



พฤติกรรม การเลือกซื้อและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวก ตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย  
Buying Behavior and Factors Affecting the Decision to Purchase Decision towards Agricultural Equipment and Tools of “Ban Puak” Agricultural Community, Ban Dua Subdistrict, Muang, Nong Khai

กานต์พิชชา เทียมราษฎร์<sup>1</sup>, นวพรรษสรณ์ ทองเพ็อง<sup>1</sup>, เกียรติศักดิ์ ศรีบำรุง<sup>1</sup> และอรณพ ท.ศรีวงษ์<sup>2\*</sup>  
Karnpichcha Tiemrart<sup>1</sup>, Nawapassorn Tongfuang<sup>1</sup>, Kiattisak sribamrung<sup>1</sup>  
and Annop T.Srivong<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาตรี, สาขาการจัดการการค้า, วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

<sup>1</sup> Bachelor student, Trade Management, College of Innovation and Management, Suansunandha Rajabhat University.

<sup>4</sup> อาจารย์, สาขาการจัดการการค้า, วิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

<sup>4</sup> Lectuer, Trade Management, College of Innovation and Management, Suansunandha Rajabhat University

\*Corresponding author, E-mail: s6217353047@ssru.ac.th

**บทคัดย่อ**

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวก ตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรม การซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวก ตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวก จำนวน 385 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Independent Sample t-test, F-test

ผลการวิจัยพบว่า

1) ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว พี่ที่นิยมปลูกแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวก ตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



2) พฤติกรรมการเลือกซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวก อุปกรณ์ที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์ทางการเกษตรขนาดเล็ก ซื้อที่ร้านค้าประจำอำเภอเพราะเดินทางไปซื้อได้สะดวก โดยส่วนมากจะซื้อช่วงฤดูฝน เพราะเป็นฤดูแห่งการทำกรเกษตรโดยมีคินในครอบครัวช่วยในการตัดสินใจซื้อและมีรูปแบบการชำระเงินเป็นแบบผ่อนจ่ายรายปี

**คำสำคัญ:** การตัดสินใจซื้อ, พฤติกรรมผู้บริโภค, เครื่องมือทางการเกษตร

## Abstract

This Independent study is objective for 1) to study the demographic factors affecting the purchasing decision of agricultural tools and equipment among the farmers in Ban Puak, Muang District, Nong Khai Province 2) To study the purchasing behavior of agricultural tools and equipment among farmers in Ban Phue, Muang District, Nong Khai Province. The sample group used in the study of 400 in Ban Puak community. Data were collected by using a questionnaire. The statistics used in the data analysis were frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, Independent Sample t-test, F-test.

The results found that:

1) Demographic factors such as status, number of family members Plants that are grown differently contribute to the decision to purchase agricultural tools and equipment of the village farmers group. Ban Dua Subdistrict, Mueang District, Nong Khai Province differed at the 0.05 level of statistical significance.

2) Buying behaviors of agricultural equipment and tools among farmers in Ban Phue community. Most of the equipment purchased is small agricultural equipment. Buy at the district shop because it's easy to travel to buy. Most of them buy during the rainy season. because it is the season of farming with family members to assist in the purchase decision and there is a form of payment that is an annual installment.

**Keywords:** Purchase Decision, Consumer Behavior, Agricultural Tools

## บทนำ

จังหวัดหนองคายตั้งอยู่ตรงข้ามกับเมืองเวียงจันทน์ ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีความสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งด้านทรัพยากรทางน้ำและทางบกมีเขตที่ราบกว้างใหญ่มีแหล่งน้ำธรรมชาติที่สวยงามมากมาย ได้รับการคัดเลือกเป็นเมืองที่น่าอยู่เป็นอันดับ 7 ของโลก โดยการคัดเลือกจากนิตยสาร Modern Maturity ของสหรัฐอเมริกา (ทองคำ ดวงจันทร์เพ็ชร, 2557: 1) มีสภาพแวดล้อมธรรมชาติป่าไม้และทุ่งนาด้วยสภาพพื้นที่และความอุดมสมบูรณ์ของจังหวัด ส่งผลให้นอกจากเป็นแหล่ง



