

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อยของเกษตรกรชาวไร่อ้อย ของบริษัทน้ำตาลมิตรภาพสินธุ์จำกัด

Factors influencing decision making in cane farmers' purchasing cane harvesters of Mitr Kalasin Sugar Co., Ltd.

นายอดุลย์ ขันแก้ว^{1*} และ ภูมิสิทธิ์ มหาสุวีระชัย²

Adul Khankaew^{1*} and Phumsith Mahasuweerachai²

บทคัดย่อ: จากความต้องการแรงงานในการเก็บเกี่ยวผลผลิตอ้อยและค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น บริษัทน้ำตาลมิตรภาพสินธุ์ จำกัด ได้ส่งเสริมให้เกษตรกรซื้อรถตัดอ้อยเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานจึงจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อยของเกษตรกรชาวไร่อ้อยของบริษัทน้ำตาลมิตรภาพสินธุ์ จำกัด โดยงานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อยของเกษตรกรไร่อ้อยทำการเก็บข้อมูลจากเกษตรกรไร่อ้อยที่มีอ้อยส่งอ้อยโรงงานน้ำตาล มิตรภาพสินธุ์ จำกัด ตั้งแต่ 4,000 ตัน/ปี และวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบบจำลองทางเลือก (Choice experiment) ผลการศึกษา เกษตรกรชาวไร่อ้อยพึงพอใจการใช้รถตัดอ้อยราคา 15 ล้านบาท โดยต้องการใช้เงินดาวน์ 1,000,000 บาท ในการซื้อรถตัด เสียอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำในการขอสินเชื่อเพื่อซื้อรถตัดอ้อย ใช้ความเร็วในการส่งอ้อย และโรงงานน้ำตาลจัดหาพื้นที่รับจ้างตัดอ้อยให้กับรถตัด จากผลการศึกษาสามารถนำไปกำหนดแนวทางในการส่งเสริมเพื่อสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อยของเกษตรกร

คำสำคัญ: รถตัดอ้อย, อ้อย, แบบจำลองทางเลือก

ABSTRACT: The demand for labor in the sugarcane harvest and higher wages. Mitr Kalasin Sugar Co., Ltd. encourage farmers to buy harvesters to solve the labor shortage, it is necessary to study factors influencing decision making in cane farmers' purchasing cane harvesters of Mitr Kalasin Sugar Co., Ltd. The objective of this research aims to study factors influencing decision making in cane farmers' purchasing cane harvesters. The study collected the data by using questionnaire from cane farmers who sell cane to Mitr Kalasin Co Ltd. from 4,000 tons per year. Choice experiment was applied to analyses the collected data. The results indicated that the factors that influence the decision to purchase the harvester are harvester's price with 15 million, deposit, low interest rate, free-queueing for harvesting and field preparing for use harvester. The results of this study can be applied to a set of guidelines to promote incentives for the purchase harvesters.

Keywords: cane Harvester, sugarcane, choice experiment

¹ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

College of Graduate Study in Management, Khon Kaen University

² คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Faculty of Economics, Khon Kaen University

