



ศักยภาพและปัญหาของกิจการโรงสีข้าวขนาดกลางในพื้นที่อำเภอหัวไทร  
จังหวัดนครศรีธรรมราช

**Potentials and Problems of Medium Rice Mills in Hua Sai District,  
Nakhon Si Thammarat Province**

เสาวณีย์ ขาวเสน

**Saowanee Khaosen**

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

**A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements  
For the Degree of Master of Arts in Agribusiness Management  
Prince of Songkla University**

2552



ชื่อสารนิพนธ์	ศักยภาพและปัญหาของกิจการโรงสีข้าวขนาดกลางในพื้นที่อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช
ผู้เขียน	นางสาวเสาวณีย์ ขาวเสน
สาขาวิชา	การจัดการธุรกิจเกษตร
ปีการศึกษา	2551

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ลักษณะของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง (2) ลักษณะการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง (3) ศักยภาพและปัญหาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง และ (4) ความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ ของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวขนาดกลางที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบการค้าข้าวตาม พ.ร.บ. การค้าข้าวปี 2546 ในอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 12 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการโรงสีข้าวร้อยละ 58.3 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 44 ปี มีการศึกษาอย่างน้อยชั้นมัธยมศึกษา ประกอบธุรกิจโรงสีข้าวเป็นอาชีพหลักทั้งหมด มีรายได้เฉลี่ย 36,417 บาท/เดือน มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงสีข้าวเฉลี่ย 19 ปี มีการถือครองที่ดินเฉลี่ย 35 ไร่ และร้อยละ 67 มีพื้นที่ทำนา โดยมีจำนวนที่นาเฉลี่ย 29 ไร่ มีหนีสินร้อยละ 83 และมีหนีสินเฉลี่ย 2.6 ล้านบาท แหล่งเงินกู้ที่สำคัญ คือ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย มีรูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว ขนาดเงินลงทุนเฉลี่ย 5.9 ล้านบาท มีระยะเวลาในการดำเนินงานมาแล้วเฉลี่ย 25 ปี มีแรงงานเฉลี่ย 7 คน ส่วนใหญ่ใช้แรงงานในพื้นที่โรงสีมีการสีข้าว 2 ชนิด คือ ข้าวชัยนาท และข้าวเหนียว มีกำลังการผลิตเฉลี่ย 12 ตันข้าวเปลือกต่อวัน มีอัตราการแปรสภาพข้าวเปลือกเฉลี่ยร้อยละ 58 มีแหล่งข้าวเปลือกจาก 3 แหล่งคือ เกษตรกร พ่อค้ารวบรวม และที่นาของตนเอง รับซื้อข้าวเปลือกโดยส่งพนักงานออกไปรับซื้อจากเกษตรกร และรับซื้อหน้าโรงสี มีการชำระเงินแบบเงินสดมากที่สุด และโรงสีข้าวร้อยละ 67 ใช้เกณฑ์ความชื้นและสิ่งเจือปนในการแบ่งชั้นคุณภาพข้าวเปลือก เมื่อข้าวเปลือกไม่ได้คุณภาพโรงสีข้าวดำเนินการโดยการอบข้าว ตากแดด และส่งข้าวคืน มีการกำหนดราคาข้าวเปลือกตามราคาตลาด และคุณภาพของข้าวเปลือก ต้นทุนการผลิตหลักคือ ค่าวัตถุดิบ ข้าวเปลือก สูงถึงร้อยละ 76 ของต้นทุนทั้งหมด ผลพลอยได้หลัก เช่น ปลายข้าว แกลบ และจำหน่ายให้กับฟาร์มเลี้ยงสัตว์ โรงสีข้าวทั้งหมดจำหน่าย

ข้าวสารทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัดโดยมีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 58 และร้อยละ 38 ตามลำดับ การชำระเงินค่าข้าวสารส่วนใหญ่ชำระเป็นเงินเชื่อ มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลักผ่านร้านค้าส่ง และร้านค้าปลีก เกณฑ์การกำหนดราคาข้าวสารส่วนใหญ่พิจารณาจากราคาในตลาด

ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวพิจารณาจากจุดแข็ง ได้แก่ อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ มีเครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ สถานที่ตั้งอยู่ในที่การคมนาคมสะดวก และห่างไกลจากแหล่งชุมชน มีกำลังการผลิตที่สอดคล้องกับปริมาณข้าวเปลือกในช่วงข้าวเปลือกนาปี และข้าวเปลือกนาปรังออกสู่ตลาด และพิจารณาจากโอกาส ได้แก่ คำนิยมในการบริโภคข้าวพันธุ์พื้นเมือง โดยเฉพาะข้าวเหนียว

ปัญหาในการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าว ซึ่งพิจารณาจากจุดอ่อน ได้แก่ การขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพ และมีอัตราค่าจ้างแรงงานที่สูง ต้นทุนในการผลิตสูง ปริมาณข้าวเปลือกมีความผันผวน ขาดสภาพคล่องและเงินทุนหมุนเวียน และจากอุปสรรค ได้แก่ วัตถุดิบมีคุณภาพต่ำ ราคาข้าวเปลือกและข้าวสารขาดเสถียรภาพ การแข่งขันสูงแต่ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย

ผู้ประกอบการต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐทางด้านการปรับปรุงการรับจำนำข้าวให้สอดคล้องและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย การจัดหาแรงงาน เงินทุนดอกเบี้ยต่ำ และการส่งเสริมพัฒนาเกษตรกรอย่างบูรณาการและเชื่อมโยงกันทั้งระบบ รักษาเสถียรภาพราคาข้าว การส่งเสริมด้านการส่งออกข้าวในพื้นที่ภาคใต้ ตลอดจนการทบทวนนโยบายด้านภาษี เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจโรงสีข้าวให้มีการแข่งขันเพิ่มขึ้น

Minor Thesis Title	Potentials and Problems of Medium Rice Mills in Hua Sai District, Nakhon Si Thammarat Province
Author	Miss Saowanee Khaosen
Major Program	Agribusiness Management
Academic Year	2008

### **Abstract**

The research is aimed to study (1) the features of medium rice mill entrepreneurs (2) the business performance of medium rice mills (3) potentials and problems on the business performance of medium rice mill entrepreneurs and (4) the requirements on the government support to medium rice mill entrepreneurs. The data were collected through the interview of 12 medium rice mill entrepreneurs, who have been approved on rice trading accordingly to Rice Trading Legislation 2003 in Huasai District, Nakhon Si Thammarat Province. The data analysis is implemented by the descriptive statistics.

The results reveal that the rice mill entrepreneurs, 58.3%, are female, and 44 years old in average. They were educated in the secondary level or higher. The entrepreneurs do rice mill business as their main career. The average income is 36,417 baht/month. They have experienced in rice mill business for 19 years in average. The average land ownership is 35 rais, and 67% of the entrepreneurs own 29 rais of land for rice farming in average. The majorities, 83%, are in debt condition, and the average debt amount is 2.6 million baht. The major sources of loan are Bangkok Bank PCL (BBL), Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives (BAAC), and Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand (SME Bank). The business operation is implemented as sole proprietor. The average investment is 5.9 million baht. The operation has been carried out for 25 years in average. The average workforce is 7 people, which are available in localities. The entrepreneurs mill 2 types of rice varieties, which are Chainat and Khao Chiang. The average production capacity is 12 metric tons of paddies per day. The paddy transforming rate is 58% in average. The paddy sources are categorized into 3 types which are farmers, collectors, and own rice farms. The employees will go out to buy paddies from the farmers; meanwhile, the trading is also implemented at rice mills. The payment is mostly done in cash. The rice mills, 67%, apply the moisture criteria and contaminant in paddy grading. Once the

paddies do not meet the standard, they will be heated, dried, or returned. The paddy price is defined in accordance with the market price and quality. The major production cost is paddies, which are 76% of total cost. By-products are grist, and chaff, which are sold to animal farms. All rice mills distribute rice within the province, 58%, and to other provinces, 38%. The credit payment is allowed. The main distributing channels are wholesalers and retailers. The pricing criteria are based on the market price.

Potentials on rice mill business are considered by the strengths e.g. sources of raw material, modern and efficient machinery, good location, convenient transportation, being away from the community, adequate production capacity accordingly to the paddy quantity during the time of in-season rice field and off-season paddy field. In addition, opportunity is considered by the core value on the consumption of local rice variety, especially “Khao Chiang”.

Problems on the business operation, which are considered by the weakness, are listed as the shortage of skilled workforce, high wages, high production cost, inconstant rice quantity, shortage of liquidity and revolving funds. Threats are listed as low quality of raw material, inconsistent price of paddies and rice, high competition, and less distributing channels.

The entrepreneurs request the government support on the improvement of pledge scheme to be complied and reasonable among the interested parties. The provision of workforce, low interest rate, holistic promotion, and systematic link are suggested. The price stability, export promotion in the southern part of the country, revision of tax policies, and enhancement of the rice mills for competition competence are included in the entrepreneurs' needs.

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษา คือ รองศาสตราจารย์ ดร.สุชัยญา ทองรักษ์ ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา ตรวจสอบ แก้ไข ให้ข้อเสนอแนะ ติดตามความก้าวหน้า และเสียสละเวลาอันมีค่ายิ่ง ผู้วิจัยรู้สึกเป็นประคุณอย่างสูง จึงขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้ และขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปริญญา เฉิดโฉม คร.สิริรัตน์ เกียรติปฐมชัย กรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ตลอดจนคณาจารย์ทุกท่านทั้งในคณะเศรษฐศาสตร์ และคณะอื่นๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ และข้อคิดดี ๆ ให้แก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณผู้ประกอบการทุกท่านที่เสียสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี เพื่อน ๆ MAB 9 ทุกคนที่คอยเป็นห่วงและให้กำลังใจให้สารนิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และทุกคนในครอบครัวที่คอยให้กำลังใจ ให้คำแนะนำ ผู้วิจัยมีความรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะเศรษฐศาสตร์ทุกคน ที่ให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวก และให้คำแนะนำต่างๆ แก่ผู้วิจัยตลอดมา

คุณค่าและประโยชน์จากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่บุคคลข้างต้นที่กล่าวมา

เสาวณีย์ ขาวเสน

เมษายน 2552

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
Abstract	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและที่มาของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 คำอธิบายศัพท์	4
บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจข้าวและธุรกิจโรงสีข้าว	5
2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	14
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	
3.1 ข้อมูลและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	31
3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	33
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	
4.1 ลักษณะของผู้ประกอบการ โรงสีข้าวขนาดกลาง	34
4.2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง	40
4.3 ศักยภาพของการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง	51
4.4 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจโรงสีข้าวขนาดกลาง	53
4.5 ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง	56
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	58
5.2 ข้อเสนอแนะ	61
5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย	62



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	63
บรรณานุกรม	64
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	67
ประวัติผู้เขียน	77

## สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	อุปสงค์และอุปทานข้าวของไทยปี 2547 - 2551	6
ตารางที่ 2.2	ราคาข้าวที่เกษตรกรขายได้	7
ตารางที่ 2.3	การผลิตข้าวนาปี และข้าวนาปรังของอำเภอหัวไทร ปี 2550/51	12
ตารางที่ 2.4	บัญชีรายชื่อ โรงสีข้าวที่ได้รับหนังสืออนุญาตให้ประกอบการค้าข้าว ตาม พ.ร.บ. การค้าข้าวปี 2546 ในอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช	13
ตารางที่ 2.5	การจัดระบบทางเลือกของแมทริกซ์ TOWS	20
ตารางที่ 4.1	ลักษณะของผู้ประกอบการ โรงสีข้าวขนาดกลาง	35
ตารางที่ 4.2	ข้อมูลทั่วไปของ โรงสีข้าวขนาดกลาง	41
ตารางที่ 4.3	สถานการณ์การผลิตของ โรงสีข้าวขนาดกลาง	43
ตารางที่ 4.4	ต้นทุนการผลิตของ โรงสีข้าวขนาดกลาง	48
ตารางที่ 4.5	สถานการณ์การตลาดของ โรงสีข้าวขนาดกลาง	50
ตารางที่ 4.6	ศักยภาพของการดำเนินธุรกิจ โรงสีข้าวขนาดกลาง	52
ตารางที่ 4.7	ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ โรงสีข้าวขนาดกลาง	54
ตารางที่ 4.8	ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ โรงสีข้าวขนาดกลาง	57

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 วิธีการตลาดข้าวในประเทศไทย	8
ภาพที่ 2.2 วิธีการตลาดข้าวอำเภอหัวไทร	12

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของการวิจัย

ข้าว มีการผลิตใน 122 ประเทศทั่วโลก โดยทวีปเอเชียผลิตข้าวเป็นปริมาณสูงสุดและสูงกว่าทวีปอื่น ๆ มาก เนื่องจากข้าวเป็นอาหารหลัก และธัญพืชหลักที่เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศและสภาพดิน อีกทั้งแรงงานของประชากรในทวีปมีอยู่มาก ในขณะที่ประเทศที่ข้าวไม่ใช่อาหารหลักแต่ผลิตเพื่อการค้า เช่น สหรัฐ อิตาลี นอกจากนี้ยังมีประเทศที่มีการทดลองผลิตเชิงวิจัย เพื่อการผลิตสำหรับบริโภคหรือการค้าซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเทศในทวีปอาฟริกาที่อยู่ใกล้แหล่งน้ำธรรมชาติ และประเทศเล็กที่แยกจากสหภาพโซเวียต (มณฑลจกัปะพาก, 2543) ในแต่ละปีปริมาณการบริโภคข้าวโลกสูงขึ้น โดยในปี 2551 การบริโภคข้าวโลกมีจำนวน 427.48 ล้านตัน ข้าวสาร และผลผลิตข้าวโลกมี 430.19 ล้านตันข้าวสาร ไทยยังคงส่งออกได้มากที่สุดในโลก เนื่องจากไทยมีผลผลิตและสต็อกข้าวเพียงพอต่อความต้องการของโลก ส่วนประเทศส่งออกที่สำคัญ ได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติทำให้ส่งออกได้ลดลง ได้แก่ อินเดีย จีน กัมพูชา และอียิปต์ ด้านการนำเข้าประเทศที่นำเข้าข้าวมากที่สุดคือ ฟิลิปปินส์ รองลงมาได้แก่ ไนจีเรีย บังกลาเทศ อียู ซาอุดีอาระเบีย เนื่องจากผลผลิตข้าวไม่เพียงพอ ต้องนำเข้าข้าวเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ กระทรวงเกษตรสหรัฐได้คาดการณ์ว่าพื้นที่และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ในปี 2552 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากราคาข้าวในปี 2551 จูงใจให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคเพิ่มพื้นที่ปลูก ในขณะที่ผลผลิตเพิ่มขึ้นเนื่องจากสภาพภูมิอากาศค่อนข้างอำนวย โดยเฉพาะในเอเชีย ได้แก่ จีน ปากีสถาน ญี่ปุ่น และกัมพูชา เป็นต้น รวมทั้งในอาฟริกา ได้แก่ ไนจีเรีย เซเนกัล เป็นต้น (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552)

ประเทศไทยมีบทบาทที่โดดเด่นในตลาดข้าวโลก เนื่องจากเป็นประเทศผู้ส่งออกข้าวอันดับหนึ่งมากกว่าสิบปี และสภาพภูมิประเทศสามารถผลิตข้าวได้ทั่วทุกภูมิภาค กล่าวได้ว่าข้าวเป็นพืชเศรษฐกิจที่เป็นรายได้หลักของเกษตรกร สำหรับภาคใต้ ข้าวเป็นพืชที่ปลูกมากเป็นอันดับ 2 รองจากยางพารา โดยแหล่งปลูกที่เหมาะสมอยู่ในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีพื้นที่ปลูกข้าวในปี 636,599 ไร่ และพื้นที่ปลูกข้าวปราง 110,512 ไร่ (สำนักงานเกษตรจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2552) ส่วนใหญ่อยู่ในเขตลุ่มน้ำปากพนัง ได้แก่ บริเวณอำเภอเมือง หัวไทร เขียวใหญ่ ปากพนัง เฉลิมพระเกียรติ ชะอวด พระพรหม และร่อนพิบูลย์ แต่ผลผลิตมีความสำคัญในแง่เศรษฐกิจไม่มากนักเมื่อเทียบกับภาคอื่น ๆ เนื่องจากเป็นข้าวคุณภาพต่ำและผลิตได้น้อย

โรงสีข้าว เป็นอุตสาหกรรมที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย และมีบทบาทสำคัญ ในการแปรรูปข้าวเปลือกเป็นข้าวสาร จำนวนโรงสีข้าวในประเทศไทยที่จดทะเบียนไว้กับกรมโรงงาน

กระทรวงอุตสาหกรรม มีทั้งหมด 41,431 โรง ทั่วประเทศ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2546) โดยจำแนกออกได้ 3 ประเภท คือ โรงสีขนาดเล็ก (มีกำลังการผลิตต่ำกว่า 5 ตันข้าวเปลือกต่อวัน) ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในชนบทในพื้นที่ที่มีการปลูกข้าวมาก โรงสีประเภทนี้จะรับจ้างสีข้าวให้ชาวนา โดยคิดค่าบริการเป็นปลายข้าว และรำ โรงสีขนาดกลาง (มีกำลังการผลิต 5 – 20 ตันข้าวเปลือกต่อวัน) ส่วนใหญ่จะรับซื้อข้าวเปลือกจากเกษตรกร โดยตรงทั้งหน้าโรงสี และออกไปรับซื้อที่ยังฉางเกษตรกร และซื้อจากพ่อค้ารวบรวม โดยจะเน้นการซื้อข้าวจากเกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียง และโรงสีขนาดใหญ่ (มีกำลังการผลิตมากกว่า 20 ตันข้าวเปลือกต่อวัน) ส่วนใหญ่รับซื้อข้าวเปลือกจากพ่อค้าคนกลางและเกษตรกรรายใหญ่ แล้วนำมาสีเป็นข้าวสารขายให้แก่พ่อค้าหรือผู้ส่งออก (กองวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2537)

สภาพการแข่งขันของธุรกิจโรงสีข้าวมีความสำคัญมาก เนื่องจากราคาข้าวสารที่แต่ละโรงสีจำหน่ายให้กับพ่อค้าเป็นราคาที่ถูกกำหนดมาจากราคาข้าวสารที่ทำการซื้อขายในตลาดกรุงเทพฯ ในขณะที่เดียวกันราคาที่ทำการรับซื้อข้าวเปลือก แม้ว่าจะเป็นราคาที่โรงสีแต่ละแห่งมีการกำหนดขึ้นมาเองตามต้นทุนในโรงสีนั้น ๆ แต่ราคารับซื้อที่ถูกกำหนดขึ้นก็มิได้มีความแตกต่างไปจากโรงอื่น ๆ ที่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน เพราะถ้ามีการกำหนดราคารับซื้อที่ต่ำกว่าราคาตลาดจะไม่มีชาวนาหรือพ่อค้าผู้รวบรวมรายใดนำข้าวเปลือกมาขาย แต่ถ้ากำหนดในราคาที่สูงกว่าราคาตลาด ทางโรงสีก็ต้องแบกรับภาระต้นทุนที่สูงเกินความจำเป็น ดังนั้นสภาพของการแข่งขันกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงสีจึงแข่งขันกันที่ต้นทุนของการสีข้าว เพราะโรงสีที่สามารถดำเนินการผลิตโดยเสียต้นทุนในการสีข้าวต่ำที่สุด โรงสีแห่งนั้นก็จะมีกำไรจากการสีข้าวมากกว่าโรงสีที่มีต้นทุนการผลิตสูงกว่า และสามารถดำเนินการทางการตลาดได้ง่ายกว่าเพราะมีส่วนต่างของราคามากกว่า (อชิรญา เลียงรักษา, 2546)

อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นชุมชนชนบทที่ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนาเป็นหลัก โดยในปี 2551 มีพื้นที่ปลูกข้าวนาปี 134,152 ไร่ และพื้นที่ปลูกข้าวนาปรัง 34,800 ไร่ (สำนักงานเกษตรจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2551) เนื่องจากอยู่ในเขตลุ่มน้ำปากพนังซึ่งพื้นที่ดังกล่าว ในอดีตมีความรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก และมีพื้นฐานมาจากการผลิตและการค้าข้าวเป็นสำคัญ แต่ในช่วงทศวรรษที่ 2520 ลุ่มน้ำปากพนังถูกจัดให้เป็นพื้นที่ยากจนแหล่งหนึ่งของประเทศ และโครงการพัฒนาต่างๆ ได้พยายามเข้ามาส่งเสริมและพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ได้เข้าไปเปลี่ยนสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะเรื่องการจัดหาน้ำ ทรัพยากรที่เป็นรากฐานของการเกษตรกรรม และวิถีชีวิตของคนในบริเวณนั้น (จจรจบ กุสุมาลี, 2547) ภายใ้การเปลี่ยนแปลงภาวะเศรษฐกิจในพื้นที่ดังกล่าว ธุรกิจโรงสีข้าวได้มีบทบาท ที่สำคัญควบคู่มาโดยตลอด ตั้งแต่ปริมาณโรงสีข้าวที่มีปริมาณมากอันแสดงให้เห็นถึงความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ จนกระทั่งในเวลาต่อมา การเข้ามามีบทบาทของรัฐบาลใน

การควบคุมการค้าข้าว มีการแบ่งโซนน้ำจืดกับโซนน้ำเค็ม เพื่อการแบ่งแยกการผลิตระหว่างเกษตรกรและการประมง (การเลี้ยงกุ้ง) ออกจากกัน ทำให้เศรษฐกิจการทำนาและธุรกิจโรงสีข้าวได้เปลี่ยนแปลงไป

จากความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้เลือกศึกษาธุรกิจโรงสีข้าวขนาดกลางในพื้นที่อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นพื้นที่ที่วิจัยด้วยเหตุที่ว่า ธุรกิจโรงสีข้าวในพื้นที่ดังกล่าว ยังมีการดำเนินการอยู่ และเกษตรกรในพื้นที่ยังคงประกอบอาชีพทำนาเป็นหลัก ในขณะที่โรงสีข้าวหลายแห่งในอำเภอรอบนอกได้เลิกกิจการไปแล้ว เพื่อป้องกันการเลิกกิจการของโรงสีข้าวที่อาจเกิดขึ้นได้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการศึกษาว่าโรงสีข้าวขนาดกลางในพื้นที่ดังกล่าวมีลักษณะการดำเนินการเป็นอย่างไร ศักยภาพและปัญหาในการประกอบธุรกิจโรงสีข้าวมีอะไรบ้าง อีกทั้งยังเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการโรงสีข้าวหรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาในการทำธุรกิจ การวางแผน และการพัฒนาด้านการเกษตรในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาลักษณะของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลางในพื้นที่อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลางในพื้นที่การศึกษา
3. เพื่อศึกษาศักยภาพและปัญหาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลางในพื้นที่การศึกษา
4. เพื่อศึกษาความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลางในพื้นที่การศึกษา

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะโรงสีข้าวขนาดกลางในอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ยังคงดำเนินกิจการอยู่ในปัจจุบันเท่านั้น เป็นผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบการค้าข้าวตาม พ.ร.บ. การค้าข้าวปี 2546 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 14 ราย และเนื่องจากประชากรมีขนาดเล็ก ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาทุกหน่วยของประชากร (Census) อย่างไรก็ดีตาม การศึกษาจริง ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้เพียง 12 ราย เนื่องจากมีผู้ประกอบการโรงสีข้าว จำนวน 1 ราย ได้ปิดกิจการไปแล้ว และอีก 1 ราย ได้ปฏิเสธที่จะให้ข้อมูล โดยมีการเก็บข้อมูลในช่วงเดือน ธันวาคม 2551 - มกราคม พ.ศ.2552

การวิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาในการดำเนินธุรกิจอาศัยข้อมูลจากผู้ประกอบการ โรงสีข้าวขนาดกลางเป็นหลัก

#### 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจโรงสีข้าว ได้นำข้อมูลไปใช้ดำเนินการสู่แนวทางในการแก้ไขปัญหาและการปรับปรุง ตลอดจนพัฒนาการดำเนินการให้สอดคล้องตามขนาดของการลงทุน รูปแบบการเป็นเจ้าของของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจของตน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ ในการตัดสินใจเข้าสู่ธุรกิจโรงสีข้าว

3. เพื่อเป็นประโยชน์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานส่งเสริมการเกษตร ในการส่งเสริมเศรษฐกิจการผลิตทางการเกษตร และเศรษฐกิจการทำนา การพัฒนาการผลิตและจำหน่ายข้าวให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับพื้นที่

#### 1.5 คำอธิบายศัพท์

โรงสีข้าวขนาดกลาง หมายถึง โรงสีที่มีกำลังการผลิต 5 – 20 ตันข้าวเปลือกต่อวัน (กองวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, 2537)

## บทที่ 2

### การตรวจสอบเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการตรวจสอบเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ คือ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจข้าวและธุรกิจโรงสีข้าว แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจข้าว และธุรกิจโรงสีข้าว

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจข้าวและธุรกิจโรงสีข้าว ครอบคลุมประเด็นที่สำคัญ คือ สถานการณ์การผลิตและการตลาดข้าว วิธีการตลาดข้าวในประเทศไทย การกำหนดขนาดของโรงสีข้าว กระบวนการสีข้าว กลไกสำคัญที่โรงสีข้าวขนาดกลางและขนาดใหญ่ใช้ในการสีข้าวเปลือกให้เป็นข้าวสาร อัตราการแปรสภาพข้าวเปลือก และธุรกิจข้าวในอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช รายละเอียดดังนี้

##### 2.1.1 สถานการณ์การผลิตและการตลาดข้าว

###### (1) สถานการณ์การผลิต

ในปี 2550/51 โลกมีพื้นที่เก็บเกี่ยวข้าว 965.6 ล้านไร่ ได้ผลผลิต 640.60 ล้านตันข้าวเปลือก (430.19 ล้านตันข้าวสาร) ผลผลิตเฉลี่ย 663 กิโลกรัมต่อไร่ โดยพื้นที่เก็บเกี่ยวผลผลิตและผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นจาก 960.6 ล้านไร่ 623 ล้านตันข้าวเปลือก (420.1 ล้านตันข้าวสาร) และ 652 กิโลกรัมต่อไร่ ของปี 2549/50 คิดเป็นร้อยละ 0.5, 2.3 และ 1.69 ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของผลผลิตจากประเทศผู้ผลิต รายใหญ่ได้แก่ จีน อินเดีย เวียดนาม บังกลาเทศ พม่า อียิปต์ ฟิลิปปินส์ และไทย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552)