ท่องเที่ยว ยังเอื้ออำนวยต่อการทำการเกษตรซึ่งนับเป็นอาชีพดั้งเดิมของคนในท้องถิ่น สามารถปลูกพืชได้หลายชนิดและทุกฤดูกาล เช่น ข้าวข้าวโพด และพริก เป็นต้น

ชุมชนบ้านพวก อำเภอเมืองจังหวัดหนองคาย มีจำนวนประชากรในชุมชนทั้งหมด 7,197 คน ประกอบอาชีพเกษตร 385 คน (เทศบาลตำบลบ้านเดื่อ จังหวัดหนองคาย, 2561:8) เป็นอีกชุมชนหนึ่งที่มีการทำอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก โดยเกษตรกรชุมชนบ้านพวก ส่วนใหญ่เลือกที่จะปลูกข้าว เนื่องจากเป็นพืชเศรษฐกิจและปลูกได้ง่าย แต่มีเกษตรกรบางคน que เลือกปลูกพืชชนิดอื่น เช่น ข้าวโพดและพริก รวมถึงอาชีพทางการเกษตรกรรมอื่น ๆ บ้าง มีการใช้ประโยชน์จากพืชที่ปลูกนอกจากการนำไปจำหน่าย เช่น เพื่อใช้ทำอาหารสัตว์ จากเปลือกข้าวโพด ฟางข้าว และยังสามารถเอามาผลิตของมะเขือเทศ และข้าวโพด ไปปลูกต่อได้อีกในฤดูกาลเพาะปลูกถัดไปโดยสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ในการทำการเกษตร คือ เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการเกษตรซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานเกษตรเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน มีทั้งที่ผลิตจากวัสดุจากธรรมชาติหรือไฟเบอร์ มีทั้งอุปกรณ์เบา หนักแบ่งตามลักษณะการใช้งานในการประกอบอาชีพทางการเกษตรไม่ว่าจะปลูกพืชชนิดใดก็ตาม การเลือกซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรนั้นต้องเลือกที่เหมาะสมกับการทำการเกษตรนั้น ๆ

และในปี พ.ศ.2563 แรงงานจากต่างจังหวัดที่ไปทำงานตามเมืองใหญ่ ๆ และทำงานต่างประเทศ ได้เดินทางกลับภูมิลำเนาเพื่อประกอบอาชีพการเกษตร เนื่องจากได้เกิดโรคระบาดจากไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบทั่วโลก จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่ามีผู้ว่างงานกว่า 7.5 แสนคน ซึ่งสูงกว่าปีก่อนในช่วงเวลาเดียวกันถึงเกือบเท่าตัว (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) แรงงานในภาคอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม ภาคบริการ ทั้งในประเทศและต่างประเทศถูกเลิกจ้าง เนื่องจากการปิดกิจการจำนวนมาก แรงงานจึงกลับคืนถิ่นฐานในชนบทแรงงานหนุ่มสาวจำนวนมากกลับสู่ชุมชนบ้านพวก เพื่อมาประกอบอาชีพด้านการเกษตรที่บ้านเกิด แต่กลับปรากฏว่าปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานการทำการเกษตรไม่เกิดประสิทธิภาพและผลผลิตตามที่ควรจะเป็นเนื่องจากไม่สามารถจัดหาอุปกรณ์การเกษตรที่เหมาะสมในด้านคุณภาพและราคารวมถึงช่องทางการซื้อที่เหมาะสมเพราะขาดความรู้ประสบการณ์ส่งผลให้รายได้จากการทำเกษตรไม่เป็นไปตามต้องการ หรือประสบกับปัญหาขาดทุน

ดังนั้น ทางกลุ่มผู้ศึกษาได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการเลือกซื้ออุปกรณ์ทางการเกษตรที่เหมาะสมกับงาน เพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน จึงสนใจทำการศึกษาลักษณะการเลือกซื้อ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวก ตำบลบ้านเดื่อ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย เพื่อให้ผู้สนใจในการทำการเกษตร และเกษตรกรชุมชนบ้านพวกใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา เพื่อที่จะสร้างรายได้เพื่อสร้างอาชีพที่มั่นคงยกระดับรายได้ให้แก่คนในชุมชนบ้านพวกอนาคต



### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ของกลุ่มเกษตรกรบ้านพวก อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ของกลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวก ตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

### สมมุติฐานงานวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ของกลุ่มเกษตรกรบ้านพวก อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ที่แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเลือกซื้อส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ของกลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวก ตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย

### นิยามศัพท์เฉพาะ

เครื่องมือทางการแพทย์ขนาดใหญ่ หมายถึง เครื่องมือที่ใช้แรงเครื่องยนต์ จำพวกเครื่องยนต์ขนาดเล็ก ได้แก่ เครื่องสูบน้ำ รถไถเดินตาม รถตัดหญ้า จำพวกเครื่องยนต์ขนาดใหญ่ ได้แก่ รถแทรกเตอร์ ตีนตะขาบ

อุปกรณ์ขนาดเล็ก หมายถึง เครื่องมือกลสิกรรม ได้แก่ เสียม จอบ พลั่ว คราด และเครื่องมือเก็บเกี่ยว เคียว มีดพรว้า จอบ เป็นต้น

ปุ๋ย หมายถึง สารเคมีที่บำรุงรักษาพืช หรือดิน

ร้านค้าในเขตอำเภอเมือง หมายถึง ร้านค้าขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ได้แก่ โกลบอลเฮ้าส์ ไทกลสิกรหนองคาย

ร้านค้าประจำอำเภอ หมายถึง สถานที่จำหน่ายอุปกรณ์การเกษตรทั้งแบบปลีกและส่งในตำบลบ้านเตื่อ อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ได้แก่ ร้านอีสานการเกษตรและร้านรุ่งโรจน์การเกษตร

ร้านขายของชำตามหมู่บ้าน หมายถึง ร้านค้าปลีกขนาดเล็กในชุมชนบ้านพวกที่จำหน่ายอุปกรณ์การเกษตรให้แก่กลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวก

### แนวคิด ทฤษฎี และกรอบแนวคิดการวิจัย

#### แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

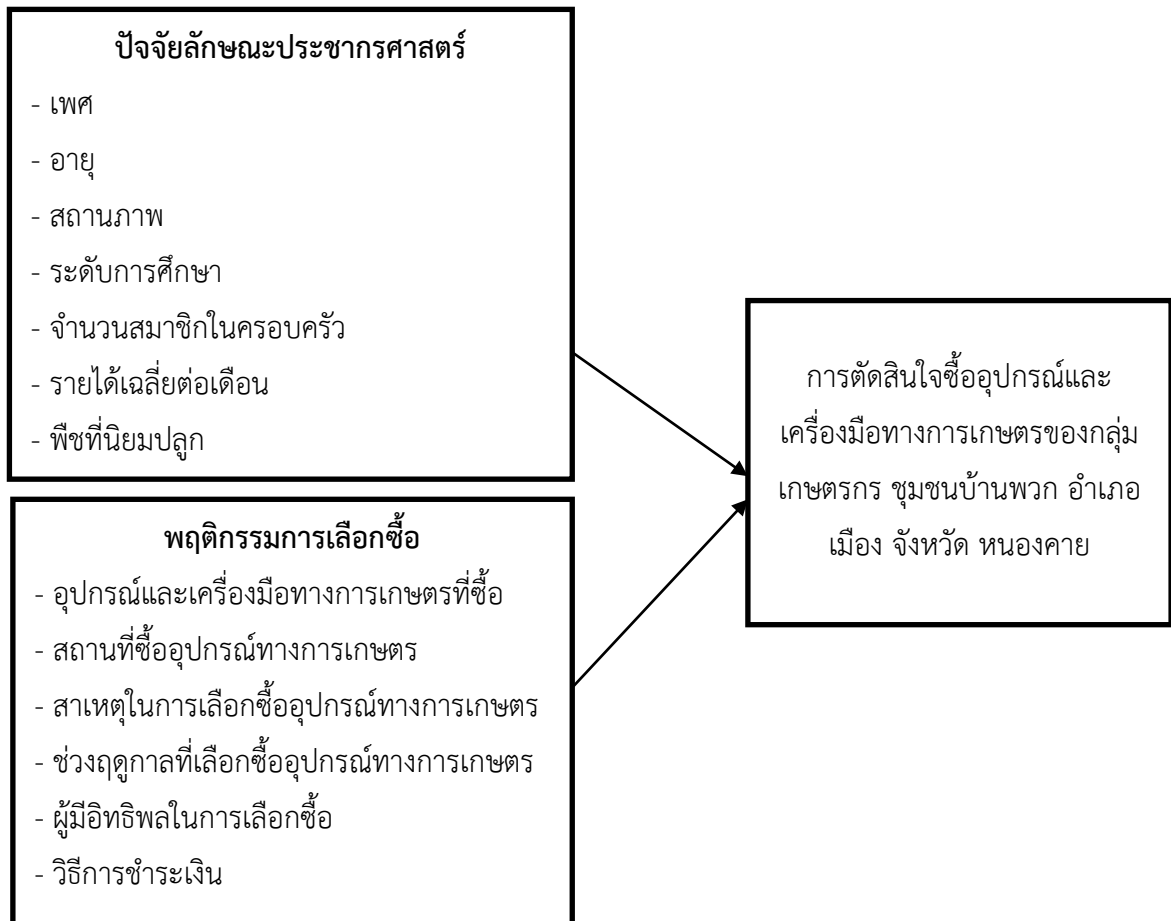
การตัดสินใจซื้อ หมายถึง การตัดสินใจของผู้บริโภคที่เกิดจากการเรียนรู้และการรับรู้ในสิ่งต่าง ๆ กระบวนการเรียนรู้และการรับรู้มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจ อันเนื่องมาจากการเรียนรู้และการรับรู้จะก่อให้เกิดการสั่งสมและประสบการณ์ สำหรับเพื่อค้นหาทางเลือกหรือแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้นต้องการ (George and Jones, 1996)

### ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าหรือเป็นพฤติกรรมของบุคคลในการค้นหาการซื้อการใช้การประเมินและการดำเนินงานเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการโดยคาดหวังว่าสิ่งเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ (Solomon, 2002)

ซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อการใช้การประเมินผลการใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของตนเองโดยมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการค้นหาและการบริโภคใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งทั้งนี้ต้องอาศัยกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมเพื่อให้กิจกรรมนั้นลุล่วง (Schiffman and Kanuk, 1994)

### กรอบแนวคิดการวิจัย





## วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรในตำบลบ้านเตื่อ จำนวน 7,197 คน (เทศบาลตำบลบ้านเตื่อ, 2561: 8) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้ คือ กลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวก ใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างโดยวิธีของ Yamane (1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 378 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมและนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ 385 คน โดยใช้การสุ่ม การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเกณฑ์การให้คะแนนแบบ Likert Scale 5 ระดับ แบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ค่าความน่าเชื่อถือได้ของสัมประสิทธิ์แอลฟา จากการดำเนินการทดสอบข้อมูลแจกแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ทำการวิเคราะห์ค่า Cronbach's Alpha สามารถวัดค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.890

แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกร ชุมชนบ้านพวก อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลใช้มาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale) จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพืชที่นิยมปลูก

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกร ชุมชนบ้านพวก อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scales) ตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert Method) จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ อุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรที่ซื้อ สถานที่ซื้ออุปกรณ์ทางการเกษตร สาเหตุในการเลือกซื้ออุปกรณ์ทางการเกษตร ช่วงฤดูกาลที่เลือกซื้อ อุปกรณ์ทางการเกษตร ผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออุปกรณ์ทางการเกษตร วิธีการชำระเงินในการอุปกรณ์ทางการเกษตร

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกร เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scales) ตาม วิธีการของลิเคิร์ต (Likert Method)

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ของกลุ่มตัวอย่างโดยการหาจำนวน ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลทั่วไป ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การหาความแตกต่างด้วยตัวแปรด้านสถิติ t-test (Independent Sample Test) F-test และการวิเคราะห์โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีเชฟเฟ่