* Corresponding author: adulk@mitrphol.com

บทนำ

อุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายสร้างรายได้จากการจำหน่ายน้ำตาลทั้งในประเทศและต่างประเทศให้กับประเทศไทยสูงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2557 มีปริมาณการบริโภคในประเทศ 2.47 ล้านตัน และส่งออก 6.29 ล้านตัน และมูลค่าการส่งออกน้ำตาลและผลิตภัณฑ์ในปี 2557 สูงถึง 95,437 ล้านบาท สำหรับปริมาณการผลิตอ้อยเพิ่มขึ้นจาก 96 ล้านตัน ปี 2553 เป็น 106.33 ล้านตัน (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2558) จากการขยายตัวของอุตสาหกรรมอ้อยและน้ำตาลทรายอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีความต้องการแรงงานในการจัดการไร่อ้อยมากขึ้น โดยเฉพาะความต้องการแรงงานในการเก็บเกี่ยวเนื่องจากสัดส่วนประชากรในภาคการเกษตรมีแนวโน้มลดลงจากร้อยละ 57.71 ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 เป็นร้อยละ 36.30 ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 โดยมีการเคลื่อนย้ายแรงงานภาคการเกษตรสู่ภาคอุตสาหกรรมและแรงงานภาคการเกษตรเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมากขึ้น อีกทั้งแรงงานรุ่นใหม่ไม่สนใจงานในภาคการเกษตร เหตุเนื่องจากเป็นตลาดแรงงาน 3D คือ ทำงานยากลำบาก (difficult) ต่ำต้อยหรือสกปรก (dirty) และอันตราย (dangerous) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2557) ทำให้คนทำงานภาคเกษตรลดน้อยลงเป็นจำนวนมาก ซึ่งส่งผลกระทบต่อความไม่เพียงพอของแรงงานที่ใช้ในการเก็บเกี่ยวผลผลิตอ้อยโดยตรง ต้องจ่ายค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้นเพื่อจูงใจให้มีแรงงานในการเก็บเกี่ยวอ้อย ฉะนั้นการส่งเสริมให้เกษตรกรรายใหญ่ซื้อเครื่องจักรเพื่อใช้ตัดอ้อยแทนแรงงานคนจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่ทางภาครัฐบาลและเอกชนใช้แก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน

สำหรับการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคนั้น Kotler (1999) อ้างอิงโดย ศิริวรรณ และคณะ (2541) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการค้นหาให้ได้มารวมถึงการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ เป็น

กระบวนการตัดสินใจและกระบวนการของบุคคลกับการซื้อและใช้บริการสินค้า การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างมาก เพราะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการนำมาวิเคราะห์ตลาดเป้าหมายและเพื่อเป็นการวางแผนการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสม โดย ศิริวรรณ (2553) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อรถแทรกเตอร์ของเกษตรกรในจังหวัดเลย พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความทนทาน กำลังแรงม้า ยี่ห้อของรถแทรกเตอร์ ปัจจัยด้านราคา คือ ความคุ้มค่าและความเหมาะสมกับราคาและคุณภาพ ค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง และเงื่อนไขการผ่อนชำระ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคพิจารณาร้านค้าที่มีการจัดจำหน่ายรถแทรกเตอร์ที่มีให้เลือกหลายรุ่น และเป็นตัวแทนจำหน่ายโดยตรงที่มีชื่อเสียง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด การมีบริการรับ-ส่งรถแทรกเตอร์ มีรถหน่วยบริการเคลื่อนที่ มีพนักงานช่วยแนะนำและตอบข้อสงสัย ปัจจัยด้านการหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อ การโฆษณาจากทางโทรทัศน์ซึ่งสอดคล้องกับ ชูเกียรติ (2544) ได้ทำการศึกษาปัจจัยการตลาดและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถไถเดินตามของเกษตรกรในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า เกษตรกรตัดสินใจซื้อรถไถเดินตามจาก ปัจจัยด้านราคา คือ ราคาอะไหล่ ความสะดวกในการใช้งาน ค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง ตลอดจนความคงทนของสินค้า เป็นหลักในการพิจารณามากที่สุด รองลงมาคือ ความยากง่ายในการหาอะไหล่ สามารถผ่อนชำระเป็นงวดได้ การบริการหลังการขาย อัตราการคืนเปลี่ยนเชื้อเพลิง ส่วนสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต 4 (2557) ได้ทำการศึกษาการใช้รถตัดอ้อยโรงงาน พบว่า ในการส่งเสริมการให้ใช้เครื่องจักรกลการเกษตรเพื่อทดแทนแรงงานภาครัฐควรส่งเสริมให้สหกรณ์การเกษตรจัดหารถตัดอ้อยให้เกษตรกรเช่าในราคาถูก ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาการผลิตรถตัดอ้อยภายในประเทศให้สามารถใช้งานได้ในทุกสภาพพื้นที่เพื่อลดการนำเข้ารถตัดอ้อยจากต่างประเทศ จัดให้มีการฝึกอบรมให้เกษตรกรมีความรู้เกี่ยวกับการซ่อมแซม บำรุงรักษารถตัดอ้อยให้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงให้ความรู้เกี่ยวกับผลเสียของการเผาใบอ้อยและผลดีของการตัดอ้อย