สำหรับการผลิตข้าวของไทย ผลิตได้ปีละ 2 ฤดู ได้แก่ ฤดูฝนแรกเรียกว่า “นาปี” จะปลูกช่วงเดือนพฤษภาคม – ตุลาคม และฤดูฝนแล้งเรียกว่า “นาปรัง” ซึ่งจะปลูกช่วงเดือนพฤศจิกายน-เมษายน ของปีถัดไป ในปี 2550/51 พื้นที่เพาะปลูก ผลผลิต และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของข้าวนาปีคือ 57.39 ล้านไร่ 23.31 ล้านตันข้าวเปลือก และ 406 กิโลกรัมต่อไร่ ตามลำดับ โดยพื้นที่ปลูกลดลงจากปี 2549/50 ร้อยละ 0.27 เนื่องจากเกษตรกรเปลี่ยนพื้นที่ไปปลูกพืชพลังงานบางส่วน เช่น ปาล์มน้ำมัน มันสำปะหลัง สำหรับพื้นที่เพาะปลูก ผลผลิต และผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ของข้าวนาปรังคือ 12.8 ล้านไร่ 8.8 ล้านตันข้าวเปลือก และ 687 กิโลกรัมต่อไร่ ทั้งนี้พื้นที่ปลูกและผลผลิตเพิ่มขึ้นจากปี 2549/50 ร้อยละ 27.07, 29.24 และ 1.78 ตามลำดับ พื้นที่เพาะปลูกเพิ่มขึ้นเนื่องจากในภาคกลางมีการปลูกทดแทนข้าวนาปีที่ประสบภัยน้ำท่วมไม่สามารถเพาะปลูกได้ตามปกติ จึงต้องปลูกล่าช้ามาในฤดูนาปรัง รวมทั้งปริมาณน้ำในเขื่อนมีมากพอ ส่วนผลผลิต



เพิ่มขึ้นเนื่องจากเกษตรกรดูแลรักษาดีขึ้นและมีกำลังใจจากราคาที่สูงขึ้นด้วย (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552)

(2) สถานการณ์การตลาด

ในปี 2551 การบริโภคข้าวโลกมีจำนวน 427.48 ล้านตันข้าวสาร เพิ่มขึ้นจาก 421.11 ล้านตันข้าวสาร ของปี 2550 ร้อยละ 1.51 เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของประชากรเป็นส่วนใหญ่ด้านการส่งออกข้าวของโลกมีจำนวน 29.09 ล้านตันข้าวสาร ลดลงจากปี 2550 ซึ่งส่งออกได้ 31.93 ล้านตันข้าวสาร หรือร้อยละ 6.27 ประเทศที่ส่งออกข้าวมากที่สุดยังเป็นประเทศไทย ประมาณ 10.6 ล้านตันข้าวสาร มีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 37 ของการส่งออกข้าวทั้งหมด รองลงมาคือ เวียดนาม สหรัฐอเมริกา ปากีสถาน อินเดีย และจีน ร้อยละ 16 12 10 9 และ 3 ตามลำดับ ไทยยังคงส่งออกได้มากที่สุดในโลก เนื่องจากมีศักยภาพในการส่งออก เพราะไทยมีผลผลิตและสต็อกข้าวเพียงพอต่อความต้องการของโลก ส่วนประเทศส่งออกที่สำคัญได้รับผลกระทบจากภัยธรรมชาติ ทำให้ส่งออกได้ลดลง ได้แก่ อินเดีย จีน กัมพูชา และอียิปต์ ด้านการนำเข้าประเทศที่นำเข้าข้าวมากที่สุด ได้แก่ ฟิลิปปินส์ รองลงมาได้แก่ ไนจีเรีย บังกลาเทศ อียู ซาอุดีอาระเบีย เนื่องจากผลผลิตข้าวไม่เพียงพอต้องนำเข้าข้าวเพิ่มขึ้น

ประเทศไทยมีการใช้ข้าวในประเทศประมาณ 16.8 ล้านตันข้าวเปลือก (11.10 ล้านตันข้าวสาร) เพิ่มขึ้นจาก 16.26 ล้านตันข้าวเปลือก (10.73 ล้านตันข้าวสาร) ในปี 2550 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.41 สำหรับการส่งออกคาดว่าจะส่งออกได้ประมาณ 10.56 ล้านตันข้าวสาร (16.01 ล้านตันข้าวเปลือก) มูลค่า 209,568 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 9.19 ล้านตันข้าวสาร รายละเอียดดังตารางที่ 2.1 มูลค่า 119,215.43 ล้านบาท ในปี 2550 คิดเป็นร้อยละ 14.95 และ 75.79 ตามลำดับ เนื่องจากอินเดียและเวียดนามได้ลดการส่งออกในช่วงต้นปี 2551 ทำให้ลูกค้าของประเทศดังกล่าวหันมาซื้อข้าวของประเทศไทย

ตารางที่ 2.1 อุปสงค์และอุปทานข้าวของไทย ปี 2547 - 2551

หน่วย : ล้านตันข้าวเปลือก

ปี รายการ	2547	2548	2549	2550	2551*
ผลผลิต	29.474	28.538	30.292	29.642	32.099
ความต้องการใช้	15.658	15.860	15.914	16.261	16.815
การส่งออก	15.117 (9.977)	11.358 (7.496)	11.355 (7.494)	13.929 (9.193)	16.157 (10.568)

ที่มา : ดัดแปลงจากสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552

หมายเหตุ : \* ประมาณการ

ในปี 2551 ราคาข้าวเปลือกหอมมะลิและข้าวเปลือก 5% ที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ย ต้นละ 14,180 บาท และ 11,000 บาท สูงขึ้นจากต้นละ 8,750 บาท และ 6,524 บาท ในปี 2550 คิดเป็น ร้อยละ 62.06 และ 68.61 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 2.2 เหตุที่ราคาข้าวในปี 2551 สูงมาก ผิดปกติเนื่องจากวิกฤตทางด้านอาหาร การเกิดภาวะโลกร้อน ทำให้ผลผลิตธัญพืชของโลกใน หลายประเทศต้องประสบปัญหาภัยธรรมชาติผลผลิตลดลง ประกอบกับบางประเทศลดพื้นที่ เพาะปลูกข้าวไปปลูกพืชพลังงานทดแทน

ตารางที่ 2.2 ราคาข้าวที่เกษตรกรขายได้

หน่วย : บาท/ตัน

ปี	ข้าวหอมมะลิ	ข้าวขาว 5%
2547	8,460	9,481
2548	7,685	6,607
2549	8,032	6,533
2550	8,750	6,524
2551	14,180	11,000

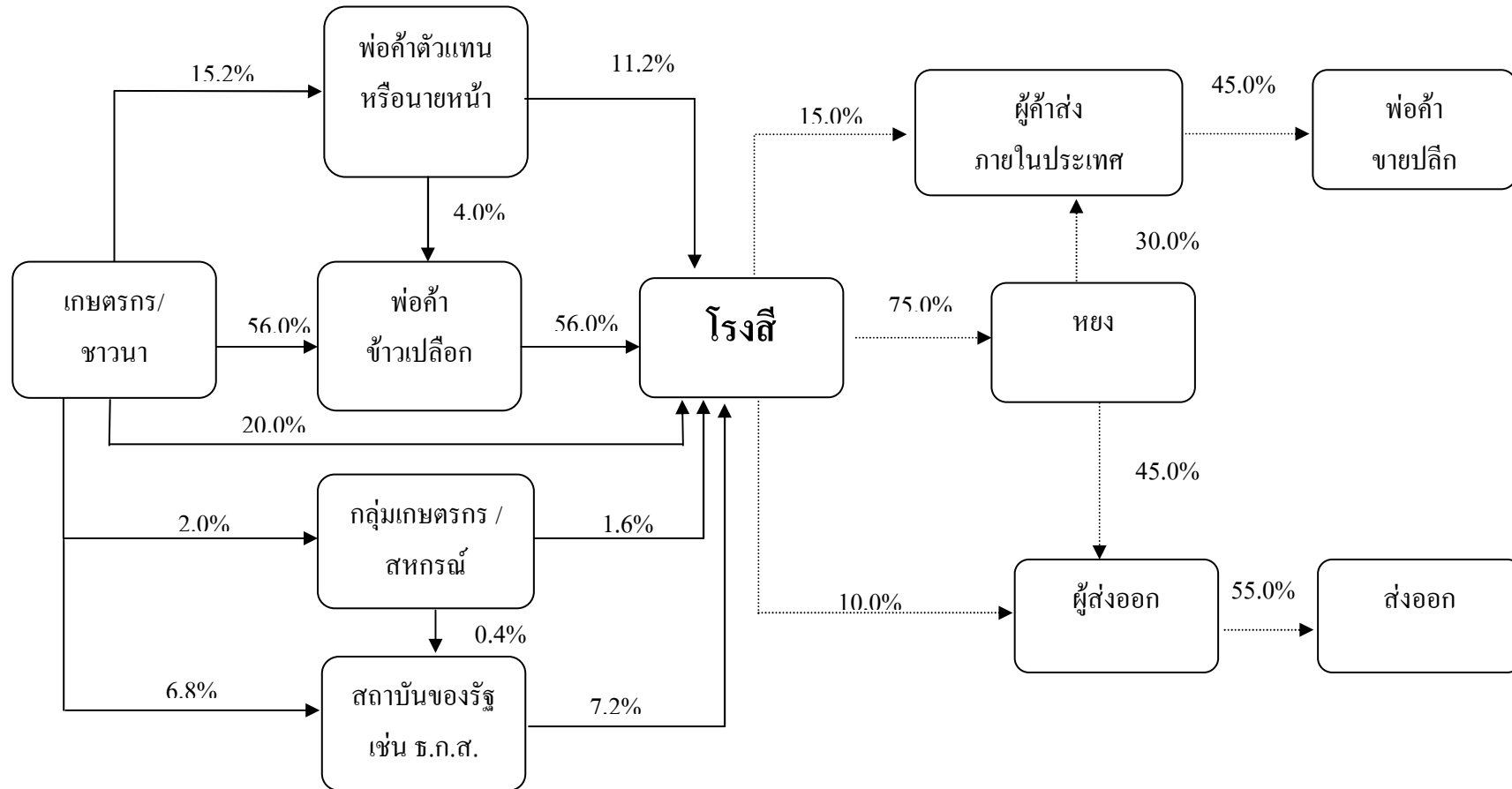
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2552

### 2.1.2 วิธีการตลาดข้าวในประเทศไทย

วิธีการตลาดข้าว เป็นการศึกษาถึงช่องทางการตลาดข้าวจากข้าวเปลือกแปรรูปเป็น ข้าวสารและจัดจำหน่ายไปยังพ่อค้าประเภทต่าง ๆ จนถึงมือผู้บริโภค วิธีการตลาดข้าวในประเทศไทย สรุปได้ดังนี้ (พิเชฐ พุ่มเกสร, 2547) (ภาพที่ 2.1)

(1) เกษตรกรหรือชาวนา ผลิตข้าวเปลือกทั้งหมดของเกษตรกรถูกแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ส่วนแรกจำหน่ายให้พ่อค้าข้าวเปลือก คิดเป็นร้อยละ 56 ของผลผลิตทั้งหมด ส่วนที่ 2 จำหน่ายให้กับพ่อค้าตัวแทนหรือนายหน้าที่มาติดต่อขอซื้อข้าวเปลือกจากเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 15.2 ของผลผลิตทั้งหมด ส่วนที่ 3 เกษตรกรจำหน่ายให้กับโรงสีโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 20 ของผลผลิตทั้งหมด และอีก 2 ส่วน จำหน่ายให้กับสถาบันเกษตรกร หรือกลุ่มเกษตรกรและสถาบัน ของรัฐ เช่น ธ.ก.ส. องค์การตลาดเพื่อการเกษตร เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 2.0 และ 6.8 ของผลผลิต ทั้งหมดตามลำดับ

(2) พ่อค้าข้าวเปลือก จำหน่ายข้าวเปลือกที่รวบรวมไว้จากเกษตรกร และพ่อค้า ตัวแทนหรือนายหน้าให้กับโรงสี



ภาพที่ 2.1 วิธีการตลาดข้าวในประเทศไทย

(3) ตัวแทนหรือนายหน้า แบ่งข้าวเปลือกที่รับซื้อจากเกษตรกรออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกจำหน่ายให้กับพ่อค้าข้าวเปลือก คิดเป็นร้อยละ 4 ของผลผลิตทั้งหมด ส่วนที่เหลือจำหน่ายให้กับโรงสีโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 11.2 ของผลผลิตทั้งหมด

(4) กลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตร ข้าวเปลือกถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนโดย ส่วนแรกจำหน่ายให้กับสถาบันของรัฐ เช่น ธ.ก.ส. องค์การตลาดเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.4 ของผลผลิตทั้งหมด ส่วนที่ 2 จำหน่ายให้กับโรงสีคิดเป็นร้อยละ 1.6 ของผลผลิตทั้งหมด

(5) สถาบันของรัฐ เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรหรือสหกรณ์การเกษตร องค์การตลาดเพื่อการเกษตร ที่ทำการรวบรวมข้าวเปลือกจากเกษตรกร และกลุ่มเกษตรกรหรือสหกรณ์การเกษตร ผลผลิตที่รวบรวมได้ทั้งหมดจำหน่ายให้กับโรงสี คิดเป็นร้อยละ 7.2 ของผลผลิตทั้งหมด

(6) โรงสี ทำการแปรรูปข้าวเปลือกที่รวบรวมได้ทั้งหมดให้เป็นข้าวสาร โดยแบ่งข้าวสารออกเป็น 3 ส่วน ส่วนแรกจำหน่ายโดยผ่านหยง คิดเป็นร้อยละ 75 ของปริมาณข้าวสารทั้งหมด ส่วนที่เหลือทั้งหมดจำหน่ายให้กับผู้ค้าส่งภายในประเทศ และผู้ส่งออก คิดเป็นร้อยละ 15 และ 10 ของปริมาณข้าวสารทั้งหมด ตามลำดับ

(7) หยง เป็นนายหน้าหรือตัวแทนของโรงสี ในการจำหน่ายข้าวสาร โดยแบ่งข้าวสารออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกจำหน่ายให้ผู้ส่งออกคิดเป็นร้อยละ 45 ของปริมาณข้าวสารทั้งหมด ส่วนที่เหลือจำหน่ายให้กับผู้ค้าส่งภายในประเทศ คิดเป็นร้อยละ 30 ของปริมาณข้าวสารทั้งหมด

(8) ผู้ค้าส่งภายในประเทศ จำหน่ายข้าวสารทั้งหมดให้กับผู้ค้าปลีกภายใน ประเทศ คิดเป็นร้อยละ 45 ของปริมาณข้าวสารทั้งหมด

(9) ผู้ส่งออก ข้าวสารทั้งหมดที่ทางบริษัทรับซื้อไว้ ถูกส่งไปจำหน่ายให้กับตลาดในต่างประเทศ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 55 ของปริมาณข้าวสารทั้งหมด

### 2.1.3 การกำหนดขนาดของโรงสีข้าว

โรงสีข้าวสามารถแบ่งขนาดตามกำลังการผลิต คือความสามารถในการแปรรูปข้าวเปลือกใน 1 วัน (24 ชั่วโมง) โดยตามระเบียบของกระทรวงอุตสาหกรรมได้แบ่งขนาดของโรงสีข้าวไว้เพื่อใช้ในการจดทะเบียนแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (พิเชฐ พุ่มเกสร, 2547)

(1) โรงสีข้าวขนาดเล็ก เป็นโรงสีที่มีกำลังการผลิตไม่เกิน 5 ตันต่อวัน ส่วนใหญ่เป็นโรงสีที่รับจ้างสีข้าวส่วนที่ชาวนาเก็บไว้ในกรบริโภค โรงสีเหล่านี้มีจำนวนมากและกระจัดกระจายอยู่ตามแหล่งปลูกข้าว การรับจ้างสีข้าวของโรงสีขนาดเล็กมี 2 ประเภท ประเภทแรกมีการกำหนดอัตราข้าวสารที่จะจ่ายคืนให้เกษตรกรแน่นอน เช่น ชาวนานำข้าวเปลือกมาสี 100

กิโลกรัม โรงสีคั้นให้ 60 กิโลกรัม โดยโรงสีได้รับข้าวสารส่วนที่เหลือ ปลายข้าว และรำข้าว เป็นต้น และประเภทที่ 2 ไม่ได้กำหนดอัตราข้าวสารที่จะจ่ายคืนไว้ ซึ่งชาวนาจะได้รับข้าวสารที่ได้จากการสีข้าวทั้งหมด โรงสีได้รับปลายข้าว และรำข้าวเป็นค่าจ้างสี

(2) โรงสีขนาดกลาง เป็นโรงสีที่มีกำลังการผลิตตั้งแต่ 5 – 20 ตัน ต่อวัน หรือส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในอำเภอหรือจังหวัดทั่วประเทศ หน้าที่สำคัญคือการทำบริการแปรรูปข้าวเปลือกเป็นข้าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริโภคในจังหวัดหรือจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งมีทั้งจำหน่ายผ่านพ่อค้าขายส่งและขายปลีกในจังหวัด หรือจำหน่ายโดยตรงแก่ผู้บริโภครายใหญ่ เช่น ร้านอาหาร โรงเรียน เป็นต้น โรงสีรับซื้อข้าวเปลือกจากเกษตรกรโดยตรงทั้งหน้าโรงสีและออกไปรับซื้อที่ยังคงเกษตรกร และซื้อจากพ่อค้ารวบรวม โดยเน้นการซื้อข้าวจากเกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียงและความสัมพันธ์กับเกษตรกรทำให้ได้ข้าวตามชนิดที่ผู้บริโภคภายในประเทศต้องการ รายได้ของโรงสีมาจากส่วนต่างๆ ของราคาขายข้าวสารและราคารับซื้อข้าวเปลือกและรายได้จากการจำหน่ายผลพลอยได้จากการสีข้าว (หักด้วยต้นทุนสีข้าว) รวมไปถึงการเก็งกำไรในการเก็บข้าวเปลือก โดยมักซื้อข้าวเปลือกในช่วงที่มีราคาต่ำมาเก็บไว้ในโกดังแล้วนำออกมาสีขายในช่วงข้าวสารราคาดี

(3) โรงสีข้าวขนาดใหญ่ เป็นโรงสีที่มีกำลังการผลิตมากกว่า 20 ตันต่อวัน โรงสีประเภทนี้มีกำลังการผลิตเกินความต้องการของตลาดในท้องถิ่น การรับซื้อข้าวเปลือกจะเป็นการรับซื้อจากพ่อค้าข้าวเปลือกเป็นส่วนมาก หรือในบางกรณีอาจรับซื้อข้าวจากชาวนาโดยตรง

#### 2.1.4 กระบวนการสีข้าว

กระบวนการสีข้าวของโรงสีโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ (สมาคมค้าข้าวไทย, 2549)

(1) ขั้นตอนข้าวเปลือก เป็นการทำความสะอาดข้าวเปลือก โดยการแยกสิ่งเจือปนออก นอกจากนั้นยังมีการคัดเมล็ดข้าวเปลือกที่มีขนาดเล็กออก โดยให้ข้าวเปลือกผ่านตะแกรงที่เป็นรูกลวงขนาดต่างๆ กัน และมีลมเป่าให้สิ่งเจือปนที่เบากว่าเมล็ดข้าวออกไป

(2) ขั้นข้าวกล้อง ข้าวเปลือกที่ผ่านการทำความสะอาดแล้ว จะผ่านไปยังเครื่องสีที่เป็นหินกะเทาะข้าวเปลือก ซึ่งจะกะเทาะเปลือกข้าวออกเป็นข้าวกล้อง ในขั้นตอนนี้อาจมีข้าวเปลือกบางส่วนที่ยังไม่ถูกกะเทาะเปลือกปะปนอยู่กับข้าวกล้อง

(3) ขั้นข้าวสาร ข้าวกล้องจะไหลผ่านตะแกรงโยก ซึ่งทำหน้าที่แยกข้าวเปลือกและข้าวกล้องออกจากกัน ข้าวเปลือกที่แยกออกมาผ่านกลับไปยังหินกะเทาะข้าวเปลือกอีกครั้งหนึ่ง ในปัจจุบันโรงสีข้าวบางแห่งจะให้ข้าวเปลือกดังกล่าวผ่านเข้าไปยังเครื่องสีต่างหาก โดยไม่ต้องผ่านเข้าไปยังเครื่องกะเทาะเปลือกที่ผ่านมาแล้วในครั้งแรก ข้าวกล้องที่ได้จากการกะเทาะเปลือกทั้งหมด จะผ่านไปยังหินขัดข้าวเพื่อขัดให้เป็นข้าวสาร ข้าวสารที่ได้จะผ่านไปยังตะแกรงคัดขนาดข้าวเพื่อแยกข้าวเต็มเมล็ด และปลายข้าวออกจากกัน

(4) ขั้นตอนการคัดขนาด ข้าวสารและปลายข้าวจะผ่านเครื่องคัดแยกขนาด เรียกว่า “ตะแกรงกลม” มีลักษณะเป็นทรงกระบอกยาวด้านในมีรูเล็กๆ คล้ายรังผึ้ง ข้าวที่ออกมาจากตะแกรงกลมจะถูกแยกขนาดตามที่ต้องการ

**2.1.5 กลไกสำคัญที่โรงสีข้าวขนาดกลางและขนาดใหญ่ใช้ในการสีข้าวเปลือกให้เป็นข้าวสาร ได้แก่ (สมาคมค้าข้าวไทย, 2549)**

(1) หินข้าวดำและหินข้าวเปลือก ทำหน้าที่กะเทาะเปลือกเมล็ดข้าวให้แตกผลผลิตที่ได้ในการสีข้าวขั้นนี้ คือ ข้าวกล้อง แกลบ และรำหยาบ โรงสีส่วนใหญ่นิยมใช้แบบหินกากเพชรและลูกกลิ้งยาง (Rubber Roll)

(2) ตะแกรงโยก เป็นตะแกรงสี่เหลี่ยมที่ทำหน้าที่คัดข้าวกล้องกับข้าวเปลือกที่ปนกันอยู่ให้แยกออกจากกัน ส่วนที่เป็นข้าวเปลือกจะย้อนกลับไปสีโดยผ่านหินข้าวเปลือกใหม่อีกครั้ง

(3) หินข้าวขาว หรือบางทีเรียกว่าหินข้าวสาร ทำหน้าที่ขัดข้าวกล้องที่ผ่านการกะเทาะเปลือก ให้ข้าวกล้องมีสีขาวตามมาตรฐานการสีข้าวแต่ละชนิด

(4) ตะแกรงข้าวขาว หรือตะแกรงข้าวสาร ทำหน้าที่คัดขนาดข้าวที่สีออกเป็นข้าวสารและปลายข้าวชนิดต่างๆ

(5) ตะแกรงกลม ทำหน้าที่คัดขนาดข้าวต่อจากตะแกรงข้าวขาวเพื่อส่งออกมาตามท่อบรรจุกระสอบในขั้นสุดท้าย

### 2.1.6 อัตราการแปรสภาพข้าวเปลือก

ในการสีข้าวหรือการแปรสภาพข้าวเปลือก เป็นข้าวสาร โดยทั่วไปมีอัตราสูญเสียระหว่างการสี ดังนี้ (สมาคมค้าข้าวไทย, 2549)

(1) ในการสีข้าวเปลือก 1 ตัน (1 เมตริกตัน = 1,000 กิโลกรัม = 1 เกวียน) ให้เป็นข้าวสารโดยทั่วไปจะได้ข้าวสารและปลายข้าวประมาณ 650 – 675 กิโลกรัม

(2) อัตราการแปรสภาพของโรงสีแต่ละโรงอาจแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับพันธุ์ข้าว ความชื้น และ ลักษณะเมล็ด (ข้าวแตก ข้าวท้องไข่ ฯลฯ) ของข้าวเปลือกที่นำมาสี นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับชนิดของเครื่องจักร และการบำรุงรักษาที่เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง

### 2.1.7 ธุรกิจข้าว และโรงสีข้าวในอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช

อำเภอหัวไทรเป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นชุมชนชนบท ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนาเป็นหลัก ซึ่งปัจจุบันมีจำนวน 6,366 ครัวเรือน โดยในปี 2551 มีพื้นที่ปลูกข้าวนาปี 134,152 ไร่ และพื้นที่ปลูกข้าวนาปรัง 34,800 ไร่ ราคาข้าวเปลือกที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ย 5.8 บาทต่อกิโลกรัม (ตารางที่ 2.3) ข้าวนาปีเริ่มปลูกประมาณเดือนสิงหาคม - ตุลาคม และเก็บเกี่ยวในช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน ส่วนข้าวนาปรังเริ่มเพาะปลูกในช่วงเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม และเก็บเกี่ยวในช่วงเดือนสิงหาคม - กันยายน ข้าวนาปรังที่ผลิตได้ส่วนใหญ่เกษตรกรนำ

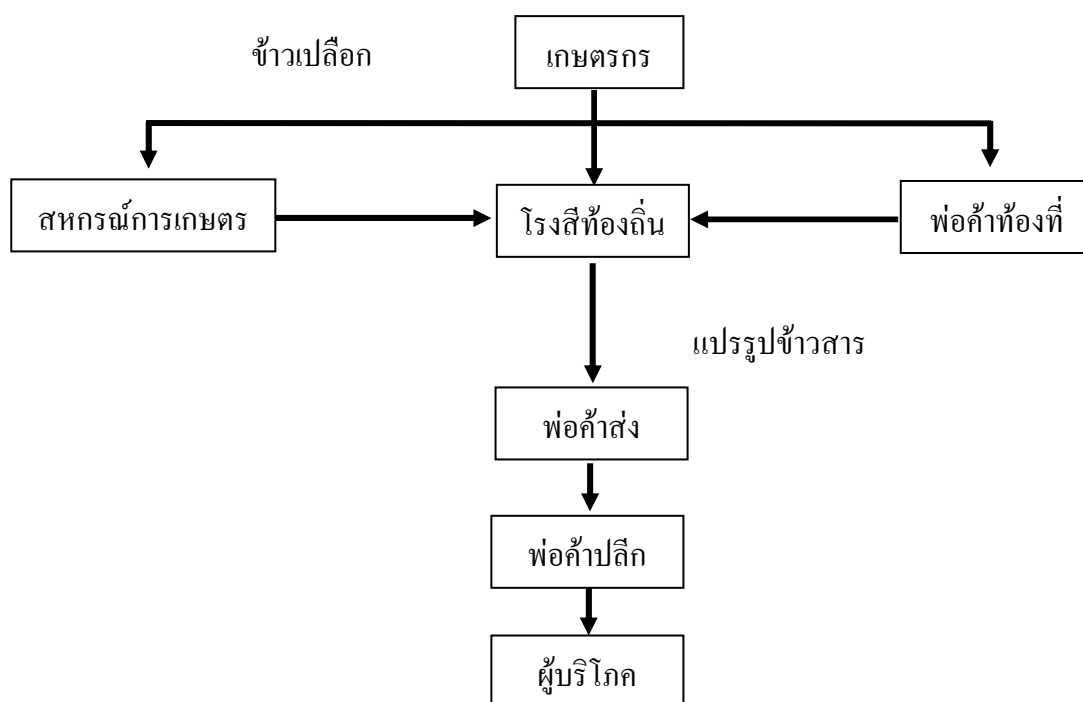
ออกจำหน่าย การเก็บไว้บริโภคก่อนข้างน้อยเนื่องจากข้าวมีความชื้นสูงเกษตรกรไม่นิยมบริโภค สำหรับข้าวนาปีที่ผลิตได้ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์พื้นเมืองชนิดต่าง ๆ เช่น ไร่เจียง

ตารางที่ 2.3 การผลิตข้าวนาปี และข้าวนาปรังของอำเภอหัวไทร ปี 2550/51

รายการ	พื้นที่เพาะปลูก (ไร่)	ผลผลิตเฉลี่ย (กก./ไร่)	ผลผลิตรวม (1,000 ตัน)	ราคาเฉลี่ย (บาท/กก.)	มูลค่า (ล้านบาท)
ข้าวนาปี	134,152.0	585.0	78.5	5.1	400.2
ข้าวนาปรัง	34,800.0	650.0	22.6	6.5	147.0
รวม	168,952.0	617.5	101.1	5.8	547.2

ที่มา : สำนักงานเกษตรจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2552

วิธีการตลาดข้าวในอำเภอหัวไทร มีการซื้อขายข้าวเปลือกของเกษตรกร 3 ลักษณะ คือ จำหน่ายให้สหกรณ์การเกษตร จำหน่ายให้โรงสีในท้องถิ่น จำหน่ายให้พ่อค้าในท้องที่ นำไปแปรรูปเป็นข้าวสาร จำหน่ายให้แก่พ่อค้าส่ง และพ่อค้าปลีกเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคต่อไป (รายละเอียดดังภาพที่ 2.1)



ภาพที่ 2.2 วิธีการตลาดข้าวอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช

ที่มา : สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครศรีธรรมราช, 2546

เนื่องจากอำเภอหัวไทร เป็นอำเภอที่อยู่ในเขตลุ่มน้ำปากพนัง ซึ่งในอดีตถือว่าเป็นพื้นที่ที่รุ่งเรืองในทางเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก โดยมีพื้นฐานมาจากการผลิตและการค้าข้าวเป็นสำคัญ แต่ในช่วงทศวรรษที่ 2520 ลุ่มน้ำปากพนังถูกจัดให้เป็นพื้นที่ยากจนแหล่งหนึ่งของประเทศ โครงการพัฒนาต่างๆ พยายามเข้ามาส่งเสริมในลุ่มน้ำปากพนัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน โครงการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนังอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ได้เข้าไปเปลี่ยนสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะเรื่องการจัดการน้ำ ทรัพยากรที่เป็นรากฐานของการเกษตรกรรมและวิถีชีวิตของคนในบริเวณนั้น (จรรยา กุสุมาลี, 2547) ภายใต้การเปลี่ยนแปลงภาวะเศรษฐกิจในพื้นที่ดังกล่าว ธุรกิจโรงสีข้าวได้มีบทบาทที่สำคัญควบคู่มาโดยตลอด ตั้งแต่ปริมาณโรงสีข้าวที่มีปริมาณมากอันแสดงให้เห็นถึงความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งปัจจุบันธุรกิจโรงสีข้าวในพื้นที่อำเภอหัวไทรที่ได้รับหนังสืออนุญาตให้ประกอบการค้าข้าว ตาม พ.ร.บ.การค้าข้าว ปี 2546 มีจำนวน 15 ราย รายละเอียดดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 บัญชีรายชื่อ โรงสีข้าวที่ได้รับหนังสืออนุญาตให้ประกอบการค้าข้าว ตาม พ.ร.บ.