### ผลการวิจัย

ปัจจัยลักษณะด้านประชากรศาสตร์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 62.08 มีอายุอยู่ระหว่าง 31 - 49 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 40.52 สถานภาพสมรส จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 ระดับการศึกษาอยู่ระดับมัธยมปลาย จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.58 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 - 6 คน ร้อยละ 49.61 รายได้จากการทำการเกษตรเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 48.31 ระดับพื้นที่ทำการเกษตร 1 - 10 ไร่ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39.48

### ผลการทดสอบสมมติฐาน

**ตารางที่ 1** สรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวก ตำบลบ้านเตือ อำเภอมือ่ง จังหวัดหนองคาย

ลักษณะประชากรศาสตร์	สถิติ	ค่าสถิติ	sig	ผลการทดสอบ
เพศ	t-test	0.930	0.353	ไม่แตกต่าง
อายุ	F-test	1.075	0.357	ไม่แตกต่าง
สถานภาพ	F-test	5.439	0.005*	แตกต่าง
ระดับการศึกษา	F-test	1.232	0.298	ไม่แตกต่าง
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	F-test	7.320	0.001*	แตกต่าง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-test	1.554	0.213	ไม่แตกต่าง
ระดับพื้นที่ทำการเกษตร	F-test	8.565	0.000*	แตกต่าง

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว พืชที่นิยมปลูกแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวก ตำบลบ้านเตือ อำเภอมือ่ง จังหวัดหนองคาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 2** การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวก ตำบลบ้านเตือ อำเภอมือ่ง จังหวัดหนองคาย

อุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องมือขนาดใหญ่	115	29.90
อุปกรณ์ขนาดเล็ก	185	48.10
ปุ๋ย	85	22.10



ตารางที่ 2 (ต่อ)

อุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
<b>สถานที่ซื้ออุปกรณ์ทางการเกษตร</b>		
ร้านค้าในเขตอำเภอเมือง	106	27.50
ร้านค้าประจำอำเภอ	142	36.60
ร้านขายของชำตามหมู่บ้าน	137	35.30
<b>สาเหตุในการเลือกซื้ออุปกรณ์ทางการเกษตร</b>		
คุณภาพของอุปกรณ์ทางการเกษตร	115	29.90
ราคาของอุปกรณ์ทางการเกษตร	66	17.10
ความสะดวกในการเดินทาง	149	38.70
การบริการของพนักงานขาย	55	14.00
<b>ช่วงฤดูกาลที่เลือกซื้ออุปกรณ์ทางการเกษตร</b>		
ฤดูร้อน	134	34.80
ฤดูฝน	165	42.60
ฤดูหนาว	86	22.30
<b>ผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออุปกรณ์ทางการเกษตร</b>		
ตนเอง	33	8.60
คนในครอบครัว	147	38.20
เพื่อนเกษตรกรในชุมชน	138	35.80
พนักงานขาย	67	17.40
<b>วิธีการชำระเงินในการอุปกรณ์ทางการเกษตร</b>		
ชำระด้วยเงินสด	64	16.60
ผ่อนจ่ายรายเดือน	121	31.40
ผ่อนจ่ายรายปี	125	32.50
ชำระเงินภายหลัง หลังจากขายผลผลิตทางการเกษตร	75	19.50
<b>รวม</b>	<b>385</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 2 พบว่าอุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรที่เกษตรกรชุมชนบ้านพวกส่วนใหญ่เลือกซื้ออุปกรณ์ขนาดเล็ก จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 48.10 รองลงมา ซื้อเครื่องมือขนาดใหญ่ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 และซื้อปุ๋ย จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 22.10





สถานที่ซื้ออุปกรณ์ทางการเกษตร พบว่า กลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวกส่วนใหญ่เลือกซื้ออุปกรณ์กับร้านค้าประจำอำเภอ จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 รองลงมา ร้านขายของชำตามหมู่บ้าน จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30 และร้านค้าในเขตอำเภอเมือง จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50

