

การศึกษาปัจจัยการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อพฤติกรรม  
การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์  
A Study of Factors Promoting Quality of Life Affecting Online  
Consumer Behavior of Farmers in Surin Province

วิจิตรา โพธิสาร<sup>1\*</sup> พิมลพรรณ หนูพันธ์<sup>1</sup> สิริยาภรณ์ เจือจันทร์<sup>1</sup> สุรัตน์ สุขมัน<sup>1</sup>  
และ นวัตร โพธิสาร<sup>2</sup>

Wijittra Potisarn<sup>1\*</sup>, Pimonpan Nupan<sup>1</sup>, Siriyaphorn Juajan<sup>1</sup>, Surat Sukman<sup>1</sup> and  
Nawuttagorn Potisarn<sup>2</sup>

<sup>1</sup> คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 32000

<sup>2</sup> คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์  
จังหวัดสุรินทร์ 32000

<sup>1</sup> Faculty of Management Science, Surindra Rajabhat University, Surin 32000

<sup>2</sup> Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Isan, Surin 32000

\* Corresponding author e-mail: wijittrapo@srnu.ac.th

Received: September 30, 2021; Revised: December 25, 2021; Accepted: February 4, 2022

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาครัฐและเอกชน และระดับพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ และเพื่อศึกษาการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ จำนวน 5 ตอน โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ คือ 0.993 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิง คือ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Stepwise

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาครัฐโดยรวมอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ภาคเอกชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และระดับพฤติกรรม การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ ผล การศึกษาระดับปัจจัยการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของ เกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ พบว่า กลุ่มตัวแปรระดับปัจจัยการส่งเสริมคุณภาพชีวิตทั้งภาครัฐ (GOV) และเอกชน (PRI) ส่งผลต่อพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัด สุรินทร์ (BEH) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ใน รูปคะแนนมาตรฐาน คือ  $BEH = 0.496(GOV) + 0.431(PRI)$

**คำสำคัญ:** การส่งเสริมคุณภาพชีวิต การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ เกษตรกร

## Abstract

This research aimed to study promoting the quality of farmers' life factors level by government and private organization, and online purchase behavior level of farmers in Surin province. Moreover, it aimed to study factors level promoting quality of life affecting the online purchase of farmers in Surin province. The research was quantitative. The 400 sample was the farmers who registered to do agriculture in Surin province. The research tool was an online questionnaire that included five sections and Cronbach's alpha reliability coefficient was 0.993. After that, it used descriptive statistics analysis, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. Moreover, the inference statistics analysis was multiple linear regression using the stepwise method. The results found that the opinion level of promoting the quality of farmers' life factors by government in total was good while the private organization was moderate. Furthermore, the opinion level of online purchase behavior of farmers in Surin in total was good. In addition, the study of factors level promoting quality of life affecting the online purchase of farmers in Surin province found that the variable group of promoting quality of farmers' life factors level by the governance (GOV) and the private (PRI) organization influenced the online purchase behavior (BEH) of farmers in Surin province with statistically significantly at the .05 level. The Predictive Equation in Standardized score found that  $BEH = 0.496(GOV) + 0.431(PRI)$ .

**Keywords:** Promoting Quality of Life, Online Purchase, Farmers

## บทนำ

คุณภาพและศักยภาพของประชากรไทยทุกช่วงวัยเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ โดยยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580 ได้กำหนดเป้าหมายของการพัฒนาประเทศ คือ “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนา อย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน” และกำหนดการประเมินผลการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ ได้แก่ 1) ความอยู่ดีมีสุขของคนไทยและสังคมไทย (ขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนา เศรษฐกิจ และการกระจายรายได้ 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ 4) ความเท่าเทียม และความเสมอภาคของสังคม 5) ความหลากหลายทางชีวภาพ คุณภาพสิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ และ 6) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการเข้าถึง การให้บริการของภาครัฐ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561 : 1, 7) จะเห็นว่าจากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี จะส่งผลให้ประชากรไทยแนวโน้มคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยการมีคุณภาพชีวิตที่ดี หมายถึง ความพึงพอใจในการดำรงชีวิต และการมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี (ปรางทิพย์ ภักดีศิริไพโรจน์, 2559 : 8) และขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายประการ เช่น ด้านร่างกาย ด้านอารมณ์ ด้านสังคม ด้านสติปัญญา ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านครอบครัว เป็นต้น (ปรางทิพย์ ภักดีศิริไพโรจน์, 2559 : 9; ภัฏญพัลวิ กล่อมจงเจริญ, 2560 : 66; คมสันต์ บุญตา และ ภักดี ไพโรจน์, 2562 : 204)