การค้าข้าว ปี 2546 ในอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช

ลำดับที่	ชื่อประกอบพาณิชย์กิจ	ประเภทผู้ประกอบการค้าข้าว
1	โรงสีจิตเจริญ	ขนาดใหญ่
2	โรงสีโชคอำนวย	ขนาดกลาง
3	โรงสีประสิทธิ์ผล	ขนาดกลาง
4	โรงสีข้าวไชยประสิทธิ์	ขนาดกลาง
5	โรงสี ส.สมบูรณ์	ขนาดกลาง
6	โรงสีชูเกียรติ	ขนาดกลาง
7	โรงสีชัยวัฒน์	ขนาดกลาง
8	โรงสีนาโพธิ์	ขนาดกลาง
9	โรงสีชัยญาผล	ขนาดกลาง
10	โรงสีพรไพศาล	ขนาดกลาง
11	โรงสีเกียรติธานี	ขนาดกลาง
12	โรงสีวิไลพรค้าข้าว	ขนาดกลาง
13	โรงสีเสวตคชกุล	ขนาดกลาง
14	โรงสีเกียรติคงทนพาณิชย์	ขนาดกลาง
15	โรงสีข้าวพูลสวัสดิ์	ขนาดกลาง

ที่มา : ดัดแปลงจากสำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครศรีธรรมราช, 2546



## 2.2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 2.2.1 ทฤษฎีและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารกลยุทธ์

ทฤษฎีและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องในการบริหารกลยุทธ์ประกอบด้วยเนื้อหาที่อธิบายเกี่ยวกับความหมายในการบริหารเชิงกลยุทธ์ ลำดับของกลยุทธ์ กระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ตั้งแต่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การกำหนดกลยุทธ์จนถึงการควบคุมกลยุทธ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2542)

#### 1) ความหมายในการบริหารเชิงกลยุทธ์

การบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) หมายถึง การตัดสินใจและการบริหารที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานระยะยาวของบริษัท การบริหารเชิงกลยุทธ์ประกอบด้วย การกำหนดกลยุทธ์ ดำเนินการกลยุทธ์ และการควบคุมกลยุทธ์ เพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ของบริษัท ความมุ่งหมายของการบริหารเชิงกลยุทธ์คือ การสร้างความสอดคล้องระหว่างจุดแข็งและจุดอ่อนทางสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมภายนอก และการกำหนดกลยุทธ์ขึ้นมาเพื่อบรรลุเป้าหมายของบริษัท ซึ่งการบริหารเชิงกลยุทธ์จะช่วยให้บริษัทปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

#### 2) ระดับของกลยุทธ์

บริษัทที่มีหน่วยธุรกิจหลายหน่วย จะมีกลยุทธ์อยู่ 3 ระดับ คือ กลยุทธ์ระดับบริษัท กลยุทธ์ระดับธุรกิจ และกลยุทธ์ระดับหน้าที่

2.1) กลยุทธ์ระดับบริษัท (Corporate Strategy) เป็นกลยุทธ์หลักของกิจการเน้นการแข่งขันโดยรวมของบริษัทเพื่อการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ของบริษัท กลยุทธ์ระดับบริษัททั่วไป ได้แก่ กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเจริญเติบโตหรือการรุกไปข้างหน้า (Growth Strategy) กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ (Stability Strategy) กลยุทธ์การถอยตัว (Retrenchment) และกลยุทธ์แบบผสมผสาน (Mixed Strategy)

2.1.1) กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเจริญเติบโตหรือรุกไปข้างหน้า (Growth Strategy) ในกรณีที่มีการวิเคราะห์ข้อมูล มีสัญญาณที่แสดงถึงความเข้มแข็งของกิจการที่ผสมผสานกับแรงดึงดูดหรือความน่าสนใจของธุรกิจโดยทั่วไป ดังนั้นทางเลือกในการดำเนินกลยุทธ์จึงเป็นการตัดสินใจรุกไปข้างหน้า ซึ่งมีกลยุทธ์ย่อยที่จะวิเคราะห์ ดังนี้

(1) การเจริญเติบโตจากภายใน (Internal Development) เป็นกลยุทธ์ที่รุกไปข้างหน้าอย่างช้าๆ แต่มั่นคงด้วยความพยายามมุ่งเน้นความเชี่ยวชาญโดย

(1.1) เสริมจุดแข็งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการพัฒนารูปแบบการบริหารเดิม

(1.2) พัฒนาศักยภาพในทางการตลาดและการขาย เพื่อการเจาะตลาด โดยการรักษาพื้นที่หรือฐานการตลาดเดิมด้วยการเพิ่มความต้องการซื้อให้กับลูกค้าเดิมและลูกค้ารายใหม่ที่ยังมีช่องว่างอยู่

(2) การเจริญเติบโตจากภายนอก (External Expansion) เป็นกลยุทธ์ที่รุกไปข้างหน้าเพื่อการขยายพื้นที่ออกไปรอบด้าน โดย

(2.1) การรวมกลุ่มธุรกิจ การรวมกลุ่มสามารถทำได้ 3 รูปแบบคือ **การรวมตามแนวนอน** ซึ่งเป็นการรวมตัวกับบริษัทคู่แข่งชั้นเดิมที่มองเห็นว่าการแข่งขันต่อไปจะสูญเสียทั้ง 2 ฝ่าย ดังนั้นจึงมาจับตัวเป็นพันธมิตรกัน ด้วยการนำสิ่งอำนวยความสะดวกมาใช้ร่วมกัน

**การรวมตัวไปข้างหน้าตามแนวดิ่ง** เป็นการลงทุนร่วมหรือรวมกิจการกับผู้จัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่ส่งสินค้าเข้ามา เพื่อสามารถสร้างความมั่นใจในการให้บริการลูกค้าหลักและลูกค้าที่เข้ามาใหม่

**การรวมตัวไปข้างหลังแนวดิ่ง** เป็นการร่วมลงทุนหรือรวมกิจการของผู้จัดหาวัตถุดิบเพื่อสร้างความมั่นใจในการแก้ปัญหาการขาดแคลนหรือลดค่าใช้จ่ายด้านวัตถุดิบ

(2.2) การกระจายธุรกิจ ในกรณีที่แนวโน้มของความต้องการผลิตภัณฑ์หรือบริการเริ่มลดลง กิจการอาจจะพิจารณาทดแทนด้วยการเสนอสิ่งใหม่ โดยการกระจายธุรกิจในลักษณะของการซื้อกิจการอื่นที่มีทางเลือกสองรูปแบบซึ่งได้แก่

**การกระจายแบบควบแน่น** เป็นการเข้าไปซื้อกิจการที่มีลักษณะเดียวกับกิจการของตน เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งในการผลิต การจำหน่าย การบริการ การเพิ่มศักยภาพด้านการวิจัยและพัฒนา โดยสิ่งอำนวยความสะดวกหรือโครงสร้างพื้นฐาน และความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ให้เป็นประโยชน์ได้ทันที

**การกระจายแบบรวมกลุ่ม** เป็นการออกไปซื้อกิจการอื่น ที่มีอยู่นอกแนวทางกิจการของตนเพื่อจะหาทางขยายพื้นที่ทางการตลาดออกไปหรือเพื่อลงทุนในธุรกิจใหม่เพิ่มขึ้น

2.1.2) กลยุทธ์การรักษาเสถียรภาพ กลยุทธ์นี้เป็นการเผชิญกับความไม่แน่นอนหรือความเสี่ยงของกิจการที่มีลักษณะอนุรักษ์นิยม หรือในกรณีที่สภาวะเศรษฐกิจซบเซา มีการเปลี่ยนแปลงน้อยดังนั้น กิจการจึงเลือกที่จะคงกลยุทธ์เดิมเพื่อเกี่ยวผลประโยชน์ต่างๆ ต่อไป เพราะพิจารณาพบว่าวิธีการเดิมยังให้ผลตอบแทนที่ดี และแนวโน้มในอนาคตจะไม่มีเปลี่ยนแปลงด้านความต้องการมากนัก

2.1.3) กลยุทธ์การถอนตัวหรือการตั้งรับหรือการถอย กลยุทธ์นี้มุ่งเน้นการลดขนาดการดำเนินงานลงตามสภาพความร้ายแรงของสถานการณ์ที่เป็นข้อจำกัดภายนอก และจุดอ่อนของศักยภาพภายใน ซึ่งมีแนวทางดังนี้

(1) การลดรายจ่ายและการฟื้นฟู เป็นการลดต้นทุนทางด้านต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพบางด้าน

(2) การลดหรือไม่ลงทุน เป็นการลดขนาดของกิจการด้วยการขายออกไปบ้างบางส่วน หรือไม่ลงทุนเพิ่มในส่วนที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์หรือไม่สร้างกำไร

(3) การเลิกกิจการ เป็นการตัดสินใจขั้นสุดท้ายที่สำคัญมากที่สุด ด้วยการประกาศปิดกิจการหรือขายกิจการทั้งหมด

2.1.4) กลยุทธ์แบบผสมผสาน ในบางกิจการการกำหนดกลยุทธ์เป็นไปตามสถานการณ์แต่ละด้าน ดังนั้นจึงอาจใช้กลยุทธ์ต่างๆ ที่กล่าวมาผสมผสานกัน เพื่อตลาดหลายระดับหลายพื้นที่หรือตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน ดังนั้นกลยุทธ์ต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว จึงนำมาเลือกใช้อย่างหลากหลาย และรับกับสถานการณ์แต่ละด้านที่ต้องเผชิญ

## 2.2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ

โดยสภาพของข้อเท็จจริงของการดำเนินกิจการ กลยุทธ์ระดับธุรกิจต้องกำหนดตามกลยุทธ์หลักของกิจการ มุ่งปรับปรุงฐานะการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ของบริษัทภายในอุตสาหกรรม บางครั้งอาจเรียกกลยุทธ์ระดับนี้ว่า กลยุทธ์การแข่งขัน ซึ่งได้แก่กลยุทธ์การเป็นผู้นำในด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การจำกัดขอบเขต

2.2.1) กลยุทธ์การเป็นผู้นำในด้านต้นทุน (Cost Leadership) มุ่งเน้นในการเสนอสินค้าและบริการแก่ลูกค้า ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง เช่น การจัดซื้อสินค้าและวัตถุดิบโดยผ่านแนวทางการประหยัดค่าใช้จ่ายที่ทุกฝ่ายพอใจ เน้นประสิทธิภาพการผลิตจากการประหยัดจากขนาด ลดของเสียที่เกิดจากระบวนการผลิต ลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง โดยการวางแผนเส้นทางเพิ่มปริมาณการขนส่งในแต่ละเที่ยว การกำหนดช่องทางและวิธีการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพ ลดค่าใช้จ่ายในการที่ต้องบริการหลายครั้ง

2.2.2) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Leadership) มุ่งเน้นการสร้างความแตกต่างในสายตาของลูกค้าของคู่แข่งในแง่ของการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าจะมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคความสำเร็จในการสร้างความแตกต่างจะต้องสร้างคุณค่าให้ลูกค้าและผู้บริโภคเห็นคุณค่า อีกทั้งต้องยากในการเลียนแบบจากคู่แข่ง วิธีการสร้างความแตกต่าง เช่น การผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ชื่อเสียงด้านคุณภาพจะสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน นอกจากนั้นยังสามารถสร้างความแตกต่างได้โดยการสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ซึ่งจะก่อให้เกิดการตระหนักถึงการมีเอกลักษณ์ และความจงรักภักดี

โดยผ่านแนวทางการจัดซื้อสินค้าและวัตถุดิบ โดยเน้นความสำคัญด้านคุณภาพเหนือคู่แข่ง เน้นการผลิตสินค้าตรงตามข้อกำหนดและคุณภาพ ลดข้อบกพร่อง สนองความพอใจ สร้างภาพพจน์ การให้ข้อมูลแก่ลูกค้าแบบเหนือชั้น การติดตามบริการหลังการขายตลอดจนการให้คำปรึกษา อย่างดีแก่ลูกค้า

2.2.3) กลยุทธ์การมุ่งเน้น (Focus Strategy) มุ่งเน้นในบางกลุ่มของตลาด หรือสินค้าบางสายผลิตภัณฑ์ หรือพื้นที่บางพื้นที่ ข้อดีของกลยุทธ์แบบมุ่งเน้น คือ การแข่งขันภายใต้ทรัพยากรที่จำกัดเป็นการลดความกดดันในการแข่งขัน

### 2.3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่

มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรของบริษัทให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งแผนงานตามหน้าที่ต่างๆ จะพัฒนากลยุทธ์ของเขาเองขึ้นมา ภายใต้ข้อจำกัดของกลยุทธ์ระดับบริษัทและระดับธุรกิจ กลยุทธ์ทั้ง 3 ระดับนี้ จะประกอบกันเป็นลำดับของกลยุทธ์ภายในบริษัทที่มีหน่วยธุรกิจหลายหน่วย กลยุทธ์เหล่านี้จะมีผลกระทบระหว่างกันและจะต้องถูกประสานเข้าด้วยกัน เพื่อการบรรลุเป้าหมายโดยรวมของบริษัท

### 3) กระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์

โดยทั่วไปกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์ประกอบด้วยขั้นตอนพื้นฐาน 4 ขั้นตอน คือ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การกำหนดกลยุทธ์ การดำเนินกลยุทธ์ การควบคุมกลยุทธ์ ซึ่งอธิบายได้ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2542)

3.1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environmental Scanning) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกจะพิจารณาถึงโอกาสและอุปสรรคของบริษัท ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในจะพิจารณาถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของบริษัททั้งในปัจจุบันและอนาคต

3.1.1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (External Environmental Scanning) สภาพแวดล้อมภายนอกประกอบด้วย ปัจจัยที่เป็น โอกาสและอุปสรรคที่อยู่ภายนอกบริษัทและไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมระยะสั้นของผู้บริหารระดับสูง การพิจารณาสภาพแวดล้อมภายนอกพิจารณาจาก 2 ส่วน ได้แก่ สภาพแวดล้อมโดยทั่วไป และสภาพแวดล้อมของงาน

(1) สภาพแวดล้อมทั่วไป ประกอบด้วย ปัจจัยที่ไม่กระทบโดยตรงต่อการดำเนินงานระยะสั้นของบริษัท ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานและการตัดสินใจในระยะยาวของบริษัท ได้แก่ สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม การเมือง กฎหมายและเทคโนโลยี

(2) สภาพแวดล้อมของงาน ประกอบด้วย กลุ่มต่างๆ ที่มีผลประโยชน์จากการดำเนินงานของบริษัท เช่น กลุ่มลูกค้า คู่แข่งขัน ผู้ผลิตหรือจัดหาสินค้า สถาบันการเงิน หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง กลุ่มเหล่านี้จะถูกเรียกว่าผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) เพราะว่าการดำเนินงานนี้จะกระทบหรือถูกกระทบจากการบรรลุเป้าหมายของบริษัทซึ่งบริษัทอาจรับผิดชอบต่อกัน

เหล่านี้เพียงบางกลุ่มเท่านั้น หรืออาจจะรับผิดชอบต่อทุกกลุ่ม องค์กรและธุรกิจจะต้องมุ่งความสนใจสภาพแวดล้อมของงานอย่างใกล้ชิด เพราะว่าผู้มีส่วนได้เสียในสภาวะแวดล้อมของงานจะเป็นแรงกดดันทางสังคมที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัท ผู้มีส่วนได้เสียภายในแต่ละกลุ่มจะใช้มาตรฐานของกลุ่มเพื่อการพิจารณาว่าบริษัทมีความรับผิดชอบต่อสังคมต่อกลุ่มดีแค่ไหน ดังนั้น บริษัทจะต้องตระหนักถึงผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มอื่นภายในสภาพแวดล้อมของงานด้วย

### 3.1.2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Scanning and Analysis)

ประกอบด้วย ปัจจัยที่เป็นจุดแข็งจุดอ่อนที่อยู่ภายในของบริษัทเอง และอยู่ภายใต้การควบคุมระยะสั้นของผู้บริหารระดับสูง ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ โครงสร้าง วัฒนธรรม และทรัพยากรของบริษัท

(1) โครงสร้างของบริษัท จะเป็นการแสดงให้เห็นถึงการรวมกลุ่มงาน ความสัมพันธ์ทางด้านอำนาจหน้าที่ การไหลเวียนของงาน และการติดต่อสื่อสารภายในบริษัท มักเรียกโครงสร้างบริษัทว่าสายการบังคับบัญชา โดยทั่วไปโครงสร้างของบริษัทจะถูกแสดงให้เห็นเป็นภาพของแผนภูมิองค์กร

(2) วัฒนธรรมขององค์กร หมายถึง ความเชื่อ ความคาดหวัง และค่านิยมร่วมกันของบุคคล ภายในบริษัท

(3) ทรัพยากรของบริษัท หมายถึงทรัพย์สินทุกอย่างภายในการผลิต การจัดจำหน่ายของบริษัท ไม่ว่าจะเป็น คน เงินทุน วัตถุดิบ โรงงาน เทคโนโลยี และทักษะ เป็นต้น

3.2) การกำหนดกลยุทธ์ คือ การพัฒนาแผนระยะยาวบอกรากฐานของโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก รวมทั้งจากจุดแข็งจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายในบริษัท การกำหนดกลยุทธ์จะต้องรวมการระบุภารกิจ การกำหนดเป้าหมาย การพัฒนากลยุทธ์ และการกำหนดนโยบายของบริษัท บริษัทจะต้องกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกที่เป็นไปได้ให้มากที่สุด เมื่อกลยุทธ์ทางเลือกเหล่านี้ได้ถูกกำหนดขึ้นมาแล้ว ข้อดีและข้อเสียของกลยุทธ์ทางเลือกแต่ละอย่างจะต้องถูกเปรียบเทียบทางการแข่งขันได้ดีที่สุด

3.3) การดำเนินกลยุทธ์ คือ การวางแผนการดำเนินการในรายละเอียดที่เฉพาะเจาะจง เพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ของบริษัท การดำเนินงานจะเกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดกลยุทธ์และนโยบายให้เป็นการกระทำด้วยการพัฒนาโครงการ งบประมาณและระเบียบวิธีขึ้นมา การดำเนินกลยุทธ์อาจจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม โครงสร้าง และระบบการบริหารของบริษัทโดยส่วนรวม

3.4) การควบคุมกลยุทธ์ คือ การตรวจสอบกิจกรรมหรือผลการดำเนินงานของบริษัท เพื่อเปรียบเทียบระหว่างผลการดำเนินงานจริงและผลการดำเนินงานที่ต้องการ

โดยความสำเร็จของการบริหารเชิงกลยุทธ์ขึ้นอยู่กับการจัดการจุดแข็งและจุดอ่อน ภายในบริษัทให้เหมาะสมกับโอกาส และอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกรวมเรียกว่า การวิเคราะห์สวอต (SWOT Analysis) ซึ่งเป็นการพิจารณาจากสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่เป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ หรือปัจจัยสำคัญในการดำเนินงานขององค์กรหรือธุรกิจทั้งในปัจจุบันหรืออนาคต โดยใช้แมทริกซ์อุปสรรค – โอกาส – จุดอ่อน – จุดแข็ง (TOWS Matrix) เป็นเครื่องมือในการแสดงความสัมพันธ์อุปสรรค (T) และ โอกาส (O) กับจุดอ่อน (W) และจุดแข็ง (S) เพื่อแสดงกลยุทธ์ทั้ง 4 ประการ คือ SO WO ST และ WT โดยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

แมทริกซ์ TOWS ได้เสนอแนะการวิเคราะห์สถานการณ์ โดยแกนนอนแทนจุดแข็งและจุดอ่อนภายใน แกนตั้งแทนโอกาสและอุปสรรคจากภายนอก

แมทริกซ์ TOWS เป็นโครงร่างงานสำหรับการวิเคราะห์ระบบ ประกอบด้วยการวิเคราะห์อุปสรรค (T) และ โอกาส (O) จากสภาพแวดล้อมภายนอก กับจุดอ่อน (W) และจุดแข็ง (S) จากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

โดยทั่วไปบริษัทได้กำหนดจุดแข็งและจุดอ่อน ตลอดจนโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อม แต่สิ่งที่มองข้ามไปคือ การเชื่อมปัจจัยเหล่านี้ต้องใช้กลยุทธ์ที่แตกต่างกันเพื่อจัดระบบทางเลือกเหล่านี้ ซึ่งทางเลือก 4 ประการของแมทริกซ์ TOWS (ตารางที่ 2.5) ได้แก่

1. กลยุทธ์ SO เป็นสถานการณ์ที่ต้องการสูงสุด โดยบริษัทใช้จุดแข็งและข้อได้เปรียบจากโอกาส โดยทั่วไปเป้าหมายจากองค์กรจะเปลี่ยนจากตำแหน่งอื่นของแมทริกซ์นี้ ถ้ามีจุดอ่อนก็พยายามแก้ไขปัญหาเพื่อเปลี่ยนให้เป็นจุดแข็ง ถ้าเผชิญอุปสรรคต้องเปลี่ยนให้เป็นโอกาส ในกรณีนี้บริษัทจะใช้จุดแข็งเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส

2. กลยุทธ์ WO พยายามที่จะให้เกิดจุดอ่อนต่ำสุดและโอกาสสูงสุด ดังนั้นธุรกิจที่มีจุดอ่อนในบางกรณีอาจจะพัฒนาองค์กรหรือต้องการความสามารถเฉพาะอย่าง (เทคโนโลยีหรือบุคคลที่มีทักษะ) จากภายนอก ในกรณีนี้บริษัทจะพยายามแก้ไขสิ่งที่เป็นจุดอ่อนแล้วจึงปรับกลยุทธ์เพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส

3. กลยุทธ์ ST ใช้เกณฑ์จุดแข็งขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมเพื่อทำให้เกิดจุดแข็งสูงสุด และมีอุปสรรคต่ำสุด ดังนั้นบริษัทอาจใช้จุดแข็งทางด้านเทคโนโลยีการเงิน การจัดการ หรือการตลาด เพื่อจัดการอุปสรรคจากคู่แข่ง ในกรณีนี้บริษัทจะใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงหรือเอาชนะอุปสรรคให้ได้

4. กลยุทธ์ WT มีเป้าหมายที่สร้างให้เกิดจุดแข็งและอุปสรรคต่ำสุด ซึ่งต้องการให้บริษัทใช้รูปแบบการร่วมลงทุน การลดค่าใช้จ่าย และเลิกผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีกำไร ในกรณีนี้บริษัทจะใช้กลยุทธ์การถอนตัว เช่น การเลิกกิจการ การถอนผลิตภัณฑ์ การรวมบริษัท เป็นต้น

## ตารางที่ 2.5 การจัดระบบทางเลือกของแมทริกซ์ TOWS

ปัจจัยภายใน (Internal Factors)	จุดแข็งภายใน (S) เช่น จุดแข็งด้านการจัดการ ดำเนินงาน การตลาด การเงิน และ การวิจัยและพัฒนา	จุดอ่อนภายใน (W) เช่น ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในบริษัท
ปัจจัยภายนอก (External Factors)	โอกาสภายนอก (O) เช่น ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ อนาคต การเปลี่ยนแปลงทาง การเมือง สังคม และบริการ	ภัยคุกคาม (T) เช่น การขาดแคลนพลังงาน คู่ แข่งขันที่แข็งแกร่ง การเสื่อมความ นิยมของผู้บริโภค
	กลยุทธ์ SO เช่น กลยุทธ์ที่มีศักยภาพสูงสุด การ ใช้จุดแข็งขององค์กร เพื่อสร้าง ข้อได้เปรียบจากโอกาส	กลยุทธ์ WO เช่น กลยุทธ์การพัฒนาเพื่อการ เอาชนะจุดอ่อนเพื่อสร้างข้อ ได้เปรียบจากโอกาส
	กลยุทธ์ ST เช่น การใช้จุดแข็งเพื่อเอาชนะหรือ หลีกเลี่ยงอุปสรรค	กลยุทธ์ WT เช่น การตัดทอน การเลิก การ ดำเนินงาน

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2542

### 2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2535) ให้ความหมายของ ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ว่า หมายถึง ปัจจัยการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย

ส่วนประสมทางการตลาด เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ปัจจัยภายในทางการตลาด หรือปัจจัยทางการตลาด (Internal marketing Factor หรือ Marketing Factor) เป็นเครื่องมือที่บริษัทควบคุมได้ โดยทั่วไปส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ หรือสนใจ ให้เกิดความ ต้องการ มีกรรมสิทธิ์ การใช้ การบริโภค ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายจะมีตัวตนหรือไม่ก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ สถานที่ ความคิด องค์กร หรือบุคคล ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์สามารถจำแนกออกเป็น 3 ระดับ คือ

1.1) ผลิตภัณฑ์หลัก (Core Product) หมายถึง วัตถุประสงค์หรือผลประโยชน์ที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ให้แก่ผู้ซื้อ เช่น รถยนต์ใช้เป็นยานพาหนะ

1.2) รูปร่างผลิตภัณฑ์ (Actual Product) หมายถึง ส่วนที่เป็นรูปร่างผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยระดับคุณภาพ คุณสมบัตินี้ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์นั้น รูปแบบ ยี่ห้อ และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นลักษณะที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้หรือสัมผัสได้

