุปกรณ์เสริม รถเข็นข้าวและคนเกี่ยวข้าวชายคันทนา มีความต้องการใช้ในระดับมาก ด้านรถทอยข้าวมีความต้องการใช้ในระดับปานกลาง และรถเกี่ยวข้าวประเภทรถกระสอบมีความต้องการใช้ในระดับน้อย
2. ด้านราคา เกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของบริการกับราคาของบริการ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาจะตัดสินใจใช้บริการ ความต้องการใช้ของเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความต้องการใช้ในด้านราคาตลาดหรือราคาที่เป็นมาตรฐาน อยู่ในระดับมาก และ ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของการบริการรถเกี่ยวข้าวอยู่ในระดับปานกลาง
3. ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการต้องพิจารณาในช่องทางในการนำเสนอบริการ มีความต้องการ ใช้ในระดับปานกลาง ความสามารถติดต่อผู้ประกอบการได้ง่าย และให้บริการด้วยความรวดเร็วไม่ต้องนัดนาน มีความต้องการใช้ในระดับมาก มีนายหน้าติดต่อเป็นคนในพื้นที่มีความต้องการใช้ในระดับน้อย
4. ด้านส่งเสริมการตลาด เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้เกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวมีระดับความต้องการใช้ในระดับน้อย การมีป้ายสัญลักษณ์เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ชัดเจนที่รถเกี่ยวข้าว มีระดับความต้องการใช้ในระดับปานกลาง มีการประชาสัมพันธ์ ประกาศทางวิทยุ หรือ ป้ายประชาสัมพันธ์ มีระดับความต้องการใช้ในระดับน้อย มีเว็บไซต์ของกิจการที่เข้าถึงการใช้งานง่ายมีรายละเอียดครบถ้วน มีระดับความต้องการใช้ในระดับน้อยที่สุด เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรมีอายุ 41-60 ปี การศึกษาน้อย ทำให้การตลาดเช่น สื่อประเภทเว็บไซต์ ไม่สามารถเข้าถึงเกษตรกรได้

ตารางที่ 11 ความต้องการใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของเกษตรกรทั้งหมด

ส่วนประสมการตลาด	ระดับความต้องการใช้					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว	5	4	3	2	1			
ผลิตภัณฑ์						3.52	0.82	มาก
รวม								
1. รถเกี่ยวข้าวแบบรถอ้อม	72 (72.00)	27 (27.00)	1 (1.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.71	0.48	มากที่สุด
2. อุปกรณ์เสริม								
รถเข็นข้าว	75 (75.00)	23 (23.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (2.00)	4.29	0.67	มาก
เกี่ยวข้าวชายคันนา	54 (54.00)	25 (25.00)	17 (17.00)	4 (4.00)	0 (0.00)	4.29	0.89	มาก
รถทอยข้าว	13 (13.00)	17 (17.00)	31 (31.00)	16 (16.00)	23 (23.00)	2.81	1.32	ปานกลาง
3. รถเกี่ยวข้าวแบบรถกระสอบ	0 (0.00)	2 (2.00)	11 (11.00)	24 (24.00)	63 (63.00)	1.52	0.77	น้อย
ราคา								ปานกลาง
รวม						3.3	0.76	
5. ราคาตลาด	10 (10.00)	60 (60.00)	25 (25.00)	4 (4.00)	1 (15.00)	3.74	0.73	มาก
4. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการรถเกี่ยวข้าว	5 (5.00)	11 (11.00)	50 (50.00)	34 (34.00)	0 (0.00)	2.87	0.79	ปานกลาง
การจัดจำหน่าย								ปานกลาง
รวม						3.33	0.6	
6. สามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ง่าย	30 (30.00)	67 (67.00)	0 (0.00)	3 (3.00)	0 (0.00)	4.26	0.56	มาก
7. ให้บริการด้วยความรวดเร็วไม่ต้องนัดนาน	20 (20.00)	76 (76.00)	4 (4.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.16	0.46	มาก
8. มีนายหน้าติดต่อเป็นคนในพื้นที่	0 (0.00)	1 (1.00)	15 (15.00)	24 (24.00)	60 (60.00)	1.57	0.78	น้อย
การส่งเสริมการตลาด						2.09	0.84	น้อย
รวม								
9. มีป้ายสัญลักษณ์ เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ที่ชัดเจนที่รถเกี่ยวข้าว และรถเทเลอร์	4 (4.00)	41 (41.00)	43 (43.00)	1 (1.00)	11 (11.00)	3.26	0.98	ปานกลาง
10. มีการประชาสัมพันธ์หรือประกาศทางวิทยุ หรือ ป้ายประชาสัมพันธ์	0 (0.00)	6 (6.00)	10 (10.00)	23 (23.00)	61 (61.00)	1.61	0.89	น้อย
11. มีเว็บไซต์ของกิจการที่เข้าถึงการใช้งานง่ายมีรายละเอียดครบถ้วน	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (10.00)	21 (21.00)	69 (69.00)	1.41	0.66	น้อยที่สุด
บุคคล						3.92	0.61	มาก
รวม								
12. พนักงานขับรถเกี่ยวข้าวมีประสบการณ์/เชี่ยวชาญ	25 (25.00)	59 (59.00)	12 (12.00)	3 (3.00)	1 (1.00)	4.04	0.76	มาก
13. พนักงานบริการให้บริการด้วยความรวดเร็ว	5 (5.00)	48 (48.00)	45 (45.00)	2 (2.00)	0 (0.00)	3.56	0.62	มาก

ตารางที่ 11 ต่อ

ส่วนประสมการตลาด	ระดับความต้องการใช้					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว	5	4	3	2	1			
14. พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม นอบน้อมและสุภาพ	16 (16.00)	67 (67.00)	17 (17.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.99	0.57	มาก
15. พนักงานมีความยินดีในการให้บริการ เมื่อได้รับคำสั่ง, คำติชม	21 (21.00)	62 (62.00)	17 (17.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.04	0.61	มาก
16. พนักงานมีความรับผิดชอบ	13 (13.00)	73 (73.00)	14 (14.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.99	0.52	มาก
การสร้างและนำเสนอลักษณะ								
ทางกายภาพ	รวม					3.48	0.88	ปานกลาง
17. ความพร้อมใช้งานของรถเกี่ยวข้าว	16 (16.00)	50 (50.00)	31 (31.00)	3 (3.00)	0 (0.00)	3.79	0.74	มาก
18. อุปกรณ์ที่ใช้ เครื่องมือ กระสอบ อยู่ ในสภาพดี	16 (16.00)	35 (35.00)	45 (45.00)	4 (4.00)	0 (0.00)	3.63	0.79	มาก
19. ความสะอาด เรียบร้อยและสวยงาม ของรถเกี่ยวข้าว	13 (13.00)	31 (31.00)	27 (27.00)	19 (19.00)	10 (10.00)	3.18	1.18	ปานกลาง
20. เอกลักษณ์ของกิจการ อุปกรณ์ตกแต่ง ที่โดดเด่น	8 (8.00)	29 (29.00)	55 (55.00)	4 (4.00)	4 (4.00)	3.33	0.84	ปานกลาง
กระบวนการ	รวม					3.66	0.66	มาก
21. มีการจัดเตรียมรถเกี่ยวข้าวดำเนินการ อย่างสะดวก รวดเร็ว	8 (8.00)	75 (75.00)	17 (17.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.91	0.49	มาก
22. มีการจัดคิวตามรายการที่ติดต่อ เข้ามา	8 (8.00)	80 (80.00)	9 (9.00)	0 (0.00)	3 (3.00)	3.9	0.65	มาก
23. มีการให้บริการที่เป็นระบบระเบียบ	8 (8.00)	83 (83.00)	9 (9.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.99	0.41	มาก
24. ให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตามความ ต้องการของผู้ใช้บริการ	8 (8.00)	58 (58.00)	34 (34.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.74	0.59	มาก
25. มีการสอบถามถึงผลงานหลังการ ให้บริการ	6 (6.00)	29 (29.00)	40 (40.00)	14 (14.00)	11 (11.00)	3.05	1.05	ปานกลาง
26. มีการสอบถามถึงความพึงพอใจจาก การรับบริการ	6 (6.00)	41 (41.00)	39 (39.00)	14 (14.00)	0 (0.00)	3.39	0.8	ปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ค.ค. 2554)

5. ด้านบุคคล ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวได้และเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานผู้ให้บริการและเกษตรกรผู้ให้บริการ มีระดับความต้องการใช้อยู่ในระดับมาก พนักงานขับรถต้อง มีประสบการณ์/เชี่ยวชาญ พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็ว พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม นอบน้อมสุภาพ ยินดีในการให้บริการเมื่อรับคำสั่ง คำติชม และพนักงานต้องมีความรับผิดชอบ มีระดับความต้องการใช้อยู่ในระดับมาก

6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม เพื่อสร้างคุณค่าให้กับเกษตรกรผู้ให้บริการ มีความต้องการใช้ในระดับปานกลาง ความพร้อมใช้งานของรถเกี่ยวข้าว และ อุปกรณ์ที่ใช้ เครื่องมือ กระสอบ อยู่ในสภาพดี มีความต้องการใช้ในระดับมาก ความสะอาด เรียบร้อย สวยงามของรถเกี่ยวข้าว และ เอกลักษณ์ของกิจการ อุปกรณ์ตกแต่งที่โดดเด่น มีความต้องการใช้ในระดับปานกลาง

7. ด้านกระบวนการ เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการบริการ ที่นำเสนอให้กับเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว เพื่อบริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และทำให้เกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวเกิดความประทับใจ มีความต้องการใช้อยู่ในระดับมาก มีการจัดเตรียมรถเกี่ยวข้าวดำเนินการอย่างสะดวกรวดเร็ว การจัดคิวตามลำดับที่ติดต่อเข้ามา การให้บริการอย่างเป็นระบบระเบียบ ให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตรงกับความต้องการ มีความต้องการใช้อยู่ในระดับมาก มีการสอบถามถึงผลงานหลังให้บริการและการสอบถามถึงความพึงพอใจ จากการให้บริการมีความต้องการใช้อยู่ในระดับปานกลาง

เกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้รถเกี่ยวข้าวน้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปีจะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกร มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น รถเกี่ยวข้าวมีความต้องการใช้ในระดับมากที่สุด รถทอยข้าวมีความต้องการใช้ในระดับน้อย และรถเกี่ยวข้าวแบบกระสอบมีความต้องการใช้ในระดับน้อยที่สุด ด้านราคา ความต้องการใช้มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ด้านการจัดจำหน่าย ความต้องการใช้มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ด้านส่งเสริมการตลาด มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น การมีป้ายสัญลักษณ์ เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ชัดเจนที่รถเกี่ยวข้าว มีระดับความต้องการใช้ในระดับมาก ด้านบุคคล มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น พนักงานขับรถเกี่ยวข้าวมีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญ มีความต้องการใช้ในระดับมากที่สุด ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น อุปกรณ์

เครื่องมือที่ใช้อยู่ในสภาพดี มีความต้องการใช้อยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการมีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น การจัดเตรียมรถเกี่ยวข้าว ดำเนินการอย่างสะดวกรวดเร็ว มีความต้องการใช้อยู่ในระดับปานกลาง การสอบถามถึงความพึงพอใจการใช้บริการมีความต้องการใช้อยู่ในระดับมาก (ตารางผนวกที่ 1)

เกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้รถเกี่ยวข้าวมากกว่า 20 ปี จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกร ด้านผลิตภัณฑ์ มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น รถเกี่ยวข้าวมีความต้องการใช้ในระดับมากที่สุด คนเกี่ยวข้าวชายคันทันมีความต้องการใช้ในระดับมากที่สุด และรถเกี่ยวข้าวแบบกระสอบมีความต้องการใช้ในระดับน้อยที่สุด ด้านราคามีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ด้านการจัดจำหน่ายมีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ด้านส่งเสริมการตลาดมีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น มีการประชาสัมพันธ์ ประกาศทางวิทยุ หรือ ป้ายประชาสัมพันธ์ มีระดับความต้องการใช้ในระดับน้อยที่สุด ด้านบุคคลจะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏเกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวทุกช่วงประสบการณ์การใช้รถเกี่ยวข้าวมีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น อุปกรณ์ที่ใช้ เครื่องมือ กระสอบ อยู่ในสภาพดี มีความต้องการใช้ในระดับปานกลาง ด้านกระบวนการมีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม (ตารางผนวกที่ 2)

ผู้วิจัยได้ศึกษาธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยข้อมูลค่าของผู้ประกอบธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้ผลการศึกษาดังนี้

ผลการวิเคราะห์ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยข้อมูลค่าของผู้ประกอบ

ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

ข้อมูลจากการสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 ตัวอย่าง พบว่าประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว เฉลี่ย 11 ปี ต่ำสุด 1 ปี และสูงสุด 20 ปี จึงทำการวิเคราะห์แยกตามกลุ่มประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ออกเป็น 2 ช่วง ประสบการณ์คือ ช่วง 1-10 ปี และ ช่วง 11-20 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 75 อายุ 41- 50 ปี ร้อยละ 55 การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาถึง ร้อยละ 70 จะเห็นได้ว่า

ลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี และ 11-20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม (ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

รายการ	ประสบการณ์การให้บริการรถเกี่ยวข้าว					
	1-10 ปี		11-20 ปี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ให้บริการ	10	50.00	10	50.00	20	100.00
เพศ						
ชาย	7	35.00	8	45.00	15	75.00
หญิง	3	15.00	2	10.00	5	25.00
อายุ						
20-30	3	15.00	0	0.00	3	15.00
31-40	0	0.00	2	10.00	2	10.00
41-50	6	30.00	5	25.00	11	55.00
51-60	1	5.00	3	15.00	4	20.00
เฉลี่ย(ปี)	39.00		49.00			
ต่ำสุด-สูงสุด	25-60		38-60			
ระดับการศึกษา						
ประถมศึกษา	9	45.00	5	25.00	14	70.00
มัธยมศึกษา	1	5.00	4	20.00	5	25.00
ปริญญาตรี	0	0.00	1	5.00	1	5.00

ที่มา: จากการสำรวจ (ก.ย.-ต.ค. 2554)

ข้อมูลจากการสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 ตัวอย่าง พบว่า จำนวนรถเกี่ยวข้าวที่ให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว เฉลี่ย 3 คัน ต่ำสุด 1 คัน และสูงสุด 9 คัน จึงทำการแยกขนาดของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ออกเป็น 3 ขนาดธุรกิจ คือ จำนวนรถเกี่ยวข้าวที่ให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-2 คัน เป็นธุรกิจขนาดเล็ก 3-6 คัน เป็นธุรกิจขนาดกลาง และ 7-9 คัน เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นมีขนาดธุรกิจเป็นขนาดเล็กถึงร้อยละ 50 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 11-20 ปี ส่วนใหญ่ คือ ธุรกิจขนาดกลาง ร้อยละ 30 (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ขนาดของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