อย่างไรก็ตามจากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ส่งผลให้ทั้งทางภาครัฐและเอกชนเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทุกภาคส่วน โดยในภาคการเกษตรก็เช่นเดียวกัน ในปี พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมา ภาครัฐและเอกชน ได้บูรณาการจัดทำโครงการร่วมกัน เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตเกษตรกรให้ดีขึ้น เช่น โครงการระบบส่งเสริมเกษตรแปลงใหญ่ โครงการพัฒนาเครือข่าย องค์การเกษตรกร Smart Farmer และ Young Smart Farmer โครงการขยายผลและถ่ายทอด เทคโนโลยีเกษตรอัจฉริยะ (Smart Farm) โดยผ่านกลไกผู้ประกอบการ Agriculture System Integrator (ASI) เป็นต้น (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561 : 162) โดยโครงการเหล่านี้จำเป็นต้องศึกษาผลสะท้อนกลับการทำงานของโครงการ เพื่อการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการทำงานในรอบปีถัดไป

ปี พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมา เกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ได้ผลผลิตสินค้าทางการเกษตรสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ข้าวนาปี มันสำปะหลังโรงงาน มะพร้าว ยางพารา และข้าวนาปรัง ในขณะที่พื้นที่ทำการเกษตรสูงสุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ข้าวนาปี ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวนาปรัง และมะพร้าว (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2563) จะเห็นว่าสินค้าบางรายการจะใช้

พื้นที่ในการทำการเกษตรน้อย แต่กลับได้ผลผลิตมากกว่าสินค้าที่ใช้พื้นที่ทางการเกษตรมาก ซึ่งการขับเคลื่อนที่สำคัญ คือ การมีส่วนร่วมในการส่งเสริมและพัฒนาจากทางภาครัฐและเอกชน ตั้งแต่กระบวนการผลิตจนกระทั่งไปสู่กระบวนการขายไปยังผู้บริโภค จะเห็นว่าปัจจัยการสนับสนุนและส่งเสริมการเกษตรจากภาครัฐและเอกชนมีความสำคัญอย่างมากที่ทำให้เกษตรกรเกิดความยั่งยืนทางการเกษตร ซึ่งเป็นการส่งเสริมทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม (ชัยณรงค์ พูลเกษม และคณะ, 2563 : 276) และเมื่อเกษตรกรมีรายได้ที่เกิดจากการเกษตรแล้ว ก็จะส่งผลต่อการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำรงชีวิต มีการใช้งานโทรศัพท์สมาร์ทโฟนมากขึ้น (ชานนท์ ศิริธร, 2559 : 80; จันทิรา แซ่เตียว และสุรรัตน์ อินทร์หม้อ, 2560 : 44) และส่งผลให้เกษตรกรมีพฤติกรรมการใช้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น การสื่อสารด้วยแอปพลิเคชัน การดูสิ่งบันเทิงต่าง ๆ หรือการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ เป็นต้น ดังนั้นเพื่อให้เกิดการปรับปรุงกระบวนการของการทำงานภาครัฐและเอกชน จึงควรสะท้อนผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกร รวมไปถึงการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคหลังจากการเปิดรับเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาในการซื้อสินค้าออนไลน์ ดังเช่น พฤติกรรมในการเลือกช่วงเวลา ความถี่ ค่าใช้จ่ายในการซื้อในแต่ละครั้ง หรือระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้บนเว็บไซต์ เป็นต้น (กันต์ฤทัย พลอดกระโทก และคณะ, 2563 : 21)

ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงได้ศึกษาระดับปัจจัยการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ โดยมุ่งหวังสะท้อนผลการดำเนินงานของภาครัฐบาล และเอกชนในการส่งเสริมสุขภาพชีวิตของเกษตรกรให้เป็นไปตามนโยบายขององค์กร อีกทั้งยังเป็นแนวทางการดำเนินชีวิตและการประกอบอาชีพของเกษตรกรและผู้ประกอบการให้เห็นโอกาสในการขายสินค้าออนไลน์มากขึ้น

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาครัฐและเอกชน และระดับพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์

## ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คุณภาพชีวิต หมายถึง ความพึงพอใจในการดำรงชีวิต การมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของคน ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านสุขภาพกาย คือ การรับรู้สภาพทางร่างกายของบุคคลซึ่งมีผลต่อชีวิตประจำวัน ด้านจิตใจ คือ การรับรู้สภาพทางจิตใจของตนเอง ด้านความสัมพันธ์ทางสังคม คือ การรับรู้เรื่องความสัมพันธ์ของตนกับบุคคลอื่น และด้านสิ่งแวดล้อม คือ การรับรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตในชุมชน (ชุมพร ฉ่ำแสง และคณะ, 2555 : 13)

นอกจากนี้ การส่งเสริมคุณภาพชีวิต หมายถึง ทางปฏิบัติที่จะทำให้คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นทั้งจากการส่งเสริม สนับสนุน หรือวิธีการต่างๆ ที่ส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (ปรางทิพย์ ภักดีศิริไพโรจน์, 2559 : 8 – 9) โดยแบ่งออกเป็น การส่งเสริมจากภาครัฐ ซึ่งแหล่งเงินทุนขององค์กรภาครัฐจะมาจากเงินภาษีอากรของประชาชนโดยตรงทั้งหมด หรือเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่การส่งเสริมจากภาคเอกชน จะมีการจากการระดมทุนในตลาดเงิน ตลาดทุน เป็นต้น (สัมมา คีตสิน, 2553) ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกรทั้งโดยภาครัฐและภาคเอกชน

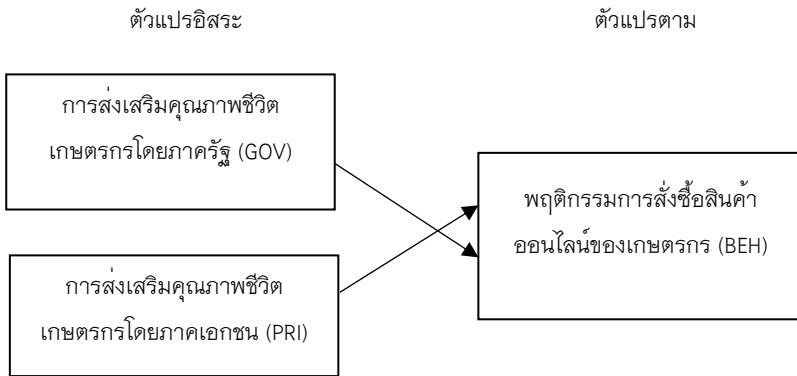
พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกมา เมื่อมีความต้องการสินค้าและบริการ เช่น การเลือก การซื้อ การใช้ เป็นต้น (จิตาพร รุ่งสถาพร และปฐมา สตะเวทิน, 2564 : 122) ซึ่งสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค ได้ ด้วยข้อคำถาม 5W1H ได้แก่ ผู้บริโภคคือใคร (Who) ต้องการซื้ออะไร (What) ซื้อเมื่อไหร่ (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้อทำไม (Why) และซื้ออย่างไร (How) หรือข้อคำถาม 6W1H โดยเพิ่มอีกข้อคำถาม คือ ซื้อให้ใคร (Whom) ซึ่งการวิเคราะห์นี้จะทำให้ทราบถึงลักษณะความต้องการรวมไปถึงพฤติกรรมการซื้อ และพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภคได้ (ธนชัย ชำนาญคิด, 2557 : 15; วริศรา ศรีบรรจง และ นันทวัน เหลี่ยมปรีชา, 2564 : 42; เขาวลิต บุครอง และนันทะหทัย อีอนอก, 2558 : 2172)

## ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกร ประกอบด้วย การส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาครัฐ และการส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาคเอกชน
2. ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์

## กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาปัจจัยการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร คือ เกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 223,691 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563)

2. กลุ่มตัวอย่าง คือ เกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 400 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีของทาโร ยามาเน่ จากจำนวนอำเภอในจังหวัดสุรินทร์ 17 อำเภอ ทำการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม ได้อำเภอศีขรภูมิ จากนั้นทำการเลือกแบบเจาะจง 2 ตำบล คือ ตำบลยาง และตำบลลูกตหวาย ได้กลุ่มตัวอย่างตำบลละ 200 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ รายได้ต่อเดือน ประสบการณ์ทำการเกษตร และพื้นที่ทำการเกษตร ซึ่งข้อคำถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 ปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาครัฐ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 18 ข้อ

ตอนที่ 3 ปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยเอกชน โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 19 ข้อ

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ ประกอบด้วย คำถาม 5W1H ได้แก่ ผู้บริโภคคือใคร (Who) ต้องการซื้ออะไร (What) ซื้อเมื่อไหร่ (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้อทำไม (Why) และซื้ออย่างไร (How) ซึ่งเป็นข้อคำถามในการค้นหาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 31 ข้อ

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเพิ่มเติม ซึ่งเป็นข้อคำถามปลายเปิด จำนวน 3 ข้อ

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย ด้วยศึกษาเอกสาร งานวิจัย ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร จากนั้นสังเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปร สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง แล้วนำไปหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อหาค่า IOC พบว่าข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 ได้ข้อคำถามทั้งหมด 75 ข้อ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ คือ 0.993 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตัวแปรปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาครัฐ คือ 0.988 ปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยเอกชน คือ 0.982 และพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ คือ 0.985

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์สำหรับสำรวจกลุ่มตัวอย่าง โดยให้กลุ่มตัวอย่างสแกนคิวอาร์โค้ด (QR Code) เพื่อเชื่อมโยงไปยังแบบสอบถามออนไลน์และตอบแบบสอบถามผ่านโทรศัพท์มือถือ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเดือน กรกฎาคม – สิงหาคม 2564

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยได้กำหนดเกณฑ์แปลผลตามวิธีของลิเกิร์ต (Likert) ดังนี้ 4.51 – 5.00 เห็นด้วยมากที่สุด 3.51 – 4.50 เห็นด้วยมาก 2.51 – 3.50 เห็นด้วยปานกลาง 1.51 – 2.50 เห็นด้วยน้อย 1.00 – 1.50 เห็นด้วยน้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2554 : 103)

การวิเคราะห์ด้วยสถิติอ้างอิง งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Stepwise (ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2561 : 279 – 280) สำหรับวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาครัฐ (GOV) และตัวแปรปัจจัยการส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาคเอกชน (PRI) ที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรอำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ (BEH)

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาครัฐและเอกชน และระดับพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ของเกษตรกรอำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์

ผลการศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาครัฐ

ผลการวิจัย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาครัฐ

| รายการ                                                                                        | $\bar{x}$ | S.D. | แปลผล |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|-------|
| 1. การได้รับการสนับสนุนในการขาย/ส่งออกสินค้าทางการเกษตรทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยรัฐบาล     | 3.91      | 1.35 | มาก   |
| 2. การได้รับการสนับสนุนอุปกรณ์และสิ่งต่างๆ ที่กลุ่มเกษตรกรนั้นต้องการจากภาครัฐ                | 3.95      | 1.21 | มาก   |
| 3. การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการช่วยเหลือและผลักดันด้านการตลาด                           | 3.91      | 1.22 | มาก   |
| 4. การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการประสานเพื่อจัดหาทุนและแหล่งเงินทุนเพื่อพัฒนาชีวิตเกษตรกร | 3.92      | 1.24 | มาก   |
| 5. การได้รับความรู้/การฝึกอบรมจากภาครัฐต่อปี                                                  | 3.89      | 1.25 | มาก   |
| 6. การได้รับเงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐ                                                          | 3.88      | 1.24 | มาก   |
| 7. การได้รับการสนับสนุนด้านการค้าสินค้าเกษตรที่เป็นธรรม                                       | 3.91      | 1.25 | มาก   |