1.3) ประโยชน์เพิ่มเติมของผลิตภัณฑ์ (Augmented Product) เป็นประโยชน์เพิ่มเติมที่ผู้ซื้อจะได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น เช่น การบริการขนส่งจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่ามากขึ้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการแข่งขัน

2) ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน หรือสิ่งที่จะต้องจ่ายสำหรับการได้มาซึ่งบางสิ่ง ซึ่งปัจจัยที่นำมาพิจารณาในการตั้งราคามีดังนี้

ปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจตั้งราคา ประกอบด้วย

- (1) วัตถุประสงค์ทางการตลาด
  - (2) กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด
  - (3) ต้นทุน
  - (4) ข้อพิจารณาด้านองค์กร เนื่องจากแต่ละองค์การจะมีฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- ในด้านการตั้งราคาที่แตกต่างกัน ปกติแล้วฝ่ายบริหารจะเป็นผู้กำหนดวัตถุประสงค์และนโยบายด้านราคา

ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจตั้งราคา ได้แก่

- (1) ตลาดและความต้องการของตลาด
- (2) การรับรู้ของผู้บริโภคในราคาและผลิตภัณฑ์
- (3) ความสัมพันธ์ระหว่างราคาและความต้องการ
- (4) ราคาและข้อเสนอของกลุ่มแข่ง
- (5) ปัจจัยอื่นๆ

3) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันตลาด ส่วนกิจกรรม เป็นกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้าและเก็บรักษาสินค้าคงคลัง ทั้งนี้องค์ประกอบของการจัดจำหน่ายประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

(1) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ หรือกรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง เช่น ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ซึ่งทำหน้าที่นำสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมรวมทั้งผู้บริโภค

(2) การกระจายตัวสินค้า (Physical Distribution) หมายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายสินค้าประกอบด้วยงานที่สำคัญคือ การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า และการคลังสินค้า การบริหารสินค้าคงเหลือ



4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสาร อาจเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย ซึ่งประกอบด้วย

- (1) การโฆษณา (Advertising)
- (2) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling)
- (3) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)
- (4) การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation)

### 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**อชิรญา เลี้ยงรักษา (2546)** ศึกษาการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจโรงสีข้าวขนาดใหญ่กรณีศึกษา : อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพทั่วไปในการดำเนินงานของโรงสีข้าวขนาดใหญ่ 2) กลยุทธ์ด้านการผลิต การตลาด และการเงินของโรงสีข้าวขนาดใหญ่ และ 3) จุดแข็ง จุดอ่อน ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของโรงสีข้าวขนาดใหญ่ โดยเก็บข้อมูลจากโรงสีข้าวขนาดใหญ่ที่มีกำลังการผลิต 200 ตัน/วัน จำนวน 1 โรง โดยใช้แบบสัมภาษณ์และแสดงความคิดเห็นร่วมกันกับผู้บริหารและผู้จัดการฝ่ายการเงิน จำนวน 2 คน

ผลการศึกษาพบว่า โรงสีข้าวขนาดใหญ่มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 20 ไร่ งบประมาณการลงทุนรวมทั้งสิ้น 14.7 ล้านบาท วัตถุประสงค์หลักในการจัดตั้งเพื่อการแปรรูปข้าวโดยเพิ่มมูลค่าข้าวเปลือก เพื่อเป็นแหล่งรวบรวม แปรรูปและจำหน่ายข้าวราคายุติธรรม เพื่อเป็นแหล่งสร้างงานในชุมชน จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลประเภทห้างหุ้นส่วนจำกัด มีผู้ถือหุ้นจำนวน 7 คน มีสวัสดิการแก่แรงงานในด้าน ที่พัก อาหาร ค่ารักษาพยาบาล เงินพิเศษแก่คนงาน วันหยุดประจำปี 17 วัน และวันหยุดในการซ่อมบำรุงเครื่องจักรเดือนละ 4 วัน รวมวันทำงานทั้งหมด 300 วัน สถานที่ตั้งโรงสีมีศักยภาพสูงเพราะตั้งอยู่ใกล้แหล่งแรงงาน

กลยุทธ์ที่นำมาใช้ในการจัดการด้านการผลิต ได้แก่ การรับซื้อข้าวเปลือกจากพ่อค้ารวบรวมข้าวเปลือกเน้นข้าวหอมมะลิเป็นส่วนใหญ่และรับซื้อหน้าโรงสีวิธีเดียว มีการกำหนดปริมาณรับซื้อข้าวเปลือกและรับซื้อตลอดทั้งปี สามารถสำรองข้าวเปลือกล่วงหน้า 40 วัน รับซื้อข้าวเปลือกโดยให้ใบเสร็จ ควบคุมคุณภาพข้าวเปลือกโดยมีเกณฑ์ในการวัดเปอร์เซ็นต์ความชื้นและเปอร์เซ็นต์ข้าวตันพร้อมทั้งลักษณะทางกายภาพของข้าวเปลือกหอมมะลิก่อนการรับซื้อ มีการลดความชื้นของข้าวเปลือกด้วยเครื่องอบข้าว กำหนดราคารับซื้อข้าวเปลือกตามราคาตลาดและคุณภาพของข้าวเปลือก มีการเลือกใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพสูงทำให้เสียต้นทุนต่ำ มีการวางแผนการผลิตให้ทันกับคำสั่งซื้อปริมาณมากและเร่งด่วนได้ มีการเก็บข้าวไว้ในสต็อกเพื่อ

แก๊งค์กำไร มีการควบคุมคุณภาพข้าวสารอย่างรัดกุมทุกขั้นตอน กลยุทธ์ด้านการตลาด ได้แก่ มีตลาดหลักในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่แน่นอนในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ประมาณร้อยละ 80 ของผลิตภัณฑ์ในแต่ละปี มีความหลากหลายในชนิดผลิตภัณฑ์ มีการกำหนดคราซีหือ และมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์โดยการติดตามข้อมูลข่าวสารด้านราคาอยู่เสมอ สามารถส่งมอบสินค้าได้ในระยะเวลาที่รวดเร็ว มีการให้เครดิตในการชำระเงินกับลูกค้าเก่าเป็นเวลา 30 วัน กลยุทธ์ด้านการเงิน ได้แก่ การใช้เงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจการ ในแต่ละปีมาจากผู้ถือหุ้นเท่านั้น ไม่มีการกู้ยืมเงินทุนจากภายนอก และมีความสามารถในการทำกำไรเบื้องต้น ก่อนหักภาษี สูงถึงร้อยละ 19.94 ของยอดขายซึ่งแสดงถึงการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสูง

จุดแข็งที่สำคัญขององค์กรอันดับแรกคือ การบริหารงานโดยการแบ่งงานตามหน้าที่ ช่วยให้เป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้สำเร็จลุล่วงด้วยดี อันดับ 2 คือ การวางแผนการรับซื้อข้าวเปลือกได้พอเพียงกับกำลังการผลิตของโรงสีและความต้องการของลูกค้า อันดับ 3 คือ ความสามารถในการจัดหาเครื่องจักรเครื่องมือที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพสูงทำให้เสียต้นทุนการผลิตต่ำ ด้านจุดอ่อนที่สำคัญอันดับแรกคือ การดำเนินธุรกิจเป็นแบบครอบครัว อำนาจการตัดสินใจยังอยู่กับเจ้าของกิจการ อันดับ 2 ขนาดบรรจุภัณฑ์ข้าวสารยังไม่หลากหลายและช่องทางการจัดทำหน่ายยังน้อย อันดับ 3 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ยังน้อยไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ทั่วถึง ชื่อเสียงของคราซีหือยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค

โอกาสและอุปสรรคจากสภาวะแวดล้อมภายนอก พบว่าโอกาสของธุรกิจข้าวน่าจะเป็นธุรกิจที่มีความมั่นคงและอยู่คู่กับคนไทยอีกยาวนานตราบเท่าที่ข้าวยังมีความสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย กฎหมายและข้อกำหนดต่างๆ เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ส่วนอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจเกิดจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมโรงสีข้าวที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง

**พิชิต ธานี และปรเมธ อัสวเรืองพิภพ (2546)** ศึกษาแบบจำลองการทำนายความล้มเหลวของผลประกอบการ โรงสีข้าวสหกรณ์การเกษตรในภาคเหนือของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) แบบจำลองการทำนายความล้มเหลวของผลประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวของสหกรณ์การเกษตรในภาคเหนือของประเทศไทย 2) ผลการทำนายความล้มเหลวของการประกอบการธุรกิจโรงสีข้าวของสหกรณ์การเกษตรในภาคเหนือของประเทศไทยด้วยแบบจำลองที่สร้างขึ้น และ 3) ความเที่ยงตรงของผลการทำนายความล้มเหลวของการประกอบการของธุรกิจโรงสีข้าวของสหกรณ์การเกษตรจากแบบจำลองที่สร้างขึ้น โดยแบบจำลองทางทฤษฎีสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วยโครงสร้าง 5 ส่วน ที่จะชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวในโรงสีข้าวของสหกรณ์คือ ทุน (C) สิ้นทรัพย์ (A) การจัดการ (M) ความสามารถในการทำกำไร (E) และสภาพคล่อง (L) ตามหลัก CAMEL

ผลการศึกษาพบว่า แบบจำลองการทำนายความล้มเหลวแบบ Logit มีความเที่ยงตรงในการทำนายสูงกว่าแบบจำลองการทำนายความล้มเหลวแบบ Discriminate โดยแบบจำลองการทำนายความล้มเหลวแบบ Logit มีความเที่ยงตรงในการทำนายได้ถูกต้องร้อยละ 95.77 เมื่อเปรียบเทียบกับร้อยละ 93.75 ของแบบจำลองความล้มเหลวแบบ Discriminate โดยข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ได้จากการศึกษาคือ ผู้บริหารของโรงสีสหกรณ์ควรจะใช้แบบจำลองการทำนายความล้มเหลวแบบ Logit และควรใช้ข้อมูลจากรายงานการเงินในการพยากรณ์ผลประกอบการด้วยแบบจำลองการทำนายความล้มเหลว 3 ตัว คือ อัตราส่วนรายได้ต่อต้นทุน อัตราส่วนรายได้ต่อทรัพย์สินหมุนเวียน และประสิทธิภาพของการจัดการแบบผลตอบแทนต่อขนาดผันแปร

**พิเชฐ พุ่มเกษตร (2547)** ได้ศึกษาปัญหาในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมโรงสีข้าวเพื่อการส่งออก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีข้าวเพื่อการส่งออก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในด้านการผลิต การเงิน การตลาด และการส่งออก 2) เปรียบเทียบลักษณะของผู้ประกอบการโรงสีข้าวโดยแบ่งตามขนาดของเงินลงทุน รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจ และระยะเวลาในการดำเนินงาน กับปัญหาที่เกิดจากการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีข้าวเพื่อการส่งออก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในด้านการผลิต การเงิน การตลาดและการส่งออก ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ประกอบการโรงสีข้าวเพื่อการส่งออก ที่มีกำลังการผลิตที่ 20 เกลียนต่อวันขึ้นไป จำนวน 162 ราย ทั้งนี้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร บทความ วารสาร สถิติในรายงานต่างๆ และศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ โดยการแจกแบบสอบถามให้กับประชากรผู้ประกอบการโรงสีทุกรายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยคำถามจะมีทั้งคำถามแบบปิด และแบบเปิด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ One – Way ANOVA และแบบ LSD

ผลการศึกษาพบว่า โรงสีข้าวส่วนใหญ่ร้อยละ 57.6 เป็นแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด โรงสีข้าวร้อยละ 80.5 มีการดำเนินงานมากกว่า 20 ปี และประเภทของโรงสีข้าวส่วนใหญ่มีการสีข้าวเพียงอย่างเดียว ขนาดของเงินลงทุนร้อยละ 47.5 มีขนาดเงินลงทุน 20 – 100 ล้านบาท โดยรูปแบบการส่งออกพบว่า โรงสีข้าวส่วนใหญ่ร้อยละ 75.4 ส่งออกผ่านพ่อค้าคนกลางหรือบริษัท ในการขนส่ง ด้านระดับปัญหาในการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีข้าว เพื่อการส่งออก ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในแต่ละด้านพบว่า มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง โดยลำดับปัญหาในการดำเนินการแต่ละด้านเรียงจากปัญหามากที่สุดไปหาน้อยที่สุดคือ ปัญหาด้านการส่งออก ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านการตลาด และปัญหาด้านการเงิน ตามลำดับ การ

เปรียบเทียบปัญหาในการดำเนินงานของผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่มีขนาดการลงทุน และรูปแบบการเป็นเจ้าของที่แตกต่างกัน มีปัญหาในการดำเนินการที่แตกต่างกัน

**ณรงค์ บุญสวยขวัญ และคณะ (2547)** ทำการศึกษาลำดับความสำคัญของปัญหาและความต้องการของประชากรเพื่อการวิจัยและพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง “กลุ่มนาข้าว” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาและความต้องการของประชาชนในพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนังที่ประกอบอาชีพทำนา 2) จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาลุ่มน้ำปากพนัง

ผลการศึกษาพบปัญหา 3 ประเด็นหลัก ๆ คือ ประเด็นของปัจจัยการผลิต การขาดแคลนน้ำในบางฤดู ปัจจัยที่เกี่ยวกับเครื่องมือที่สำคัญมากได้แก่ เครื่องจักรสำหรับไถนา รถตัดข้าว ตลอดจนปัจจัยแรงงานในการผลิตข้าว ส่วนดินอยู่ในลักษณะขาดความอุดมสมบูรณ์เนื่องจากใช้ทำนามาเป็นเวลานาน แต่ขาดการบำรุงรักษา ประเด็นที่ 2 คือ ปัญหากระบวนการผลิต เนื่องจากการปรับเปลี่ยนการทำนาจากระบบเก่าเป็นระบบใหม่ที่เป็นการใช้เทคโนโลยีสูงเกินความจำเป็น ต้นทุนที่ใช้ในการผลิตจึงสูงตามไปด้วย ชาวนาประสบกับภาวะขาดทุนซ้ำซาก ทั้งนี้จากการที่ทางราชการส่งเสริมวิทยากรการทำนาจากแบบเก่าหรือแบบดั้งเดิมไปสู่การทำนาแบบใหม่ ผลที่ตามมาคือการขาดทุน หรือยิ่งเร่งการผลิตข้าวยิ่งมีการใช้เทคโนโลยีก็ยิ่งเพิ่มต้นทุน ก็เพิ่มภาระการขาดทุนซ้ำซาก ประเด็นสุดท้ายคือ คือความสัมพันธ์ทางการผลิต วัฒนธรรม การปฏิสัมพันธ์แบบเดิมได้เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่เน้นความผูกพันช่วยเหลือเกื้อกูล เกี่ยวข้องด้วยความเป็นญาติ เมื่อมีการผลิตข้าวเพื่อขาย ราคาจึงเป็นปัญหาพื้นฐานที่นำวัฒนธรรมการปฏิสัมพันธ์แบบเงินสดแทนความสัมพันธ์แบบเดิม

ลำดับความสำคัญของปัญหาที่เป็นประเด็นพุดคุยกันมากที่สุดที่ชาวนาทุกกลุ่ม ได้ร่วมกันอภิปรายสามารถสรุปการจัดลำดับปัญหาได้ดังนี้ คือ ปัญหาเรื่องน้ำเป็นประเด็นที่สำคัญที่สุด รองลงมาคือ ราคา และเทคนิคการผลิตหรือเทคนิคการทำนาข้าวน้อยที่สุด

**ดาเรศร์ กิตติโยภาส และคณะ (2547)** ทำการศึกษาเรื่อง โครงการศึกษาการจัดระบบการใช้เครื่องอบแห้งและนางข้าวเปลือกของกลุ่มเกษตรกรที่มีความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การพัฒนาระบบและกลไกการรวบรวมข้าวเปลือกขึ้นจากสมาชิกกลุ่มเกษตรกร 2) ทดสอบ ปรับใช้ระบบการจัดการข้าวเปลือกขึ้นแบบผสมผสานให้เหมาะสมกับสภาพและศักยภาพในเชิงปฏิบัติการกลุ่มเกษตรกร ทำให้มีต้นทุนการลดความชื้นมีความเป็นไปได้เชิงธุรกิจ 3) ปรับปรุงระบบเก็บรักษาข้าวเปลือกของกลุ่มเกษตรกรให้ข้าวสารสามารถคงสภาพไว้ระยะหนึ่งจนกว่าจะนำออกขายเมื่อราคาข้าวเปลือกในตลาดขยับตัวสูงขึ้น 4) แนวทางการขายข้าวเปลือกที่เชื่อมโยงกับตลาดข้าวแห้งที่มีคุณภาพ โดยการขายตรงและผ่านตลาดกลาง

ข้าวเปลือกในท้องถิ่น และ 5) จัดทำชุดข้อเสนอแนะระบบรวบรวมและจัดการข้าวเปลือกขึ้น เพื่อให้การใช้เครื่องอบแห้งและฉางข้าวเปลือกที่มีอยู่แล้วของเกษตรกรมีความเป็นไปได้เชิงธุรกิจ นำเสนอแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พิจารณาใช้เป็นต้นแบบและแนวทางส่งเสริมเพื่อขยายผลไปสู่กลุ่มเกษตรกรตัวอย่างเต็มรูปแบบต่อไป

ผลการศึกษาพบว่า จากการที่กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ได้ทำการสนับสนุนเครื่องอบแห้ง และฉางข้าวเปลือกให้กับกลุ่มเกษตรกรและสหกรณ์การเกษตรเนื่องจากปัญหาข้าวเปลือกขึ้นในฤดูเก็บเกี่ยว และเพื่อช่วยเกษตรกรเก็บข้าวเปลือกไว้เพื่อรอขายในช่วงราคาตกต่ำ แต่ปัญหาที่ตามมาคือ กลุ่มเกษตรกรส่วนใหญ่ใช้เครื่องอบข้าวได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ ขาดระบบการจัดการข้าวเปลือกขึ้นที่เหมาะสม ทำให้ต้องขายข้าวสด ส่งผลให้อำนาจการต่อรองเรื่องราคากับโรงสีต่ำ อีกทั้งต้นทุนเชื้อเพลิงไม่คุ้มที่จะทำธุรกิจ ด้านการรวบรวมข้าวเปลือกจากสมาชิกกลุ่มเกษตรกรเป็นไปได้ยาก เนื่องจากเกษตรกรหมุนเวียนกันปลูกไม่สามารถควบคุมคุณภาพให้เหมือนกันได้ในปริมาณเพียงพอและมีความพึงพอใจในการเก็บเกี่ยวข้าวที่แตกต่างกัน ทางด้านเทคนิค ฉางไม้ไม่เหมาะสมกับการเก็บข้าวแบบเทกอง หากจะปรับใช้ต้องมีอุปกรณ์เสริม เช่น อุปกรณ์กระจายข้าวในฉาง ส่วนเครื่องอบลดความชื้นต้องปรับเปลี่ยนให้เป็นระบบการอบต่อเนื่องอย่างสมบูรณ์ เพื่อให้ทำงานได้ทันเวลา ส่วนเรื่องค่าใช้จ่ายลดความชื้นช่วงร้อยละ 25 – ร้อยละ 14 มีต้นทุนเฉลี่ย 25.3 บาท/เปอร์เซ็นต์มาตรฐานเปียก/ตัน ต้นทุนการขนส่ง 50 บาทต่อตัน และสูญเสียน้ำหนักเฉลี่ย 15 กิโลกรัม /เปอร์เซ็นต์มาตรฐานเปียก/ตัน ระบบซื้อขาย พบการตรวจวัดความชื้น เปอร์เซ็นต์ต้นข้าว และน้ำหนักที่คลาดเคลื่อน ทำให้เกษตรกรเสียเปรียบในการขาย และโครงสร้างราคาในการรับซื้อข้าวเปลือกมีการชดเชยเฉพาะน้ำหนักที่ลดลงไปแต่ไม่ครอบคลุมถึงค่าใช้จ่ายในการลดความชื้น เกษตรกรจึงไม่ลดความชื้น ก่อให้เกิดภาวะข้าวล้นตลาดและโรงสี เนื่องจากข้าวขึ้นเสี้ยนเร็วเกษตรกรเก็บข้าวไว้ไม่ได้ เป็นผลกระทบในภาคกว้าง

ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาทั้งระบบคือ การปรับปรุงวิธีการบางส่วนในระบบการซื้อขาย และจัดโครงสร้างด้านราคาที่สามารถเอื้อประโยชน์ และเป็นธรรมทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย การส่งเสริมและผลักดันให้มีการใช้พันธุ์ข้าวที่มีคุณภาพและเก็บเกี่ยวในช่วงเวลาตามคำแนะนำทางวิชาการ การปรับเปลี่ยนการใช้เชื้อเพลิงของเครื่องอบแห้งเป็นเชื้อเพลิงชนิดอื่น การชดเชยค่าดำเนินการลดความชื้นให้เกษตรกรซึ่งจากเดิมชดเชยเพียงค่าน้ำหนักที่สูญเสีย การย้ายไปดำเนินการกับโรงสีเพื่อนำค่าใช้จ่ายในการจัดการ ไปผนวกกับต้นทุนการผลิตทั้งกระบวนการหรือการเชื่อมโยงกับโรงสีโดยลดความชื้นเบื้องต้น (18-20 เปอร์เซ็นต์มาตรฐานเปียก)

**บัลลังก์ ใจดวงจันทร์ (2548)** ศึกษาการจัดการธุรกิจโรงสีข้าวของสหกรณ์การเกษตรสันป่าตอง จำกัด ปีบัญชี พ.ศ. 2541 – 2545 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) วิธีการรับซื้อการรวบรวมข้าวเปลือก การแปรรูป และการจำหน่ายข้าวสารของธุรกิจโรงสีข้าว สหกรณ์การเกษตรสันป่าตอง จำกัด 2) ปัญหาการจัดการธุรกิจโรงสีข้าวสหกรณ์การเกษตรสันป่าตอง จำกัด ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษาเป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการรวบรวมข้าวเปลือก และการแปรรูปข้าวเปลือก ของโรงสีข้าวสหกรณ์การเกษตรสันป่าตอง จำกัด คือ หัวหน้าแผนกรวบรวมฯ โรงสีที่ 1 และ โรงสีที่ 2 เจ้าหน้าที่แผนกรวบรวมฯ โรงสีที่ 1 และ โรงสีที่ 2 ลูกจ้างรายวันแผนกรวบรวมฯ โรงสีที่ 1 และ โรงสีที่ 2 ผู้จัดการสหกรณ์ฯ อนุกรรมการฝ่ายรวบรวมและแปรรูป วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกข้อมูมิเก็บข้อมูลจากรายงานกิจการประจำปีของโรงสีข้าวทั้ง 2 โรง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลย้อนหลัง 5 ปี จากสหกรณ์การเกษตรสันป่าตอง จำกัด และข้อมูลปฐมภูมิ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก หรือ สัมภาษณ์แบบมีจุดสนใจเฉพาะ ซึ่งถือเป็นการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ เพื่อต้องการข้อมูลที่ลึกในประเด็นต่าง ๆ โดยสัมภาษณ์ ผู้จัดการ หัวหน้าแผนก เจ้าหน้าที่การเงิน เจ้าหน้าที่บัญชี เจ้าหน้าที่ควบคุมการสี เจ้าหน้าที่สีข้าว และช่างเครื่อง

ผลการศึกษาพบว่า การรับซื้อและรวบรวมข้าวเปลือก สหกรณ์จะแต่งตั้งคณะอนุกรรมการรับซื้อข้าวเปลือกและกำหนดราคาซื้อข้าวเปลือกโดยการตรวจสอบคุณภาพข้าว แต่ละปี สหกรณ์จะรับซื้อข้าวในช่วงเดือน พฤศจิกายน – กุมภาพันธ์ โดยมีสัดส่วนแผนมูลค่าการรับซื้อข้าวเปลือกต่อการรับซื้อข้าวระหว่างปี 2541 – 2545 คือ 1.02 1.07 1.34 0.35 0.67 ในแต่ละปี สหกรณ์จะเหลือข้าวเปลือกค้างสต็อก เนื่องจาก โรงสีข้าวสหกรณ์ทำงานไม่เต็มกำลัง มีชั่วโมงการแปรสภาพข้าวเปลือกเฉลี่ยเพียง 4.80 ชั่วโมง/วัน/โรงสี เท่านั้น มีประสิทธิภาพอัตราการแปรสภาพสีโดยเฉลี่ยร้อยละ 63.6 โดยมีสัดส่วนปริมาณข้าวสีแปรรูปต่อปริมาณข้าวคั้น ระหว่างปี 2541 – 2545 คือ 0.49 1.47 0.46 0.49 และ 0.51 การจำหน่ายข้าวสารของสหกรณ์ตั้งแต่ปี 2541 – 2545 มี 19.2 ล้านบาท 23.2 ล้านบาท 28.3 ล้านบาท 7.8 ล้านบาท 6.4 ล้านบาท ตามลำดับ

โรงสีมีปัญหาและอุปสรรคคือ บุคลากรขาดความรู้ความสามารถเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการของธุรกิจโรงสีข้าว ไม่มีผู้ที่มีความรู้เรื่องมาตรฐานข้าวควบคุมดูแล ข้าวเปลือกค้างสต็อกจำนวนมากและซื้อข้าวไม่ทัน มีการกำหนดแผนก่อนข้างล่าช้า ส่งผลให้สมาชิกและเกษตรกรต้องนำข้าวไปจำหน่ายยังโรงสีข้าวอื่น ปัญหาด้านการกำหนดราคาการรับซื้อข้าวของสหกรณ์ค่อนข้างสูงส่วนหนึ่งเพื่อช่วยเหลือสมาชิก การกำหนดวิธีการจัดการในส่วนธุรกิจยังมีแนวทางที่ไม่ชัดเจน ไม่มีข้อมูลการผลิตและการตลาด และสหกรณ์ไม่สามารถสร้างศรัทธาให้สมาชิกมีความเชื่อมั่นในสหกรณ์ได้

**อติโชติ กังอนันต์ (2549)** ได้ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการ 2) ปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ 3) ความต้องการเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ซึ่งมีประชากรทั้งหมด 6,401 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายครั้ง (Multi-Stage Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 377 ราย ด้วยแบบสอบถาม ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows เพื่อหาค่าทางสถิติโดยใช้ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของประเภทธุรกิจที่มีต่อปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม และการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบเชิงชั้น ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมลักษณะธุรกิจที่มีต่อระดับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทั่วไปของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นประเภทธุรกิจค้าปลีก ร้อยละ 44.8 รูปแบบของธุรกิจเป็นแบบเจ้าของคนเดียว ร้อยละ 82.5 ส่วนใหญ่ไม่มีโครงสร้างการบังคับบัญชา คิดเป็นร้อยละ 85.1 เงินลงทุนก่อตั้งธุรกิจน้อยกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.4 ใช้เงินลงทุนของตนเองเมื่อเริ่มธุรกิจ ร้อยละ 77.7 มีเงินลงทุนของธุรกิจในปัจจุบันมากกว่า 1.3 ล้านบาท ร้อยละ 54.1 มีลูกจ้างจำนวนไม่เกิน 10 คน ร้อยละ 81.4 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประกอบด้วย ปัญหาด้านเงินลงทุน ด้านบัญชี ด้านการบริหารจัดการ ด้านการบริการ ด้านการค้าปลีกและค้าส่ง ด้านการตลาด โดยมีระดับปัญหาและอุปสรรคในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่รายด้านพบว่า การผลิตมีระดับปัญหาสูงที่สุด รองลงมาคือด้านการเงินลงทุน โดยมีปัญหาเรื่องของการกู้เงินจากสถาบันการเงิน และการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของประเภทธุรกิจต่อปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในภาพรวม ธุรกิจการผลิตมีปัญหามากที่สุด