สาเหตุในการเลือกซื้ออุปกรณ์ทางการเกษตร พบว่า กลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวกส่วนใหญ่ซื้อด้วยสาเหตุความสะดวกในการเดินทาง จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 รองลงมา คุณภาพของอุปกรณ์ทางการเกษตร จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 ราคาของอุปกรณ์ทางการเกษตร จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 และการบริการของพนักงานขาย จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00

ช่วงฤดูกาลที่เลือกซื้ออุปกรณ์ทางการเกษตรพบว่า กลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวกส่วนใหญ่เลือกซื้ออุปกรณ์ในช่วงฤดูฝน จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 42.60 รองลงมา ช่วงฤดูร้อน จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 และช่วงฤดูหนาว จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 22.30

ผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้ออุปกรณ์ทางการเกษตร พบว่า ผู้มีอิทธิพลในการเลือกซื้อของกลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวกส่วนใหญ่ ได้แก่ คนในครอบครัว จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20 รองลงมา เพื่อนเกษตรกรในชุมชน จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 พนักงานขาย จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 และตนเอง จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.60

วิธีการชำระเงินในการอุปกรณ์ทางการเกษตรพบว่า กลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวกส่วนใหญ่ชำระเงินด้วยวิธีผ่อนจ่ายรายปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมา ผ่อนจ่ายรายเดือน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 ชำระเงินภายหลัง หลังจากขายผลผลิตทางการเกษตร จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และชำระด้วยเงินสด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60

### สรุปและอภิปรายผล

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพจำนวนสมาชิกในครอบครัวพีชที่นิยมปลูก แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกร ชุมชนบ้านพวก อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งด้านสถานภาพที่แตกต่ากันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลการทดสอบสมมติฐานสอดคล้องกับงานวิจัยของดนัย ณรงค์ฤทธิ์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถแทรกเตอร์ของเกษตรกรในเขตจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า สถานภาพของเกษตรกรต่างกันจะมีกระบวนการตัดสินใจซื้อแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1997: 105) ได้กล่าวไว้ว่า ครอบครัว (Family) ครอบครัวยุคใหม่เป็นองค์กรในสังคมที่สำคัญที่สุด โดยสมาชิกในครอบครัวถือเป็นกลุ่มอ้างอิงทางตรงขั้นปฐมภูมิที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยสมาชิกในครอบครัว จะมีการแบ่งบทบาทและอิทธิพลของการตัดสินใจซื้อระดับพื้นที่ทำการเกษตรที่แตกต่ากันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผล



การทดสอบสมมุติฐานสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยรัตน์ ถึงสาคร และพัชรหทัย จารุทวีผลบุญกุล (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกร ผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ขนาดพื้นที่ทำการเกษตรที่แตกต่างกันส่งผลต่อการซื้อที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรของกลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวก อำเภอมะนัง จังหวัดหนองคาย พบว่า กลุ่มเกษตรกรชุมชนบ้านพวกซื้อส่วนใหญ่เป็นอุปกรณ์ทางการเกษตรขนาดเล็ก ซื้อที่ร้านค้าประจำอำเภอมะนังเพราะเดินทางไปได้สะดวก โดยส่วนมากจะซื้อช่วงฤดูฝน เพราะเป็นฤดูแห่งการทำเกษตร โดยมีคนในครอบครัวช่วยในการตัดสินใจซื้อ และมีรูปแบบการชำระเงินเป็นแบบผ่อนจ่ายรายปี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเสรี วงษ์มณฑา (2552: 31) ได้กล่าวว่า ในการตัดสินใจซื้อขอลักษณะการซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย ซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใด ซื้อมากน้อยเพียงใด ใครเป็นผู้ซื้อ ใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้อ และส่งผลต่อกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลทำการประเมิน แสวงหา และครอบครอง การใช้หรือบริโภคสินค้าและบริการในที่สุด (Loudon and Albert, 1993: 56)