สดปรับเปลี่ยนทัศนคติให้เกษตรกรตัดอ้อยสดมากขึ้น และเกษตรกรที่เป็นเจ้าของรถตัดอ้อยควรรับจ้างตัดอ้อยเพิ่มเติมให้แก่เกษตรกรรายอื่นๆ เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้และใช้งานรถตัดอ้อยได้เต็มประสิทธิภาพมากขึ้น

บริษัทน้ำตาลมิตรภาพลีนุ่จำกัด อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นโรงงานแปรรูปอ้อยมีพื้นที่ส่งเสริมปลูกอ้อยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเฉลี่ย 350,000 ไร่/ปี ผลผลิตอ้อยเข้าหีบเฉลี่ย 3 ล้านตัน/ปี จึงได้ส่งเสริมให้เกษตรกรผู้ปลูกอ้อยรายใหญ่ซื้อรถตัดอ้อยเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนแรงงานในช่วงเก็บเกี่ยวและอัตราค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น ตั้งแต่ปีการผลิต 2553/2554 เพื่อให้มีปริมาณอ้อยเข้าหีบจากรถตัดอ้อยจำนวน 1,200,000 ตัน โดยใช้รถตัดอ้อย 60 คัน ในปีการผลิต 2562/2563 ในปัจจุบันมีปริมาณอ้อยเข้าหีบจากรถตัด 294,000 ตัน จากการตัดอ้อยของรถตัดอ้อยจำนวน 22 คัน จากจำนวนรถที่มีอยู่จะเห็นได้ว่ามีความต้องการรถตัดอ้อยอีกอย่างน้อย 38 คัน ดังนั้นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อยของเกษตรกรชาวไร่อ้อย จึงมีความจำเป็นต้องศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางในการส่งเสริมการซื้อรถตัดอ้อยแก่เกษตรกรชาวไร่อ้อย บริษัทน้ำตาลมิตรภาพลีนุ่จำกัด ต่อไป

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อยของเกษตรกรชาวไร่อ้อย ทำการเก็บข้อมูลจากเกษตรกรที่มีปริมาณอ้อยส่งบริษัทน้ำตาลมิตรภาพลีนุ่จำกัด ในปีการผลิต 2558/2559 ตั้งแต่ 4,000 ตันอ้อย/ปี ขึ้นไป ซึ่งถือว่าเป็นเกษตรกรรายใหญ่ที่มีปริมาณอ้อยมีความคุ้มค่ากับการใช้รถตัดอ้อย โดยเก็บข้อมูลประชากรจากเกษตรกร จำนวน 40 ราย ที่อยู่ในพื้นที่เขตส่งเสริมที่รถตัดสามารถเดินทางไปให้บริการได้ในพื้นที่ 3 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดกาฬสินธุ์ จังหวัดร้อยเอ็ด และจังหวัดยโสธร ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2559 ถึง 31 พฤษภาคม 2559 โดยใช้วิธี Conditional Logit Model ในการประมาณค่าข้อมูลที่ได้จากการออกแบบจำลองทางเลือก (Choice Experiment) ทำการออกแบบเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อตอบวัตถุประสงค์การศึกษาด้าน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อยของเกษตรกรชาวไร่อ้อย โดยในการออกแบบเครื่องมือเพื่อใช้รวบรวมข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อยของเกษตรกรชาวไร่อ้อย ซึ่งปัจจัยที่ใช้ศึกษาเกิดจากการสัมภาษณ์ความสนใจของเกษตรกรชาวไร่อ้อย ต่อการเลือกซื้อรถตัดอ้อย โดยมีรายละเอียดการออกแบบดัง Table 1 ดังนี้

Table 1 Factors influencing the purchase of harvesters.

