

การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มสธ. ครั้งที่ 3  
The 3<sup>rd</sup> STOU Graduate Research Conference

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวจากศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ของเกษตรกร  
ในเขตพื้นที่อำเภอปิงนาราง จังหวัดพิจิตร

**Factors Affecting Farmers Decision towards Buying Rice Seed form Huaikaew  
Community Rice Center by Farmer in Buengnarang Destrict, Phichit province**

พรชัย แก้วเพชร (Pronchai Kaewphet)\*

สินีนุช คุรุทเมือง แสนเสริม (Sineenuch Khrutmuang Sanserm)\*\*

เบญจมาศ อยู่ประเสริฐ (Benchamas Yooprasert)\*\*\*

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1)สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร (2)สภาพการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร (3)ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวของเกษตรกร (4)ปัญหาและข้อเสนอแนะของเกษตรกรต่อการดำเนินงานของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว อำเภอปิงนาราง จังหวัดพิจิตร

ประชากรที่ศึกษา คือ เกษตรกรผู้ทำนาในอำเภอปิงนารางที่ซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวจากศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว จำนวน 300 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 172 คน สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ และทำการจับฉลากจากรายชื่อเกษตรกรจนครบจำนวนกลุ่มตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า เกษตรกร (1)มีอายุเฉลี่ย 47.12 ปี ส่วนมากจบการศึกษาระดับประถมศึกษา มีพื้นที่ทำนาเฉลี่ย 33.82 ไร่ มีต้นทุนการทำนาเฉลี่ย 3,629.17 บาท ต่อไร่ มีรายได้จากการทำนาเฉลี่ย 7,573.30 บาท ต่อไร่ (2)ส่วนมาก ปลูกข้าวด้วยวิธีหว่านน้ำตามโดยใช้อัตราเมล็ดพันธุ์เฉลี่ย 28.91 กิโลกรัมต่อไร่ ต้องการใช้เมล็ดพันธุ์ข้าวในเดือน มกราคม และ พฤษภาคม ต้องการปลูกข้าวพันธุ์ กข31 กข47 และ กข41 ได้รับข้อมูลลักษณะประจำพันธุ์ข้าวจากเพื่อนบ้าน และซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวจากศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว (3)ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว ในการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวจากศูนย์ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับที่ 1 ให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยด้านราคาเป็นลำดับที่ 2 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเป็นลำดับที่ 3 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับที่ 4 (4) เกษตรกรมีปัญหา ชนิดพันธุ์ข้าวที่ศูนย์ผลิตไม่ตรงกับช่วงเวลาที่ต้องการใช้ เมล็ดพันธุ์ข้าวของศูนย์ไม่พอกับความต้องการ และไม่รู้ข้อมูลข่าวสารของศูนย์ที่เป็นปัจจุบัน จึงเสนอแนะให้ศูนย์ ผลิตเมล็ดพันธุ์ข้าวให้ตรงกับช่วงเวลาที่ต้องการใช้ ให้เพียงพอกับความต้องการ และให้ศูนย์ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการผลิตและการจำหน่ายให้เกษตรกรรู้ล่วงหน้า

**คำสำคัญ** ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าว ศูนย์ข้าวชุมชนตำบลห้วยแก้ว

\*นักศึกษาลัทธิเกษตรศาสตร์มหาบัณฑิต แผนกวิชาส่งเสริมการเกษตร สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช pon\_ch08@hotmail.com

\*\*รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช sineenuch.san@stou.ac.th

\*\*\*รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช benchamas.yoo@stou.ac.th

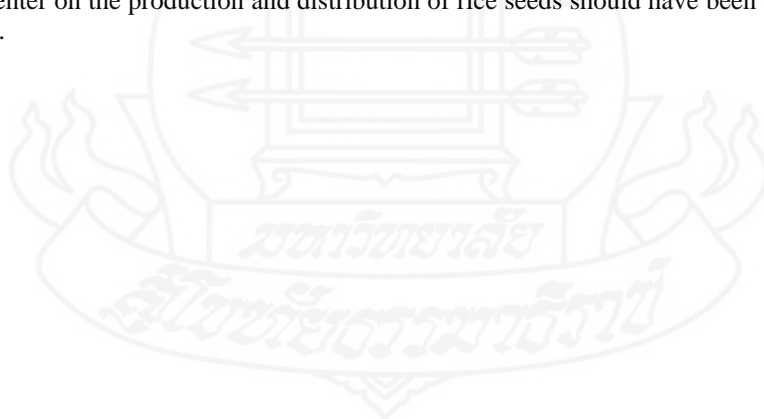
การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มสธ. ครั้งที่ 3  
The 3<sup>rd</sup> STOU Graduate Research Conference

**Abstract**

The objectives of this study were (1) to study social and economic state of farmers in Bueng Na Rang District, Phichit Province; (2) to study the state of their rice seed utilization; (3) to study the marketing factors of Huaikaew Community Rice Center which affected the farmers' decision to buy rice seeds from the center; and (4) to study their problems and suggestions on the operation of the center.

The population in this study was 300 farmers who had done rice farming in Bueng Na Rang District, Phichit Province and bought rice seeds from Huaikaew Community Rice Center. The samples were selected by using stratified random sampling methodology and drawing lots from the farmer list up to 172 persons. The data collecting process was interviewing by using an interview form. The statistical methodology used to analyze the data by computer programs were frequency, percentage, minimum value, maximum value, mean, and standard deviation.

The findings of this study were as follows: (1) the average age of the studied farmers was 47.12 years. Most of them were educated at primary level. The average size of their area used for doing rice farming was 33.82 Rai. The average cost of doing their rice farming was 3,629.17 Baht/Rai, while the average income obtaining from doing their rice farming was 7,573.30 Baht/Rai. (2) most of the studied farmers had done their rice farming by using rice seed sowing method with the average proportion at 28.91 kg of rice seed per Rai. They generally needed rice seeds in January and May, and they mostly planted RD31, RD47, and RD41 rice Varieties. They mostly received information on the characteristics of each rice tribe from their neighbors, and they mostly bought rice seeds from Huaikaew Rice Center. (3) the marketing factors of Huaikaew Community Rice Center affected the farmers' decision to buy rice seeds from the center at medium level. The first factor which affected their decision to buy at much level was the products themselves, the second factor which also affected their decision to buy at much level was the product price, the third factor which affected their decision to buy at medium level was the product distribution, and the fourth factor which also affected their decision to buy at medium level was the marketing extension. And (4) the studied farmers had problems that rice seeds from the center were not produced at the right period of time, the quantity of rice seeds produced from the center did not meet demand, and the information disseminated from the center was not updated. They suggested that the center should have produced rice seeds at the right period of time, the quantity of rice seeds should have met demand, and the information disseminated from the center on the production and distribution of rice seeds should have been disseminated to them in advance.



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา มสธ. ครั้งที่ 3  
The 3<sup>rd</sup> STOU Graduate Research Conference

---

**Keywords:** Factor, Affecting, Decision to Buy, Rice Seed, Huaikaew Rice Center