รายการ	ประสบการณ์การให้บริการรถเกี่ยวข้าว				รวม	
	1-10 ปี		11-20 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ให้บริการ	10	50.00	10	50.00	20	100.00
ขนาดของธุรกิจ						
ขนาดเล็ก	6	30.00	4	20.00	10	50.00
ขนาดกลาง	3	15.00	6	30.00	9	45.00
ขนาดใหญ่	0	0.00	1	5.00	1	5.00

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ค.ค. 2554)

ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว นอกจากจะให้บริการเกี่ยวข้าวแล้ว ยังให้บริการเครื่องจักรกลการเกษตรชนิดอื่นด้วย กล่าวคือรถดีดดิน(ภาพที่ 11) มีผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ขนาดเล็กและขนาดกลางให้บริการ ร้อยละ 5 ที่เท่ากัน รถทอยข้าว (ภาพที่ 12) มีผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวขนาดกลางให้บริการ ร้อยละ 10 รถเข็นข้าว (ภาพที่ 13) มีผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวขนาดเล็กให้บริการ ร้อยละ 20 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสพการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี รถดีดดินเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก ร้อยละ 5 และผู้ประกอบการที่มีประสพการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 11-20 ปี เป็นผู้ประกอบการขนาดกลาง ผู้ประกอบการที่มีประสพการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 11-20 ปี รถเข็นข้าว เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางให้บริการเท่านั้น ที่ร้อยละ 10 (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 ประสิทธิภาพการให้บริการเครื่องจักรกลการเกษตร

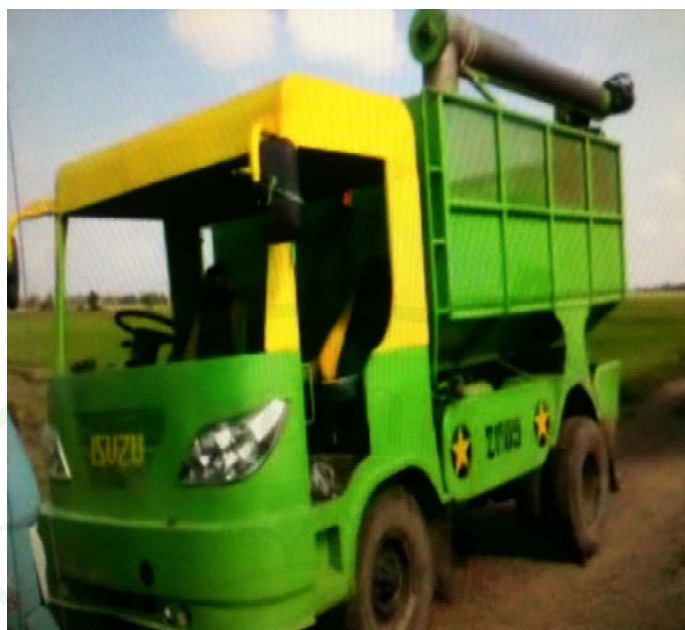
รายการ	ประสิทธิภาพการให้บริการรถเกี่ยวข้าว				รวม	
	1-10 ปี		11-20 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ให้บริการ	10	50.00	10	50.00	20	100.00
จำนวนรถไถดิน						
ขนาดเล็ก	1	5.00	0	0.00	1	5.00
ขนาดกลาง	0	0.00	1	5.00	1	5.00
ขนาดใหญ่	0	0.00	0	0.00	0	0.00
จำนวนรถทอยข้าว						
ขนาดเล็ก	0	0.00	0	0.00	0	0.00
ขนาดกลาง	0	0.00	2	10.00	2	10.00
ขนาดใหญ่	0	0.00	1	5.00	1	5.00
จำนวนรถเข็นข้าว						
ขนาดเล็ก	4	20.00	0	0.00	4	20.00
ขนาดกลาง	1	5.00	2	10.00	3	15.00
ขนาดใหญ่	0	0.00	0	0.00	0	0.00

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ต.ค. 2554)



ภาพที่ 11 รถไถดิน

ที่มา: อภิชาติ น้อยสมมิตร(2554)



ภาพที่ 12 รถทอยข้าว
ที่มา: อนันต์ ม่วงงาม(2554)



ภาพที่ 13 รถเข็นข้าว
ที่มา: บุญเลิศ เพ็ชรจันทร์(2554)

ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวทั้งหมดได้รับการติดต่อจากเกษตรกร ผู้ใช้บริการรถเกี่ยวข้าวโดยตรงและผ่านทางนายหน้า ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวทั้งหมดขอให้เกษตรกรติดต่อรถเกี่ยวข้าวโดยตรง เพื่อลดต้นทุนด้านค่านายหน้า แต่ผู้ประกอบการจะทำได้เฉพาะในพื้นที่ของตนเอง เพราะนอกพื้นที่จำเป็นต้องใช้นายหน้า เพื่อเพิ่มจำนวนเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี และ 11-20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ช่องทางการติดต่อระหว่างผู้ประกอบการและเกษตรกร

รายการ	ประสบการณ์การให้บริการรถเกี่ยวข้าว				รวม	
	1-10 ปี		11-20 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ให้บริการ	10	50.00	10	50.00	20	100.00
เกษตรกรรู้จักหรือเกี่ยวข้อง*						
ติดต่อโดยตรง	10	50.00	10	50.00	20	100.00
นายหน้า	10	50.00	10	50.00	20	100.00
เพื่อนบ้าน	2	10.00	4	20.00	6	30.00
ขอให้เกษตรกรติดต่อหรือเกี่ยวข้อง*						
ติดต่อโดยตรง	10	50.00	10	50.00	20	100.00
นายหน้า	7	35.00	7	35.00	14	70.00

*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ต.ค. 2554)

ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวทั้งหมดกำหนดราคาค่าเกี่ยวข้าว โดยนายหน้าในพื้นที่ เป็นราคามาตรฐาน และจะมีการต่อรองกำหนดราคาตามสภาพแปลงนา อ้างอิงค่าเกี่ยวปีที่ผ่านมา ราคาน้ำมัน และจะรับเงินสดทันทีที่ให้บริการเสร็จ จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี และ 11-20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 การกำหนดราคาค่าเกี่ยวข้าวและการรับเงินค่าเกี่ยวข้าวของผู้ประกอบการ

รายการ	ประสบการณ์การให้บริการเกี่ยวข้าว				รวม	
	1-10 ปี		16-20 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ให้บริการ	10	50.00	10	50.00	20	100.00
การกำหนดราคาค่าเกี่ยวข้าว*						
การกำหนดราคาโดยนายหน้า	10	50.00	10	50.00	20	100.00
กำหนดตามสภาพของแปลงนา	2	10.00	4	20.00	6	30.00
อ้างอิงราคาค่าเกี่ยวปีที่ผ่านมา	1	5.00	3	15.00	4	20.00
ราคาน้ำมัน	1	5.00	3	15.00	4	20.00
การจ่ายเงินค่าเกี่ยวข้าว*						
จ่ายเงินสด	10	50.00	10	50.00	20	100.00
จ่ายเงินเชื่อ	3	15.00	6	30.00	9	45.00

*หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ค.ค. 2554)

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ พบว่าเกษตรกรที่ใช้บริการเกี่ยวข้าวจะเป็นเกษตรกรรายเดิม ร้อยละ 90 มากที่สุด มีวิธีการรักษาเกษตรกรรายเดิมด้วยวิธีการรักษาคุณภาพของการเกี่ยวเกี่ยว ร้อยละ 85 มีวิธีการหาเกษตรกรรายใหม่ คือการหานายหน้าเพิ่ม ร้อยละ 45 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี มีเหมือนกันกับภาพรวมผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 11-20 ปี มีความคล้ายคลึงกันในภาพรวม ยกเว้น เกษตรกรผู้ใช้บริการรายเดิมมากที่สุดคือ ร้อยละ 80 (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 ประเภทของเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว

รายการ	ประสบการณ์การให้บริการรถเกี่ยวข้าว				รวม	
	1-10 ปี		11-20 ปี		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
จำนวนผู้ให้บริการ	10	50.00	10	50.00	20	100.00
ลูกค้าเก่า						
ร้อยละ 80	3	15.00	6	30.00	9	45.00
ร้อยละ 90	6	30.00	4	20.00	10	50.00
ร้อยละ 100	1	5.00	0	0.00	1	5.00
วิธีการรักษาลูกค้าเดิม						
คุณภาพของการเก็บเกี่ยว	9	45.00	8	40.00	17	85.00
บริการดี	0	0.00	2	10.00	2	10.00
ตรงต่อเวลา	1	5.00	0	0.00	1	5.00
วิธีการหาลูกค้าใหม่						
หานายหน้าเพิ่ม	4	20.00	5	25.00	9	45.00
แจกนามบัตร	2	10.00	2	10.00	4	20.00
บอกปากต่อปาก	2	10.00	2	10.00	4	20.00
ราคาตลาด	2	10.00	1	5.00	3	15.00

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ต.ค. 2554)

การลดต้นทุนในธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะไม่มี การลดต้นทุน ร้อยละ 35 แต่ถ้ามีการลดต้นทุนส่วนใหญ่จะลดต้นทุนโดยการดัดแปลงรถเกี่ยวข้าวแบบ กระสอบให้เป็นแบบรถอู่ม เพื่อประหยัดค่าจ้างแรงงานคนร้อยละ 25 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏ ของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี มีลักษณะเดียวกันกับ ภาพรวม ยกเว้น การลดต้นทุนจะไม่รับงานที่ลุ่ม เพื่อลดการสึกหรอของรถเกี่ยวข้าวและประหยัด น้ำมัน ร้อยละ 15 ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 11-20 ปี มีลักษณะ เดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น มีการลดต้นทุนจะลดโดยการซ่อมรถเองเนื่องจากมีประสบการณ์การ ให้บริการรถเกี่ยวข้าวมานาน จึงมีความรู้ด้านการซ่อมรถเกี่ยวเอง ไม่เข้าอู่ซ่อมรถเกี่ยวข้าวทำให้ช่วย ลดต้นทุนค่าช่าง ร้อยละ 15 ซึ่งเท่ากันกับการลดต้นทุนโดยการเปลี่ยนจากรถแบบกระสอบมาเป็น รถแบบอู่ม (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 การลดต้นทุนในธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของผู้ประกอบการ

รายการ	ประสิทธิภาพการให้บริการลดเกี่ยวข้าว				รวม	
	1-10 ปี		16-20 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ให้บริการ	10	50.00	10	50.00	20	100.00
การลดต้นทุน						
เปลี่ยนจากรถกระบะสอบเป็นอู่ม	2	10.00	3	15.00	5	25.00
ซ่อมรถเอง	1	5.00	3	15.00	4	20.00
ไม่รับงานที่ลุ่ม	3	15.00	0	0.00	3	15.00
ตรวจเช็คสภาพรถ	0	0.00	1	5.00	1	5.00
ไม่มีการลดต้นทุน	4	20.00	3	15.00	7	35.00

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ต.ค. 2554)

ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ส่วนใหญ่มีความเข้าใจว่าเกษตรกรให้ความสำคัญกับคุณภาพของการเกี่ยวเกี่ยวข้าวมากที่สุดถึง ร้อยละ 60 ในการเลือกใช้บริการรับจ้างเกี่ยวเกี่ยวข้าว จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพการให้บริการรับจ้างเกี่ยวเกี่ยวข้าว 1-10 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น การให้บริการเป็นกันเองเพราะไม่มีผู้ประกอบการรายใดให้ความสำคัญเลย และ 11-20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อเกษตรกรเรื่องความสำคัญในการเลือกใช้บริการรถเกี่ยวข้าว

รายการ	ประสิทธิภาพการให้บริการลดเกี่ยวข้าว				รวม	
	1-10 ปี		16-20 ปี			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ให้บริการ	10	50.00	10	50.00	20	100.00
คุณภาพของการเกี่ยวเกี่ยวข้าว	6	30.00	6	30.00	12	60.00
การติดต่อสะดวกรวดเร็ว	4	20.00	2	10.00	6	30.00
ให้บริการเป็นกันเอง	0	0.00	2	10.00	2	10.00

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ต.ค. 2554)

โซ่คุณค่าของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

โซ่คุณค่าของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี กิจกรรมหลัก (Primary Activities) เป็นกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวอยู่ในระดับมาก (ตารางที่ 20) ได้แก่ปัจจัยทางด้าน

1. ปัจจัยการนำเข้า เป็นกิจกรรมที่สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก ประเภทของรถ ลักษณะความใหม่เก่าของรถ จำนวนรถเกี่ยวข้าวของผู้ประกอบการ สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก ยกเว้น ยี่ห้อรถเกี่ยวข้าว สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 20)
2. กระบวนการผลิต สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก ในทุกกรณีศึกษา ตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมรถเกี่ยวข้าวก่อนการเกี่ยวเกี่ยว การจัดลำดับคิวที่ติดต่อเข้ามา การให้บริการที่เป็นระบบระเบียบ และการให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ (ตารางที่ 20)
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลหลังให้บริการ สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับปานกลาง แต่ในรายละเอียดย่อยปัจจัยที่ศึกษา พบว่าการสอบถามถึงความพึงพอใจหลังให้บริการสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก การสอบถามถึงผลงานหลังให้บริการสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 20)
4. การขายและการตลาด สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับปานกลาง ความสามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ง่าย การบริการด้วยความรวดเร็วไม่ต้องนัดนาน และป้ายสัญลักษณ์ เบอร์โทรศัพท์ที่ชัดเจนบนรถเกี่ยวข้าว สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก ส่วนการ มีนายหน้าเป็นคนในพื้นที่ที่สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับปานกลาง แต่การมีการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ ป้ายประชาสัมพันธ์ และมีเว็บไซต์ของกิจการที่เข้าถึง การใช้งานง่ายมีรายละเอียดครบถ้วน สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับน้อย (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 การเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการทั้งหมด