Factors affecting the decision	Situation
1. Harvester's Price	12 million Baht 15 million Baht
2. Using the down payment	0 Baht 1 million Baht
3. Interest rate	2% /year 5.75% / year 8% / year
4. The right to deliver cane to the factory	Queue free delivery cane Queue promised to send a cane
5. Acquisition contract cut	None 500 rai 750 rai 1,000 rai
6. Refund for green sugar cane	30 Baht/ton 50 Baht/ton 70 Baht/ton

จาก Table 1 สามารถออกแบบสถานการณ์โดยเขียนเป็นฟังก์ชัน Full Factorial Design $2 \times 2 \times 3 \times 2 \times 4 \times 3 = 288$ สถานการณ์ทำการลดจำนวนสถานการณ์ที่เป็นไปได้จากแบบสอบถามด้วยฟังก์ชัน Conditional Factorial Design คงเหลือ 18 สถานการณ์ ซึ่งแบ่ง

แบบสอบถามออกเป็นสองชุดคือ สถานการณ์ที่ 1-9 และ สถานการณ์ที่ 10-18 โดยให้ชาวไร่ตอบแบบสอบถามทั้งสองชุด ตัวอย่างของคุณลักษณะและทางเลือกของสถานการณ์ดังแสดงใน Table 2

Table 2 Sample cards on factors that influence the decision to buy harvesters.

Attribute	Alternative 1	Alternative 2	Alternative 3
1. Price harvesters (million Baht)	12	15	
2. Using the down payment. (million Baht)	none	1	No election
3. Interest rate (%/ year)	8.00%	2.00%	Alternative 1
4. The right to deliver cane to the factory	Queue free delivery cane	Queue promised to send a cane	and
5. Acquisition contract cut (rai)	500	1,000	Alternative 2
6. Refund for green sugar cane (Baht/tonne)	50	30	
Choice	☐	☐	☐

โดยผู้ตอบสามารถเลือกตอบได้เพียงทางเลือกเดียวจาก 3 ทางเลือก โดยการเปรียบเทียบความพึงพอใจทางเลือกที่ 1 และ ทางเลือก 2 หากยังไม่พอใจในทั้งสองทางเลือกให้เลือกทางเลือกที่ 3 ได้โดยพิจารณาจากปัจจัยที่ผู้ศึกษากำหนดให้

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรและด้านเศรษฐกิจและสังคม แสดงใน Table 3 ดังนี้

เกษตรกรผู้ปลูกอ้อยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 30 ราย คิดเป็น ร้อยละ 75 เป็นเพศหญิงจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 25 มีอายุ ระหว่าง 41 ถึง 50 ปี จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือ เกษตรกรที่มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 40 อาชีพของเกษตรกรทั้งหมดประกอบอาชีพเกษตรกร เพียงอาชีพเดียว และมีรายได้ ตั้งแต่ 500,001 บาท/ปีขึ้นไป

Table 3 Overview of farmers in the economic and social benefits

Items	Number (person)	percent
sex	40	100
male	30	75
female	10	25
Age	40	100
Less than or equal to 40 year old	0	0
41-50 years old	24	60
Over 51 years old	16	40
Occupation	40	100
student	0	0
employees	0	0
Government / enterprise	0	0
Business Owners	0	0
Contractors	0	0
farmer	40	100
Income (Baht / year)	40	100
Less than or equal to 400,000	0	0
400,001-500,000	0	0
Greater than or equal to 500,001	40	100

ข้อมูลพื้นฐานในการประกอบอาชีพทำไร่อ้อย แสดงใน Table 4 พบว่า เกษตรกรที่มีปริมาณอ้อยส่งโรงงานน้ำตาลมิตรภาพสินธุ์ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 4,000 ตัน ถึง 10,000 ตัน จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.5 รองลงมา เกษตรกรส่งอ้อยโรงงานน้ำตาลมิตรภาพสินธุ์ประมาณ 20,000 ตันขึ้นไป จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.5 สำหรับการใช้เครื่องมือการเกษตร พบว่า เกษตรกรจำนวน 35 ราย มีรถไถอ้อยเพื่อใช้ทดแทนแรงงานในการขนอ้อยขึ้นรถบรรทุก คิดเป็นร้อยละ 95 และพบว่า เกษตรกรทุกรายมีรถแทรกเตอร์ขนาดใหญ่เพื่อใช้ในการเตรียมดิน ปลูกอ้อย และจัดการดูแลรักษาอ้อย ทดแทนแรงงาน จากการสำรวจยังพบว่าเกษตรกรมีรถนวดข้าว จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.5 เพื่อช่วยแรงงานในการจัดการเก็บเกี่ยวข้าว