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1) ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มเกษตรกรบ้านพวกควรมีการส่งเสริมให้ความรู้ในการจัดสรร และใช้ทรัพยากรในการทำเกษตรอย่างเหมาะสม เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่เหมาะสมถ่ายทอดไปยังเกษตรกรท้องถิ่นรุ่นใหม่ เพื่อเข้าใจและสามารถเลือกซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรได้อย่างเหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำเกษตร

2) ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรผู้ประกอบการจำหน่ายอุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรสามารถนำผลการวิเคราะห์ไปกำหนดกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายเพื่อให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของกลุ่มเกษตรกร

2.1) อุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตรที่จำหน่ายควรเป็น อุปกรณ์ทำการเกษตรขนาดเล็ก เช่น เสียม คราด พลั่ว จอบ มีดตายหญ้า เครื่องตัดหญ้าสะพาย เนื่องจากมีราคาไม่แพง มีอายุการใช้งานสั้นต้องหาซื้อทุกฤดูกาลปลูก

2.2) ควรให้ความสำคัญในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ติดต่อง่ายซื้อได้ง่ายให้สะดวก ผู้ประกอบการควรออกร้านตามหน่วยงานต่างๆ เช่น สหกรณ์ กองทุน เพื่อเป็นการโฆษณามุ่งเน้นการให้ข้อมูลการให้ข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการความต้องการของเกษตรกรให้มากที่สุด

2.3) รูปแบบการชำระเงิน เน้นความสะดวกในการผ่อนจ่ายของเกษตรกร ใช้การผ่อนจ่ายเป็นงวดๆรายเดือน ในกรณีที่เป็นสินค้าราคาสูงที่ต้องซื้อปริมาณมากๆ เช่น ปุ๋ย หรือเครื่องจักรขนาดใหญ่ เพราะส่วนใหญ่เกษตรกร อาจใช้การผ่อนจ่ายรายปีหรือเมื่อจำหน่ายผลผลิตได้ จะได้รับค่าตอบแทนจากการขายผลผลิตตามฤดูกาล



### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ คุณค่าตราสินค้า เพื่อให้ได้รายละเอียดที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
- 2) ควรทำการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกถึง ปัญหาของเกษตรกรในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการเกษตร รวมถึงต้นทุนในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ของเกษตรกรอยู่ในระดับใดและจะมีแนวทางลดต้นทุนการผลิตได้ด้วยวิธีการใดบ้าง

### เอกสารอ้างอิง

เทศบาลตำบลบ้านเตือ. (2561). *แผนพัฒนาท้องถิ่น* สืบค้นจาก :

<http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER19/DRAWER006/GENERAL/DATA0000/00000205.PDF>

ชัยรัตน์ ถึงสาคร และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกุล. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีของเกษตรกรผู้ปลูกข้าวในเขตจังหวัดปทุมธานี*. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 ปีการศึกษา 2563. วันพฤหัสบดีที่ 13 สิงหาคม พ.ศ.2563.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต.

दनัย ณรงค์ฤทธิ. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อรถแทรกเตอร์ของเกษตรกรในเขตจังหวัดนครสวรรค์*. การค้นคว้าอิสระ. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). *ผลกระทบโควิด 19 ต่อตลาดแรงงานไทย*. สืบค้นจาก :

[https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article\\_12Oct2020.aspx](https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_12Oct2020.aspx)

ทองคำ ดวงจันทร์เพชร. (2557). *การบริหารจัดการแหล่งประวัติศาสตร์เมืองเวียงคุก จังหวัดหนองคาย*. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

เสรี วงษ์มณฑา. (2552). *กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ: วีระฟิล์มและไซเท็กซ์

George, J. M., & Jones, G. R. (1996). *Organizational Behavior* (3rd ed.). New Jersey: Prentice

Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. (9th ed). New Jersey: Asimmon & Schuster.

Loudon, D.L. and Albert J. Bitta. (1993). *Consumer Behavior*. 4th ed. New York: McGraw-Hall.

Solomon, M. R. (2002). *Consumer Behavior: buying, having, and being* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall



มหาวิทยาลัยหาดใหญ่  
HATYAI UNIVERSITY

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior*. (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall

Taro Yamane (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd Ed. New York. Harper and Row. Publications.