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยนี้คือ หน่วยงานภาครัฐควรจัดอบรมความรู้และพัฒนาวิชาการในด้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการและเพิ่มแนวความคิดการจัดการสมัยใหม่ให้แก่ผู้ประกอบการ และจัดระบบบริการที่ปรึกษาเฉพาะด้าน รวมทั้งจัดหาแหล่งเงินทุนและสร้างกลไกเสริมทางการเงินด้วยการสนับสนุนให้สถาบันการเงินลดขั้นตอนและเงื่อนไขในการให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการ และจัดให้มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและเร่งพัฒนาข้อมูลข่าวสารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลสำหรับบริการผู้ประกอบการในการตัดสินใจและประกอบธุรกิจต่อไป

**อุกฤษ นานิรัถิตย์ (2550)** ได้ศึกษาคุณลักษณะ ปัญหาและความต้องการสนับสนุนจากรัฐของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านอุตสาหกรรมเกษตรในจังหวัดปัตตานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2) คุณลักษณะของสถานประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3) ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ 4) ความต้องการในการสนับสนุนจากรัฐของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งสถานประกอบการประเภทอาหารและไม่ใช่อาหารจำนวน 37 ราย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย การศึกษาระดับประถมศึกษา ผู้ประกอบการเข้ารับฝึกอบรมเพิ่มความรู้เฉลี่ยปีละ 5 – 6 ครั้ง มีการศึกษาดูงานปีละเฉลี่ย 4.6 ครั้ง และการเป็นสมาชิกองค์การทางการร้อยละ 42.6 ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรม สถานประกอบการมีลักษณะจัดตั้งธุรกิจในรูปแบบครอบครัว มีเงินจดทะเบียนเฉลี่ย 8.89 ล้านบาท ส่วนใหญ่ใช้เงินทุนส่วนตัว มีระยะเวลาเปิดกิจการเฉลี่ย 16.7 ปี และมีสถานประกอบการเพียงร้อยละ 17 ที่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐ สถานประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีกิจกรรมเพื่อเพิ่มผลผลิต และมีระบบการบริหารงานคุณภาพร้อยละ 51

ด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์ สถานประกอบการให้ความสำคัญด้านภาวะผู้นำ ร้อยละ 59.6 ด้านการวางแผนร้อยละ 64.5 ด้านสารสนเทศร้อยละ 57.4 ด้านทรัพยากรมนุษย์ร้อยละ 66 ด้านการจัดการกระบวนการร้อยละ 63.1 และด้านการเงินร้อยละ 52.2 ส่วนปัญหาที่สำคัญของสถานประกอบการประกอบด้วย ด้านการผลิต มีปัญหาด้านขาดแคลนวัตถุดิบ และด้านการลดต้นทุนการผลิต ปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากผลกระทบของสถานการณ์เศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมาย ปัญหาด้านการจัดการเป็นปัญหาที่สืบเนื่องจากปัญหาแรงงาน ปัญหาด้านการเงิน เกี่ยวข้องกับกฎหมายด้านภาษีอากร เช่น การจัดทำบัญชี นอกจากนี้ยังมีปัญหาเกี่ยวกับแหล่งทุน เช่น การขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน การหาผู้ร่วมทุนหมุนเวียนระหว่างเรียกเก็บหนี้

สถานประกอบการต้องการสนับสนุนจากรัฐหลายด้าน ได้แก่ การลดต้นทุนการผลิต เพื่อสามารถแข่งขันกับตลาดโลก โดยการนำเทคโนโลยีการผลิตและการควบคุมคุณภาพและระบบมาตรฐานมาใช้ในการผลิต สนับสนุนช่องทางจัดจำหน่าย โดยให้ข้อมูลด้านการตลาด รวมถึงการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และการประกันราคาสินค้า พัฒนาสารสนเทศ และระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการอบรมพนักงาน ช่วยเหลือด้านแหล่งเงินทุน เช่น หลักประกันในการอนุมัติสินเชื่อ เงินทุนระหว่างการรอเรียกเก็บชำระหนี้จากลูกค้า และการหาผู้ร่วมทุนสำหรับเงินทุน วิสาหกิจมีความต้องการสนับสนุนสินเชื่อไม่เกิน 1 ล้านบาท



**ลัทธินิยม ตรีภูมิลักษณ์ (2550)** ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากโรงสีข้าว 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าจากโรงสีข้าว และ 3) เปรียบเทียบปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากโรงสีข้าว โดยเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอย่างง่าย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานประกอบด้วย การทดสอบที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการทดสอบไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคซื้อข้าวสารจากโรงสีเพราะมีราคาถูกกว่าท้องตลาด ส่วนใหญ่ซื้อข้าวหอมมะลิเป็นประจำ ขนาดบรรจุ 15 กิโลกรัม มีค่าใช้จ่ายในการซื้อข้าวสารเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ระหว่าง 200 – 500 บาท แหล่งที่ซื้อข้าวสารนอกจากโรงสีคือ ร้านขายข้าวสาร เพราะมีความสะดวกในการเดินทางมากกว่า ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าช่วงเวลาเย็นหลังเลิกงานและซื้อช่วงสิ้นเดือน โดยเฉลี่ยซื้อเดือนละ 1 ครั้ง ข้อมูลข้าวสารเกี่ยวกับโรงสีข้าวได้รับจากเพื่อนบ้าน และบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อสินค้าจากโรงสีข้าวมากที่สุด คือ ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อสินค้าจากโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐมด้านส่วนประสมการตลาด อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด เกี่ยวกับเรื่องข้าวสารมีคุณภาพสม่ำเสมอ ไม่มีกลิ่นอับหรือสิ่งปลอมปน สำหรับผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีพฤติกรรมการซื้อสินค้าจากโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐมแตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ รายได้ สถานภาพสมรส ลักษณะครอบครัว และจำนวนสมาชิกในครอบครัวต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้าจากโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐมด้านส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน แต่ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาและอาชีพต่างกันมีการตัดสินใจซื้อสินค้าจากโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม ด้านส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน

## บทที่ 3

### วิธีการวิจัย

ในบทนี้ เป็นการนำเสนอวิธีการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับ ข้อมูล และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล รายละเอียดดังนี้

#### 3.1 ข้อมูลและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วน คือ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ดังนี้

##### 3.1.1 ข้อมูลทุติยภูมิ

ข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการผลิตและการตลาดข้าว เช่น สถานการณ์การผลิตและการตลาดข้าว วิธีการตลาดข้าวในประเทศไทย ประเภทของโรงสีข้าว กระบวนการสีข้าว เป็นต้น ซึ่งเป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมไว้แล้วในเรื่องโครงสร้างการผลิตทางการเกษตร และเศรษฐกิจการทำนาของจากสถิติทางการเกษตร เอกสารทางราชการ วิทยานิพนธ์ และรายงานการศึกษาวิจัยอื่นๆ จากหอสมุดคุณหญิงหลง และห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ หอสมุดชุมชนอำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช ห้องสมุดสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ กรุงเทพมหานคร และจากสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทันสมัยครบถ้วนและถูกต้อง

##### 3.1.2 ข้อมูลปฐมภูมิ

ข้อมูลปฐมภูมิเป็นข้อมูลที่ได้จากการสอบถามผู้ประกอบการ โรงสีข้าวขนาดกลางในอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ยังคงดำเนินกิจการอยู่ในปัจจุบันเท่านั้น ซึ่งรายชื่อผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบการค้าข้าวตาม พ.ร.บ. การค้าข้าวปี 2546 มีจำนวนทั้งสิ้น 14 ราย และเนื่องจากประชากรมีขนาดเล็ก ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาทุกหน่วยของประชากร (Census) อย่างไรก็ตามในการศึกษาจริง ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้เพียง 12 ราย เนื่องจากมีผู้ประกอบการโรงสีข้าวจำนวน 1 ราย ได้ปิดกิจการไปแล้ว และอีก 1 ราย ได้ปฏิเสธที่จะให้ข้อมูลใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้าง (Structured Questionnaire) (ภาคผนวก) เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ลักษณะของผู้ประกอบการ โรงสีข้าวขนาดกลาง เช่น เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน การติดตามข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น

ตอนที่ 2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง เช่น รูปแบบความเป็นเจ้าของ ขนาดของเงินลงทุน แรงงานที่ใช้ในการผลิต ชนิดข้าวและเกรดข้าวที่ผลิต ลักษณะการรับซื้อข้าวเปลือก ช่องทางการจัดจำหน่าย และการกำหนดราคาข้าวสาร เป็นต้น

ตอนที่ 3 ศักยภาพของการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

- ด้านการผลิต เช่น ใกล้เคียงวัตถุดิบ กำลังการผลิต ที่ตั้ง เครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ ต้นทุนการผลิต เป็นต้น

- ด้านการตลาด เช่น ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ค่านิยมในการบริโภคข้าวพันธุ์พื้นเมือง การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการโรงสีข้าวรายเก่าและการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่ เป็นต้น

- ด้านการเงิน เงินทุนที่ใช้ดำเนินการ การบันทึกรายการทางการเงิน การประเมินสถานะทางการเงิน เงินทุนที่ใช้ดำเนินการ การบันทึกรายการทางการเงิน

ตอนที่ 4 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

- ด้านการผลิต เช่น ต้นทุนในการผลิตสูง ปริมาณข้าวเปลือกไม่สอดคล้องกับกำลังการผลิต ขาดแรงงาน เป็นต้น

- ด้านการเงิน เช่น ขาดเงินลงทุนดอกเบี้ยต่ำ ปัญหาการซื้อวัตถุดิบเงินสด และขายข้าวสารเงินเชื่อ เป็นต้น

- ด้านการตลาด เช่น การแข่งขันสูงแต่ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย ด้านราคาข้าวเปลือกและข้าวสาร ความรู้ความสามารถด้านการตลาดของบุคลากร เป็นต้น

ตอนที่ 5 ความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง การทดสอบแบบสอบถาม หลังจากผู้วิจัยได้ตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหาแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่จัดพิมพ์เสร็จแล้ว ไปทดลองสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 ราย ในอำเภอชะอวด จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อตรวจสอบความยากง่าย และความสามารถนำไปใช้จริง โดยพิจารณาถึงความเข้าใจและความชัดเจนในการตอบคำถาม รวมถึงเวลาที่ใช้ในการตอบคำถามว่าใช้เวลานานน้อยเพียงใด เหมาะสมที่จะนำไปใช้รวบรวมข้อมูลจริงหรือไม่ โดยนำข้อบกพร่องเหล่านั้นมาปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น แล้วจึงนำแบบสอบถามนั้นไปดำเนินการสอบถามจริง เพื่อให้ได้เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

### 3.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา จึงได้กำหนดแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์โดยใช้สถิติอย่างง่าย เช่น การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ตารางประกอบการอธิบาย เพื่ออธิบายลักษณะของผู้ประกอบการ และลักษณะการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการวิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาในการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง และความต้องการในการสนับสนุนจากภาครัฐ

ในการวิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาจะครอบคลุมทั้งจุดอ่อนและจุดแข็ง ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมภายในของสถานประกอบการ โรงสีข้าว (Internal Environment) ได้แก่ ที่ตั้ง แรงงาน เงินทุน วัตถุดิบ เทคโนโลยีการผลิต เป็นต้น และ โอกาสและอุปสรรค ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมภายนอก (External Environment) ได้แก่ ความต้องการของผู้บริโภค สภาพการแข่งขันกฎระเบียบของหน่วยงานรัฐ และนโยบายรัฐ เป็นต้น โดยศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของสถานประกอบการโรงสีข้าวจะมาจากประเด็นที่เป็นจุดแข็งและ โอกาส ส่วนปัญหาจะมาจากประเด็นที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรค

## บทที่ 4

### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ในบทนี้กล่าวถึงผลการวิจัยและอภิปรายผล ซึ่งประกอบด้วยเนื้อหา 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะของผู้ประกอบการ โรงสีข้าวขนาดกลาง

ส่วนที่ 2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

ส่วนที่ 3 ศักยภาพของการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

ส่วนที่ 5 ความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ โรงสีข้าวขนาดกลาง

#### 4.1 ลักษณะของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง

ในหัวข้อนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ลักษณะของผู้ประกอบการ โรงสีข้าวขนาดกลาง ซึ่งประกอบด้วย เพศและอายุ ระดับการศึกษา รายได้ ภาวะหนี้สินและการใช้ประโยชน์เงินกู้ แหล่งเงินทุน การถือครองที่ดินและพื้นที่ทำนา ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ โรงสีข้าว และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจโรงสีข้าว รายละเอียดดังตารางที่ 4.1

##### 1) เพศและอายุ

ผู้ประกอบการโรงสีข้าวเป็นเพศหญิงร้อยละ 58.3 และเพศชายร้อยละ 41.7 มีอายุเฉลี่ย 44.26 ปี โดยมีอายุในช่วง 46 – 55 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาอยู่ในช่วงน้อยกว่า 35 ปี และช่วง 35 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 25 เท่ากัน จะเห็นว่าผู้ประกอบการโรงสีอยู่ในวัยแรงงาน ซึ่งเป็นกำลังสำคัญในภาคธุรกิจการเกษตร

##### 2) ระดับการศึกษา

ผู้ประกอบการมีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษามากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมา มีระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษา และปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 25.0 เท่ากัน จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการโรงสีข้าวมากกว่าครึ่งมีการศึกษาไม่สูงนัก ซึ่งการศึกษาของผู้ประกอบการโรงสีข้าวมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการประกอบธุรกิจปัจจุบัน เนื่องจากความก้าวหน้าทางด้านวิทยาการใหม่ ๆ เทคโนโลยี ระบบข้อมูลข่าวสารที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาตัวเอง เพื่อเตรียมความพร้อมให้สอดคล้องควบคู่ไปกับวิทยาการต่าง ๆ เหล่านั้น

ตารางที่ 4.1 ลักษณะของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง

รายการ	จำนวน ( n = 12)	ร้อยละ
1. เพศ		
- หญิง	7	58.3
- ชาย	5	41.7
2. อายุ (ปี)		
- < 35	3	25.0
- 35 – 45	3	25.0
- 46 – 55	5	41.7
- > 55	1	8.3
เฉลี่ย	44.26	
3. ระดับการศึกษา		
- ประถมศึกษา	4	33.3
- มัธยมศึกษา	3	25.0
- ปวส. / อนุปริญญา	2	16.7
- ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี	3	25.0
4. อาชีพหลัก		
- ประกอบธุรกิจโรงสีข้าว	12	100.0
5. รายได้ของครอบครัว (บาท / เดือน)		
- < 30,000	4	33.4
- 30,000 – 40,000	6	50.0
- 40,001 – 50,000	1	8.3
- > 50,000	1	8.3
เฉลี่ย	36,416.7	
6. ภาระหนี้สิน		
- มี	10	83.3
- ไม่มี	2	16.7

หมายเหตุ : \* ผู้ตอบ 1 รายสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน ( n = 12)	ร้อยละ
7. จำนวนหนี้สิน (ล้านบาท)	(n = 10)	
- ≤ 1.0	2	20.0
- 1.1 – 2.0	2	20.0
- 2.1 – 3.0	2	20.0
- 3.1 – 4.0	3	30.0
- > 4.0	1	10.0
เฉลี่ย	2.6	
8. ประเภทหนี้สิน*	(n = 10)	
- ในระบบ	10	100.0
- นอก ระบบ	3	30.0
9. จำนวนหนี้สินในระบบ (ล้านบาท)	(n = 10)	
- ≤ 1.0	2	20.0
- 1.1 – 2.0	3	30.0
- 2.1 – 3.0	3	30.0
- 3.1 – 4.0	1	10.0
- > 4.0	1	10.0
เฉลี่ย	2.0	
10. จำนวนหนี้สินนอก ระบบ (ล้านบาท)	(n = 3)	
- < 0.5	1	33.3
- ≥ 0.5	2	66.7
เฉลี่ย	0.6	
11. สถาบันที่ใช้เป็นแหล่งเงินทุน *	(n = 10)	
- ธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน)	6	60.0
- ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร	4	40.0
- ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมแห่งประเทศไทย	4	40.0
- ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ด (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)	1	10.0

หมายเหตุ : \* ผู้ตอบ 1 รายสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน ( n = 12)	ร้อยละ
12. การใช้ประโยชน์เงินกู้	(n = 10)	
- เพื่อประกอบธุรกิจ โรงสีข้าว เช่น สร้าง โรงเรือน ซื้อเครื่องจักร ค่าวัตถุดิบ	9	90.0
- ชำระหนี้สินจากแหล่งอื่น	1	10.0
13. การถือครองที่ดิน (ไร่)		
- ≤ 20	4	33.3
- 21– 40	4	33.3
- 41 – 60	2	16.7
- > 60	2	16.7
เฉลี่ย	34.9	
14. พื้นที่ทำนา		
- มี	8	66.7
- ไม่มี	4	33.3
15. พื้นที่ทำนา (ไร่)	(n = 8)	
- 10 – 20	4	50.0
- 21 – 30	2	25.0
- > 30	2	25.0
เฉลี่ย	29.1	
16. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงสีข้าว (ปี)		
- < 10	2	16.7
- 10 – 20	5	41.7
- 21 – 30	4	33.3
- > 30	1	8.3
เฉลี่ย	18.6	

หมายเหตุ : \* ผู้ตอบ 1 รายสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ



ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน ( n = 12)	ร้อยละ
17. สื่อที่ใช้ในการติดตามข่าวสารเป็นประจำ *		
- โทรทัศน์	11	96.7
- วิทยุ	3	25.0
- เว็บไซต์	3	25.0
- หนังสือพิมพ์	1	8.3
18. ความถี่ในการติดตามข้อมูลข่าวสาร (ครั้ง/สัปดาห์)		
- ≤ 2	2	16.7
- 3 – 5	3	25.0
- >5	7	58.3
เฉลี่ย	5.4	

หมายเหตุ : \* ผู้ตอบ 1 รายสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

### 3) รายได้

ผู้ประกอบการโรงสีข้าวมีรายได้เฉลี่ย 36,416.7 บาท/เดือน ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 30,000 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาอยู่ในช่วงน้อยกว่า 30,000 บาท 40,001 – 50,000 บาท และมากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.3 8.3 และ 8.3 ตามลำดับ จะเห็นว่ารายได้ของผู้ประกอบการไม่สูงมากนัก ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้จำกัดขนาดทุนในการดำเนินการของกิจการ เช่น ปริมาณการรับซื้อข้าวเปลือก อัตราค่าจ้างแรงงานและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ผู้ประกอบการต้องพยายามหาทางประหยัดโดยลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้ได้กำไรสูงขึ้น อีกทั้งหากต้องการขยายกิจการก็กระทำได้อย่าง

### 4) ภาวะหนี้สิน และการใช้ประโยชน์เงินกู้

ผู้ประกอบการโรงสีข้าวมีภาวะหนี้สินคิดเป็นร้อยละ 83.3 โดยมีหนี้สินเฉลี่ย 2.6 ล้านบาท ส่วนใหญ่มีหนี้สินอยู่ในช่วง 3.1 – 4.0 ล้านบาท ร้อยละ 30.0 รองลงมาคือช่วงน้อยกว่า 1 ล้านบาท ช่วง 1.1 – 2.0 ล้านบาท และช่วง 3.1 – 4.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 เท่ากัน 3 ช่วง โดยโรงสีข้าวทุกโรงที่มีภาวะหนี้สินมีหนี้สินในระบบสถาบันการเงิน จำนวนหนี้สินในระบบเฉลี่ย 2 ล้านบาท โดยมีหนี้สินในระบบคือ ช่วง 1.1 – 2.0 ล้านบาท และช่วง 2.1 – 3.0 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30 เท่ากัน และร้อยละ 30 ของผู้ประกอบการมีหนี้สินนอกระบบสถาบันการเงิน โดยมีหนี้สินนอกระบบสถาบันการเงินเฉลี่ย 0.6 ล้านบาท ผู้ประกอบการร้อยละ 66.7 มีหนี้สินนอกระบบอย่างน้อย 0.5 ล้านบาท ด้านการใช้ประโยชน์จากเงินกู้ของผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่ร้อยละ 90.0 กู้ยืมเงินเพื่อใช้

ประกอบธุรกิจโรงสีข้าวเช่น สร้างโรงเรือน ซ่อมเครื่องจักร เครื่องอบข้าว รถบรรทุก ข้าวเปลือกและที่เหลื่อร้อยละ 10.0 เพื่อชำระหนี้สินจากแหล่งอื่น

#### 5) แหล่งเงินทุน

การกู้ยืมเงินของผู้ประกอบการโรงสีข้าวสามารถกู้ได้หลายแหล่ง ซึ่งแหล่งเงินกู้ที่สำคัญของผู้ประกอบการโรงสีข้าวที่มีหนี้สินร้อยละ 60.0 กู้จากธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) รองลงมาคือ ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 40.0 เท่ากัน ซึ่งในการกู้ยืมเงินในระบบสถาบันการเงินจำเป็นต้องมีหลักทรัพย์และผู้ค้ำประกัน ในขณะที่การกู้ยืมเงินนอกระบบสถาบันการเงิน เช่น เครือญาติ ไม่จำเป็นต้องใช้หลักทรัพย์ใดๆ เป็นหลักค้ำประกัน อาศัยความไว้วางใจกัน

#### 6) การถือครองที่ดิน และพื้นที่ทำนา

ผู้ประกอบการโรงสีข้าวถือครองที่ดินเฉลี่ย 34.9 ไร่ โดยส่วนใหญ่ถือครองที่ดินอยู่ในช่วงไม่เกิน 20 ไร่ และช่วง 21 – 40 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 33.3 เท่ากัน รองลงมาอยู่ในช่วง 41 – 60 ไร่ และช่วงมากกว่า 60 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 16.7 เท่ากัน โดยร้อยละ 66.7 ของผู้ประกอบการมีพื้นที่ทำนา และมีจำนวนพื้นที่ทำนาเฉลี่ย 29.1 ไร่ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 10 – 20 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือช่วง 21 – 30 และช่วงมากกว่า 30 คิดเป็นร้อยละ 25.0 เท่ากัน อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการที่มีพื้นที่ทำนาบางรายไม่ได้ทำนาเอง แต่ให้เกษตรกรในพื้นที่เช่าเพื่อทำนา ทั้งนี้เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านเวลา และการดูแล

#### 7) ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงสีข้าวและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจโรงสีข้าว

ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงสีข้าวเฉลี่ย 18.6 ปี โดยมีประสบการณ์มากที่สุดอยู่ในช่วง 10 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี น้อยกว่า 10 ปี และมากกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.3 16.7 และ 8.3 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการประกอบธุรกิจมาก่อนข้างยาวนานเนื่องจากในอดีตการทำธุรกิจโรงสีข้าวเป็นแบบธุรกิจในครัวเรือน และถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์กันมาจากรุ่นสู่รุ่น ด้านข้อมูลข่าวสารผู้ประกอบการมีความถี่ในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเฉลี่ย 5 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงสีข้าวจากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 96.7 รองลงมาเท่ากัน 2 สื่อคือ สื่อจาก วิทยุ เวบไซต์ ร้อยละ 25

## 4.2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

ในหัวข้อนี้เป็นการนำเสนอลักษณะการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของโรงสีข้าวขนาดกลาง สถานการณ์การผลิต และการตลาด

### 4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของโรงสีข้าวขนาดกลาง

ในหัวข้อนี้ประกอบด้วย รูปแบบความเป็นเจ้าของ ขนาดของเงินลงทุน ระยะเวลาในการดำเนินงาน แรงงานที่ใช้ในการผลิต รายละเอียดดังตารางที่ 4.2

#### 1) รูปแบบความเป็นเจ้าของ

โรงสีข้าวทุกโรงมีรูปแบบความเป็นเจ้าของแบบเจ้าของคนเดียว เนื่องจากเป็นกิจการที่ไม่ใหญ่มากนัก ผู้ประกอบส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ และมีการสืบทอดกิจการกันมาจากบรรพบุรุษ ผู้ประกอบการจะต้องตัดสินใจในการที่จะขยายหรือลดกิจการ รวมถึงจัดหาทุนเอง ซึ่งรูปแบบการเป็นเจ้าของลักษณะนี้ การดำเนินกิจการและการตัดสินใจทำได้อย่างอิสระและคล่องตัว และสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี

#### 2) ขนาดของเงินลงทุน

โรงสีข้าวมีขนาดเงินลงทุนเฉลี่ย 5.9 ล้านบาท ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 5 – 10 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา มีขนาดเงินลงทุนในช่วงน้อยกว่า 5 ล้านบาท และช่วง 11 – 15 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 41.7 และ 8.3 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าขนาดเงินลงทุนของผู้ประกอบการค่อนข้างสูง เนื่องจากการลงทุนในเครื่องมือเครื่องจักร โรงสีข้าวมีราคาค่อนข้างแพง เช่น เครื่องสี เครื่องอบข้าว รดักข้าว อีกทั้งอุปกรณ์บางชนิดจะต้องมีการซ่อมบำรุง ปรับเปลี่ยนอยู่เรื่อย ๆ นอกจากนี้ โรงสีข้าวต้องสำรองเงินทุนในการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบ ซึ่งผู้ประกอบการมีเงินทุนที่จำกัด ทำให้การดำเนินกิจการต้องถูกจำกัดโดยทุน และต้องพึ่งพาเงินกู้จากแหล่งต่าง ๆ

#### 3) ระยะเวลาในการดำเนินงาน

โรงสีข้าวมีระยะเวลาในการดำเนินงานเฉลี่ย 24.5 ปี โดยมีระยะเวลาในการเปิดดำเนินการอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี และช่วง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.7 เท่ากัน รองลงมา มีระยะเวลาในการดำเนินงานในช่วง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.7 เนื่องจากเป็นกิจการตั้งแต่บรรพบุรุษ และมีการสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น โดยเริ่มต้นจากการทำนาและมีโรงสีขนาดเล็กๆ เพื่อสีข้าวบริโภคและรับจ้างสีแก่เพื่อนบ้าน โดยใช้แรงงานภายในครัวเรือน และมีการขยายขยายมาเรื่อย ๆ จนยึดกันเป็นอาชีพที่ทำรายได้หลักในปัจจุบัน

#### 4) แรงงานที่ใช้ในการผลิต

โรงสีข้าวมีจำนวนแรงงานเฉลี่ย 6.7 คน โดยมีจำนวนแรงงานอยู่ในช่วง 3 – 5 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมาอยู่ในช่วง 6 – 8 คน และ 9 – 11 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ 25.0 ตามลำดับ โรงสีข้าวมีแหล่งที่มาของแรงงาน 2 แหล่งคือ แรงงานในพื้นที่ และแรงงานต่างด้าว