ให้เสร็จและเพื่อให้ได้มีแรงงานเคลื่อนเข้ามาทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอ้อยเร็วขึ้น และมีรถไถเดินตามจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 ในส่วนอุปกรณ์ต่อพ่วงรถไถ พบว่า เกษตรกรทุกรายมีฝาด ไถตะ และไถแปร และมีฝาดยกร่อง จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีเครื่องปลูกอ้อยจำนวน 39 รายคิดเป็นร้อยละ 97.5 มี5 มีไถสับสำหรับพร้อมชุดใส่ปุ๋ยจำนวน 30 ราย คิดเป็น ร้อยละ 75 มีไถสับทำลายชั้นดินดานจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 35 มีฝาดสับใบอ้อยจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีฝาดสับใบอ้อยพร้อมใส่ปุ๋ยจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.5 มีฝาดพรวนเอนกประสงค์จำนวน 12 ราย คิดเป็น ร้อยละ 30 และมีฝาดกลบร่องอ้อยติดรถไถเดินตามจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5

Table 4 Basic Occupational cane plantations

Items	Number (person)	percent
Sugarcane delivered (tones)	40	100
4,000 -10,000	33	82.5
10,001-15,000	2	5
15,001-20,000	2	5
20,000	3	7.5
Agricultural Machinery*		
clap loader	38	95.00
Tractors	40	100.00
Threshing Machine	1	2.50
Walking tractors	5	12.50
Equipment*		
Three or four Disc plow	40	100.00
Seven or ten Disc plow	40	100.00
Furrow disc	15	37.50
Planting machine	39	97.50
Ripper fertilizer applicator	30	75.00
Ripper	14	35.00
Trash chopper disc	15	37.50
Trash chopper disc for fertilizer application	7	17.50
Disc harrows	12	30.00
Furrow disc for Walking tractors	5	12.50
Type of truck *		
6 wheel truck	10	25.00
10 wheel truck	12	30.00
Trailer	35	87.50

Remark: * percentage of respondents

ในด้านการจ้างแรงงานและอัตราค่าจ้างแรงงาน/คน/วัน ได้แสดงใน Table 5 พบว่า เกษตรกรมีการใช้แรงงานรวมกับการจ้างแรงงาน จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.5 มีการจ้างแรงงาน อย่างเดียว จำนวน 13 ราย คิดเป็น ร้อยละ 32.5 อัตราค่าจ้างแรงงานพบว่า

เกษตรกรมีการจ้างแรงงานสูงกว่า 200 บาท/คน/วัน โดยจ่ายค่าจ้างอัตรา 251 ถึง 300 บาท/คน/วัน จำนวน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 62.5 และจ่ายค่าแรงอัตรา 301 บาท/คน/วัน ขึ้นไป มีจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.5

Table 5 Employment and wage rate per person per day.

Items	Number (person)	percent
Labour	40	100
Labor within the family	0	0
Labor within the family and employ	27	67.5
employ	13	32.5
Wages (baht per day)	40	100.0
Lower than or equal to 200 Baht	0	0
200-250 Baht	2	5.0
251-300 Baht	25	62.5
Greater than or equal to 301 Baht	13	32.5