วิเคราะห์ธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าว ด้วยโซ่คุณค่า		การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
		5	4	3	2	1			
Primary Activities									
ปัจจัยการนำเข้า	รวม						3.58	0.87	มาก
1. ประเภทของรถ		3 (15.00)	8 (40.00)	9 (45.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.7	0.73	มาก
2. ลักษณะของรถ เช่น ใหม่ ,เก่า		0 (0.00)	12 (60.00)	8 (40.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.6	0.5	มาก
3. จำนวนรถเกี่ยวข้าวของผู้ประกอบการ		6 (30.00)	6 (30.00)	5 (25.00)	3 (15.00)	0 (0.00)	3.75	1.06	มาก
4. ยี่ห้อรถ		3 (15.00)	6 (30.00)	8 (40.00)	0 (0.00)	3 (15.00)	3.3	1.21	ปานกลาง
กระบวนการผลิต	รวม						3.95	0.57	มาก
5.การเตรียมรถเกี่ยวข้าวก่อนเก็บเกี่ยว		5 (25.00)	12 (60.00)	3 (15.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.2	0.64	มาก
6.การจัดคิวตามรายการที่ติดต่อเข้ามา		0 (0.00)	12 (60.00)	8 (40.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.6	0.5	มาก
7. การให้บริการที่เป็นระบบระเบียบ		9 (45.00)	9 (45.00)	2 (10.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.35	0.67	มาก
8.การให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตามความ ความต้องการของผู้ใช้บริการ		0 (0.00)	13 (65.00)	7 (35.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.65	0.48	มาก
การเก็บรวบรวมบริการที่สำเร็จแล้ว	รวม						3.47	0.59	ปานกลาง
9. มีการสอบถามถึงความพึงพอใจจาก การรับบริการ		1 (5.00)	9 (45.00)	10 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.55	0.6	มาก
10. มีการสอบถามถึงผลงานหลังการ ให้บริการ		1 (5.00)	6 (30.00)	13 (65.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.4	0.59	ปานกลาง
การขายและการตลาด	รวม						3.15	1.04	ปานกลาง
11. สามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ง่าย		5 (25.00)	13 (65.00)	2 (10.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.15	0.58	มาก
12. ให้บริการด้วยความรวดเร็ว (ไม่ต้องนัดนาน)		5 (25.00)	12 (60.00)	3 (15.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.1	0.64	มาก
13. มีป้ายสัญลักษณ์ เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ ที่ชัดเจนที่รถเกี่ยวข้าว และรถเทเลอร์		5 (25.00)	12 (60.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (15.00)	3.8	1.28	มาก
14. มีนายหน้าติดต่อเป็นคนในพื้นที่		7 (35.00)	4 (20.00)	3 (15.00)	0 (0.00)	6 (30.00)	3.3	1.68	ปานกลาง

ตารางที่ 20 (ต่อ)

วิเคราะห์ธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าว ด้วยโซ่คุณค่า	การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	5	4	3	2	1			
15. มีการประชาสัมพันธ์หรือประกาศทางวิทยุ หรือ ป้ายประชาสัมพันธ์	0 (0.00)	1 (5.00)	4 (20.00)	4 (20.00)	11 (55.00)	1.75	0.96	น้อย
16. มีเว็บไซต์ของกิจการที่เข้าถึงการใช้งานง่ายมีรายละเอียดครบถ้วน	1 (5.00)	0 (0.00)	4 (20.00)	4 (20.00)	11 (55.00)	1.8	1.1	น้อย
บริการที่เพิ่มคุณค่า รวม						4.1	0.95	มาก
17. มีบริการเกี่ยวข้าวชายคันนา	7 (35.00)	9 (45.00)	1 (5.00)	3 (15.00)	0 (0.00)	4	1.02	มาก
18. การเก็บเกี่ยวลดการร่วงหล่นของเมล็ดข้าว	7 (35.00)	12 (60.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (5.00)	4.2	0.89	มาก

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ต.ค. 2554)

5. การบริการที่เพิ่มคุณค่าเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญในการแข่งขันเพราะผู้ใช้บริการมองเห็นและรู้สึกได้ทันที สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวอยู่ในระดับมาก มีบริการเกี่ยวข้าวชายคันนา ลดการร่วงหล่นของเมล็ดข้าว สามารถสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก (ตารางที่ 20)

ด้านกิจกรรมหลัก จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี ปัจจัยการนำเข้ามีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น ยี่ห้อของรถ และประเภทของรถสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับปานกลาง ด้านกระบวนการผลิต มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น การจัดคิวที่ติดต่อเข้ามาสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับปานกลาง ด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลหลังให้บริการ มีมีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น การสอบถามถึงความพึงพอใจจากการใช้บริการสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับปานกลาง ด้านการขายและการตลาด มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ด้านการบริการที่เพิ่มคุณค่า มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม (ตารางผนวกที่ 3)

ด้านกิจกรรมหลัก จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 11-20 ปี ปัจจัยการนำเข้า มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น ยี่ห้อรถเกี่ยวข้าว สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก ด้านกระบวนการ

การผลิต มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น การให้บริการที่เป็นระบบระเบียบสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมากที่สุด การเก็บรวบรวมข้อมูลหลังให้บริการสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก ในรายละเอียดย่อยมีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น การสอบถามถึงความผลงานหลังให้บริการสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก ด้านการขายและการตลาด มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ด้านการบริการที่เพิ่มคุณค่ามีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม (ตารางผนวกที่ 4)

กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) เป็นกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการของผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวอยู่ในระดับมาก (ตารางที่ 21)

1. การจัดหาวัตถุดิบ การจัดการที่ดีจะทำให้กิจการมีต้นทุนต่ำกว่าผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวรายอื่น ซึ่งหมายถึงสามารถทำกำไรได้สูงกว่า สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยเกี่ยวกับ คนจำเป็นต้องมีความชำนาญการเก็บเกี่ยว เป็นปัจจัยที่สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่เหลือได้แก่ จำนวนรถเกี่ยวข้าวในเครือข่ายเพียงพอ คนงาน/เครื่องมีความรับผิดชอบ การเตรียมพร้อมของอุปกรณ์ เช่น น้ำมัน มีอุปกรณ์เสริม เช่น รถทอยข้าว รถเข็นข้าว เพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก (ตารางที่ 21)

2. การพัฒนาเทคโนโลยี เป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการ การปรับเปลี่ยนรูปแบบรถเกี่ยวข้าว สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนรูปแบบรถเกี่ยวข้าวแบบกระสอบมาเป็นรถเกี่ยวข้าวแบบรถอู่ม มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัยสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมากที่สุด ส่วนการมีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้สามารถใช้ได้กับรถเกี่ยวข้าวทุกคันสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับปานกลาง (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 การเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการทั้งหมด

วิเคราะห์ธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าว ด้วยโซ่คุณค่า	การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	5	4	3	2	1			
Support Activities	รวม					4.21	0.46	มาก
การจัดหาวัตถุดิบ								
19. คนขับรถที่มีความสามารถและชำนาญ	11 (55.00)	9 (45.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.55	0.51	มากที่สุด
20. จำนวนรถเกี่ยวข้าวในเครือข่าย เพียงพอ	2 (10.00)	18 (90.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.1	0.3	มาก
21. คนงาน/ เด็กกรด มีความรับผิดชอบ	6 (30.00)	14 (70.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.3	0.47	มาก
22. การเตรียมพร้อมของอุปกรณ์ เช่น น้ำมัน	4 (20.00)	16 (80.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.2	0.41	มาก
23. มีอุปกรณ์เสริม เช่น รถทอยข้าว รถเข็นข้าว	3 (15.00)	12 (60.00)	5 (25.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.9	0.64	มาก
การพัฒนาเทคโนโลยี	รวม					4.15	0.87	มาก
24. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรถเกี่ยวข้าว เช่น จากระดกระสอบ เป็นรถอู่ม	13 (65.00)	4 (20.00)	3 (70.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.5	0.76	มากที่สุด
25. มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้มีความ ทันสมัย	14 (70.00)	3 (15.00)	3 (15.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.55	0.76	มากที่สุด
26. มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้สามารถ ใช้ได้กับรถทุกรุ่น ทุกยี่ห้อ	0 (0.00)	14 (70.00)	3 (15.00)	0 (0.00)	3 (0.00)	3.4	1.09	ปานกลาง
การบริหารทรัพยากรบุคคล	รวม					3.85	0.86	มาก
27. มีระบบคัดเลือกพนักงานขับรถเกี่ยวข้าว / เด็กกรด	2 (10.00)	16 (80.00)	1 (5.00)	0 (0.00)	1 (0.00)	3.9	0.78	มาก
28. การฝึกอบรมทักษะการขับรถที่ดี	3 (15.00)	10 (50.00)	4 (20.00)	0 (0.00)	3 (0.00)	3.5	1.23	มาก
29. การฝึกอบรม มนุษยสัมพันธ์และ มารยาทของพนักงาน	5 (25.00)	11 (55.00)	1 (5.00)	0 (0.00)	3 (0.00)	3.75	1.29	มาก
30. การสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน เช่น ของขวัญพิเศษเมื่อเกี่ยวได้ตาม ยอดที่ตั้งไว้ เป็นต้น	4 (20.00)	11 (55.00)	5 (25.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.95	0.68	มาก
31. มีความซื่อตรงและมีมาตรฐานในการ จ่ายค่าจ้างให้กับพนักงาน	3 (15.00)	17 (85.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.15	0.36	มาก

ตารางที่ 21 (ต่อ)

วิเคราะห์ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง ด้วยใช้คุณค่า	การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	5	4	3	2	1			
โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร	รวม					4.48	0.57	มาก
32. การมีระบบการบัญชี	11 (55.00)	8 (40.00)	1 (5.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.5	0.6	มากที่สุด
33. การมีระบบการเงิน	11 (55.00)	8 (40.00)	1 (5.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.5	0.6	มากที่สุด
34. การมีการบริหารจัดการในธุรกิจบริการ บริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของท่าน	9 (45.00)	11 (55.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.45	0.51	มาก

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ค.ค. 2554)

3. การบริหารทรัพยากรบุคคล สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก ได้แก่ปัจจัยเกี่ยวกับการคัดเลือกพนักงานขับรถเกี่ยวข้าว/ไถ่กรด การฝึกทักษะการขับรถที่ดี การฝึกอบรมมนุษยสัมพันธ์และมารยาทพนักงาน การสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน เช่น ของขวัญพิเศษเมื่อเกี่ยวข้าวได้ตามยอดที่ตั้งไว้ ความซื่อตรงและมีมาตรฐานในการจ่ายค่าจ้างให้กับพนักงาน ทุกปัจจัยดังกล่าวสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก (ตารางที่ 21)

4. โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก ได้แก่ปัจจัยเกี่ยวกับระบบบัญชี ระบบการเงิน เป็นปัจจัยที่สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมากที่สุด ส่วนการมีการบริหารจัดการในธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก (ตารางที่ 21)

ด้านกิจกรรมสนับสนุน จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี การจัดหาวัตถุดิบ สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก ในรายละเอียดย่อยมีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย และมีอุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้สามารถใช้ได้กับรถเกี่ยวข้าวทุกคันสามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น การฝึกทักษะการขับรถที่ดี การฝึกอบรม มนุษยสัมพันธ์และมารยาทพนักงาน

สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับปานกลาง ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมากที่สุด แต่ในรายละเอียดย่อยมีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม (ตารางผนวกที่ 3)

ด้านกิจกรรมสนับสนุน จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 11-20 ปี การจัดหาวัตถุดิบ มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลมีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น การมีระบบการเงิน สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ในระดับมาก (ตารางผนวกที่ 4)

โซ่คุณค่าของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี คือลำดับของกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่ ผลิตภัณฑ์จะผ่านไปสู่กิจกรรมทั้งหมดในห่วงโซ่ตามลำดับ ผลิตภัณฑ์จะได้รับคุณค่าในแต่ละกิจกรรม โซ่คุณค่าของกิจกรรมเหล่านี้จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่มมากกว่ามูลค่าของกิจกรรมทั้งหมดรวมกัน (ภาพที่ 14) ดังนี้

กิจกรรมหลัก ปัจจัยการนำเข้าประเภทของรถเกี่ยวข้าว ความใหม่เก่าของรถเกี่ยวข้าว ผู้ประกอบการนำเข้าปัจจัยได้ตรงตามความต้องการของเกษตรกร สามารถสร้างคุณค่าในองค์กรได้ กระบวนการผลิต ตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมรถเกี่ยวข้าวก่อนการเก็บเกี่ยว การจัดลำดับคิว การให้บริการที่เป็นระบบและการให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตรงตามความต้องการของเกษตรกร ทำให้การทำงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว การเก็บรวบรวมข้อมูลหลังให้บริการ การสอบถามถึงผลงานและความพึงพอใจหลังให้บริการทำให้ทราบว่าในองค์กรมีความบกพร่องอะไรบ้างและสามารถแก้ไขได้อย่างทันที่ การขายและการตลาด สามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ง่าย ไม่ต้องรอคิวนัดหมายมี สัญลักษณ์ เบอร์โทรศัพท์ที่บนรถเกี่ยวข้าว มีนายหน้า มีการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ ป้ายประชาสัมพันธ์ ทำให้เกษตรกรรู้จักองค์กรของเรามากยิ่งขึ้น การบริการที่เพิ่มคุณค่าเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญในการแข่งขันเพราะผู้ใช้บริการมองเห็นและรู้สึกได้ทันที ได้แก่ ลดการรบกวนของเมล็ดข้าว มีบริการเกี่ยวข้าวชาคันนา

กิจกรรมสนับสนุน การจัดหาวัตถุดิบ จำนวนรถเกี่ยวข้าวในเครือข่ายต้องเพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร แรงงานมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการและอุปกรณ์ต้องมีการเตรียมพร้อม



ภาพที่ 14 โช้คุณค่าของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

การจัดการที่ดีจะทำให้กิจการมีต้นทุนต่ำกว่าผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวรายอื่น ซึ่งหมายถึงสามารถเพิ่มคุณค่าได้สูงกว่า รวมถึงอุปกรณ์เสริม รถเกี่ยวข้าว การพัฒนาเทคโนโลยี เป็นการเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการ การปรับเปลี่ยนรูปแบบรถเกี่ยวข้าวจากเดิมรถเกี่ยวข้าวแบบกระสอบมาเป็นรถเกี่ยวข้าวแบบรถอ้อม มีอุปกรณ์ที่ใช้ทันสมัยสามารถใช้ได้กับรถเกี่ยวข้าวทุกคัน การบริหารทรัพยากรบุคคล การคัดเลือกพนักงานเข้าทำงาน การฝึกอบรมมารยาท การสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน การฝึกอบรมทักษะการขับรถที่ดี มีความซื่อตรงและมีมาตรฐานในการจ่ายค่าจ้าง ระบบการจ้างแรงงาน การบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดีจะทำให้แรงงานมีแรงกระตุ้นในการทำงาน สามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้กับองค์กร โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ระบบการบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการในองค์กร ไม่มีโครงสร้างสับซ้อน ระบบการบัญชีมีเพียง รายรับ รายจ่าย การบริหารจัดการในองค์กรเป็นแบบครบวงจร เจ้าของกิจการต้องทำงานหลายตำแหน่ง แต่พนักงานจะมีหน้าที่ที่ชัดเจน การบริหารจัดการ โครงสร้างพื้นฐานที่ดีทำให้องค์กรมีความได้เปรียบและสามารถเดินหน้าไปด้วยความมั่นคง