คิดเป็นร้อยละ 91.7 และ 41.7 ตามลำดับ ซึ่งมีแรงงานในพื้นที่เฉลี่ย 4.8 คน โดยอยู่ในช่วง 4 – 6 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมา อยู่ในช่วง 1 – 3 คน และช่วง 7 – 9 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 และ 18.2 ตามลำดับ สำหรับแรงงานต่างด้าวของโรงสีข้าวเฉลี่ย 5.4 คน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 3 – 5 คน คิดเป็นร้อยละ 80 และร้อยละ 20 มีแรงงานต่างด้าวมากกว่า 5 คน นอกจากค่าแรงแล้ว ทางโรงสีมีการให้สวัสดิการแก่แรงงานในด้านต่าง ๆ ทั้งเรื่องที่พัก อาหาร วันหยุดพักผ่อน และเงินค่าล่วงเวลา กรณีมีขอดีคำสั่งซื้อและเร่งด่วน

ตารางที่ 4.2 ข้อมูลทั่วไปของโรงสีข้าวขนาดกลาง

รายการ	จำนวน ( n = 12)	ร้อยละ
1. รูปแบบความเป็นเจ้าของ		
- เจ้าของคนเดียว	12	100.0
2. ขนาดของเงินลงทุน (ล้านบาท)		
- < 5	5	41.7
- 5 – 10	6	50.0
- 11 - 15	1	8.3
เฉลี่ย	5.9	
3. ระยะเวลาในการดำเนินงาน (ปี)		
- ≤ 20	5	41.7
- 21 – 30	5	41.7
- 31 – 40	2	16.6
เฉลี่ย	24.5	
4. จำนวนแรงงาน (คน)		
- 3 - 5	5	41.7
- 6 – 8	4	33.3
- 9 – 11	3	25.0
เฉลี่ย	6.7	
5. แหล่งที่มาของแรงงาน *		
- แรงงานในพื้นที่	11	91.7
- แรงงานต่างด้าว	5	41.7

หมายเหตุ : \* ผู้ตอบ 1 รายสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

รายการ	จำนวน ( n = 12)	ร้อยละ
4. จำนวนแรงงานในพื้นที่ (คน)	(n = 11)	
- 1 – 3	4	36.3
- 4 – 6	5	45.5
- 7 – 9	2	18.2
เฉลี่ย	4.8	
5. จำนวนแรงงานต่างด้าว (คน)	(n = 5)	
- 3 – 5	4	80.0
- > 5	1	20.0
เฉลี่ย	5.4	

หมายเหตุ : \* ผู้ตอบ 1 รายสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

#### 4.2.2 สถานการณ์การผลิตของโรงสีข้าวขนาดกลาง

สถานการณ์การผลิตของโรงสีข้าว ประกอบด้วย ชนิดข้าวและเกรดข้าวที่ผลิต กำลังการผลิตและอัตราการแปรสภาพข้าวเปลือก ความสามารถในการผลิตข้าวสาร แห้งข้าวเปลือก ลักษณะการรับซื้อข้าวเปลือก การแบ่งชั้นคุณภาพข้าวเปลือก วิธีการตรวจสอบคุณภาพข้าวเปลือก การจัดการคุณภาพข้าวที่ไม่ตรงความต้องการ และการกำหนดราคาข้าวเปลือก มาตรการในการควบคุมปริมาณข้าวเปลือก การชำระเงินในการซื้อข้าวเปลือก และผลพลอยได้จากกระบวนการสีข้าว รายละเอียดดังตารางที่ 4.3

##### 1) ชนิดข้าวและเกรดข้าวที่ผลิต

โรงสีข้าวมีการสีข้าว 2 ชนิด คือ ข้าวชัยนาท และข้าวเหนียว คิดเป็นร้อยละ 83.3 และ 75.0 ตามลำดับ เนื่องจากสภาพพื้นที่ในบริเวณอำเภอหัวไทรมีความเหมาะสมกับพันธุ์ดังกล่าว และข้าวพันธุ์ดังกล่าวเป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้า โดยส่วนใหญ่มีการผลิตข้าว 5 เกรด คือ ข้าวขาว 5 % ข้าวขาว 10 % ข้าวขาว 15 % ข้าวขาว 25 % และข้าวขาว 100 % คิดเป็นร้อยละ 50.0 33.3 16.7 8.3 และ 16.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 สถานการณ์การผลิตของโรงสีข้าวขนาดกลาง

รายการ	จำนวน ( n = 12)	ร้อยละ
1. ชนิดข้าวที่ผลิต *		
- ข้าวชัยนาท	10	83.3
- ข้าวเหนียว	9	75.0
2. เกรดข้าวที่ผลิต *		
- ข้าวขาว 5 %	6	50.0
- ข้าวขาว 10 %	4	33.3
- ข้าวขาว 15 %	2	16.7
- ข้าวขาว 25 %	1	8.3
- ข้าวขาว 100 %	2	16.7
3. กำลังการผลิต (ตัน/วัน)		
- 6 – 10	6	50.0
- 11 – 15	4	33.3
- 16 – 20	2	16.7
เฉลี่ย	11.8	
4. ช่วงดำเนินการสีข้าว (เดือนในรอบปี)		
- 6 – 7	5	41.7
- 8 – 9	4	33.3
- > 9	3	25.0
เฉลี่ย	8.1	
5. อัตราการแปรสภาพข้าวเปลือก (ร้อยละ)		
- < 55	2	16.7
- 55 – 60	8	66.6
- 61 – 65	2	16.7
เฉลี่ย	58.2	
6. ความสามารถในการผลิตข้าวสารในรอบปีที่ผ่านมา		
- ไม่เต็มกำลังการผลิต	8	66.7
- เต็มกำลังการผลิต	4	33.3

หมายเหตุ : \* ผู้ตอบ 1 รายสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการ	จำนวน ( n = 12)	ร้อยละ
7. แหล่งรับซื้อข้าวเปลือก *		
- เกษตรกรที่ทำนา	11	91.7
- พ่อค้ารวบรวม	9	75.0
- มีนาเป็นของตนเอง	3	25.0
8. ลักษณะการรับซื้อข้าวเปลือก *		
- ส่งพนักงานออกไปรับซื้อจากเกษตรกรโดยตรง	10	83.3
- รับซื้อหน้าโรงสี	5	41.7
9. การแบ่งชั้นคุณภาพข้าวเปลือก		
- มี	8	66.7
- ไม่มี	4	33.3
10. ปัจจัยที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งชั้นคุณภาพข้าวเปลือก	(n = 8)	
- ความชื้น	6	75.0
- สิ่งเจือปน	2	25.0
11. วิธีการตรวจสอบคุณภาพข้าวเปลือก *		
- ด้วยตาเปล่าโดยอาศัยประสบการณ์	9	75.0
- ตรวจสอบด้วยเครื่องวัดความชื้น	7	58.3
12. การจัดการคุณภาพข้าวที่ไม่ตรงความต้องการ		
- อบด้วยเครื่องอบ	10	83.4
- ตากแดด	1	8.3
- ส่งกลับสินค้า	1	8.3
13. มาตรการในการควบคุมปริมาณข้าวเปลือก (สต็อกข้าว)		
- ไม่มี	8	66.7
- มี	4	33.3
14. การชำระเงินในการซื้อข้าวเปลือก *		
- เงินสด	11	91.7
- เงินเชื่อ	3	25.0

หมายเหตุ : \* ผู้ตอบ 1 รายสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการ	จำนวน ( n = 12)	ร้อยละ
15. วิธีการกำหนดราคาข้าวเปลือก *		
- ตามราคาตลาด	12	100.0
- ตามคุณภาพของข้าวเปลือก	4	33.3
16. ผลพลอยได้จากกระบวนการสีข้าว *		
- ปลายข้าว	12	100.0
- รำ	12	100.0
- แกลบ	12	100.0

หมายเหตุ : \* ผู้ตอบ 1 รายสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

## 2) กำลังการผลิต และอัตราการแปรสภาพข้าวเปลือก

โรงสีข้าวมีกำลังการผลิตเฉลี่ย 11.8 ตันข้าวเปลือกต่อวัน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 6 – 10 ตันข้าวเปลือกต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมามีกำลังการผลิตอยู่ในช่วง 11 – 15 ตันข้าวเปลือกต่อวัน และ 16 – 20 ตันข้าวเปลือกต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ 16.7 ตามลำดับ และมีอัตราการแปรสภาพข้าวเปลือกเฉลี่ยร้อยละ 58.2 โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงร้อยละ 55 – 60 คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาอยู่ในช่วงน้อยกว่าร้อยละ 55 และช่วงร้อยละ 61 – 65 คิดเป็นร้อยละ 16.7 เท่ากัน จะเห็นได้ว่าอัตราการแปรสภาพข้าวเปลือกค่อนข้างต่ำ ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยซึ่งอยู่ที่ประมาณร้อยละ 65 ทั้งนี้สาเหตุสำคัญมาจากคุณภาพข้าวเปลือกที่เกษตรกรนำมาขายยังไม่ได้มาตรฐานมากนัก โดยเฉพาะช่วงฤดูฝนมาก ข้าวจมน้ำ ทำให้อัตราการแปรสภาพข้าวเปลือกน้อยลง อีกทั้งโรงสีไม่สามารถควบคุมลักษณะของเมล็ดข้าวสารให้ได้ตามที่ลูกค้าต้องการ

## 3) ความสามารถในการผลิตข้าวสาร

สำหรับความสามารถในการผลิตข้าวสาร โรงสีข้าวผลิตข้าวได้ไม่เต็มกำลังการผลิต คิดเป็นร้อยละ 66.7 แต่ในช่วง 8 เดือน คือ ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ – พฤษภาคม ซึ่งเป็นช่วงข้าวเปลือกนาปี และช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน ซึ่งเป็นช่วงข้าวเปลือกนาปรังออกสู่ท้องตลาด โรงสีสามารถผลิตได้เต็มกำลังการผลิต และช่วง 4 เดือนที่เหลือโรงสีไม่สามารถผลิตได้เต็มกำลังการผลิต จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า ข้าวเปลือกในแต่ละฤดูกาลมีปริมาณที่ไม่แน่นอน บางช่วงตลาดมีความต้องการข้าวมาก โดยเฉพาะเมื่อปี 2551 ที่ผ่านมา ตลาดมีความต้องการข้าวมาก เกิดการแข่งขัน และแย่งชิงข้าวเปลือกจากโรงสีข้าวทั้งในพื้นที่ และจากพ่อค้าทางภาคกลางที่จัดส่งรถบรรทุกมารับซื้อข้าวเปลือก ส่งผลให้ปริมาณข้าวเปลือกน้อยลง



#### 4) แหล่งข้าวเปลือก

โรงสีข้าวมีแหล่งข้าวเปลือกจาก 3 แหล่งคือ เกษตรกรที่ทำนา พ่อค้ารวบรวม และ ที่นาของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 91.7 75.0 และ 25.0 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ซื้อจากเกษตรกรในพื้นที่บริเวณที่ตั้งของโรงสี การที่ผู้ประกอบการมีที่นาเป็นของตนเอง แต่ก็ไม่ได้ทำการผลิตข้าวเอง บางรายให้เกษตรกรในพื้นที่เช่า ซึ่งจากแหล่งดังกล่าวผลผลิตข้าวเปลือกที่ผลิตได้น้อยมากเมื่อเทียบกับปริมาณความต้องการข้าวเปลือกทั้งหมดที่โรงสีต้องการ

#### 5) ลักษณะการรับซื้อข้าวเปลือก

ช่องทางการรับซื้อข้าวเปลือกของโรงสีข้าวมี 2 ช่องทางคือ ส่งพนักงานออกไปรับซื้อจากเกษตรกรโดยตรง และรับซื้อหน้าโรงสีคิดเป็นร้อยละ 83.3 และ 41.7 ตามลำดับ สำหรับเกษตรกรที่สนใจจะขายข้าวให้กับโรงสี เกษตรกรจะติดต่อขายข้าวเปลือกกับทางโรงสีและตกลงด้านราคาก่อน แล้วทางโรงสีจึงจัดส่งพนักงานออกไปบรรทุก แต่ภายหลังจากบรรทุกข้าวมายังโรงสีแล้ว หากตรวจเช็คข้าวแล้วไม่ได้คุณภาพตามที่กำหนดไว้ เช่น ความชื้นสูงหรือต่ำเกินไป หรือมีสิ่งเจือปนอยู่มาก ทางโรงสีก็จะต่อรองด้านราคากับเกษตรกรใหม่อีกครั้ง และหากตกลงกันไม่ได้ก็จะส่งข้าวเปลือกกลับคืนเกษตรกร สำหรับการรับซื้อข้าวเปลือกหน้าโรงสี ทางโรงสีจะรับซื้อข้าวเปลือกโดยผ่านพ่อค้ารวบรวมซึ่งจะไปรับซื้อข้าวเปลือกจากเกษตรกรในท้องถิ่นหรือต่างอำเภอแล้วขนส่งโดยรถสิบล้อมาขายหน้าโรงสี

#### 6) การแบ่งชั้นคุณภาพข้าวเปลือก

โรงสีข้าวมีปัจจัยที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งชั้นคุณภาพข้าวเปลือก คิดเป็นร้อยละ 66.7 ซึ่งประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ ความชื้น และสิ่งเจือปน คิดเป็นร้อยละ 75.0 และ 25.0 ตามลำดับ โดยความชื้นดังกล่าวแบ่งเป็นข้าวความชื้นสูง และข้าวความชื้นต่ำ สำหรับสิ่งเจือปนที่พบบ่อย เช่น เมล็ดวัชพืช ดอกหญ้า กอฟาง ซึ่งคุณภาพข้าวดังกล่าวจะนำไปใช้ประกอบการกำหนดราคา และต่อรองราคากับเกษตรกรต่อไป

#### 7) วิธีการตรวจสอบคุณภาพข้าวเปลือก

โรงสีข้าวมีวิธีการในการตรวจสอบคุณภาพข้าวเปลือก 2 วิธีคือ ด้วยตาเปล่าโดยอาศัยประสบการณ์ และตรวจด้วยเครื่องวัดความชื้น (Grain Moisture) คิดเป็นร้อยละ 75 และ 58.3 ตามลำดับ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพิ่มเติมพบว่า การตรวจสอบลักษณะทางกายภาพของข้าวเปลือกจะสังเกตในเบื้องต้นซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์ที่สั่งสมมา ได้แก่ ความยาว สี และสิ่งเจือปนต่าง ๆ สำหรับความชื้นข้าวเปลือกจะสุ่มตัวอย่างมาตรวจเปอร์เซ็นต์ความชื้นด้วยเครื่องวัดความชื้น โดยต้องไม่ต่ำกว่า หรือมากกว่าร้อยละ 14 จนเกินไป

#### 8) การจัดการคุณภาพข้าวที่ไม่ตรงความต้องการ และการกำหนดราคาข้าวเปลือก

สำหรับการจัดการคุณภาพข้าวที่ไม่ตรงความต้องการของโรงสีข้าวมี 3 วิธีคือ หนึ่งด้วยเครื่องอบคิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาคือ ตากแดด และส่งกลับสินค้าคิดเป็นร้อยละ 8.3 เท่ากัน ซึ่งผู้ประกอบการโรงสีข้าวไม่สามารถควบคุมคุณภาพข้าวเปลือกที่รับจากเกษตรกรให้ได้มาตรฐานเดียวกันทุกครั้งที่ทำการผลิต ในการรับซื้อข้าวเปลือกโรงสีข้าวทุกโรงจะกำหนดราคาข้าวเปลือกตามราคาดตลาด และพิจารณาจากคุณภาพของข้าวเปลือกคิดเป็นร้อยละ 33.3 ซึ่งจะใช้ในการต่อรองราคากับเกษตรกร หากตกลงกันได้ก็จะรับข้าวเปลือกมาแล้วอบด้วยเครื่องอบ หรือตากแดด

#### 9) มาตรการในการควบคุมปริมาณข้าวเปลือก

ผู้ประกอบการโรงสีข้าวส่วนใหญ่ร้อยละ 66.7 ไม่มีมาตรการในการควบคุมปริมาณข้าวเปลือก หรือสต็อกข้าว เนื่องจากราคาข้าวเปลือกที่มีความผันผวนตลอดเวลา อีกทั้งค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาข้าวเปลือกค่อนข้างสูง ซึ่งผู้ประกอบการมีเงินทุนค่อนข้างจำกัด

#### 10) การชำระเงินในการซื้อข้าวเปลือก

การชำระเงินในการซื้อข้าวเปลือกของโรงสีข้าวมี 2 แบบคือ การชำระแบบเงินสด และเงินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 91.7 และร้อยละ 25.0 ตามลำดับ เมื่อข้าวเปลือกถึงโรงสีและมีการตกลงราคากันเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทางโรงสีก็จะมีการชำระเงินแก่เกษตรกรหรือพ่อค้ารวบรวมด้วยเงินสดทันที แต่หากต้องชำระเป็นเงินเชื่อก็จะมีกำหนดการชำระภายใน 2 – 3 วันเท่านั้น

#### 11) ผลพลอยได้จากกระบวนการสีข้าว

โรงสีข้าวทุกโรงมีผลพลอยได้จากกระบวนการสีที่สำคัญคือ ปลายข้าว รำ และแกลบ โดยผลพลอยได้ดังกล่าว มีวิธีการจัดการคือ ปลายข้าว และรำ ทางโรงสีจำหน่ายให้กับฟาร์มเลี้ยงสัตว์โดยตรง หรือ โรงงานผลิตอาหารสัตว์ ส่วนแกลบ จำหน่ายให้กับโรงงานทำปุ๋ย โรงงานปูนซีเมนต์ โรงเผาอิฐ และฟาร์มเลี้ยงไก่ นอกจากนี้โรงสีข้าวบางโรงยังใช้แกลบเป็นพลังงานเชื้อเพลิงในการอบข้าวอีกด้วย

#### 12) ต้นทุนการผลิต

ต้นทุนการผลิตของโรงสีข้าวประกอบด้วย ต้นทุนวัตถุดิบ (ข้าวเปลือก) ต้นทุนในการดำเนินการ เช่น ค่าแรงงาน น้ำมัน เป็นต้น และค่าใช้จ่ายอื่นๆ เฉลี่ยร้อยละ 76.2 21.3 และ 2.5 ของต้นทุนทั้งหมด ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าจากต้นทุนใน 3 รายการดังกล่าว ต้นทุนที่มีสัดส่วนสูงมาก คือต้นทุนข้าวเปลือกและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ดังนั้นหากราคาข้าวเปลือก แรงแรงงาน และค่าน้ำมันมีการเปลี่ยนแปลง ส่งผลกระทบต่อต้นทุนเป็นอย่างมาก ค่าใช้จ่ายด้านแรงงานและค่าน้ำมันที่ใช้ในการขนส่งจะเป็นตัวชี้วัดกำไรขาดทุนของโรงสีข้าวได้ รายละเอียดดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ต้นทุนการผลิตของโรงสีข้าวขนาดกลาง

รายการ *	จำนวน (n = 12)	ร้อยละ
1. สัดส่วนต้นทุนวัตถุดิบ (ร้อยละ)		
- 60 - 70	5	41.7
- 71 - 80	6	50.0
- > 80	1	8.3
เฉลี่ย	76.2	
2. สัดส่วนต้นทุนการดำเนินการ (ร้อยละ)		
- 15 - 20	8	66.7
- 21 - 25	1	8.3
- 26 - 30	2	16.7
- > 30	1	8.3
เฉลี่ย	21.3	
3. สัดส่วนต้นทุนค่าใช้จ่ายอื่นๆ (ร้อยละ)		
- 2 - 3	6	50.0
- 4 - 5	5	41.7
- > 5	1	8.3
เฉลี่ย	2.5	

หมายเหตุ : \* ผู้ตอบ 1 รายสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

#### 4.2.3 สถานการณ์การตลาดของโรงสีข้าวขนาดกลาง

สถานการณ์การตลาดที่นำเสนอในส่วนนี้ประกอบด้วย ลักษณะการจำหน่ายข้าวสาร และการชำระเงิน ช่องทางการจัดจำหน่าย และยอดการสั่งซื้อของลูกค้าในรอบปี และการกำหนดราคาข้าวสาร รายละเอียดดังตารางที่ 4.5

##### 1) ลักษณะการจำหน่ายข้าวสาร และการชำระเงิน

โรงสีข้าวทั้งหมดจำหน่ายข้าวสารทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด โดยมีการจำหน่ายข้าวสารในจังหวัดเฉลี่ยร้อยละ 58.3 โดยโรงสีส่วนใหญ่จำหน่ายข้าวสารในจังหวัดมากกว่าร้อยละ 60 กลุ่มลูกค้าในจังหวัดอยู่ในอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช หัวไทร ปากพนัง เชียงใหญ่ ทุ่งสง เป็นต้น สำหรับการจำหน่ายข้าวสารต่างจังหวัดจำหน่ายเฉลี่ยร้อยละ 38.3 โรงสีส่วนใหญ่จำหน่ายข้าวในช่วงร้อยละ 10 - 30 ของปริมาณข้าวสารที่จำหน่ายทั้งหมด โดยจังหวัดที่ส่งข้าวสารไปจำหน่าย ได้แก่ สุราษฎร์ธานี สงขลา ตรัง ปัตตานี ยะลา นราธิวาส พัทลุง เป็นต้น

ซึ่งในการรับซื้อข้าวสาร ลูกค้าจะโทรมาสอบถามและตกลงราคาซื้อขายกัน สำหรับการชำระเงินระหว่างลูกค้ากับโรงสีข้าวมี 2 แบบคือ โรงสีข้าวทุกโรงขายข้าวสารทั้งแบบเงินเชื่อ และขายเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 75 โดยระยะเวลาในการชำระเงินเชื่อเฉลี่ย 21.3 วัน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 15 – 30 วัน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และที่เหลือร้อยละ 33.3 ชำระภายใน 15 วัน

## 2) ช่องทางการจัดจำหน่าย และยอดการสั่งซื้อของลูกค้าในรอบปี

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายข้าวสารของโรงสีข้าวมี 3 ช่องทางคือ โรงสีข้าวทุกโรงจำหน่ายข้าวสารให้แก่ร้านค้าส่ง ส่วนการจำหน่ายผ่านร้านค้าปลีก และจำหน่ายปลีกเองคิดเป็นร้อยละ 58.3 และ 41.7 ตามลำดับ โดยมีจำนวนลูกค้าร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก และค้าปลีกเองที่โรงสีเฉลี่ย 5.6 ราย 6.7 ราย และ 17.8 ราย ตามลำดับ และโรงสีข้าวทุกโรงจะมียอดการสั่งซื้อข้าวจากลูกค้าเข้ามาตลอดทั้งปี

จะสังเกตเห็นว่าจำนวนลูกค้าของโรงสีข้าวมีไม่มากนัก ดังนั้นทางโรงสีจึงสามารถสีข้าวได้ทันต่อการสั่งซื้อของลูกค้า โดยเฉพาะคำสั่งซื้อที่ต้องการข้าวสารปริมาณมากและเร่งด่วน ยกเว้นในช่วงที่ข้าวสารขาดตลาด จะมีลูกค้ารายใหม่ ๆ เข้ามาติดต่อขอรับซื้อข้าวสารจากโรงสีเอง (เช่น กรณีข้าวสารขาดตลาดในปี 2551 ที่ผ่านมา) ซึ่งเป็นการเปิดช่องทางการตลาดใหม่ให้กับโรงสี ในขณะเดียวกันกรณีที่ข้าวสารล้นตลาด ผู้ประกอบการจะต้องจัดหาลูกค้ารายใหม่ เพื่อระบายข้าวสารไม่ให้ค้างสต็อก เนื่องจากต้องมีเงินทุนหมุนเวียนในโรงสีข้าวต่อไป

## 3) การกำหนดราคาข้าวสาร

เนื่องจากราคารับซื้อข้าวเปลือกเคลื่อนไหวขึ้น – ลง ตามภาวะตลาดและการแข่งขันในการจำหน่ายข้าวสารของโรงสีข้าว มีเกณฑ์การกำหนดราคาข้าวโดยพิจารณาจากราคาตลาดคิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือใช้ต้นทุนบวกกำไรที่ผู้ประกอบการต้องการในกำหนดราคาจำหน่ายคิดเป็นร้อยละ 16.7 และต้นทุนบวกกำไร โดยอิงจากราคาตลาด คิดเป็นร้อยละ 16.7 โดยเมื่อได้รับทราบข้อมูลด้านราคาจากท้องตลาดแล้ว จะใช้เกณฑ์ประกอบกับสถานการณ์ในท้องถิ่น และความต้องการข้าวเปลือกของโรงสีเอง โดยให้มีส่วนเหลือมต่ำสุดที่พอรับได้ และโรงสีจะกำหนดราคาใหม่เพื่อให้ได้รับกำไรมากขึ้น นอกจากนี้โรงสีข้าวยังมีการปรับลดราคาไปตามคุณภาพข้าวซึ่งพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น พันธุ์ ความชื้น สิ่งเจือปน เป็นต้น

ตารางที่ 4.5 สถานการณ์การค้าตลาดของโรงสีข้าวขนาดกลาง

รายการ	จำนวน ( n = 12)	ร้อยละ
1. ลักษณะการจำหน่ายข้าวสาร *		
- ในจังหวัด	12	100.0
- ต่างจังหวัด	12	100.0
2. ปริมาณข้าวสารที่จำหน่ายในจังหวัด (ร้อยละ)		
- < 50	3	25.0
- 50 – 60	4	33.3
- > 60	5	41.7
เฉลี่ย	58.3	
3. ปริมาณข้าวสารที่จำหน่ายในต่างจังหวัด (ร้อยละ)		
- 10 - 30	6	50.0
- 31 – 50	4	33.3
- 51 – 70	2	16.7
เฉลี่ย	38.3	
4. ช่องทางการจัดจำหน่าย *		
- ร้านค้าส่ง	12	100.0
- ร้านค้าปลีก	7	58.3
- จำหน่ายปลีกเอง	5	41.7
5. จำนวนร้านค้าส่ง (ราย)		
- ≤ 5	8	66.7
- 6 – 10	3	25.0
- 11 – 15	1	8.3
เฉลี่ย	5.6	
6. จำนวนร้านค้าปลีก (ราย)	(n = 7)	
- ≤ 5	4	57.1
- 6 – 10	2	28.6
- > 10	1	14.3
เฉลี่ย	6.7	

หมายเหตุ : \* ผู้ตอบ 1 รายสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รายการ	จำนวน ( n = 12)	ร้อยละ
7. จำนวนลูกค้าจำหน่ายปลีกเอง (ราย)	(n = 5)	
- 5 - 10	3	60.0
- 11 – 20	1	20.0
- > 20	1	20.0
เฉลี่ย	17.8	
8. ยอดการสั่งซื้อของลูกค้าเข้ามามากในรอบปี		
- ตลอดทั้งปี	12	100.0
9. การเปลี่ยนแปลงของราคาข้าวสารในช่วงที่ผ่านมา		
- เพิ่มขึ้น	12	100.0
10. การกำหนดราคาข้าวสาร		
- ตามราคาตลาด	8	66.6
- ต้นทุนบวกกำไร	2	16.7
- ต้นทุนบวกกำไร และอิงกับราคาตลาด	2	16.7
11. เงื่อนไขทางการเงินในการขายข้าวสาร *		
- เงินเชื่อ	12	100.0
- เงินสด	9	75.0
12. ระยะเวลาการชำระเงินเชื่อ (วัน)		
- ≤ 15	4	33.3
- 15 – 30	8	66.7
เฉลี่ย	21.3	

หมายเหตุ : \* ผู้ตอบ 1 รายสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

#### 4.3 ศักยภาพของการดำเนินธุรกิจโรงสีข้าวขนาดกลาง

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพในการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวในที่นี่จะพิจารณาจากจุดแข็ง และโอกาสของการดำเนินธุรกิจโรงสีข้าวด้านการผลิต และการตลาด รายละเอียดดังตารางที่ 4.6