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อยของเกษตรกรชาวไร่ที่มีปริมาณอ้อยตั้งแต่ 4,000 ตัน จำนวน 40 ราย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อยแสดงรายละเอียดตาม Table 6 ซึ่งพบว่าปัจจัยที่เกษตรกรให้ความสนใจและมีผลต่อการตัดสินใจโดย มีความแตกต่างทางสถิติคือปัจจัยด้านความแตกต่างของราคารถตัดอ้อย ปัจจัยด้านอัตราการใช้เงินดาวน์ในการออกรถตัดอ้อย ปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ย ปัจจัยด้านสิทธิในการส่งอ้อย และปัจจัยด้านการจัดหาพื้นที่รับจ้างตัดอ้อยให้กับรถตัดส่วนปัจจัยด้านอัตราเงินคืนค่าอ้อยสด จากปริมาณอ้อยที่ใช้รถตัดเกษตรกรให้ความสนใจไม่แตกต่างกันในแต่ละอัตราโดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ในด้านความแตกต่างของราคารถตัดอ้อย มีราคาของรถตัดอ้อย ราคา 12 ล้านบาท และราคารถตัดอ้อย 15 ล้านบาทเป็นทางเลือก พบว่า ราคาของรถตัดอ้อยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถตัดอ้อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) จากค่าสัมประสิทธิ์ (ค่าอรรถประโยชน์) อยู่ที่ 0.150757 แสดงให้เห็นว่า เกษตร

ชาวไร่อ้อยตัดสินใจที่จะเลือกซื้อรถตัดอ้อยราคา 15 ล้านบาทมากกว่า ซึ่งเกษตรกรชาวไร่อ้อยที่มีปริมาณอ้อยตั้งแต่ 4,000 ตัน มีกำลังในการซื้อรถตัดที่มีราคาสูงและเล็งเห็นว่ามีคุณภาพและประสิทธิภาพในการตัดอ้อยที่ดีและคุ้มค่ากว่า เพื่อลดค่าแรงงานในการตัดอ้อย

ในปัจจุบันการใช้เงินดาวน์ในการออกรถตัดอ้อยนั้น ผลการศึกษาพบว่า การใช้เงินดาวน์ในการออกรถตัดอ้อยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อยของเกษตรกรชาวไร่อ้อยอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ ($p < 0.10$) ในสถานการณ์ ที่ไม่ใช้เงินดาวน์ 0 บาท และต้องใช้เงินดาวน์ 1,000,000 บาท โดยผ่านระบบของ บริษัท น้ำตาลมิตรภาพสินธุ์ จำกัด พบว่า เกษตรชาวไร่อ้อยให้ความสนใจในการวางเงินดาวน์ในการออกรถตัดจำนวน 1 ล้านบาท มากกว่าไม่ต้องวางเงินดาวน์ โดยค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 0.3625196 การที่เกษตรกรชาวไร่อ้อยสนใจที่จะวางเงินดาวน์ในการออกรถตัดนั้นจะทำให้วงเงินที่นำไปคิดเงินเชื่อลดลงทำให้วงเงินที่ต้องชำระหนี้ในแต่ละปีและดอกเบี้ยที่ต้องชำระลดลง

Table 6 The analysis of the factors influencing the decision to buy harvesters

Factor	Analysis result
1. Harvester's Price	.150757** (0.000)
2. Using the down payment	.3625196* (.092)
3. Interest rate	-.7743472** (0.000)
4. Delivering cane to the factory	1.649103** (0.000)
5. Acquisition contract cut	.0011614** (0.000)
6. Refund for green sugar cane	.0069528 (0.330)
Number of choice	1,079
Log likelihood	-461.27949

Number in brackets is the p-value

** Statistically significant at the 0.01 level, and * significant at the 0.05 level

ในสถานการณ์ที่มีอัตราดอกเบี้ยที่แตกต่างกัน คือ คิดจากอัตราดอกเบี้ยของธนาคาร และที่รัฐบาล สนับสนุนให้เกษตรกรซื้อเครื่องจักรกลทางการเกษตร ที่ อัตราดอกเบี้ย 2% ที่อัตราดอกเบี้ย 5.75% และ ที่อัตรา ดอกเบี้ย 8% ผลการศึกษาพบว่า ระดับอัตราดอกเบี้ย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อยของเกษตรกรชาวไร่ อ้อย อย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติ ($p < 0.01$) เกษตรกร ชาวไร่อ้อยพึงพอใจที่จะเลือกเสียอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำใน การขอสินเชื่อเพื่อซื้อรถตัดอ้อย จากค่าสัมประสิทธิ์อยู่ ที่ -0.7743472 ซึ่งจะทำให้เกษตรกรชาวไร่อ้อยเสียเงิน ค่าวงรถตัดอ้อยในแต่ละปีนั้นต่ำและสามารถนำเงิน ไปเสียเป็นเงินต้นค่าวงรถที่เพิ่มขึ้น