การเปรียบเทียบความต้องการใช้บริการและการให้บริการ

ความต้องการใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของเกษตรกร

เกษตรกรมีความต้องการใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ได้แก่ เกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวมีความต้องการใช้การให้บริการอย่างเป็นกันเองในธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว มีความต้องการใช้รถเกี่ยวข้าวประเภทรถเกี่ยวข้าวแบบรถอ้อมมากที่สุด ราคาเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวต้องการราคาที่เป็นมาตรฐาน มีความต้องการติดต่อผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ง่ายและไม่ต้องรอคิวนาน ต้องการให้การส่งเสริมการตลาดเข้าถึงเกษตรกรผู้ให้บริการอย่างทั่วถึง ต้องการพนักงานที่มีความชำนาญในการขับรถเกี่ยวข้าว ให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม อ่อนน้อมถ่อมตน ยินดีในการให้บริการเมื่อรับคำสั่ง คำติชม มีความรับผิดชอบ และต้องการให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนของกระบวนการ (ตารางที่ 22)

การเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว

ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว สามารถเพิ่มคุณค่าให้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ได้แก่ นอกจากจะให้ความสำคัญกับคุณภาพของการเกี่ยวเกี่ยวมากที่สุดแล้ว ควรหันมาให้ความสำคัญกับการบริการที่เป็นกันเองด้วย ควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรถเกี่ยวข้าวให้เป็นรถเกี่ยว

ข้าวประเภทธัญพืชข้าวเบรลล์ ทางผู้ประกอบการให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ควรมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อหาราคาที่มาตรฐานและลดปัญหาการเกี่ยวข้าวตัดราคา ควรมีระบบการจัดลำดับคิวให้รถเกี่ยวข้าวที่ดีและมีรถเกี่ยวข้าวในเครือข่ายเพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ควรหาช่องทางในการทำการส่งเสริมการตลาดที่เข้าถึงกับเกษตรกรมากขึ้น ด้านบุคคลต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับเกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว จะต้องให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนของกระบวนการ เพราะเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับเกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว อย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้เกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวเกิดความประทับใจ (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบความต้องการใช้บริการและการให้บริการ

ความต้องการใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของเกษตรกร	การเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว
1.ให้ความสำคัญกับการให้บริการเป็นกันเองมากที่สุดในการเลือกใช้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว	1.ให้ความสำคัญกับคุณภาพของการเก็บเกี่ยวมากที่สุดแล้วควรหันมาให้ความสำคัญกับการบริการที่เป็นกันเองด้วย
2.เกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวมีความต้องการใช้รถเกี่ยวข้าวประเภทรถเกี่ยวข้าวแบบรถอ้อมมากที่สุด	2.ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรถเกี่ยวข้าวให้เป็นรถเกี่ยวข้าวประเภทรถเกี่ยวข้าวแบบรถอ้อม
3.ราคาเกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวต้องการราคาที่เป็นมาตรฐาน	3.ทางผู้ประกอบการผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ควรมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อหาราคาที่เป็นมาตรฐานและลดปัญหาการเกี่ยวข้าวตัดราคา
4.เกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวมีความต้องการให้สามารถติดต่อผู้ประกอบการผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวได้ง่ายและไม่ต้องรอคิวนาน	4.ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ควรมีระบบการจัดลำดับคิวให้รถเกี่ยวข้าวที่ดีและมีรถเกี่ยวข้าวในเครือข่ายเพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร
5.ต้องการ ให้การส่งเสริมการตลาดเข้าถึงเกษตรกรผู้ให้บริการอย่างทั่วถึง	5.ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ควรหาช่องทางในการทำการส่งเสริมการตลาดที่เข้าถึงกับเกษตรกรมากขึ้น
6.เกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ต้องการพนักงานต้องมีความชำนาญในการขับรถเกี่ยวข้าว ให้บริการด้วยความอึดอ้อม อ่อนน้อมถ่อมตน ยินดีในการให้บริการเมื่อรับคำสั่ง คำติชม และพนักงานต้องมีความรับผิดชอบ	6.ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับเกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว
7.เกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ต้องการให้ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนของกระบวนการ	7.ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว จะต้องให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนของกระบวนการ เพราะเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับเกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว อย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้เกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวเกิดความประทับใจ

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้วิจัยสภาพทั่วไปของ ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อนำมาสู่การวิเคราะห์ความต้องการใช้ธุรกิจ บริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของเกษตรกร และวิเคราะห์โซ่คุณค่าของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว โดย ทำการศึกษา การเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้ชุดแบบสอบถาม 2 ชุด คือ แบบสอบถามที่ใช้ กับเกษตรกรผู้ใช้บริการรถเกี่ยวข้าว จำนวน 100 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดย กำหนดให้ 1 อำเภอ 10 ราย สุ่มโดยไม่ซ้ำกัน และ แบบสอบถาม ที่ใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจบริการ รับจ้างเกี่ยวข้าว เก็บข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ตามแนวคิดโซ่คุณค่าของ Michael E. Porter ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยกำหนดให้ 1 อำเภอ 2 ราย สุ่มโดยไม่ซ้ำกัน จึงจะสำรวจ 20 ราย การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา ซึ่ง การศึกษาความต้องการใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของเกษตรกร ประกอบไปด้วย ผลผลิตกันท์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ กระบวนการ ลักษณะของคำถามเป็นการวัดความต้องการส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด นำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วแปล ความหมายของค่าเฉลี่ยตามแนวคิดของเบสต์ (Best: 1981) และศึกษาโซ่คุณค่าของธุรกิจบริการ รับจ้างเกี่ยวข้าวจังหวัดสุพรรณบุรี ตามกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนในโซ่คุณค่า

ผลการวิจัยของเกษตรกรผู้ใช้บริการรถเกี่ยวข้าว พบว่า ประสพการณ์การใช้บริการรับจ้าง เกี่ยวข้าว เฉลี่ย 21 ปี ต่ำสุด 6 ปี และสูงสุด 25 ปี จึงทำการวิเคราะห์ แยกตามกลุ่มประสพการณ์ใช้ บริการ ออกเป็น 2 ช่วงประสพการณ์ คือ ช่วงประสพการณ์น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี เป็นจำนวน 46 ราย และช่วงประสพการณ์มากกว่า 20 ปี เป็นจำนวน 54 ราย กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 52 อายุ 41-60 ปี ประมาณร้อยละ 72 การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาถึง ร้อยละ 58 ประสพการณ์การทำงานอยู่ที่ 21-30 ปี ที่ร้อยละ 38 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของ เกษตรกรที่มีประสพการณ์ การใช้บริการรถเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี มีลักษณะเดียวกัน กับภาพรวม ยกเว้น ประสพการณ์การทำงานอยู่ที่ 11-20 ปี ที่ร้อยละ 21 เกษตรกรที่มีประสพการณ์

การใช้บริการ รถเกี่ยวข้าว มากกว่า 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น เพศ เพราะเพศชาย และเพศหญิง มีจำนวนเท่ากันที่ ร้อยละ 27

เกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว ส่วนใหญ่คือ ร้อยละ 56 ทำนาปีละ 3 ครั้ง มีการทำนาได้ตลอดทั้งปี ซึ่งช่วงเดือนที่มีการทำนามากที่สุดถึง ร้อยละ 90 คือ ช่วงเดือนกันยายนถึงธันวาคม ซึ่งเป็นช่วงนาปี จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกร ที่มีประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี และประสบการณ์มากกว่า 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม พื้นที่การทำนาของเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวส่วนใหญ่มีพื้นที่ทำนา 11-20 ไร่ ร้อยละ 37 เป็นที่ดินของตนเองมีพื้นที่ทำนา 11-20 ไร่ ร้อยละ 32 เหตุผลที่ใช้บริการรถเกี่ยวข้าวเพราะสะดวก รวดเร็ว ร้อยละ 76 เกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าวส่วนใหญ่มีพื้นที่เช่าทำนา 31-40 ไร่ ร้อยละ 16 เหตุผลที่ใช้บริการรถเกี่ยวข้าวเพราะสะดวก รวดเร็ว ร้อยละ 42 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น พื้นที่เช่าทำนา ส่วนใหญ่มีพื้นที่เช่าทำนา 11-20 ไร่ เกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้บริการรถเกี่ยวข้าวมากกว่า 20 ปีมีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม

เครื่องจักรกลการเกษตรที่เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ใช้บริการ คือ รถเกี่ยวข้าว เครื่องวิดน้ำ และเครื่องพ่นสารเคมี มีการใช้เป็นประจำสูงถึง ร้อยละ 100 รถไถนาให้บริการเป็นประจำ ร้อยละ 67 รถตัดินให้บริการบางปี ร้อยละ 58 รถดำนาไม่เคยใช้ ร้อยละ 82 เครื่องหว่านปุ๋ยใช้ประจำ ร้อยละ 48 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี และประสบการณ์มากกว่า 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม

จากการสำรวจความคิดเห็นของเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว ในการเลือกใช้บริการรถเกี่ยวข้าว พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ที่ใช้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ให้ความสำคัญกับการให้บริการเป็นกันเองมากที่สุดถึงร้อยละ 70 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี และประสบการณ์มากกว่า 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม

ขั้นตอนการทำงานของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว เกษตรกรก่อนเข้าใช้บริการรถเกี่ยวข้าว ผู้ประกอบการจะแจ้งให้เกษตรกรทราบทุกครั้งก่อนถึงแปลงนา เกษตรกรจะมีการเฝ้าดูการให้บริการรถเกี่ยวข้าว ร้อยละ 97 สาเหตุที่เฝ้าดูเพื่อคุณภาพของการเก็บเกี่ยว ร้อยละ 75 และพบว่า

บางราย ไม่เฝ้าดูการให้บริการรถเกี่ยวข้าว ร้อยละ 3 สาเหตุมาจากเชื่อใจในคุณภาพการเก็บเกี่ยวข้าวของผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ผู้ประกอบการได้ให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ตรงตามความต้องการของเกษตรกร จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น ไม่มีการเฝ้าดูการให้บริการเพราะเกษตรกรทุกรายมีการเฝ้าดูการให้บริการ เกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ประสบการณ์มากกว่า 20 ปี มีลักษณะกันกับภาพรวม

หลังจากเกษตรกรได้ใช้บริการเสร็จแล้ว ผู้ประกอบการจะมีการสอบถามถึงผลงานหลังใช้บริการร้อยละ 59 การตรวจรับงานหลังใช้บริการ พบว่าเกษตรกรทุกรายมีความพึงพอใจ ส่วนการจ่ายเงินค่าเกี่ยวข้าวเกษตรกรส่วนใหญ่จะจ่ายเงินทันที ร้อยละ 64 โดยนำไปจ่ายให้กับผู้ประกอบการเอง ร้อยละ 45 การใช้บริการรถเกี่ยวข้าวส่วนใหญ่ จะเกิดการสูญเสียกับผลผลิต ร้อยละ 93 พบการสูญเสียที่ 10 กิโลกรัมต่อไร่ ที่ร้อยละ 55 ซึ่งการสูญเสียของผลผลิตที่ 10-50 กิโลกรัมต่อไร่ เป็นช่วงที่เกษตรกรรับได้ จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี และประสบการณ์มากกว่า 20 ปี การติดต่อเข้าใช้บริการรถเกี่ยวข้าวเกษตรกรส่วนใหญ่จะรู้จักรถเกี่ยวข้าวโดยตรงถึง ร้อยละ 72 ดังนั้นเวลาติดต่อขอรับบริการจะติดต่อโดยตรง ร้อยละ 75 โดยจะกำหนดนัดหมายวันเวลาขอรับบริการเอง ร้อยละ 96 ในด้านราคาค่าเกี่ยวข้าวนี้ผู้ประกอบการจะเป็นผู้กำหนดราคาค่าเกี่ยวข้าวส่วนใหญ่ราคาค่าเกี่ยวข้าวประมาณ 500 บาทต่อไร่ ร้อยละ 82 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของเกษตรกรที่มีประสบการณ์น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี และประสบการณ์มากกว่า 20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม

ผลการวิจัยความต้องการใช้ธุรกิจรับจ้างเกี่ยวข้าว พบว่า ทางด้านส่วนประสมทางการตลาด มีระดับความต้องการใช้ ด้านผลิตภัณฑ์ บุคคล และกระบวนการอยู่ในระดับมาก ด้านราคา การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และการจัดจำหน่ายมีระดับความต้องการใช้ในระดับปานกลาง การส่งเสริมการตลาด มีความต้องการใช้ในระดับน้อย และเกษตรกรที่มีประสบการณ์การใช้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ในช่วง น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี และ 20 ปี ขึ้นไป จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การใช้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ความต้องการใช้ ด้านผลิตภัณฑ์ บุคคล และกระบวนการอยู่ในระดับมาก เพราะเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่จะทำให้การเก็บเกี่ยวมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความต้องการใช้ในระดับปานกลาง เพราะเกษตรกรไม่ให้ความสำคัญกับรูปลักษณะภายนอกของรถเกี่ยวข้าว ด้านการจัดจำหน่ายมีความต้องการใช้ในระดับปานกลาง เพราะเกษตรกรจะรู้จักรถเกี่ยว

โดยตรงดังนั้นการติดต่อขอรับบริการก็จะติดต่อผู้ประกอบการ การโดยตรง ด้านราคา มีความต้องการใช้ในระดับปานกลาง เพราะ เกษตรกรต้องการราคาที่เป็นราคามาตรฐาน เป็นราคาตลาด และการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับน้อย เนื่องจากเกษตรกร ได้รับการศึกษาน้อยและไม่ให้ความสนใจด้านการประชาสัมพันธ์และยังไม่มี การเข้าถึงสื่อด้านอินเทอร์เน็ต

จากการวิจัยสภาพทั่วไปของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี ในส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว พบว่า ประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว เฉลี่ย 11 ปี ต่ำสุด 1 ปี และสูงสุด 20 ปี จึงทำการวิเคราะห์แยกตามกลุ่มประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ออกเป็น 2 ช่วงประสบการณ์คือ ช่วง 1-10 ปี และ ช่วง 11-20 ปี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 75 อายุ 41- 50 ปี ร้อยละ 55 การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาถึงร้อยละ 70 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี และ 11-20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม

จำนวนรถเกี่ยวข้าวที่ให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว เฉลี่ย 3 คัน ต่ำสุด 1 คัน และสูงสุด 9 คัน จึงทำการแยกขนาดของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ออกเป็น 3 ขนาดธุรกิจ คือ จำนวนรถเกี่ยวข้าวที่ให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-2 คัน เป็นธุรกิจขนาดเล็ก 3-6 คัน เป็นธุรกิจขนาดกลาง และ 7-9 คัน เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นมีขนาดธุรกิจเป็นขนาดเล็กถึงร้อยละ 50 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 11-20 ปี ส่วนใหญ่ คือ ธุรกิจขนาดกลาง ร้อยละ 30 ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว นอกจากจะให้บริการรถเกี่ยวข้าวแล้ว ยังให้บริการเครื่องจักรกลการเกษตรชนิดอื่นด้วย กล่าวคือรถไถดินมีผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ขนาดเล็กและขนาดกลางให้บริการ ร้อยละ 5 ที่เท่ากัน รถทอยข้าวมีผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวขนาดกลางให้บริการ ร้อยละ 10 รถเข็นข้าวมีผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวขนาดเล็กให้บริการ ร้อยละ 20 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี รถไถดินเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก ร้อยละ 5 และผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 11-20 ปีเป็นผู้ประกอบการขนาดกลาง ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 11-20 ปี รถเข็นข้าว เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางให้บริการเท่านั้นที่ร้อยละ 10

ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวทั้งหมดได้รับการติดต่อจากเกษตรกร ผู้ใช้บริการรถเกี่ยวข้าวโดยตรงและผ่านทางนายหน้า ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ทั้งหมดขอให้เกษตรกรติดต่อรถเกี่ยวข้าวโดยตรง เพื่อลดต้นทุนด้านค่านายหน้า แต่ผู้ประกอบการจะทำได้เฉพาะในพื้นที่ของตนเอง เพราะนอกพื้นที่จำเป็นต้องใช้นายหน้า เพื่อเพิ่ม จำนวนเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มี ประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี และ 11-20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม

ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวทั้งหมดกำหนดราคาค่าเกี่ยวข้าว โดยนายหน้า ในพื้นที่ เป็นราคารามาตรฐาน และจะมีการต่อรองกำหนดราคาตามสภาพแปลงนา อ้างอิงค่าเกี่ยวปีที่ ผ่านมา ราคาน้ำมัน และจะรับเงินสดทันทีที่ให้บริการเสร็จ จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของ ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี และ 11-20 ปี มีลักษณะเดียวกัน กับภาพรวม

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ พบว่าเกษตรกรที่ใช้บริการรถเกี่ยวข้าวจะเป็นเกษตรกรรายเดิม ร้อยละ 90 มากที่สุด มีวิธีการรักษาเกษตรกรรายเดิมด้วยวิธีการรักษาคุณภาพของการเก็บเกี่ยว ร้อยละ 85 มีวิธีการหาเกษตรกรรายใหม่ คือการหานายหน้าเพิ่ม ร้อยละ 45 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏ ของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี มีเหมือนกันกับภาพรวม ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 11-20 ปี มีความคล้ายคลึงกันใน ภาพรวม ยกเว้น เกษตรกรผู้ให้บริการรายเดิมมากที่สุดคือ ร้อยละ 80 การลดต้นทุนในธุรกิจบริการ รับจ้างเกี่ยวข้าว พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะไม่มีการลดต้นทุน ร้อยละ 35 แต่ถ้ามีการลด ต้นทุนส่วนใหญ่จะลดต้นทุนโดยการดัดแปลงรถเกี่ยวข้าวแบบกระสอบให้เป็นแบบรถอู่ม เพื่อ ประหยัดค่าจ้างแรงงานคน ร้อยละ 25 จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มี ประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น การลด ต้นทุนจะไม่รับงานที่ลุ่ม เพื่อลดการสึกหรอของรถเกี่ยวข้าวและประหยัดน้ำมัน ร้อยละ 15 ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 11-20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับ ภาพรวม ยกเว้น มีการลดต้นทุนจะลดโดยการซ่อมรถเองเนื่องจากมีประสบการณ์การให้บริการรถ เกี่ยวข้าวมานาน จึงมีความรู้ด้านการซ่อมรถเกี่ยวเอง ไม่เข้าอู่ซ่อมรถเกี่ยวข้าวทำให้ช่วยลดต้นทุนค่า ช่าง ร้อยละ 15 ซึ่งเท่ากันกับการลดต้นทุนโดยการเปลี่ยนจากรถแบบกระสอบมาเป็นรถแบบอู่ม

ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ส่วนใหญ่มีความเข้าใจว่าเกษตรกรให้ ความสำคัญกับคุณภาพของการเก็บเกี่ยวข้าวมากที่สุดถึง ร้อยละ 60 ในการเลือกใช้บริการรับจ้าง

เกี่ยวเกี่ยวข้าว จะเห็นได้ว่าลักษณะที่ปรากฏของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม ยกเว้น การให้บริการเป็นกันเองเพราะไม่มีผู้ประกอบการรายใดให้ความสำคัญเลย และ 11-20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม

ผลการวิจัยการวิเคราะห์โซ่คุณค่าของผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวที่มีประสบการณ์การให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าว 1-10 ปี และ 11-20 ปี มีลักษณะเดียวกันกับภาพรวม กิจกรรมหลัก (Primary Activities) มีการเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวอยู่ในระดับมาก การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้สำเร็จแล้ว ควรมีการสอบถามเกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวถึงผลงานหลังให้บริการ ความพึงพอใจและการขาย การตลาดต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงเกษตรกรมากยิ่งขึ้น กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) มีการเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวอยู่ในระดับมาก คนขับต้องมีความชำนาญการเกี่ยวเกี่ยวข้าว แรงงานมีความรับผิดชอบ จำนวนรถในเครือข่ายต้องเพียงพอ ความพร้อมของอุปกรณ์ รวมถึงอุปกรณ์เสริม รถเกี่ยวข้าว ระบบการบัญชี ระบบการเงิน และการบริหารจัดการในองค์กร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว
 - 1.1 ควรหันมาให้ความสำคัญกับการบริการที่เป็นกันเองมากขึ้น
 - 1.2 ควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของรถเกี่ยวข้าวให้เป็นรถเกี่ยวข้าวแบบรถอ้อม
 - 1.3 ควรมีการรวมกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อร่วมกันกำหนดราคากลางและลดปัญหาการเกี่ยวข้าว ตั้ดราคา
 - 1.4 ควรมีระบบการจัดลำดับคิวให้รถเกี่ยวข้าวและมีรถเกี่ยวข้าวในเครือข่ายเพียงพอต่อความต้องการของเกษตรกร

1.5 ควรหาช่องทางในการทำการส่งเสริมการตลาดที่เข้าถึงกับเกษตรกรมากขึ้นเพราะเกษตรกรส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาทำให้การประชาสัมพันธ์ด้านอินเทอร์เน็ต วิทยุ ไม่สามารถเข้าเกษตรกรผู้ให้บริการเท่าที่ควร

1.6 ควรต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ พนักงานเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับเกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว

1.7 ควรให้ความสำคัญกับทุกขั้นตอนของกระบวนการ เพราะเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในด้านการบริการ ที่จะนำเสนอให้กับเกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว อย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้เกษตรกรผู้ให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวเกิดความประทับใจ

1.8 ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการหลังการขาย คือ ให้ความสำคัญกับการเก็บรวบรวมข้อมูลหลังให้บริการเพราะจะทำให้ทราบถึงข้อดีและข้อเสียของการให้บริการสามารถแก้ไขได้อย่างตรงจุด

2. ข้อเสนอแนะต่อเกษตรกรผู้ให้บริการรถเกี่ยวข้าว

2.1 ควรปรับปรุงพื้นที่นาไม่ให้เป็นพื้นที่ลุ่ม เพื่อสามารถหารถเกี่ยวข้าวมาให้บริการได้ง่าย

2.2 ควรสนใจในสื่อหรือประชาสัมพันธ์มากยิ่งขึ้นเพราะจะทำให้เกษตรกรมีตัวเลือกเพิ่มขึ้นในการใช้บริการรถเกี่ยวข้าว

2.3 ควรเลือกใช้บริการรถเกี่ยวข้าวที่บริการไม่ควรเลือกที่ราคาถูกกว่าเพราะจะทำให้ได้รับบริการที่มีคุณภาพ

3. ข้อเสนอแนะต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง

3.1 กองวิศวกรรมเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร ควรหาทางเพิ่มประสิทธิภาพในการเก็บให้กับรถเกี่ยวข้าวเพื่อลดการสูญเสียในการเก็บเกี่ยวให้เท่ากับศูนย์ หรือน้อยที่สุด

3.2 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ควรจัดตั้งกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว เพื่อหามาตรฐานในการให้บริการ ราคา และช่วยลดปัญหาด้านการเกี่ยวข้าวตัดราคา

3.3 ผู้ประกอบการจำหน่ายรถเกี่ยวข้าวควรผลิตรถเกี่ยวข้าวแบบอ้อมให้เพียงพอต่อความต้องการ

3.4 ผู้ประกอบการจำหน่ายอะไหล่รถเกี่ยวข้าวควรมีอะไหล่ที่สามารถใช้กับรถเกี่ยวข้าวได้ทุกรุ่น เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวสะดวกรวดเร็วในการหาอะไหล่ซ่อม

4. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

4.1 ควรวิจัยในเรื่องความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว ในธุรกิจขนาดต่างๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการที่สนใจจะได้ทราบว่าสมควรที่จะลงทุนในธุรกิจนี้หรือไม่

4.2 ควรวิจัยในเรื่องของการดำเนินกลยุทธ์ในธุรกิจบริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวที่มีขนาดและประสิทธิภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยของส่วนประสมการตลาด เพื่อให้ผู้ประกอบการขนาดนั้นๆ มีแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ของตนเอง

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กองส่งเสริมวิศวกรรมเกษตร. 2551. ผลการเข้าร่วมโครงการบริการรถเกี่ยวนวดข้าว ปี2550/2551.

กรุงเทพมหานคร: กรมส่งเสริมการเกษตร.

จักร จักกะพาก. 2536. เครื่องจักรกลเกษตร.กรุงเทพมหานคร: กองเกษตรวิศวกรรม

กรมวิชาการเกษตร.

จิรวรรณ ภูมิภักดิ์. 2544. การศึกษาการวางกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ของรถ

เกี่ยว-นวดข้าว : กรณีศึกษาบริษัทสยามแอฟไฟล์ จำกัด ผู้ผลิตรถเกี่ยวข้าวแห่งแรกใน
ประเทศไทย.วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษม
บัณฑิต.

ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. 2544.การสู่ส่วนตัวอย่างแบบเจาะจง. (Online).

<http://www.watpon.com/Elearning/res22.htm>.,13 พฤษภาคม 2554.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. ม.ป.ป. นโยบายการเงิน. (Online).

<http://www.bot.or.th/thai/MonetaryPolicy/Pages/MonetaryPolicy.aspx>.,22 เมษายน 2554.

ชนวรรณ แสงสุวรรณ, อติลา พงศ์ยี่หล้า, อุไรวรรณ เข้มนิยม, ยุทธนา ธรรมเจริญและ

ยงยุทธ พงศ์ศิริพันธ์. 2551. แปลจาก Kotler, P. การจัดการการตลาด.

กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอช.เอ็น กรุ๊ป จำกัด.

ธีรวุฒิ เอกะกุล. 2543. ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.

อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

นิพนธ์ สุขปรีดี. 2519. นวัตกรรมเทคโนโลยีทางการศึกษา.ชลบุรี: โรงพิมพ์พิมพ์เนศ.

นรินาม. 2553. รถเกี่ยวข้าว. (Online). <http://step1.us/blog/car-harvest/index.php.htm>.,

22 เมษายน 2554.

บริษัทคูโบต้าแทรกเตอร์ประเทศไทย จำกัด. 2553. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเครื่องจักรกล

การเกษตร. (Online). <http://www.kubotaphet.com/index.php?mo=3&art=539507>.,

30 สิงหาคม 2554.

พิมกมล แก้วใส. 2554. การวิเคราะห์โซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังไทย. วิทยานิพนธ์

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร,

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พรเพ็ญ วิจัยณัประเสริฐ. 2535. การวิเคราะห์ในเชิงเศรษฐกิจของการลงทุนในเครื่องเกี่ยว

นวดข้าวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร,

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เขื่อน เอี่ยมงาม. 2554. เกษตรกรผู้ใช้บริการรถเกี่ยวข้าว. สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2554

รังสิต กุศลสมบูรณ์. 2546. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย

และการส่งเสริมการขาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของผู้บริโภค.

วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รวูฒิ ศรีโสภิต. 2550. การนำโปรแกรม SAP R/3 มาใช้ในระบบบัญชีคุณค่า บริษัท

กรณีศึกษาในประเทศไทย. การศึกษาค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา

บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริพร สุวรรณพิทักษ์. 2554. ธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าว. (Online).

<http://www.รถเกี่ยวข้าว.com>., 22 เมษายน 2554.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. (Online).

<http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html>., 12 กรกฎาคม 2554.

ศูนย์วิจัยข้าวสุพรรณบุรี. 2548. เอกสารวิชาการ การจัดเขตศักยภาพการผลิตข้าว จังหวัด
สุพรรณบุรี. (Online). http://spr.brrd.in.th/km/index.php?option=com_content.html,
15 ธันวาคม 2554.

_____. 2551. พื้นที่ทำนาข้าวของจังหวัดสุพรรณบุรี. (Online).
http://spr-rrc.ricethailand.go.th/center_news/newsmarch.html, 12 เมษายน 2554.

สุรเวทย์ กฤษณะเสรี และเปรมจิตต์ สระวาสี. 2536. การพัฒนาเครื่องเกี่ยวข้าวใน
ประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: กองเกษตรวิศวกรรม กรมวิชาการเกษตร.

สุรินทร์ พงศ์สุกสมิทธิ์. 2530. ระบบรถแทรกเตอร์และการออกแบบเพื่อการเกษตร.
กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สาทิส เวณจันทร์, มานพ คันธามารัตน์, จารุวัฒน์ มงคลธนตรศ,
และ ทรงยศ จันทรมานิตย์. 2546. วิจัยและพัฒนาเครื่องเกี่ยวขนาดข้าวขนาดเล็ก.
กรุงเทพมหานคร: กลุ่มทดสอบและพัฒนาเครื่องจักรกลเกษตร กองเกษตรวิศวกรรม
กรมวิชาการเกษตร.

สาทิส เวณจันทร์. 2548. เครื่องเกี่ยวขนาดข้าว. กรุงเทพมหานคร: กลุ่มทดสอบและพัฒนา
เครื่องจักรกลเกษตร กองเกษตรวิศวกรรม กรมวิชาการเกษตร.

สมชัย เถาสมบัติ. 2531. ทฤษฎีการใช้งานและการซ่อมบำรุงเครื่องจักรกลการเกษตร. ภาควิชา
วิศวกรรมเครื่องกล สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
กรุงเทพมหานคร: เชนอาร์ลบลูคส์ เซนเตอร์.

สมชาย ชวนอุดม. 2542. “ความสูญเสียในการเก็บเกี่ยวข้าวหอมมะลิโดยใช้แรงงานคนและ
ใช้เครื่องเกี่ยวขนาด”. วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สำนักงานเกษตรจังหวัดสุพรรณบุรี. 2554. (Online).
<http://www.suphanburi.doae.go.th>, 28 กรกฎาคม 2554.

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2536. **ประสิทธิภาพและผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจการใช้
รถเกี่ยวและนวดข้าวในจังหวัดนนทบุรี**.กรุงเทพมหานคร: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.

หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. 2554. **ข้าวเศรษฐกิจ**. (Online).

<http://www.ftawatch.org/all/news/18854>.,25 มิถุนายน 2554.

หนังสือพิมพ์แนวหน้า. 2550. **เกษตร-สิ่งแวดล้อม**. (Online).

<http://www.naewna.com/home.asp>.,25 มิถุนายน 2554.

อนันต์ ม่วงงาม. 2554. **ผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว. สัมภาษณ์**, 8 ธันวาคม 2554.

Best, J. W. 1981. **Research in Education**. New Jersey: Prentice-hall, USA.

Krauser, R. 1988. **Role of Mechanization in Development Process**. In a Workshop Report
Multi-Farm Use of Agricultural Machinery, Feldafing, Federal Republic of Germany.

Rijk, A.G. 1989. **Agricultural Mechanization Policy and Strategy**. (Online).

<http://www.tat.or.th>., December 5, 2011.





เลขที่แบบสอบถามผู้ให้บริการ.....

แบบสอบถาม

เรื่อง ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการใช้บริการเกี่ยวข้าวในปัจจัยส่วน ประสมการตลาด(7P's) ของเกษตรกรผู้ว่าจ้างในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการให้บริการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวให้มีคุณภาพและมาตรฐานและตรงตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้จะนำไปวิเคราะห์และประมวลผลโดยภาพรวมในการวิจัยเท่านั้น ผู้วิจัยจะเก็บรักษาแบบสอบถามของท่านเป็นอย่างดี คำตอบของท่านจะเป็นความลับและไม่มีผลต่อท่านไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อตาม

ประสบการณ์และความคิดเห็นของท่านตามความเป็นจริง แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการเกี่ยวข้าวในปัจจัยส่วนประสมการตลาด (7P's) ของเกษตรกรผู้ว่าจ้าง

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็น

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

นางสาวปรารถนา ม่วงงาม

นิสิตหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แบบสอบถาม

เรื่อง ความต้องการใช้บริการรถเกี่ยวข้าวในปัจจัยส่วนประสมการตลาด(7P's) ของเกษตรกรผู้ว่าจ้างในจังหวัด
สุพรรณบุรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

อำเภอ..... จังหวัด สุพรรณบุรี
ชื่อ-สกุล..... โทร.....

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่อง ☐ หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดและเติม
ข้อความช่องคำถามที่เว้นไว้

1. เพศ:

☐

1.ชาย

☐

2.หญิง

2. อายุปี

3. การศึกษา:

☐

1. ประถมศึกษา

☐

2. มัธยมศึกษา/ป.ว.ช./ ป.ว.ส.

☐

3. ปริญญาตรี

☐

4. สูงกว่าปริญญาตรี

4.ประสบการณ์ทำนา.....ปี

5.ประสบการณ์การใช้เครื่องจักรกลการเกษตร

ชนิด	เคยใช้มาแล้ว/ปี	ลักษณะการใช้		ถ้าใช้บ้างปีเพราะอะไร แล้วทำอย่างไร ถ้าไม่ใช้
		ประจำ	บางปี	
รถไถนา				
รถไถดิน				
รถคานา				
เครื่องวิดน้ำ				
เครื่องพ่นสารเคมี				
เครื่องหว่านปุ๋ย				
รถเกี่ยวข้าว				
อื่นๆ.....				

6.

จำนวนครั้งที่ทำนา	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3
ช่วงเดือนที่ทำนา	ปลูก..... เก็บเกี่ยว.....	ปลูก..... เก็บเกี่ยว.....	ปลูก..... เก็บเกี่ยว.....
จำนวนนาที่ทำทั้งหมด	ไร่	ไร่	ไร่
ที่ดินของตนเอง	ไร่	ไร่	ไร่
ใช้บริการรถเกี่ยวข้าวหรือไม่			
เหตุผลที่ใช้			
ที่ดินเช่า	ไร่	ไร่	ไร่
ใช้บริการรถเกี่ยวข้าวหรือไม่			
เหตุผลที่ใช้			

7. ท่านรู้จักรถเกี่ยวข้าวผ่านช่องทางใด

- | | |
|--|---|
| ☐ 1. รู้จักโดยตรง | ☐ 2. นายหน้า |
| ☐ 3. เพื่อนบ้าน | ☐ 4. วิทยู |
| ☐ 5. อินเทอร์เน็ต | ☐ 6. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

ช่วงก่อนรับบริการรถเกี่ยวข้าว

8. ท่านติดต่อขอรับบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวทางใด

- | | |
|--|---|
| ☐ 1. ติดต่อโดยตรง | ☐ 2. นายหน้า |
| ☐ 3. เพื่อนบ้าน | ☐ 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

9. การกำหนดเวลารับบริการ

- | | |
|---|--|
| ☐ 1. ผู้ใช้บริการกำหนดเอง | ☐ 2. ตามคิวที่ติดต่อขอรับบริการรถเกี่ยวข้าว |
| ☐ 3. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

10. การกำหนดราคาค่าเกี่ยวข้าว

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. ผู้ให้บริการกำหนด | ☐ 2. นายหน้าในพื้นที่ |
| ☐ 3. ตามสภาพพื้นที่ | ☐ 4. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

11. ราคาค่าเกี่ยวข้าว

- | |
|---|
| ☐ 1. ราคา/ไร่.....บาท |
| ☐ 2. เหมาะ (กำหนดราคาอย่างไร)..... |

ช่วงรับบริการรถเกี่ยวข้าว

12. การเข้ารับบริการรถเกี่ยวข้าวมีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้าหรือไม่

- ☐ 1. มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ☐ 2. ไม่มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

13. ท่านได้เฝ้าดูการให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าวทำงานหรือไม่

- ☐ 1. มีเฝ้าดูการให้บริการ เพราะ.....
☐ 2. ไม่ได้เฝ้าดูการให้บริการ เพราะ

14. ผู้ให้บริการรับจ้างเกี่ยวข้าวให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตามความต้องการของท่านหรือไม่

- ☐ 1. ให้บริการตรงความต้องการ
☐ 2. ให้บริการไม่ตรงตามความต้องการ เพราะ.....

ช่วงหลังบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว

15. ผู้ให้บริการมีการสอบถามถึงผลงานหลังการให้บริการหรือไม่

- ☐ 1. มีการสอบถาม ☐ 2. ไม่มีการสอบถาม

16. การตรวจรับงานหลังรับบริการ มีความพึงพอใจหลังรับบริการหรือไม่

- ☐ 1. เป็นที่พอใจ
☐ 2. ไม่เป็นที่พอใจ เพราะอะไร และท่านทำอะไร.....

17. การจ่ายเงินค่าเกี่ยวข้าว:

- ☐ 1. จ่ายเงินสดทันทีที่สิ้นสุดการรับบริการ
☐ 2. จ่ายก่อนให้บริการ (ตั้งแต่ขั้นตอนการจองคิว)
☐ 3. จ่ายก่อน.....% ตั้งแต่ขั้นตอนการจองคิว ส่วนที่เหลือจ่ายหลังจากสิ้นสุดการรับบริการ
☐ 4. จ่ายเงินเชื่อ/ระยะเวลาชำระ.....วัน
☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

18. วิธีการชำระค่าบริการ

- ☐ 1. ผู้ประกอบการ (เจ้าของรถเกี่ยวข้าว) มาเก็บด้วยตนเอง
☐ 2. ผู้ใช้บริการนำไปจ่ายกับผู้ประกอบการเอง
☐ 3. ผู้ใช้บริการจ่ายผ่านทางนายหน้าหารถเกี่ยวข้าว
☐ 4. โอนผ่านทางบัญชีธนาคาร
☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

19. ถ้าเกิดการสูญเสียกับผลผลิต เช่น เกิดการล่องหล่นมากเกินไป เขียนต้นข้าว เป็นต้น

- ☐ 1. ไม่เคยเกิดเหตุการณ์เช่นนี้
- ☐ 2. เคยเกิดขึ้น/ ท่านคิดว่าผู้ให้บริการทำให้เกิดการสูญเสียของผลผลิต.....%หรือ.....ก.ก./ไร่
- ท่านรับได้หรือไม่ ☐ รับได้
- ☐ รับไม่ได้ ผู้ให้บริการทำอะไร.....
- ท่านคิดว่าผู้ให้บริการควรทำอะไร.....
-

20. ท่านให้ความสำคัญกับสิ่งใดมากที่สุดในการเลือกใช้บริการรถเกี่ยวข้าว

- | | |
|--|---|
| ☐ 1. ลักษณะของรถเกี่ยวข้าว | ☐ 2. ราคาเช่าเกี่ยวข้าว |
| ☐ 3. การติดต่อสะดวกรวดเร็ว | ☐ 4. ให้บริการเป็นกันเอง |
| ☐ 5. คุณภาพของการเก็บเกี่ยวข้าว | ☐ 6. อื่นๆ..... |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการใช้บริการรถเกี่ยวข้าวในปัจจัยส่วนประสมการตลาดของเกษตรกรผู้ว่าจ้าง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องว่างที่ตรงกับความต้องการใช้บริการรถเกี่ยวข้าวในปัจจัยส่วน

ประสมการตลาดของท่านมากที่สุด

ระดับ 5 หมายความว่า มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายความว่า มีความต้องการอยู่ในระดับมาก

ระดับ 3 หมายความว่า มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายความว่า มีความต้องการอยู่ในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายความว่า มีความต้องการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนประสมการตลาด ของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว	ระดับความต้องการ					หมายเหตุ
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	
ผลิตภัณฑ์						
1. ประเภทรถเกี่ยวข้าวแบบรถกระสอบ						
2. ประเภทรถเกี่ยวข้าวแบบรถอู่ม						
3. อุปกรณ์เสริม						
รถเข็นข้าว						
รถทอยข้าว						
เกี่ยวข้าวชายคันนา						
ราคา						
4. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการรถเกี่ยวข้าว						
5. ราคาตลาด						
การจัดจำหน่าย						
6. สามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ง่าย						
7. ให้บริการด้วยความรวดเร็ว(ไม่ต้องนัดนาน)						
8. มีนายหน้าติดต่อเป็นคนในพื้นที่						
การส่งเสริมการตลาด						
9. มีป้ายสัญลักษณ์ เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ที่ชัดเจนที่รถเกี่ยวข้าว และรถเทเลอร์						
10. มีการประชาสัมพันธ์หรือประกาศทางวิทยุ หรือ ป้ายประชาสัมพันธ์						

ส่วนประสมการตลาด ของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว	ระดับความต้องการ					หมายเหตุ
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	
11. มีเว็บไซต์ของกิจการที่เข้าถึงการ ใช้งานง่ายมีรายละเอียดครบถ้วน						
บุคคล						
12. พนักงานขับรถเกี่ยวข้าวมี ประสบการณ์/เชี่ยวชาญ						
13. พนักงานบริการให้บริการด้วยความ รวดเร็ว						
14. พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม นอบน้อมและสุภาพ						
15. พนักงานมีความยินดีในการให้บริการ เมื่อได้รับคำสั่ง, คำติชม						
16. พนักงานมีความรับผิดชอบ						
การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ						
17. ความสะอาด เรียบร้อยและสวยงาม ของรถเกี่ยวข้าว						
18. ความพร้อมใช้งานของรถเกี่ยวข้าว						
19. อุปกรณ์ที่ใช้ เครื่องมือ กระสอบ ในสภาพดี						
20. เอกลักษณ์ของกิจการ อุปกรณ์ตกแต่ง ที่โดดเด่น						
กระบวนการ						
20. มีการจัดเตรียมรถเกี่ยวข้าวดำเนินการ อย่างสะดวก รวดเร็ว						
21. มีการจัดคิวตามรายการที่ติดต่อเข้ามา						
22. มีการให้บริการที่เป็นระบบระเบียบ						
23. ให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตามความ ต้องการของผู้ใช้บริการ						
24. มีการสอบถามถึงผลงานหลังการ ให้บริการ						
25. มีการสอบถามถึงความพึงพอใจจาก การรับบริการ						

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็น

1. ท่านคาดหวังให้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรีมีการพัฒนาการบริการอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรีควรมีเอกลักษณ์ (จุดเด่น) ในเรื่องใด

.....

.....

.....

3.

ปัญหาที่พบจากการได้รับบริการเกี่ยวข้าว	ผู้ให้บริการแก้ไขอย่างไร	ข้อเสนอแนะจากผู้รับบริการ
1.		
2.		
3.		
4.		
5.		

4. อื่นๆ

.....

.....

.....

เลขที่แบบสอบถามผู้ให้บริการ.....

แบบสอบถาม

เรื่อง ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้มีจุดประสงค์เพื่อวิเคราะห์ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางให้องค์กรธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวถอดถอดคุณค่าให้แก่ลูกค้า ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้จะนำไปวิเคราะห์และประมวลผลโดยภาพรวมในการวิจัยเท่านั้น ผู้วิจัยจะเก็บรักษาแบบสอบถามของท่านเป็นอย่างดี คำตอบของท่านจะเป็นความลับและไม่มีผลต่อท่านไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อตามประสบการณ์และความคิดเห็นของท่านตามความเป็นจริง แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าในธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่า

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็น

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

นางสาวปรารถนา ม่วงงาม

นิสิตหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แบบสอบถาม

เรื่อง การวิเคราะห์ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการธุรกิจบริการรับจ้าง
เกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

อำเภอ..... จังหวัด สุพรรณบุรี
ชื่อ-สกุล..... โทร.....

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่อง ☐ หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุดและเติม
ข้อความช่องคำถามที่เว้นไว้

1. เพศ:

☐

1.ชาย

☐

2.หญิง

2. อายุปี

3. การศึกษา:

☐

1. ประถมศึกษา

☐

2. มัธยมศึกษา/ป.ว.ช./ ป.ว.ส.

☐

3.ปริญญาตรี

☐

4. สูงกว่าปริญญาตรี

4.ธุรกิจของท่านให้บริการเกี่ยวกับเครื่องจักรกลการเกษตรชนิดใดบ้าง

ชนิด	จำนวน	ระยะเวลา ดำเนินการมาแล้วกี่ปี
รถไถนา	 คัน	ปี
รถไถดิน	 คัน	ปี
รถคานา	 คัน	ปี
รถเกี่ยวข้าว	 คัน	ปี
อื่นๆ.....	 คัน	ปี
อื่นๆ.....	 คัน	ปี

5. เกษตรกรผู้ว่าจ้างรู้จักรถเกี่ยวข้าวของท่านโดยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 วิธี)

☐

1. ติดต่อโดยตรง

☐

2. นายหน้า

☐

3. เพื่อนบ้าน

☐

4. วิทู

6. ท่านขอให้เกษตรกรผู้ว่าจ้างทำการติดต่อรถเกี่ยวข้าวของท่านโดยวิธีใด (ตอบได้มากกว่า 1 วิธี)

- ☐ 1. ติดต่อดโดยตรง ☐ 2. นายหน้า
- ☐ 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. ราคาค่าเกี่ยวข้าวกำหนดตาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. การกำหนดราคาโดยนายหน้าในพื้นที่

พื้นที่ ตำบล/อำเภอ/จังหวัด	ราคา/ไร่

- ☐ 2. การกำหนดราคาเองโดยอ้างอิงจากสภาพพื้นที่ (แปลงนา)

สภาพพื้นที่	ราคา/ไร่
นาทุ่ง	
นาดอน	
นาลุ่ม	
นาห่ม	
อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
อื่นๆ (โปรดระบุ).....	