##### 1) จุดแข็งด้านการผลิต

จุดแข็งในการดำเนินธุรกิจโรงสีข้าวด้านการผลิต ประกอบด้วย ใกล้เคียงวัดฤดูบิ มีเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ สถานที่ตั้ง และกำลังการผลิต โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.6 ศักยภาพของการดำเนินธุรกิจโรงสีข้าวขนาดกลาง

รายการ	จำนวน ( n = 12)	ร้อยละ
<b>1. ด้านการผลิต *</b>		
- ใกล้เคียงวัตถุดิบ	11	91.7
- เครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ	9	75.0
- สถานที่ตั้งของโรงสี	8	66.7
- กำลังการผลิต	7	58.3
- ต้นทุนการผลิตและความสามารถในการทำกำไร	5	41.7
<b>2. ด้านการตลาด *</b>		
- ค่านิยมในการบริโภคข้าวพันธุ์พื้นเมือง	8	66.7
- การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการโรงสีข้าวรายเก่าและการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่	5	41.7
- ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	5	41.7
- การกำหนดราคาข้าวสาร	2	16.7

หมายเหตุ : \* ผู้ตอบ 1 รายสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

### 1.1) ใกล้เคียงวัตถุดิบ

โรงสีข้าวส่วนใหญ่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ และยังเป็นจุดศูนย์กลางรับซื้อข้าวเปลือกจากอำเภอใกล้เคียง เช่น ปากพนัง เขียวใหญ่ และอำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ช่วยเอื้อให้การจัดซื้อจัดหา และการดูแล ดำเนินการได้สะดวก อีกทั้งช่วยลดภาระต้นทุนการขนส่ง และทำให้ต้นทุนรวมการผลิตต่ำลง

### 1.2) เครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

โรงสีข้าวส่วนใหญ่มีเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เช่น เครื่องวัดความชื้นที่มีคุณภาพ ช่วยลดข้อได้เปรียบระหว่างชาวนากับโรงสี มีเครื่องอบขนาดใหญ่ที่สามารถอบข้าวได้จำนวนมากและมีคุณภาพ ไม่เกิดความเสียหายต่อเมล็ดข้าว ซึ่งจะช่วยเพิ่มคุณภาพในการสี อีกทั้งมีอุปกรณ์ในการบรรจุ (Packaging) เช่น จักรเย็บกระสอบ ช่วยลดความเสียหายของข้าวสารในระหว่างการขนส่ง

### 1.3) สถานที่ตั้ง

โรงสีข้าวในอำเภอหัวไทรส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีการคมนาคมสะดวก ซึ่งเอื้อต่อการซื้อขายข้าว ส่วนใหญ่อยู่ริมถนนทางหลวงชนบทหมายเลข นศ.2069 (บ.เขาพังไกร - หัวไทร)

และหมายเลข นศ.2026 (บ.หัวไทร - บ.เขาพังไกร) นอกจากนี้ การที่โรงสีข้าวเป็นโรงงานที่ก่อให้เกิดมลภาวะทางเสียง และฝุ่นละออง ซึ่งมักส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมรอบข้าง แต่ด้วยสภาพพื้นที่ตั้งส่วนใหญ่ของโรงสีข้าวตั้งอยู่บริเวณกลางทุ่งนา ห่างไกลจากแหล่งชุมชน จึงไม่ก่อให้เกิดความเดือดร้อนแก่ประชาชนในพื้นที่

#### 1.4) กำลังการผลิต

ในช่วงฤดูกาลที่ข้าวเปลือกออกสู่ตลาด โรงสีสามารถผลิตข้าวได้เต็มกำลังการผลิต และผลิตอย่างต่อเนื่องอยู่ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ – พฤษภาคม ซึ่งเป็นช่วงข้าวเปลือกนาปี และช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน ซึ่งเป็นช่วงข้าวเปลือกนาปรัง การผลิตข้าวสารของโรงสีมีการวางแผนการผลิตตามคำสั่งซื้อ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ ทำให้ทางโรงสีผลิตได้ทันต่อความต้องการของลูกค้า จะสังเกตได้ว่า การที่โรงสีข้าวขนาดกลางในอำเภอหัวไทร มีกำลังการผลิตเฉลี่ยคือ 11.8 ตันต่อวัน ซึ่งกำลังการผลิตดังกล่าวไม่มากหรือน้อยจนเกินไป มีความสอดคล้องกับปริมาณข้าวเปลือกที่มีอยู่ในตลาดในช่วงเดือนดังกล่าว ซึ่งในการขับเคลื่อนเครื่องจักรแต่ละครั้ง ผู้ประกอบต้องพิจารณาแล้วว่าจะคุ้มทุนหรือไม่ และในช่วง 4 เดือนที่ไม่มีข้าวเปลือกหรือข้าวเปลือกมีน้อย ทางโรงสีข้าวไม่มีการสั่งซื้อเร่งด่วนจากลูกค้า หรือไม่สามารถหาข้าวเปลือกจากแหล่งอื่นได้ ทางโรงสีก็จะทำการซ่อมบำรุงเครื่องจักรและอุปกรณ์

#### 2) จุดแข็งและโอกาสด้านการตลาด

จุดแข็งและโอกาสของการดำเนินธุรกิจโรงสีข้าวด้านการตลาด ประกอบด้วย ค่านิยมในการบริโภคข้าวพันธุ์พื้นเมือง โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 2.1) ค่านิยมในการบริโภคข้าวพันธุ์พื้นเมือง

ผู้บริโภคข้าวในปัจจุบัน นิยมบริโภคข้าวเจ้าพันธุ์พื้นเมืองมากขึ้น เช่นเดียวกับคนได้ที่นิยมบริโภคพันธุ์ข้าวเหนียว โดยเฉพาะในเขต 3 จังหวัดชายแดนใต้ซึ่งมียอดคำสั่งซื้อเข้ามาสม่ำเสมอ ดังนั้นโอกาสทางธุรกิจของโรงสีข้าว น่าจะเป็นธุรกิจที่มีความมั่นคง และอยู่คู่กับคนได้ตลอดทั้งคนไทยอีกยาวนาน ตราบเท่าที่ข้าวยังมีความสำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย ถ้าผู้ประกอบการมีความสามารถในการจัดการทั้งระบบของธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

#### 4.4 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

ผลการวิเคราะห์ปัญหาในการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวในที่นี้จะพิจารณาจากจุดอ่อน และ/หรืออุปสรรค ของการดำเนินธุรกิจโรงสีข้าวด้านการผลิต การตลาด และการเงิน รายละเอียดดังตารางที่ 4.7



ตารางที่ 4.7 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

รายการ	จำนวน ( n = 12)	ร้อยละ
<b>1. ด้านการผลิต *</b>		
- แรงงาน	9	75.0
- ต้นทุนในการผลิตสูง	8	66.7
- ปริมาณข้าวเปลือกไม่สอดคล้องกับกำลังการผลิต	8	66.7
- วัตถุดิบมีคุณภาพต่ำ	8	66.7
<b>2. ด้านการตลาด *</b>		
- ราคาข้าวเปลือกและข้าวสารขาดเสถียรภาพ	11	91.7
- การแข่งขันสูงแต่ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย	7	58.3
- ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านการตลาด	2	16.7
<b>3. ด้านการเงิน *</b>		
- ขาดสภาพคล่องและเงินทุนหมุนเวียน	9	75.0
- รายรับของธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย	7	58.3
- ขาดแคลนแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ	4	33.3

หมายเหตุ : \* ผู้ตอบ 1 รายสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

### 1) จุดอ่อนและอุปสรรคด้านการผลิต

จุดอ่อนและอุปสรรคด้านการผลิต ประกอบด้วยประเด็นด้านแรงงาน ต้นทุนในการผลิตสูง ปริมาณข้าวเปลือกไม่สอดคล้องกับกำลังการผลิต และวัตถุดิบมีคุณภาพต่ำ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1.1) แรงงาน

การใช้แรงงานในโรงสีข้าวมีทั้งการใช้แรงงานในพื้นที่ และแรงงานต่างด้าว แต่ยังคงขาดแคลนอยู่ โดยเฉพาะแรงงานที่มีคุณภาพ เนื่องจากการทำงานในโรงสีข้าวมีมลภาวะทางเสียง และฝุ่นละออง อีกทั้งเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานในการแบกหาม การควบคุมเครื่องจักร ซึ่งปัจจุบันแรงงานไทยในกลุ่มนี้มีน้อย แรงงานไทยส่วนใหญ่ต้องการทำงานในอุตสาหกรรมที่สะอาด และมีค่าตอบแทนที่แน่นอนกว่า นอกจากนี้อัตราค่าแรงที่สูง และเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากค่าครองชีพที่สูงขึ้น ทำให้โรงสีข้าวต้องอาศัยแรงงานต่างด้าว แต่ในขณะที่เดียวกันกลับต้องประสบกับปัญหาด้านการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าว เนื่องจากแรงงานต่างด้าวต้องทำการจดทะเบียนปีต่อปี โรงสีข้าวจึงไม่สามารถจ้างแรงงานต่างด้าวอย่างต่อเนื่องได้ เนื่องจากแรงงานต่าง

ข้าวไม่ต่อใบอนุญาต ผู้ประกอบการต้องหาแรงงานใหม่ทุกปี ส่งผลให้ต้องสูญเสียแรงงานที่มีทักษะ และต้องฝึกแรงงานใหม่อยู่เรื่อยๆ

### 1.2) ต้นทุนการผลิตสูง

การที่เกษตรกรไม่ได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการผลิตข้าวเปลือก และผู้ประกอบการโรงสีข้าวไม่สามารถควบคุมคุณภาพของข้าวเปลือกให้มีคุณภาพเดียวกันได้ เป็นการเพิ่มภาระด้านต้นทุนการจัดการวัตถุดิบ อีกทั้งบางช่วงของฤดูกาล ต้องประสบกับภาวะขาดแคลนข้าวเปลือก ราคาข้าวมีการผันผวนในแต่ละฤดูกาล รวมทั้งค่าจ้างแรงงาน ราคาน้ำมันที่มีราคาสูง ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ในที่สุดโรงสีได้กำไรน้อยหรือขาดทุน

### 1.3) ปริมาณข้าวเปลือกไม่สอดคล้องกับกำลังการผลิต

เนื่องจากข้าวเปลือกในแต่ละฤดูกาลมีปริมาณที่ไม่แน่นอน บางช่วงที่ปริมาณข้าวเปลือกออกสู่ตลาดมาก โรงสีข้าวสีข้าวไม่ทัน และในบางช่วงที่เกิดภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม การเกิดโรครະบาดข้าว ส่งผลให้ผลผลิตข้าวเปลือกออกสู่ตลาดน้อย ปริมาณข้าวเปลือกป้อนโรงสีมีน้อย ทำให้กำไรที่ได้ไม่คุ้มต่อการเดินเครื่องจักรในแต่ละครั้ง

### 1.4) วัตถุดิบมีคุณภาพต่ำ

ปัญหาวัตถุดิบมีคุณภาพต่ำ เป็นปัญหาสำคัญของโรงสีข้าว ซึ่งคุณภาพข้าวเปลือกส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของข้าวสาร เช่น ข้าวมีเมล็ดสั้น เล็ก และลีบ ปัญหาข้าวสารเหลือง และการเก็บข้าวเปลือกที่ตากไม่แห้งแล้วนำไปสี ปัญหาข้าวเป็นโรค เมื่อนำไปสีจะทำให้จมูกข้าวดำ และพบสิ่งเจือปนในข้าวเปลือก เช่น ดอกหญ้า กอพง เป็นต้น ส่งผลให้ข้าวสารที่ได้มีคุณภาพไม่ตรงกับความต้องการของตลาด

## 2) จุดอ่อนและอุปสรรคด้านการตลาด

จุดอ่อนและอุปสรรคด้านการตลาด ประกอบด้วย ราคาข้าวเปลือกและข้าวสารขาดเสถียรภาพ และการแข่งขันสูงแต่ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 2.1) ราคาข้าวเปลือกและข้าวสารขาดเสถียรภาพ

ผู้ประกอบการโรงสีข้าวต้องประสบกับสภาวะเสี่ยง และยากต่อการคาดการณ์สถานการณ์ เพื่อการวางแผนการผลิต การจัดจำหน่าย และการเงินในอนาคต เนื่องจากราคาข้าวในประเทศเคลื่อนไหวตามราคาตลาดโลก ส่งผลให้ราคาในประเทศปรับเปลี่ยนตามไปด้วย ราคาข้าวเปลือกและข้าวสารขาดเสถียรภาพ ซึ่งสาเหตุเกิดจากผลผลิตกระจายตัวไม่สม่ำเสมอ มีการกระจุกตัวช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยว นอกจากนี้โรงสีข้าวต้องประสบกับปัญหาการแข่งขันกับโครงการรับจำนำข้าวของรัฐบาล โดยเฉพาะโรงสีข้าวที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ ต้องรับภาระต้นทุนการผลิตที่สูงกว่าภาวะปกติ เพราะต้องกำหนดราคาซื้อขายให้ใกล้เคียงกับราคาของโครงการรับจำนำ

และในบางครั้งมีการทุ่มตลาดของข้าวจํานำรัฐบาล (ราคาถูก) ส่งผลให้โรงสี แข่งกันลดราคา โรงสีข้าวขนาดเล็ก และขนาดกลาง ต้องเสียเปรียบโรงสีข้าวขนาดใหญ่

### 2.2) การแข่งขันสูงแต่ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย

ปัญหาตลาดยังไม่กว้างมากนัก เนื่องจากจำนวนลูกค้ามีน้อย โดยเฉพาะในช่วงที่ ปริมาณข้าวภาคกลางออกสู่ตลาดมาก เกิดภาวะข้าวล้นตลาด ราคาข้าวภาคกลางถูกลง ดึงให้ราคา ข้าวภาคใต้ถูกตามไปด้วย ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องแสวงหาตลาดใหม่ และแย่งกันขายข้าวสาร เพื่อระบายข้าวสารออกจากสต็อก โดยเฉพาะโรงสีข้าวขนาดกลาง ที่มีทุนในการดำเนินการ ก่อนข้างจำกัด

### 3) จุดอ่อนด้านการเงิน

ปัญหาและอุปสรรคด้านการเงินประกอบด้วย ขาดสภาพคล่องและเงินทุนหมุนเวียน รายได้และยอดขายของธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้า โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 3.1) ขาดสภาพคล่องและเงินทุนหมุนเวียน

เนื่องจากโรงสีข้าวซื้อข้าวจากเกษตรกรด้วยเงินสด แต่จำหน่ายข้าวให้กับลูกค้า ด้วยเงินเชื่อ โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลที่มีข้าวเปลือกออกมามากๆ ทำให้ซื้อข้าวเปลือกได้ในปริมาณที่ จำกัด ขาดแหล่งเงินทุนที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงาน ส่งผลให้โรงสีข้าวต้องชะงักการรับซื้อ ข้าวเปลือก เนื่องจากการขาดสภาพคล่องทางการเงิน

#### 3.2) รายรับของธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย

ราคาข้าวที่มีการผันผวนตลอดเวลา และความไม่แน่นอนของปริมาณข้าวเปลือก ในแต่ละฤดูกาล ทำให้ผู้ประกอบการโรงสีข้าวต้องเสี่ยงกับต้นทุนการผลิตที่ไม่สอดคล้องกับ รายรับที่ควรจะได้ เนื่องจากโรงสีข้าวส่วนใหญ่ยังขาดความสามารถในการคาดการณ์ การวางแผนด้านการผลิต และการตลาด เกิดปัญหาด้านการจัดสรรเงินทุนในธุรกิจ ทำให้รายรับของ ธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าที่กำหนดไว้

## 4.5 ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทำให้ทราบว่าผู้ประกอบการมีความต้องการสนับสนุน จากภาครัฐ รายละเอียดดังตารางที่ 4.8

1) ปรับปรุงการรับจํานำข้าวให้สอดคล้องและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย เนื่องจากโครงการ รับจํานำข้าวของรัฐบาล เป็นการสร้างงานให้คนงานในโรงสีข้าว และไม่ต้องใช้เงินทุนของโรงสี ข้าวเอง อีกทั้งโรงสีข้าวยังได้ผลตอบแทนคือ ผลพลอยได้จากการสี เช่น ปลายข้าว รำ แกลบ แต่ ปัญหาการจัดสรรเงินทุนของโรงสีข้าว ส่งผลให้ผู้ที่เข้าร่วมโครงการส่วนใหญ่เป็นโรงสีข้าว ขนาดใหญ่และขนาดกลางที่มีเงินทุน โรงสีข้าวดังกล่าวจึงสามารถรับซื้อ และผลิตข้าวได้มากกว่า

บางครั้งทำให้โรงสีข้าวที่ไม่เข้าร่วมโครงการต้องแบกรับราคาที่สูงตามราคาโครงการรับจำนำ และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเพิ่มเติมพบว่า ระเบียบและขั้นตอนของโครงการรับจำนำข้าวของรัฐบาลค่อนข้างซับซ้อน และมีความยุ่งยาก ส่งผลให้ขาดแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการรับจำนำของรัฐบาล

2) จัดหาแรงงานต่างด้าว และปรับปรุงระบบการขึ้นทะเบียนแรงงานต่างด้าว เนื่องจากยังมีความยุ่งยากในการขอใช้แรงงานต่างด้าว และผู้ประกอบการยังคงกลัวในด้านความปลอดภัย

3) สนับสนุนด้านเงินทุน ดอกเบี้ยต่ำเพื่อใช้ซื้อวัตถุดิบในการทำการผลิต ตลอดจนทั้งการสนับสนุนในการลงทุนเครื่องจักร และเทคโนโลยีใหม่ๆ ทั้งนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานมานาน การเปลี่ยนแปลงกระบวนการ หรือขั้นตอนการผลิตค่อนข้างยาก และต้องใช้เงินทุนสูง จำเป็นต้องใช้ต้นทุนสูง

4) ส่งเสริม และให้ความรู้แก่ชาวนา ด้านการผลิตอย่างจริงจัง และสอดคล้อง เชื่อมโยงกับทั้งระบบ ตั้งแต่การเลือกเมล็ดพันธุ์ การกำกับดูแลขั้นตอนการเพาะปลูก การบำรุงรักษาต้นข้าว การเก็บเกี่ยว การดูแลปรับสภาพดินหลังการเก็บเกี่ยว และให้คำปรึกษาตรงตามวิธีการที่ทันสมัย เพื่อให้ได้ข้าวเปลือกที่มีคุณภาพ

5) รักษาเสถียรภาพของราคาข้าว เนื่องจากโรงสีข้าวได้รับผลกระทบจากการผันผวนของราคา ซึ่งการกำหนดราคาข้าวสารและราคาข้าวเปลือกของรัฐบาล ยังไม่สอดคล้องกับต้นทุนการผลิต และควรมีการส่งเสริมด้านการส่งออกข้าวในพื้นที่ภาคใต้ ให้มีรูปแบบ และขั้นตอนในการส่งออกที่ง่าย ขึ้น ตลอดจนการทบทวนนโยบายด้านภาษี เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจโรงสีข้าวให้มีการแข่งขันเพิ่มขึ้น

#### ตารางที่ 4.8 ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง

รายการ *	จำนวน (n = 12)	ร้อยละ
1. ปรับปรุงการรับจำนำข้าวให้สอดคล้องและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย	7	58.3
2. จัดหาแรงงานต่างด้าว	5	41.7
3. สนับสนุนด้านเงินทุน ดอกเบี้ยต่ำ	3	25.0
4. ส่งเสริม และให้ความรู้แก่ชาวนา ด้านการผลิตอย่างจริงจัง และสอดคล้อง เชื่อมโยงกับทั้งระบบ	2	16.7
5. รักษาเสถียรภาพของราคาข้าว	1	8.3
6. ส่งเสริมด้านการส่งออกข้าวในพื้นที่ภาคใต้	1	8.3
7. นโยบาย เช่น ด้านภาษี และด้านอื่นๆ	1	8.3

หมายเหตุ : \* ผู้ตอบ 1 รายสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้เป็นการสรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ รวมถึงข้อจำกัดในการทำวิจัย และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาศักยภาพและปัญหาของกิจการโรงสีข้าวขนาดกลางในพื้นที่ อำเภอบางบาล จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ลักษณะของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง 2) ลักษณะการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง 3) ศักยภาพและปัญหาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง และ 4) ความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงสีข้าวจำนวน 12 ราย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

##### 5.1.1 ลักษณะของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง

ผู้ประกอบการโรงสีข้าวร้อยละ 58.3 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 44.26 ปี มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษาร้อยละ 33.3 รายได้เฉลี่ย 36,416.7 บาท/เดือน มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงสีข้าวเฉลี่ย 18.6 ปี มีการถือครองที่ดินเฉลี่ย 34.9 ไร่ ร้อยละ 66.7 ของผู้ประกอบการมีพื้นที่ทำนา และมีพื้นที่ทำนาเฉลี่ย 29.1 ไร่ โดยผู้ประกอบการได้รับความรู้และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรงสีข้าวจากสื่อ โทรทัศน์ วิทยุ เว็บไซต์ เป็นต้น

ผู้ประกอบการโรงสีข้าวมีภาระหนี้สิน คิดเป็นร้อยละ 83.3 โดยมีหนี้สินเฉลี่ย 2.6 ล้านบาท มีหนี้สินในระบบสถาบันการเงินเฉลี่ย 2 ล้านบาท มีหนี้สินนอกระบบสถาบันการเงินเฉลี่ย 6 แสนบาท กู้ยืมเงินเพื่อใช้ประกอบธุรกิจโรงสีข้าว เช่น สร้างโรงเรือน ซ่อมเครื่องจักร เครื่องอบข้าว รถบรรทุก ข้าวเปลือก เป็นต้น แหล่งเงินกู้ที่สำคัญ ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และเงินนอกระบบสถาบันการเงิน เช่น เครือญาติ

### 5.1.2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

#### 1) ลักษณะทั่วไปของธุรกิจโรงสีข้าว

โรงสีข้าวทุกโรงมีรูปแบบความเป็นเจ้าของแบบเจ้าของคนเดียว มีขนาดของเงินลงทุนเฉลี่ย 5.9 ล้านบาท มีระยะเวลาในการดำเนินงานมาแล้วเฉลี่ย 24.5 ปี มีแรงงานเฉลี่ย 6.7 คน มีแรงงานในพื้นที่เฉลี่ย 4.8 คน และแรงงานต่างด้าวเฉลี่ย 5.4 คน

#### 2) สถานการณ์การผลิต

โรงสีข้าวสีข้าว 2 ชนิด คือ ข้าวชัยนาท และข้าวเหนียว มีการผลิตข้าว 5 เกรด คือ ข้าวขาว 5% 10% 15% 25% และ 100% มีกำลังการผลิตเฉลี่ย 11.8 ตัน/วัน มีอัตราการแปรสภาพข้าวเปลือกเฉลี่ยร้อยละ 58.2 สำหรับความสามารถในการผลิตข้าวสาร โรงสีข้าวผลิตข้าวได้ไม่เต็มกำลังการผลิต เนื่องจากข้าวเปลือกมีปริมาณไม่แน่นอน และในปี 2551 ตลาดมีความต้องการข้าวมาก เกิดการแข่งขัน และแย่งชิงข้าวเปลือกจากโรงสีข้าวในพื้นที่ทำให้ซื้อข้าวได้ในปริมาณที่จำกัด

โรงสีมีแหล่งข้าวเปลือกจากเกษตรกรที่ทำนา พ่อค้ารวบรวม และที่นาของตนเอง โดยโรงสีจัดซื้อข้าวเปลือกจากการส่งพนักงานออกไปรับซื้อจากเกษตรกรโดยตรง และรับซื้อหน้าโรงสี มีการชำระเงินทั้งแบบเงินสดและเงินเชื่อ ร้อยละ 66.7 ของโรงสีข้าวมีปัจจัยที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการแบ่งชั้นคุณภาพข้าวเปลือกคือ ความชื้น และสิ่งเจือปน ใช้วิธีการในการตรวจสอบคุณภาพข้าวเปลือกด้วยตาเปล่า และตรวจด้วยเครื่องวัดความชื้น เมื่อคุณภาพข้าวได้ไม่ตรงกับความต้องการ โรงสีข้าวดำเนินการโดยอบด้วยเครื่องอบ ตากแดดและส่งกลับคืนผู้ขาย หากการต่อรองราคาไม่สำเร็จ ราคาข้าวเปลือกจะกำหนดตามราคาตลาด และคุณภาพของข้าวเปลือก โรงสีข้าวไม่มีมาตรการในการควบคุมปริมาณข้าวเปลือก และค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษาข้าวเปลือกค่อนข้างสูง

ต้นทุนการผลิตของโรงสีข้าวประกอบด้วย ต้นทุนวัตถุดิบ (ข้าวเปลือก) ต้นทุนในการดำเนินการ เช่น ค่าแรงงาน น้ำมัน เป็นต้น และ ต้นทุนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ดังนั้น หากราคาข้าวเปลือก แรงงาน และค่าน้ำมันมีการเปลี่ยนแปลง ส่งผลกระทบต่อต้นทุนเป็นจำนวนมาก ด้านแรงงาน และค่าน้ำมันที่ใช้ในการขนส่งจะเป็นตัวชี้วัดกำไรขาดทุนของโรงสีข้าวได้ ผลพลอยได้หลักจากการสีข้าว คือ ปลายข้าว รำ และแกลบ โดยปลายข้าวและรำ ทางโรงสีจำหน่ายให้กับฟาร์มเลี้ยงสัตว์ หรือโรงงานผลิตอาหารสัตว์ ส่วนแกลบ จำหน่ายให้กับโรงงานทำปุ๋ย โรงงานปูนซีเมนต์ โรงเผาอิฐ และฟาร์มเลี้ยงไก่ นอกจากนี้ โรงสีข้าวบางโรงยังใช้เป็นพลังงานเชื้อเพลิงในการอบข้าวอีกด้วย

#### 3) สถานการณ์การตลาด

โรงสีข้าวทั้งหมดจำหน่ายข้าวสารทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัดเฉลี่ยร้อยละ 58.3 และร้อยละ 38.3 ตามลำดับ กลุ่มลูกค้าในจังหวัดได้แก่ ลูกค้าในอำเภอเมืองนครศรีธรรมราช หัวไทร ปากพนัง เขียวใหญ่ และทุ่งสง ตลาดต่างจังหวัด ได้แก่ สุราษฎร์ธานี สงขลา ตรัง ปัตตานี ยะลา

นราธิวาส พัทลุง โรงสีข้าวทุกโรงขายข้าวสารแบบเงินเชื่อ และร้อยละ 75.0 ขายแบบเงินสด สำหรับช่องทางการจัดจำหน่ายข้าวสารมี 3 ช่องทางคือ ร้านค้าส่ง ร้านค้าปลีก และจำหน่ายปลีกเอง โดยมีลูกค้าเฉลี่ย 5.6 6.7 และ 17.8 ราย ตามลำดับ และโรงสีข้าวทุกโรงมียอดการสั่งซื้อข้าวตลอดทั้งปี มีเกณฑ์ในการกำหนดราคาข้าวโดยพิจารณาจากราคาของคู่แข่งในตลาด ประกอบกับสถานการณ์ในท้องถิ่น และความต้องการข้าวเปลือกของโรงสีเอง