ปัจจัยด้านสิทธิในการส่งอ้อย เป็นปัจจัยที่ เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการทำงานของรถตัด โดย สิทธิในการได้ส่งอ้อยให้กับบริษัทน้ำตาลมิตรภาพสินธุ์ จำกัด แบ่งออกเป็น 2 สถานการณ์ คือ คิวเสรีในการส่ง อ้อย และ คิวตามสัญญาในการส่งอ้อย ผลการศึกษา พบว่า คิวเสรีในการส่งอ้อย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถ ตัดของเกษตรกรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 1.649103 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ชาวไร่เลือกคิวเสรีในการส่งอ้อย เนื่องจากหาก เกษตรกรชาวไร่อ้อยซื้อรถตัดอ้อยแล้ว เกษตรกรชาวไร่

อ้อยต้องการให้โรงงานน้ำตาลจัดระบบคิวเสรีให้กับ อ้อยที่ใช้รถตัดเพื่อความสะดวกในการส่งอ้อย และได้ ปริมาณอ้อยมากขึ้น

ในการซื้อรถตัดอ้อยการจัดหาพื้นที่หรือการเตรียม พื้นที่รองรับการตัดอ้อยโดยรถตัดมีผลต่อประสิทธิภาพ ในการตัดอ้อยโดยถ้ามีการจัดหาพื้นที่และเตรียมพื้นที่ ที่ดีจะทำให้รถตัดทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ เกษตรกรผู้ต้องการซื้อรถตัดมั่นใจในการจะตัดสินใจ ซื้อรถตัด โดย การจัดหาพื้นที่รับจ้างตัดอ้อยให้กับ รถตัด มีสถานการณ์ดังนี้ กรณีไม่มีพื้นที่รองรับ โรงงาน จัดหาพื้นที่ให้ 500 ไร่ โรงงานจัดหาพื้นที่ให้ 750 ไร่ และโรงงานจัดหาพื้นที่ให้ 1,000 ไร่ ผลการศึกษาพบ ว่า ปัจจัยการจัดหาพื้นที่รองรับการตัดอ้อยให้กับรถตัด อ้อยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อยอย่างมีนัย สำคัญทางสถิติ ($p < 0.01$) และจากค่าสัมประสิทธิ์ 0.0011614 หมายความว่า หากบริษัทน้ำตาลมิตร ภาพสินธุ์จำกัด สามารถจัดหาพื้นที่รับจ้างตัดอ้อยให้ได้ มากเท่าไรเกษตรกรชาวไร่อ้อยก็มีความพึงพอใจในการ ซื้อรถตัดอ้อยมาใช้ในกิจการมากเท่านั้น

ในด้านการคืนเงินค่าอ้อยสด จากปริมาณอ้อยที่ ใช้รถตัด ซึ่งเป็นเงินที่กฎหมายกำหนดให้มีการหักเงิน จากอ้อยไฟไหม้อัตรา 20 บาท/ตัน แล้วนำเงินที่ได้จาก

การหักนำมาเฉลี่ยคืนให้กับเกษตรกรชาวไร่อ้อยที่ตัดอ้อยสด โดยการศึกษาได้กำหนดสถานการณ์ดังนี้ อัตราการคืนเงิน 30 บาท/ตัน, 50 บาท/ตัน และ 70 บาท/ตัน ผลการศึกษา พบว่าความแตกต่างของอัตราเงินคืนอ้อยสดจากการใช้รถตัดอ้อยไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อย ($p>0.10$) แต่มีแนวโน้มว่าเกษตรกรต้องการเงินคืนค่าอ้อยสดอัตราสูงจากค่าจากค่าสัมประสิทธิ์ 0.0069528 ซึ่งอาจเนื่องจากเกษตรกรที่ซื้อรถตัดอ้อยอาจไม่ได้มีผลประโยชน์ร่วมจากปริมาณอ้อยสดที่รับจ้างตัด แต่ในส่วนอ้อยของตนเอง เจ้าของรถตัดได้รับประโยชน์อยู่แล้ว