- ☐ 3. การกำหนดราคาโดยอ้างอิงจากราคาค่าเกี่ยวข้าวปีที่ผ่านมา

- ☐ 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....ราคา/ไร่.....บาท

8. การจ่ายเงินค่าเกี่ยวข้าว:

- ☐ 1. จ่ายเงินสด
- ☐ 2. จ่ายเงินเชื่อ/ระยะเวลาชำระ.....วัน เพราะเหตุใดจึงยอมให้จ่ายวิธีนี้.....
- ☐ 3. อื่นๆ (โปรดระบุ)..... เพราะเหตุใดจึงยอมให้จ่ายวิธีนี้.....

9. ท่านคิดว่าเกษตรกรให้ความสำคัญกับสิ่งใดมากที่สุดในการเลือกใช้บริการรถเกี่ยวข้าว

- ☐ 1. ลักษณะของรถเกี่ยวข้าว ☐ 2. ราคาค่าเกี่ยวข้าว
- ☐ 3. การติดต่อสะดวกรวดเร็ว ☐ 4. ให้บริการเป็นกันเอง
- ☐ 5. คุณภาพของการเก็บเกี่ยวข้าว ☐ 6. อื่นๆ

10. เกษตรกรผู้ว่าจ้างรถเกี่ยวข้าวของท่านส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประเภทใด (ในปี 2554)

1. ลูกค้าเดิม.....%

2. ลูกค้าใหม่.....%

11. ท่านมีวิธีการอย่างไร เพื่อที่จะรักษาลูกค้าเดิมของท่านไว้ได้

.....

12. ท่านมีวิธีการอย่างไร ที่จะขยายธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของท่านไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่

.....

13. ปัจจุบันมีการลดต้นทุน ในธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของท่านหรือไม่ อย่างไร

.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าในธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่า

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องว่างที่ตรงกับการเพิ่มคุณค่าให้กับการให้บริการเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่าของท่านมากที่สุด

ระดับ 5 หมายความว่า การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการอยู่ในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายความว่า การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการอยู่ในระดับมาก

ระดับ 3 หมายความว่า การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการอยู่ในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายความว่า การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการอยู่ในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายความว่า การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการอยู่ในระดับน้อยที่สุด

วิเคราะห์ธุรกิจบริการเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่า	การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
Primary Activities					
ปัจจัยการนำเข้า					
1. ยี่ห้อรถ					
2. ประเภทของรถ					
3. ลักษณะของรถ เช่น ใหม่ ,เก่า					
4. จำนวนรถเกี่ยวข้าวของผู้ประกอบการ					
กระบวนการผลิต					
5.การเตรียมรถเกี่ยวข้าวก่อนเก็บเกี่ยว					
6.การจัดคิวตามรายการที่ติดต่อเข้ามา					
7. การให้บริการที่เป็นระบบระเบียบ					
8.การให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้ใช้บริการ					
การเก็บรวบรวมบริการที่สำเร็จแล้ว					
9. มีการสอบถามถึงผลงานหลังการให้บริการ					
10. มีการสอบถามถึงความพึงพอใจจากการรับบริการ					
การขายและการตลาด					
11. สามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ง่าย					
12. ให้บริการด้วยความรวดเร็ว (ไม่ต้องนัดนาน)					

วิเคราะห์ธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าว ด้วยโซ่คุณค่า	การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
13. มีนายหน้าติดต่อเป็นคนในพื้นที่					
14. มีป้ายสัญลักษณ์ เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ ที่ชัดเจนที่รถเกี่ยวข้าว และรถเทเลอร์					
15. มีการประชาสัมพันธ์หรือประกาศ ทางวิทยุ หรือ ป้ายประชาสัมพันธ์					
16. มีเว็บไซต์ของกิจการที่เข้าถึงการ ใช้งานง่ายมีรายละเอียดครบถ้วน					
บริการที่เพิ่มคุณค่า					
17. มีบริการเกี่ยวข้าวชาวนานา					
18. การเก็บเกี่ยวลดการร่วงหล่นของ เมล็ดข้าว					
Support Activities					
การจัดหาวัตถุดิบ					
19. จำนวนรถเกี่ยวข้าวในเครือข่ายเพียงพอ					
20. คนขับรถที่มีความสามารถและชำนาญ					
21. คนงาน/ เครื่อง มีความรับผิดชอบ					
22. การเตรียมพร้อมของอุปกรณ์ เช่น น้ำมัน					
23. มีอุปกรณ์เสริม เช่น รถทอยข้าว รถเข็นข้าว					
การพัฒนาเทคโนโลยี					
24. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรถเกี่ยวข้าว เช่น จากระดสอบ เป็นรถอู่ม					
25. มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้มีความ ทันสมัย					
26. มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้สามารถ ใช้กับรถทุกรุ่น ทุกยี่ห้อ					
การบริหารทรัพยากรบุคคล					
27. มีระบบคัดเลือกพนักงานขับรถเกี่ยวข้าว /เครื่อง					
28. การฝึกอบรมทักษะการขับรถที่ดี					
29. การฝึกอบรม มนุษยสัมพันธ์และ มารยาทของพนักงาน					
30. การสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน เช่น ของขวัญพิเศษเมื่อเกี่ยวได้ตาม ยอดที่ตั้งไว้ เป็นต้น					

วิเคราะห์ธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าว ด้วยโซ่คุณค่า	การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
31. มีความซื่อตรงและมีมาตรฐานในการ จ่ายค่าจ้างให้กับพนักงาน					
โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร					
32. การมีระบบการบัญชี					
33. การมีระบบการเงิน					
34. การมีการบริหารจัดการในธุรกิจบริการ รับจ้างเกี่ยวข้าวของท่าน					

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็น

1. ท่านคิดว่าธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรีจะมีการพัฒนาการให้บริการอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวในจังหวัดสุพรรณบุรีควรมีเอกลักษณ์ (จุดเด่น) ในเรื่องใด

.....

.....

.....

3.

ปัญหาที่พบจากการให้บริการรถเกี่ยวข้าว	ผู้ให้บริการแก้ไขอย่างไร
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

4. อื่นๆ

.....

.....

.....



ตารางผนวกที่ 1 ความต้องการใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การ
ใช้รถเกี่ยวข้าว น้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปี

ส่วนประสมการตลาด		ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว		5	4	3	2	1			
ผลิตภัณฑ์	รวม						3.55		มาก
1. รถเกี่ยวข้าวแบบรถอู่ม		31	15	1	0	0	4.65	0.48	มากที่สุด
2. อุปกรณ์เสริม									
รถเข็นข้าว		35	10	0	0	2	4.69	0.62	มากที่สุด
เกี่ยวข้าวชายคันนา		17	13	12	3	0	4.05	1.03	มาก
รถทอยข้าว		7	2	16	9	13	2.15	1.25	น้อย
3. รถเกี่ยวข้าวแบบรถกระสอบ		0	2	5	12	28	1.48	0.73	น้อยที่สุด
ราคา	รวม						3.21		ปานกลาง
4. ราคาตลาด		4	27	12	3	1	3.6	0.91	มาก
5. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการ บริการรถเกี่ยวข้าว		13	5	21	18	0	2.82	0.75	ปานกลาง
การจัดจำหน่าย	รวม						3.35		ปานกลาง
6. สามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ง่าย		18	27	0	2	0	4.41	0.58	มาก
7. ให้บริการด้วยความรวดเร็วไม่ต้องนัด นาน		15	29	3	0	0	4.18	0.47	มาก
8. มีนายหน้าติดต่อเป็นคนในพื้นที่		0	0	5	10	32	1.5	0.56	น้อย
การส่งเสริมการตลาด	รวม						2.31		น้อย
9. มีป้ายสัญลักษณ์ เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ ชัดเจนที่รถเกี่ยวข้าว และรถเทเลอร์		3	16	21	0	0	3.36	0.73	มาก
10. มีการประชาสัมพันธ์หรือประกาศ ทางวิทยุ หรือ ป้ายประชาสัมพันธ์		0	5	5	10	27	1.65	1.01	น้อย
11. มีเวปไซด์ของกิจการที่เข้าถึงการ ใช้งานง่ายมีรายละเอียดครบถ้วน		0	0	5	8	34	1.31	0.63	น้อยที่สุด
บุคคล	รวม						3.92		มาก
12. พนักงานขับรถเกี่ยวข้าวมี ประสบการณ์/เชี่ยวชาญ		11	28	8	0	0	4.63	0.58	มากที่สุด

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว	5	4	3	2	1			
13. พนักงานบริการให้บริการด้วยความรวดเร็ว	2	3	15	0	0	3.79	0.52	มาก
14. พนักงานให้บริการด้วยความยิ้มแย้ม นอบน้อมและสุภาพ	9	33	5	0	0	4.03	0.53	มาก
15. พนักงานมีความยินดีในการให้บริการเมื่อได้รับคำสั่ง, คำติชม	13	29	5	0	0	4.06	0.57	มาก
16. พนักงานมีความรับผิดชอบ	7	31	9	0	0	3.7	0.57	มาก
การสร้างและนำเสนอลักษณะ								
ทางกายภาพ	รวม					3.45		ปานกลาง
17. ความสะอาด เรียบร้อยและสวยงามของรถเกี่ยวข้าว	10	19	15	3	0	3.52	0.7	มาก
18. ความพร้อมใช้งานของรถเกี่ยวข้าว	12	24	9	2	0	3.69	0.8	มาก
19. อุปกรณ์ที่ใช้ เครื่องมือ กระสอบ อยู่ในสภาพดี	10	13	15	2	7	3.51	0.79	มาก
20. เอกลักษณ์ของกิจการ อุปกรณ์ตกแต่งที่โดดเด่น	4	16	19	2	6	3.09	0.83	ปานกลาง
กระบวนการ	รวม					3.68		มาก
21. มีการจัดเตรียมรถเกี่ยวข้าวดำเนินการอย่างสะดวก รวดเร็ว	5	33	9	0	0	2.97	0.52	ปานกลาง
22. มีการจัดคิวตามรายการที่ติดต่อเข้ามา	5	35	6	0	1	3.87	0.53	มาก
23. มีการให้บริการที่เป็นระบบระเบียบ	5	39	5	0	0	3.9	0.46	มาก
24. ให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้ใช้บริการ	5	31	10	0	0	3.82	0.55	มาก
25. มีการสอบถามถึงความพึงพอใจจากการรับบริการ	5	18	14	8	5	3.47	0.79	มาก
26. มีการสอบถามถึงผลงานหลังการให้บริการ	5	19	3	8	2	3.19	1.15	ปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ต.ค. 2554)

ตารางผนวกที่ 2 ความต้องการใช้ธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของเกษตรกรที่มีประสบการณ์การ
ใช้รถเกี่ยวข้าว มากกว่า 20 ปี

ส่วนประสมการตลาด	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว	5	4	3	2	1			
ผลิตภัณฑ์ รวม						3.69		มาก
1. รถเกี่ยวข้าวแบบรถอู่ม	41 (77.44)	12 (22.56)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.77	0.42	มากที่สุด
2. อุปกรณ์เสริม								
รถเข็นข้าว	40 (75.56)	13 (24.44)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.75	0.43	มากที่สุด
เกี่ยวข้าวชายคันทนา	37 (69.92)	12 (22.56)	3 (5.64)	1 (1.88)	0 (0.00)	4.52	0.44	มากที่สุด
รถทอยข้าว	7 (13.16)	13 (24.44)	16 (30.44)	7 (13.16)	10 (18.8)	3	1.28	ปานกลาง
3. รถเกี่ยวข้าวแบบรถกระสอบ	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (11.28)	12 (22.56)	35 (66.16)	1.45	0.69	น้อยที่สุด
ราคา รวม						3.35		ปานกลาง
4. ราคาตลาด	4 (7.52)	35 (66.16)	13 (24.44)	1 (1.88)	0 (0.00)	3.83	0.64	มาก
5. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของการ บริการรถเกี่ยวข้าว	2 (3.76)	6 (11.28)	30 (54.88)	16 (30.08)	0 (0.00)	2.88	0.75	ปานกลาง
การจัดจำหน่าย รวม						3.35		ปานกลาง
6. สามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ง่าย	12 (22.56)	41 (77.44)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.23	0.42	มาก
7. ให้บริการด้วยความรวดเร็วไม่ต้อง นัดนาน	9 (17.28)	43 (80.84)	1 (1.88)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.15	0.41	มาก
8. มีนายหน้าติดต่อเป็นคนในพื้นที่	0 (0.00)	1 (1.88)	10 (18.80)	14 (26.32)	28 (53.00)	1.69	0.84	น้อย
การส่งเสริมการตลาด รวม						2.1		น้อย
9. มีป้ายสัญลักษณ์ เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ ชัดเจนที่รถเกี่ยวข้าว และรถเทเลอร์	1 1.88	26 (47.36)	22 (41.36)	1 (1.88)	4 (7.52)	3.39	0.87	ปานกลาง
10. มีการประชาสัมพันธ์หรือประกาศ ทางวิทยุ หรือ ป้ายประชาสัมพันธ์	0 (0.00)	1 (1.88)	5 (9.40)	13 (24.44)	34 (64.28)	1.49	0.74	น้อยที่สุด
11. มีเว็บไซต์ของกิจการที่เข้าถึงการ ใช้งานง่ายมีรายละเอียดครบถ้วน	0 (0.00)	0 (0.00)	5 (9.40)	13 (24.44)	35 (66.16)	1.43	0.66	น้อยที่สุด
บุคคล รวม						3.85		มาก
12. พนักงานขับรถเกี่ยวข้าวมี ประสบการณ์/เชี่ยวชาญ	12 (22.56)	33 (62.40)	4 (7.52)	3 (5.64)	1 (1.88)	4.01	0.86	มาก