### 5.1.3 ศักยภาพและปัญหาในการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

โดยสรุป การดำเนินธุรกิจโรงสีข้าวขนาดกลางมีศักยภาพโดยพิจารณาจากจุดแข็ง ได้แก่ อยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบ มีเครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ สถานที่ตั้งอยู่ในที่การคมนาคมสะดวก และห่างไกลจากแหล่งชุมชน กำลังการผลิตสอดคล้องกับปริมาณข้าวเปลือก โดยเฉพาะในช่วงที่ข้าวเปลือกนาปีและข้าวเปลือกนาปรังออกสู่ตลาด และพิจารณาจากโอกาส ได้แก่ ค่านิยมในการบริโภคข้าวพันธุ์พื้นเมือง โดยเฉพาะข้าวเหนียว

ส่วนปัญหาในการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าว ซึ่งพิจารณาจากจุดอ่อน ได้แก่ การขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพและอัตราค่าจ้างแรงงานที่สูง ต้นทุนในการผลิตสูง ปริมาณข้าวเปลือกไม่สอดคล้องกับกำลังการผลิต ขาดสภาพคล่องและเงินทุนหมุนเวียน รายได้และยอดขายของธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้า และจากอุปสรรคได้แก่ วัตถุดิบมีคุณภาพต่ำ ราคาข้าวเปลือกและข้าวสารขาดเสถียรภาพ การแข่งขันสูงแต่ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย

### 5.1.4 ความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง โรงสีมีความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐดังนี้

- 1) ปรับปรุงการรับจำนำข้าวให้สอดคล้องและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย
- 2) จัดหาแรงงานต่างด้าว และปรับปรุงระบบการขึ้นทะเบียนแรงงานต่างด้าว เนื่องจากยังมีความยุ่งยากในการขอใช้แรงงานต่างด้าว และผู้ประกอบการยังกลัวในด้านความปลอดภัย
- 3) สนับสนุนด้านเงินทุน ดอกเบี้ยต่ำเพื่อใช้ซื้อวัตถุดิบในการทำการผลิต ตลอดทั้งการสนับสนุนในการลงทุนเครื่องจักร และเทคโนโลยีใหม่ ๆ
- 4) ส่งเสริม และให้ความรู้แก่ชาวนา ด้านการผลิตอย่างจริงจัง และสอดคล้องเชื่อมโยงกับทั้งระบบ ตั้งแต่การเลือกเมล็ดพันธุ์ การกำกับดูแลขั้นตอนการเพาะปลูก การบำรุงรักษาต้นข้าว การเก็บเกี่ยว การดูแลปรับสภาพดินหลังการเก็บเกี่ยว และให้คำปรึกษาตรงตามวิธีการที่ทันสมัย เพื่อให้ได้ข้าวเปลือกที่มีคุณภาพ
- 5) รักษาเสถียรภาพของราคาข้าว เนื่องจากโรงสีข้าวได้รับผลกระทบจากการผันผวนของราคา ซึ่งการกำหนดราคาข้าวสารและราคาข้าวเปลือกของรัฐบาล ยังไม่สอดคล้องกับต้นทุนการผลิต และควรมีการส่งเสริมด้านการส่งออกข้าวในพื้นที่ภาคใต้ ให้มีรูปแบบ และขั้นตอนในการ

ส่งออกที่ง่าย ขึ้น ตลอดจนการทบทวนนโยบายด้านภาษี เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจ โรงสีข้าวให้มีการแข่งขันเพิ่มขึ้น

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาลักษณะของผู้ประกอบการ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ การวิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ และความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐของโรงสีข้าวขนาดกลางในพื้นที่อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐ และผู้ประกอบการโรงสีข้าว ดังนี้

### 5.2.1 ภาครัฐ

(1) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลางนั้นประสบปัญหาข้าวเปลือกมีคุณภาพต่ำ และความไม่สอดคล้องของปริมาณข้าวเปลือกกับกำลังการผลิต ทำให้โรงสีข้าวผลิตข้าวได้คุณภาพที่ไม่ตรงกับความต้องการ ต้องแบกรับภาระต้นทุนในการผลิตที่สูงกว่าสภาพความเป็นจริง และการแย่งซื้อข้าวเปลือก (ช่วงขาดแคลนวัตถุดิบ) ดังนั้นเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องส่งเสริมและสนับสนุนในหลายๆ องค์ประกอบ เช่น ภาคเกษตรในด้านข้อมูลวิชาการ ข้อมูลด้านการผลิต การวิจัยและพัฒนาพันธุ์ข้าวให้เหมาะสมในพื้นที่และตรงกับความต้องการของตลาด การควบคุมราคาปัจจัยการผลิต เช่น ปุ๋ย สารเคมี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อต้นทุนการผลิตรวมของชาวนา ตลอดจนพัฒนาและปรับปรุงระบบชลประทานให้เพียงพอและเกิดประสิทธิภาพการผลิตสูงสุด

(2) จากการศึกษาพบว่ายังมีผู้ประกอบการไม่น้อยที่ขาดแคลนเงินทุนดอกเบี้ยต่ำในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นรัฐบาลควรจัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำเพื่อสร้างสภาพคล่องทางการเงินแก่ผู้ประกอบการ ในการรับซื้อและการสต็อกข้าวเปลือกให้มากขึ้น สามารถได้เต็มกำลังการผลิต และควรสนับสนุนให้มีการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจเพื่อให้ความรู้ และคำปรึกษาสถานประกอบการ เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านต่างๆ ให้สูงขึ้น

(3) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลางนั้นประสบปัญหาการแข่งขันด้านราคา การทุ่มตลาดของโครงการรับจำนำข้าวของรัฐบาล ดังนั้นเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว รัฐบาลควรทบทวนการดำเนินงานนโยบายดังกล่าว

(4) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการโรงสีข้าวต้องประสบกับสถานะเสี่ยง และยากต่อการคาดการณ์สถานการณ์ เพื่อการวางแผนการผลิต และจัดจำหน่าย และการเงินในอนาคต เนื่องจากความผันผวนของราคาข้าว ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐบาลต้องดำเนินการแก้ไขปัญหา โดยการสนับสนุนให้โรงสีข้าวเข้าร่วมในตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า เพื่อประกันความเสี่ยงจากการผันผวนด้านราคาดังกล่าว



### 5.2.2 ผู้ประกอบการ

(1) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลางนั้นประสบปัญหาขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานที่มีคุณภาพ และใช้แรงงานในการแบกหาม ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการควรจัดหาแรงงานที่มีคุณภาพ และเพิ่มสวัสดิการต่างๆ เช่น วันหยุด ค่าอาหาร ค่ารักษาพยาบาล และการให้เงินค่าล่วงเวลาการทำงาน เป็นต้น ตลอดจนปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานในโรงสีข้าว เช่น เรื่องเสียง ฝุ่นละออง สร้างแรงจูงใจให้แรงงานทำงานอย่างต่อเนื่อง

(2) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลางนั้นประสบปัญหา คือ ช่องทางในการจัดจำหน่ายไม่กว้างมากนัก และมีการแข่งขันกันด้านราคาในบางช่วง ดังนั้นเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหา ผู้ประกอบการควรสร้างความร่วมมือ และการรวมกลุ่มกันภายในอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และลดความรุนแรงของการแข่งขันทางด้านราคารวมถึงจัดหาตลาดให้กลุ่มสมาชิก รวมถึงการออกแบบ และสร้างตราสินค้า เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้สูงขึ้น

(3) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการประสบปัญหาการจัดสรรเงินทุนในธุรกิจ เช่น รายรับของธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย การซื้อวัตถุดิบเงินสด และขายข้าวสารเงินเชื่อทำให้ขาดสภาพคล่องทางการเงินในธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญด้านการบันทึกการทางการเงินให้เป็นระบบ เพื่อใช้ในการประเมินสถานะทางการเงิน ตลอดจนใช้ในการวางแผน การผลิต และการตลาดเพื่อลดต้นทุนการผลิตต่อไป

(4) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการประสบปัญหาราคาที่ขาดเสถียรภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการควรเข้าร่วมในตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้าเพื่อประกันความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

### 5.3 ข้อจำกัดในการวิจัย

สำหรับข้อจำกัดในการทำวิจัยในครั้งนี้ คือ

1. ข้อมูลทุติยภูมิ ไม่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ทันสมัย เช่น ข้อมูลด้านรายชื่อการจดทะเบียนที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบการธุรกิจ ข้อมูลสถานการณ์การผลิตในภาพรวมของอุตสาหกรรม ภูมิภาค และรายจังหวัด

2. ข้อมูลปฐมภูมิในการเก็บข้อมูลไม่สามารถเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการได้ทั้งหมด เนื่องจากผู้ประกอบการบางส่วนเลิกกิจการ และบางรายไม่สามารถให้ข้อมูลได้ เนื่องจากมีภารกิจและข้อจำกัดด้านเวลา และในการสอบถาม ผู้วิจัยต้องทำความเข้าใจกับปัจจัยที่เป็นโอกาสอุปสรรค จุดอ่อน จุดแข็ง ให้แก่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ทำให้ใช้เวลาในการสอบถามมาก และมี

บางรายที่ไม่เข้าใจมีการให้ข้อมูลผิดพลาด ต้องมีการสอบถามใหม่ทางโทรศัพท์ นอกจากนี้ผู้ประกอบการบางรายไม่ให้ข้อมูลที่แท้จริง เช่น จำนวนรายได้ ซึ่งทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลเกิดความผิดพลาดได้

#### 5.4 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายพื้นที่ในการศึกษาไปยังจังหวัดอื่นๆ ในภาคใต้ เพื่อนำผลวิจัยมาเปรียบเทียบกัน และนำผลที่ได้มาทำการแก้ไข ควบคู่ไปกับการพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และยั่งยืนต่อไป

2. สำหรับการศึกษานี้เป็นการศึกษาถึงศักยภาพและปัญหาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการโรงสีข้าวเพียงอย่างเดียว ยังไม่ได้ศึกษาควบคู่ไปกับกลุ่มชาวนา จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในปัญหาของชาวนาพิจารณาประกอบกัน ทำให้เห็นภาพรวมของปัญหา และทุกฝ่ายร่วมกันแก้ไขปัญหาให้ใกล้เคียงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด

3. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมต่อเนื่องข้าว หรือพฤติกรรมด้านการบริโภคข้าว เพื่อให้ทราบถึงความต้องการ และช่องทางในการจัดจำหน่ายข้าวให้กว้างขึ้น

## บรรณานุกรม

- กองวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. 2537. การผลิตและการตลาดข้าว. เอกสารเศรษฐกิจการเกษตร เลขที่ 52/2537. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
- ขจรจบ กุสุมาวดี. 2547. ความขัดแย้งระหว่างรัฐ ทูน และท้องถิ่น: ศึกษาจากการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ บริเวณตำบลเกาะเพชร และตำบลท่าขอม อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช. รายงานวิจัยในโครงการ “ภูมิปัญญาที่กษณจากวรรณกรรมและพฤติกรรม” ภายใต้ศาสตราจารย์สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์, โดยการสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- ณรงค์ บุญสวยขวัญ และคณะ. 2547. รายงานผลการศึกษาวิจัย เรื่อง โครงการการศึกษาลำดับความสำคัญของปัญหาและความต้องการของประชาชนเพื่อการวิจัยและพัฒนาพื้นที่ลุ่มน้ำปากพนัง กลุ่มนาข้าว. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ร่วมกับกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ดาเรศร์ กิตติโยภาส และคณะ. 2547. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการการศึกษาการจัดระบบการใช้เครื่องอบแห้งและนางข้าวเปลือกของกลุ่มเกษตรกรที่มีความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ทิพย์กมล ขวัญเมือง. 2550. ศักยภาพของอุตสาหกรรมนมมื่ออย่างธรรมชาติในประเทศไทย. สงขลา: สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- บัลลังก์ ใจดวงจันทร์. 2548. การจัดการธุรกิจโรงสีข้าวของสหกรณ์การเกษตรสันป่าตอง จำกัด ปีบัญชี พ.ศ. 2541 – 2545. เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์สหกรณ์ บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- พิชิต ธานี และปรเมธ อัสวเรืองพิภพ. 2546. แบบจำลองการทำนายความล้มเหลวของผลประกอบการโรงสีข้าวสหกรณ์การเกษตรในภาคเหนือของประเทศไทย. วารสารเกษตร 19 (2) : หน้า 167-175.
- พิเชฐ พุ่มเกษร. 2547. ปัญหาในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมโรงสีข้าวเพื่อการส่งออกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม. บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- มณฑลจกัพะพาก. 2543. การผลิตอาหารเพื่อโภชนาการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2535. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: เอส.เอ็ม.เซอร์กิงเพลส.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2542. การบริหารเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- สมบูรณ์ เจริญจิระตระกูล. 2548. วิจัยทางธุรกิจเกษตร. สงขลา: หลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการธุรกิจเกษตร. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สิทธิพงษ์ ตระกูลโชคอำนวย. 2550. พฤติกรรมและปัจจัยด้านส่วนผสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากโรงสีข้าวในจังหวัดนครปฐม. นครปฐม: วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- สมาคมค้าข้าวไทย. 2549. ครบรอบ 35 ปี สมาคมค้าข้าวไทย. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดนครศรีธรรมราช. 2552. ข้อมูลการปลูกพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ [ออนไลน์]. URL : <http://www.nakhonsri.doae.go.th/wp/wp5.html> [สืบค้นวันที่ 1 มีนาคม 2552]
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครศรีธรรมราช. 2546. ความสัมพันธ์ระหว่างสาขาการพาณิชย์ และสาขาเศรษฐกิจที่สำคัญ [ออนไลน์]. URL: [www.moc.go.th/opscenter/ns/marbook/part3.doc](http://www.moc.go.th/opscenter/ns/marbook/part3.doc) [สืบค้นวันที่ 26 มีนาคม 2552]
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครศรีธรรมราช. 2546. บัญชีรายชื่อผู้ได้รับหนังสืออนุญาตให้ประกอบการค้าข้าว. [ออนไลน์]. URL: [www.moc.go.th/opscenter/ns/marbook/last.doc](http://www.moc.go.th/opscenter/ns/marbook/last.doc) [สืบค้นวันที่ 26 มีนาคม 2552]
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2546. ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจการเกษตร. [ออนไลน์]. URL: <http://www.oae.go.th/indicator/indicator11/section10/sec10table10.3.pdf> [สืบค้นวันที่ 15 ธันวาคม 2551]
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2552. รายงานภาวะเศรษฐกิจการเกษตร. [ออนไลน์]. URL: <http://www.oae.go.th/econ/download/year51/rice51.pdf> [สืบค้นวันที่ 21 มีนาคม 2552]
- อชิรญา เลี้ยงรักษา. 2546. การจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจโรงสีข้าวขนาดใหญ่ กรณีศึกษา : อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา. รายงานการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเกษตร. ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. น.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- อติโชติ กังอ่อนนัต์. 2548. การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา. สงขลา: วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา บริหารธุรกิจ. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อุกฤษ นานิรัตติชัย. 2549. คุณลักษณะ ปัญหา และความต้องการสนับสนุนจากรัฐของวิสาหกิจ ขนาดกลาง และขนาดย่อมด้านอุตสาหกรรมเกษตร ในจังหวัดปัตตานีไทย. สงขลา: สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจเกษตร. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- อรอนงค์ นัยวิกุล. 2550. ข้าว: วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

**ภาคผนวก**  
**แบบสอบถาม**

**โครงการวิจัย : ศักยภาพและปัญหาของกิจการโรงสีข้าวขนาดกลางในพื้นที่อำเภอหัวไทร  
จังหวัด นครศรีธรรมราช**

**คำชี้แจง**

ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือผู้ประกอบการกรุณาให้ความอนุเคราะห์กรอกข้อมูลที่เป็นความจริง ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์สำหรับการวิจัยศักยภาพและปัญหาของกิจการโรงสีข้าวขนาดกลางในพื้นที่ อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อจัดทำเป็นสารนิพนธ์ของหลักสูตรปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจการเกษตร คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ข้อมูลทั้งหมดที่ได้ ผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่าน ได้ให้ความอนุเคราะห์ในครั้งนี้

วัน/เดือน/ปี ที่ให้ข้อมูล.....  
ชื่อสถานประกอบการ .....

ชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม.....

ตำแหน่ง .....

แบบสอบถามประกอบด้วย 5 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ลักษณะของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง

**ตอนที่ 2** ลักษณะการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

**ตอนที่ 3** ศักยภาพของการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

**ตอนที่ 4** ปัญหาในการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

**ตอนที่ 5** ความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ต้องการ

**ตอนที่ 1** ลักษณะของผู้ประกอบการโรงสีข้าวขนาดกลาง

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุของท่าน .....ปี

3. สถานภาพสมรส
1. โสด  2. สมรส (สมาชิกในครอบครัว.....คน)
3. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....
4. ระดับการศึกษาของท่าน
1. ประถมศึกษา  2. มัธยมศึกษา
3. ปวส./อนุปริญญา  4.ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. อาชีพหลัก
1. ประกอบธุรกิจโรงสีข้าว  2. พนักงานบริษัท
3. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  4. เกษตรกร
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. รายได้ของครอบครัวประมาณ .....บาท/เดือน
7. ท่านมีหนี้สินหรือไม่
1. ไม่มี
2. มี ระบุ ..... บาท แยกเป็น
- 2.1 หนี้สินในระบบ ..... บาท
- 2.2 หนี้สินนอกระบบ ..... บาท
8. สถาบันที่ใช้เป็นแหล่งเงินทุน.....
- .....
9. ท่านกู้ยืมเงินมาเพื่อใช้ประโยชน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. เพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจโรงสีข้าว เช่น สร้างโรงเรือน ซื้อเครื่องจักร ค่าวัตถุดิบ
2. เพื่อการศึกษาของสมาชิกในครัวเรือน
3. เพื่อชำระหนี้สินจากแหล่งอื่น
4. เพื่อค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
10. ท่านถือครองที่ดิน .....ไร่ มีพื้นที่ทำนา .....ไร่
11. ท่านมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงสีข้าว เป็นเวลา .....ปี

12. ท่านติดตามข่าวสาร (เกี่ยวกับเรื่องกับธุรกิจโรงสีข้าว) ผ่านสื่อใดเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. โทรทัศน์  2. วิทยุ
3. หนังสือพิมพ์  4. เว็บไซต์
5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
13. ความถี่ในการติดตามข้อมูลข่าวสารในข้อ12 .....

### ตอนที่ 2 ลักษณะการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

1. รูปแบบความเป็นเจ้าของธุรกิจของท่านเป็นแบบใด  
 1. เจ้าของคนเดียว  2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด  3. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....
2. ขนาดของเงินลงทุน โรงสีข้าวของท่าน .....บาท/ล้านบาท
3. โรงสีข้าวของท่านเปิดดำเนินการ (ผลิตข้าวสารเป็นระยะเวลา) มานาน .....ปี
4. จำนวนแรงงานจ้างภายในองค์กรทั้งหมด .....คน  
 1. แรงงานในพื้นที่ .....คน  
 2. แรงงานต่างด้าว .....คน  
 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. ด้านสวัสดิการ เวลาในการทำงาน วันหยุดในการซ่อมบำรุงเครื่องจักรและวันหยุดประจำปีของโรงสีข้าวขนาดกลางเป็นอย่างไร .....
6. ความหลากหลายของชนิดผลิตภัณฑ์ข้าวสารของโรงสี (เช่น ชนิดข้าว) .....
7. กำลังการผลิตข้าวสารต่อวันของโรงสี.....ตันข้าวเปลือก  
มีการสีข้าว.....เดือนในรอบปี
8. อัตราการแปรสภาพข้าวเปลือก.....%



9. โรงสีสามารถผลิตข้าวสารได้เต็มกำลังการผลิตหรือไม่
1. เต็มกำลังการผลิต
2. ไม่เต็มกำลังการผลิต การผลิตจริงคิดเป็น .....% ของกำลังการผลิต เพราะ.....
- .....
10. โรงสีข้าวรับซื้อข้าวเปลือกจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. มีนาเป็นของตนเอง สัดส่วน .....%
2. เกษตรกรที่ทำนา สัดส่วน .....%
3. พ่อค้ารวบรวม สัดส่วน .....%
4. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....
11. วิธีการรับซื้อข้าวเปลือก (เช่น รับซื้อหน้าโรงสี ส่งพนักงานออกไปรับซื้อจากเกษตรกร โดยตรง).....
- .....
12. ในการรับซื้อข้าวเปลือกของโรงสี ได้มีเกณฑ์ในการแบ่งชั้นคุณภาพข้าวเปลือกหรือไม่ อะไรบ้าง (เช่น ความชื้น สิ่งปนเปื้อน ฯลฯ) .....
- .....
13. วิธีการในการตรวจสอบคุณภาพข้าวเปลือกที่โรงสีใช้ (เช่น การสุ่มตรวจด้วยเครื่องวัด ความชื้น หรือคู่มือตาเปล่าโดยอาศัยประสบการณ์ ฯลฯ) .....
- .....
14. เมื่อรับซื้อข้าวเปลือกที่มีคุณภาพไม่ตรงตามความต้องการ (เช่น มีความชื้นสูง) แล้วทางโรงสีมีวิธีการดำเนินการอย่างไรกับข้าวนั้น .....
- .....
15. มีมาตรการในการควบคุมปริมาณข้าวเปลือก (การสต็อกข้าวเปลือก) ซึ่งเป็นวิธีการที่โรงสีใช้ในกรณีที่ขาดแคลนข้าวเปลือกหรือไม่/อย่างไร.....
- .....
16. การชำระเงินในการซื้อข้าวเปลือก .....
- .....
17. หลักเกณฑ์หรือวิธีการกำหนดราคาข้าวเปลือก (เช่น กำหนดตามราคาตลาด หรือกำหนดตามคุณภาพของข้าวเปลือก ฯลฯ) .....

18. ผลพลอยได้จากกระบวนการสีข้าวมีอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) และทางโรงสีมีวิธีการในการจัดการกับผลพลอยได้นั้นอย่างไร
1. ปลายข้าว การจัดการ.....
2. รำ การจัดการ .....
3. แกลบ การจัดการ .....
4. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....
19. ต้นทุนหลักในกิจการโรงสีข้าวมีอะไรบ้าง สัดส่วนประมาณเท่าใด
1. วัตถุดิบ ..... %
2. ค่าดำเนินการ (ค่าไฟ ค่าน้ำมัน แรงงาน) .....%
3. อื่นๆ โปรดระบุ ..... %
20. การจำหน่ายข้าวสาร มีที่ใดบ้าง และแต่ละแหล่งที่ส่งไปมีสัดส่วนร้อยละเท่าไร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ในจังหวัด สัดส่วน .....% ของปริมาณที่จำหน่ายทั้งหมด
2. ต่างจังหวัด สัดส่วน .....% ของปริมาณที่จำหน่ายทั้งหมด
21. โรงสีมีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางใดบ้าง
1. ร้านค้าส่ง จำนวน .....ราย
2. ร้านค้าปลีก จำนวน .....ราย
3. สหกรณ์ จำนวน .....ราย
22. โรงสีจะมียอดคำสั่งซื้อจากลูกค้าเข้ามามากในช่วงใดของปี.....
23. การเปลี่ยนแปลงราคาข้าวสารเป็นอย่างไร.....
24. โรงสีข้าวมีการกำหนดราคาข้าวสารอย่างไร (เช่น กำหนดตามราคาตลาด ต้นทุนบวกกำไร)
- .....
25. เงื่อนไขทางการเงินในการขายข้าวสาร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. เงินสด
2. เงินเชื่อ .....ระยะเวลา.....

### ตอนที่ 3 ศักยภาพของการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

#### 1. ด้านการผลิต

1.1 ใกล้เคียงวัตถุดิบ

1. ไม่มี

2. มีอย่างไร (โปรดระบุ).....

.....

1.2 เครื่องมือเครื่องจักรที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ

1. ไม่มี

2. มีอย่างไร (โปรดระบุ).....

.....

1.3 กำล้างการผลิต

1. ไม่มี

2. มีอย่างไร (โปรดระบุ).....

.....

1.4 ต้นทุนการผลิตและความสามารถในการทำกำไร

1. ไม่มี

2. มีอย่างไร (โปรดระบุ).....

.....

1.5 สถานที่ตั้ง

1. ไม่มี

2. มีอย่างไร (โปรดระบุ).....

.....

1.6 การวางผังโรงสี

1. ไม่มี

2. มีอย่างไร (โปรดระบุ).....

.....

## 2. ด้านการตลาด

### 2.1 ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

### 2.2 การกำหนดราคาข้าวสาร

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

### 2.3 การวางแผนการตลาด

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

### 2.4 ค่านิยมในการบริโภคข้าวพันธุ์พื้นเมือง

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

### 2.5 การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการโรงสีข้าวรายเก่าและการเข้ามาของผู้แข่งขันรายใหม่

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

## 3. ด้านการเงิน

### 3.1 เงินทุนที่ใช้ดำเนินการ

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

### 3.2 การประเมินสถานะทางการเงิน

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

## 3.3 การบันทึกรายการทางการเงิน

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

4. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

.....

.....

ตอนที่ 4 ปัญหาในการดำเนินธุรกิจของโรงสีข้าวขนาดกลาง

## 1. ด้านการผลิต

ต้นทุนในการผลิตสูง

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

ปริมาณข้าวเปลือกไม่สอดคล้องกับกำลังการผลิต

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

ขาดแคลนแรงงาน

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

วัตถุดิบมีคุณภาพต่ำ

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

## 2. ด้านการตลาด

การแข่งขันสูงแต่ช่องทางการจัดจำหน่ายน้อย

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

2.2 ราคาข้าวเปลือกและข้าวสารขาดเสถียรภาพ

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

2.3 ขาดบุคลากรที่รู้ความสามารถด้านการตลาด

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

## 3. ด้านการเงิน

ขาดแคลนแหล่งเงินทุน (ดอกเบี้ยต่ำ) ที่จะทำให้การสนับสนุนการดำเนินงาน

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

ขาดสภาพคล่องและเงินทุนหมุนเวียน

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

รายได้และยอดขายของธุรกิจไม่เป็นไปตามเป้า

1. ไม่มี
2. มี อย่างไร (โปรดระบุ).....
- .....

ขาดความสามารถในการชำระหนี้ได้ตามกำหนด

1. ไม่มี

2. มีอย่างไร (โปรดระบุ).....

.....

4. อื่นๆ (โปรดระบุลักษณะของปัญหา).....

.....

.....

**ตอนที่ 5 ความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ**

1. ในความคิดของท่าน การดำเนินงานในการสีข้าวของท่านยังมีปัญหาใดที่ท่านคิดว่า  
รุนแรงและสมควรได้รับการแก้ไขเพื่อให้ธุรกิจของท่านประสบผลสำเร็จ (สิ่งที่อยากให้ภาครัฐมี  
ส่วนร่วมในการแก้ไข)

1) .....

.....

2) .....

.....

3) .....

.....

4).....

.....

**ขอขอบคุณ ในความร่วมมือตอบแบบสอบถามในครั้งนี้**

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล                      นางสาวเสาวณีย์ ขาวเสน

### วุฒิการศึกษา

วุฒิ	สถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
วิทยาศาสตร์บัณฑิต (เกษตรศาสตร์)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	พ.ศ. 2548

### ตำแหน่งงานและสถานที่ทำงาน

พ.ศ. 2549 – 2550	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
พ.ศ. 2551 – ปัจจุบัน	ผู้ช่วยนายช่างรังวัด สำนักงานที่ดินจังหวัดนครศรีธรรมราช สาขาชะอวด