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อยของเกษตรกรชาวไร่อ้อยของบริษัทน้ำตาลมิตรภาพสินธุ์ จำกัด โดยวิธี Choice Experiment พบว่า กลุ่มเกษตรกรชาวไร่อ้อยพึงพอใจการใช้รถตัดอ้อย 15 ล้านบาท ต้องการใช้น้ำมัน 1,000,000 บาท ในการซื้อรถตัดอ้อย เลือกละเอียดอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำในการขอสินเชื่อเพื่อซื้อรถตัดอ้อย มีควมสนใจในการส่งอ้อยให้กับโรงงานน้ำตาล และโรงงานน้ำตาลจัดหาพื้นที่รับจ้างตัดอ้อยให้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อรถตัดอ้อยและมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ในการส่งเสริมให้เกษตรกรชาวไร่อ้อยที่มีศักยภาพซื้อรถตัดอ้อย เพื่อตัดอ้อยของตนเองและรับจ้างตัดให้กับเกษตรกรชาวไร่อ้อยรายอื่นๆ บริษัทน้ำตาลมิตรภาพสินธุ์ จำกัด ต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ของเกษตรกรชาวไร่อ้อย และไม่เกิดความเสียหายในการซื้อรถตัดอ้อย มีการสร้างแรงจูงใจ คือ ต้องจัดคิดเสริมในการส่งอ้อยให้กับอ้อยที่ใช้รถตัด และต้องจัดหาพื้นที่หรือเกษตรกรที่ต้องการใช้บริการรถตัดอ้อยให้กับผู้ซื้อรถตัดอ้อยเพื่อให้มีปริมาณการตัดอ้อยต่อคันที่สูง มีรายได้จากการรับจ้างตัด

2. การส่งเสริมการซื้อรถตัดอ้อย ควรเตรียมแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำให้กับเกษตรกรชาวไร่อ้อย ในกรณีที่นโยบายของภาครัฐมีการสนับสนุนอัตราดอกเบี้ยต่ำเปลี่ยนแปลงไป

3. เพิ่มทางเลือกในด้านตราสินค้า รุ่น และราคา เพื่อให้มีการเปรียบเทียบความเหมาะสม ความคุ้มค่าระยะเวลาคืนทุนให้แก่เกษตรกรชาวไร่อ้อย

เอกสารอ้างอิง

- ชูเกียรติ จิตรภาณุพันธ์. 2544. ปัจจัยการตลาดและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถไถเดินตามของเกษตรกรในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ.
- ศิริวรรณ อนุพรรณสว่าง. 2553. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถแทรกเตอร์ของเกษตรกรในจังหวัดเลย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. การวิจัยธุรกิจ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต 4. 2557. การศึกษาการใช้เทคโนโลยีเครื่องจักรกลการเกษตรกรณีศึกษา: รถตัดอ้อยโรงงาน. แหล่งข้อมูล: <https://goo.gl/6F5FG0> . ค้นเมื่อ 23 เมษายน 2559.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2557. ข้อเสนอการปฏิรูปประเทศไทยเล่มที่ 2 (ภาคผนวก): สำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2558. ภาวะเศรษฐกิจการเกษตรครึ่งแรกของปี 2558 และแนวโน้มปี 2558. แหล่งข้อมูล: <https://goo.gl/srtpRV>. ค้นเมื่อ 23 เมษายน 2559.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. 2557. สารสนเทศเศรษฐกิจรายสินค้าปี 2557. แหล่งข้อมูล: <https://goo.gl/BAqzFb>. ค้นเมื่อ 23 เมษายน 2559.
- Schiffman, L.G., and L.L.Kanuk, 1987. Consumer Behavior. 3th Edition. Prentice-Hall, New Jersey.
- Schiffman, L.G., and L.L.Kanuk, 1994. Consumer Behavior. 5th Edition. Prentice-Hall, New Jersey.