ตารางผนวกที่ 2 (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	ระดับความต้องการ					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ของธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าว	5	4	3	2	1			
13. พนักงานบริการให้บริการด้วย ความรวดเร็ว	4 (7.52)	21 (39.48)	26 (49.24)	2 (3.76)	0 (0.00)	3.5	0.69	มาก
14. พนักงานให้บริการด้วยความยิ้ม แย้ม นอบน้อมและสุภาพ	7 (13.16)	34 (64.28)	12 (22.56)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.9	0.59	มาก
15. พนักงานมีความยินดีในการ บริการเมื่อได้รับคำสั่ง, คำติชม	8 (15.04)	33 (62.40)	12 (22.56)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.92	0.61	มาก
16. พนักงานมีความรับผิดชอบ	5 (9.40)	39 (73.68)	9 (16.92)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.92	0.51	มาก
การสร้างและนำเสนอลักษณะ								
ทางกายภาพ	รวม					3.39		ปานกลาง
17. ความพร้อมใช้งานของรถเกี่ยวข้าว	4 (7.52)	26 (49.24)	22 (41.36)	1 (1.88)	0 (0.00)	3.62	0.65	มาก
18. ความสะอาด เรียบร้อยและสวยงาม ของรถเกี่ยวข้าว	6 (11.28)	18 (34.20)	13 (24.44)	15 (28.20)	1 (1.88)	3.2	1.06	ปานกลาง
19. อุปกรณ์ที่ใช้ เครื่องมือ กระจบ อยู่ในสภาพดี	4 (7.52)	15 (28.20)	32 (60.52)	2 (3.76)	0 (0.00)	3.45	0.69	ปานกลาง
20. เอกลักษณ์ของกิจการ อุปกรณ์ ตกแต่งที่โดดเด่น	3 (5.64)	12 (22.56)	36 (68.04)	2 (3.76)	0 (0.00)	3.3	0.63	ปานกลาง
กระบวนการ	รวม					3.61		มาก
21. มีการจัดเตรียมรถเกี่ยวข้าวดำเนิน การอย่างสะดวก รวดเร็ว	3 (5.64)	44 (83.08)	6 (11.28)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.9	0.44	มาก
22. มีการจัดคิวตามรายการที่ติดต่อ เข้ามา	3 (5.64)	45 (85.00)	3 (5.64)	0 (0.00)	2 (3.76)	3.88	0.66	มาก
23. มีการให้บริการที่เป็นระบบ ระเบียบ	3 (5.64)	46 (86.84)	4 (7.52)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.98	0.36	มาก
24. ให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตาม ความต้องการของผู้ใช้บริการ	3 (5.64)	26 (49.24)	24 (45.12)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.6	0.59	มาก
25. มีการสอบถามถึงผลงานหลังการ ให้บริการ	2 (7.76)	15 (28.20)	25 (47.36)	6 (11.28)	5 (9.40)	3.01	0.93	ปานกลาง
26. มีการสอบถามถึงความพึงพอใจ จากการรับบริการ	1 (1.88)	20 (37.60)	26 (49.24)	6 (11.28)	0 (0.00)	3.3	0.69	ปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ค.ค. 2554)

ตารางผนวกที่ 3 การเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการ
ที่ให้บริการเกี่ยวข้าว 1-10 ปี

วิเคราะห์ธุรกิจบริการเกี่ยวข้าว ด้วย โซ่คุณค่า	การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	5	4	3	2	1			
Primary Activities						3.48	0.66	มาก
ปัจจัยการนำเข้า						3.53	0.74	มาก
1. จำนวนรถเกี่ยวข้าวของผู้ประกอบการ	3	5	2	0	0	4.12	0.79	มาก
2. ลักษณะของรถ เช่น ใหม่,เก่า	0	5	5	0	0	3.54	0.50	มาก
3. ยี่ห้อรถ	1	2	6	1	0	3.29	0.76	ปานกลาง
4. ประเภทของรถ	1	2	6	0	1	3.2	0.91	ปานกลาง
กระบวนการผลิต						3.73	0.55	มาก
5. การให้บริการที่เป็นระบบระเบียบ	3	6	1	0	0	4.25	0.6	มาก
6. การให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้ใช้บริการ	1	6	3	0	0	3.75	0.62	มาก
7. การเตรียมรถเกี่ยวข้าวก่อนเก็บเกี่ยว	0	6	4	0	0	3.62	0.52	มาก
8. การจัดคิวตามรายการที่ติดต่อเข้ามา	0	3	7	0	0	3.29	0.5	ปานกลาง
การเก็บรวบรวมบริการที่สำเร็จแล้ว						3.33	0.45	ปานกลาง
9. มีการสอบถามถึงความพึงพอใจจาก การรับบริการ	0	4	6	0	0	3.45	0.45	ปานกลาง
10. มีการสอบถามถึงผลงานหลังการ ให้บริการ	0	2	8	0	0	3.2	0.45	ปานกลาง
การขายและการตลาด						2.93	0.97	ปานกลาง
11. สามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ง่าย	2	8	0	0	0	4.16	0.25	มาก
12. มีป้ายสัญลักษณ์ เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ ที่ชัดเจนที่รถเกี่ยวข้าว และรถเทเลอร์	3	4	2	0	1	3.79	1.32	มาก
13. ให้บริการด้วยความรวดเร็ว (ไม่ต้องนัดนาน)	1	6	2	0	1	3.58	0.96	มาก

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

วิเคราะห์ธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าว ด้วยใช้คุณค่า	การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	5	4	3	2	1			
14. มีนายหน้าติดต่อเป็นคนในพื้นที่	2	3	2	0	3	2.95	1.50	ปานกลาง
15. มีการประชาสัมพันธ์หรือประกาศ ทางวิทยุ หรือ ป้ายประชาสัมพันธ์	0	1	0	3	6	1.62	1.02	น้อย
16. มีเว็บไซต์ของกิจการที่เข้าถึงการ ใช้งานง่ายมีรายละเอียดครบถ้วน	0	0	1	3	6	1.50	0.77	น้อย
บริการที่เพิ่มคุณค่า	รวม					3.91	0.54	มาก
17. การเก็บเกี่ยวลดการร่วงหล่นของ เมล็ดข้าว	2	8	0	0	0	4.16	0.28	มาก
18. มีบริการเกี่ยวข้าวชายคันทนา	2	6	0	2	0	3.66	0.83	มาก
Support Activities						4.12	0.51	มาก
การจัดหาวัตถุดิบ	รวม					4.12	0.33	มาก
19. คนขับรถที่มีความสามารถแล ชำนาญ	4	6	0	0	0	4.41	0.54	มาก
20. คนงาน/ เด็กกรด มีความรับผิดชอบ	3	7	0	0	0	4.29	0.50	มาก
21. จำนวนรถเกี่ยวข้าวในเครือข่าย เพียงพอ	1	9	0	0	0	4.08	0.20	มาก
22. การเตรียมพร้อมของอุปกรณ์ เช่น น้ำมัน	0	10	0	0	0	4.00	0.00	มาก
23. มีอุปกรณ์เสริม เช่น รถทอยข้าว รถเข็นข้าว	1	6	3	0	0	3.83	0.40	มาก
การพัฒนาเทคโนโลยี	รวม					4.12	0.37	มาก
24. มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้มีความ ทันสมัย	8	2	0	0	0	4.79	0.45	มากที่สุด
25. มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้สามารถ ใช้ได้กับรถทุกรุ่น ทุกยี่ห้อ	3	5	2	0	0	4.04	0.65	มาก
26. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรถเกี่ยวข้าว เช่น จากรถกระสอบ เป็นรถอู่ม	1	5	3	0	1	3.54	1.08	มาก

ตารางผนวกที่ 3 (ต่อ)

วิเคราะห์ธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าว ด้วยข้อมูลค่า	การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	5	4	3	2	1			
การบริหารทรัพยากรบุคคล รวม						3.70	0.80	มาก
27. มีความซื่อตรงและมีมาตรฐานในการ จ่ายค่าจ้างให้กับพนักงาน	2	8	0	0	0	4.16	0.25	มาก
28. มีระบบคัดเลือกพนักงาน ขีดบรณเกี่ยว ข้าว /ได้กรณ	1	8	1	0	0	3.95	0.45	มาก
29. การสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน เช่น ของขวัญพิเศษ	1	7	2	0	0	3.83	0.48	มาก
30. การฝึกอบรม มนุษยสัมพันธ์และ มารยาทของพนักงาน	3	3	2	0	2	3.37	1.07	ปานกลาง
31. การฝึกอบรมทักษะการขับรถที่ดี	2	3	3	0	2	3.16	1.33	ปานกลาง
โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร รวม						4.54	0.52	มากที่สุด
32. การมีระบบการบัญชี	6	4	0	0	0	4.62	0.52	มากที่สุด
33. การมีระบบการเงิน	6	4	0	0	0	4.62	0.52	มากที่สุด
34. การมีการบริหารจัดการในธุรกิจบริการ บริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของท่าน	4	6	0	0	0	4.37	0.52	มาก

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ต.ค. 2554)

ตารางผนวกที่ 4 การเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจบริการรับจ้างเกี่ยวข้าวด้วยโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการ
ที่ให้บริการรถเกี่ยวข้าวในช่วง 11-20 ปี

วิเคราะห์ธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าว ด้วยโซ่คุณค่า	การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	5	4	3	2	1			
Primary Activities								
ปัจจัยการนำเข้า	รวม					3.74	0.76	มาก
1. จำนวนรถเกี่ยวข้าวของผู้ประกอบการ	3	4	2	1	0	3.63	1.02	มาก
2. ลักษณะของรถ เช่น ใหม่,เก่า	0	7	3	0	0	3.87	1.02	มาก
3. ประเภทของรถ	2	3	4	0	1	3.69	0.48	มาก
4. ยี่ห้อรถ	2	4	2	0	2	3.58	1.05	มาก
กระบวนการผลิต	รวม					4.10	0.52	มาก
5. การให้บริการที่เป็นระบบระเบียบ	6	4	0	0	0	4.58	0.54	มากที่สุด
6. การเตรียมรถเกี่ยวข้าวก่อนเก็บเกี่ยว	4	5	1	0	0	4.25	0.67	มาก
7. การให้บริการด้วยความยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้ใช้บริการ	0	8	2	0	0	3.79	0.45	มาก
8. การจัดคิวตามรายการที่ติดต่อเข้ามา	0	8	2	0	0	3.79	0.45	มาก
การเก็บรวบรวมบริการที่สำเร็จแล้ว	รวม					3.66	0.73	มาก
9. มีการสอบถามถึงความพึงพอใจจาก การรับบริการ	1	5	4	0	0	3.7	0.73	มาก
10. มีการสอบถามถึงผลงานหลังการ ให้บริการ	1	4	5	0	0	3.62	0.74	มาก
การขายและการตลาด	รวม					3.27	1.02	ปานกลาง
11. สามารถติดต่อกับผู้ให้บริการได้ง่าย	4	6	0	0	0	4.37	0.52	มาก
12. มีป้ายสัญลักษณ์ เบอร์โทรศัพท์ ที่อยู่ ที่ชัดเจนที่รถเกี่ยวข้าว และรถเทเลอร์	5	5	0	0	0	4.29	0.50	มาก
13. ให้บริการด้วยความรวดเร็ว (ไม่ต้องนัดนาน)	2	6	1	0	1	3.70	1.12	มาก

ตารางผนวกที่ 4 (ต่อ)

วิเคราะห์ธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าว ด้วยโซ่คุณค่า	การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	5	4	3	2	1			
14. มีนายหน้าติดต่อเป็นคนในพื้นที่	5	1	1	0	3	3.45	1.88	ปานกลาง
15. มีการประชาสัมพันธ์หรือประกาศทางวิทยุ หรือ ป้ายประชาสัมพันธ์	0	0	4	1	5	1.91	1.06	น้อย
16. มีเว็บไซต์ของกิจการที่เข้าถึงการใช้งานง่ายมีรายละเอียดครบถ้วน	0	0	4	1	5	1.91	1.06	น้อย
บริการที่เพิ่มคุณค่า	รวม					4.12	1.06	มาก
17. การเก็บเกี่ยวลดการร่วงหล่นของเมล็ดข้าว	5	3	1	1	0	4.33	0.66	มาก
18. มีบริการเกี่ยวข้าวชายคันนา	5	4	0	0	1	3.91	1.47	มาก
Support Activities						4.22	0.56	มาก
การจัดหาวัตถุดิบ	รวม					4.30	0.48	มาก
19. คนขับรถที่มีความสามารถแลชำนาญ	7	3	0	0	0	4.66	0.48	มากที่สุด
20. การเตรียมพร้อมของอุปกรณ์ เช่น น้ำมัน	4	6	0	0	0	4.41	0.54	มาก
21. จำนวนรถเกี่ยวข้าวในเครือข่ายเพียงพอ	3	7	0	0	0	4.33	0.48	มาก
22. คนงาน/ เด็กกรด มีความรับผิดชอบ	1	9	0	0	0	4.08	0.20	มาก
23. มีอุปกรณ์เสริม เช่น รถทอยข้าวรถเข็นข้าว	2	6	2	0	0	4.00	0.72	มาก
การพัฒนาเทคโนโลยี	รวม					4.15	0.96	มาก
24. มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้มีความทันสมัย	8	1	1	0	0	4.70	0.65	มากที่สุด
25. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบรถเกี่ยวข้าว เช่น จากรถกระสอบ เป็นรถอู่ม	7	1	2	0	0	4.50	0.91	มากที่สุด
26. มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้สามารถใช้ได้กับรถทุกรุ่น ทุกยี่ห้อ	0	7	1	0	2	3.25	1.31	ปานกลาง

ตารางผนวกที่ 4 (ต่อ)

วิเคราะห์ธุรกิจบริการรถเกี่ยวข้าว ด้วยใช้คุณค่า	การเพิ่มคุณค่าให้กับบริการ					ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	5	4	3	2	1			
การบริหารทรัพยากรบุคคล รวม						3.91	0.77	มาก
27. มีความซื่อตรงและมีมาตรฐานในการ จ่ายค่าจ้างให้กับพนักงาน	2	8	0	0	0	4.20	0.45	มาก
28. มีระบบคัดเลือกพนักงาน ขับรถเกี่ยวข้าว/ไถ่กรด	2	7	1	0	0	4.08	0.60	มาก
29. การสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงาน เช่น ของขวัญพิเศษ	4	4	2	0	0	4.08	0.78	มาก
30. การฝึกอบรม มนุษย์สัมพันธ์และ มารยาทของพนักงาน	1	8	0	0	1	3.83	0.68	มาก
31. การฝึกอบรมทักษะการขับรถที่ดี	0	8	0	0	2	3.37	1.36	มาก
โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร รวม						4.34	0.66	มาก
32. การมีระบบการบัญชี	6	4	0	0	0	4.62	0.52	มากที่สุด
33. การมีระบบการเงิน	5	4	1	0	0	4.37	0.74	มาก
34. การมีการบริหารจัดการในธุรกิจบริการ บริการรับจ้างเกี่ยวข้าวของท่าน	4	5	1	0	0	4.29	0.73	มาก

ที่มา: จากการสำรวจ(ก.ย.-ต.ค. 2554)

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ – นามสกุล

ปรารธนา ม่วงงาม

วัน เดือน ปี ที่เกิด

วันที่ 28 เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2530

สถานที่เกิด

จังหวัดสุพรรณบุรี

ประวัติการศึกษา

ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะอุตสาหกรรม -

การท่องเที่ยว แขนงธุรกิจการบิน

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ศูนย์ หัวหิน