| รายการ                                                                                                       | $\bar{x}$ | S.D. | แปลผล |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|-------|
| 8. ภาครัฐมีการประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรทราบถึงแนวทางและการแก้ปัญหาการทำการเกษตรในปัจจุบัน                      | 3.88      | 1.23 | มาก   |
| 9. การได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิตจากภาครัฐ                                                                     | 3.86      | 1.24 | มาก   |
| 10. การได้รับการสนับสนุนด้านการรวมกลุ่มเพื่อประกอบอาชีพเสริม                                                 | 3.90      | 1.21 | มาก   |
| 11. ภาครัฐมีการประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเข้าไปให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อเกษตรกรประสบภัยพิบัติ | 3.91      | 1.25 | มาก   |
| 12. ภาครัฐมีการพัฒนารูปแบบการทำงานส่งเสริมเกษตรกรเชิงพื้นที่เพื่อใช้เป็นต้นแบบในการขยายผลสู่พื้นที่อื่น ๆ    | 3.84      | 1.22 | มาก   |
| 13. ภาครัฐใช้กลไกการทำงานที่มีอยู่ในการบูรณาการการทำงานในทุกระดับ                                            | 3.80      | 1.27 | มาก   |
| 14. ภาครัฐส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนและการแปรรูปผลผลิตเกษตรเพื่อสร้างมูลค่า                   | 3.83      | 1.22 | มาก   |
| 15. ภาครัฐส่งเสริมงานเคหกิจเกษตรแก่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของครัวเรือน       | 3.88      | 1.18 | มาก   |
| 16. ภาครัฐดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามนโยบายประกันรายได้เกษตรกร                  | 3.83      | 1.20 | มาก   |
| 17. ภาครัฐมีการพัฒนาตลาดเกษตรกรให้เป็นแหล่งรองรับผลผลิตที่มีคุณภาพในการรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกร               | 3.81      | 1.22 | มาก   |
| 18. ภาครัฐมีการส่งเสริมให้เกษตรกรลดการใช้สารเคมีและถ่ายทอดความรู้ในการใช้สารเคมีอย่างถูกต้อง                 | 3.85      | 1.23 | มาก   |
| รวม                                                                                                          | 3.89      | 0.87 | มาก   |

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาครัฐโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.89$ ) เมื่อพิจารณาข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าข้ออื่น 3 อันดับแรก ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนอุปกรณ์และสิ่งต่างๆ ที่กลุ่มเกษตรกรนั้นต้องการจากภาครัฐ ( $\bar{x} = 3.95$ ) รองลงมา คือ การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการประสานเพื่อจัดหาทุนและแหล่งเงินทุนเพื่อพัฒนาชีวิตเกษตรกร ( $\bar{x} = 3.92$ ) การได้รับการสนับสนุนในการขาย/ส่งออกสินค้าทางการเกษตรทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยรัฐบาล ( $\bar{x} = 3.91$ ) การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการช่วยเหลือและผลักดันด้านการตลาด ( $\bar{x} = 3.91$ ) การได้รับการสนับสนุนด้านการค้าสินค้าเกษตรที่เป็นธรรม ( $\bar{x} = 3.91$ ) ภาครัฐมีการประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเข้าไปให้ความช่วยเหลือและแก้ไขปัญหาเมื่อเกษตรกรประสบภัยพิบัติ ( $\bar{x} = 3.91$ ) ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าข้ออื่น คือ ภาครัฐใช้กลไกการทำงานที่มีอยู่ในการบูรณาการการทำงานในทุกระดับ ( $\bar{x} = 3.80$ )

**ผลการศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาคเอกชน**

ผลการวิจัย ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ผลการศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาคเอกชน

| รายการ                                                                                          | $\bar{x}$ | S.D. | แปลผล   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------|
| 1. การได้รับการสนับสนุนในการขาย/ส่งออกสินค้าทางการเกษตรทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเอกชน        | 3.49      | 1.05 | ปานกลาง |
| 2. การได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชนในการประสานเพื่อจัดหาทุนและแหล่งเงินทุนเพื่อพัฒนาชีวิตเกษตรกร | 3.47      | 1.00 | ปานกลาง |
| 3. การได้รับความช่วยเหลือชดเชยพื้นที่เกษตรที่เสียหายจากภัยธรรมชาติจากภาคเอกชน                   | 3.46      | 1.00 | ปานกลาง |
| 4.ภาคเอกชนได้จัดงบประมาณในการจัดอบรมให้ความรู้ในเรื่องเกษตร                                     | 3.45      | 1.02 | ปานกลาง |
| 5. การได้รับบทบาทการ สนับสนุนและส่งเสริมหรือแม้แต่การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากภาคเอกชน               | 3.40      | 1.03 | ปานกลาง |

| รายการ                                                                                                                           | $\bar{x}$ | S.D. | แปลผล   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|---------|
| 6. ผู้ประกอบการได้รับความช่วยเหลือในการพัฒนาศักยภาพของอาหารแปรรูปพื้นบ้านจากหน่วยงานเอกชน                                        | 3.46      | 1.03 | ปานกลาง |
| 7. การได้รับการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรกรพื้นบ้านของหน่วยงานภาคเอกชน                                                         | 3.47      | 1.01 | ปานกลาง |
| 8. ภาคเอกชนได้มีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่การดำเนินงานผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่เกษตรกร                         | 3.45      | 1.05 | ปานกลาง |
| 9. ภาคเอกชนมีการพัฒนาระบบการทำงานส่งเสริมเกษตรกรอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์                                       | 3.43      | 1.06 | ปานกลาง |
| 10. ภาคเอกชนพัฒนาระบบข้อมูลและระบบเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ทันสมัยเพื่อสนับสนุนการทำงานของเกษตรกรอย่างมีประสิทธิภาพ                    | 3.45      | 1.05 | ปานกลาง |
| 11. ภาคเอกชนส่งเสริมการเกษตรโดยยึดพื้นที่เป็นหลักมีการกำหนดพื้นที่เป้าหมายที่ชัดเจนและพัฒนาต่อยอดจากฐานการพัฒนาที่มีอยู่แล้ว     | 3.42      | 1.00 | ปานกลาง |
| 12. ภาคเอกชนมีการส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพและสร้างมูลค่าเพิ่ม                                                       | 3.45      | 1.02 | ปานกลาง |
| 13. ภาคเอกชนมีการส่งเสริมเกษตรกรในจำหน่ายผลผลิตผ่านทางตลาดออนไลน์                                                                | 3.41      | 1.02 | ปานกลาง |
| 14. ภาคเอกชนมีการสนับสนุนการเกษตรที่เท่าทันต่อภูมิอากาศ                                                                          | 3.39      | 1.00 | ปานกลาง |
| 15. ภาคเอกชนมีส่วนร่วมระบุดูเฝ้าระวังปัญหาและความต้องการของเกษตรกร                                                               | 3.35      | 1.01 | ปานกลาง |
| 16. ภาคเอกชนมีการส่งเสริมให้เกษตรกรทำการเกษตรตามแนวเกษตรทฤษฎีใหม่เพื่อให้เกษตรกรสามารถประกอบกิจกรรมการเกษตรและมีรายได้ตลอดทั้งปี | 3.41      | 1.02 | ปานกลาง |

| รายการ                                                                                                | $\bar{x}$ | S.D. | แปลผล       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|-------------|
| 17. ภาคเอกชนส่งเสริมให้เกษตรกรทำเกษตรกรรม<br>ยั่งยืนและสนับสนุนให้ปลูกไม้ยืนต้นในพื้นที่<br>เกษตรกรรม | 3.39      | .99  | ปานกลาง     |
| 18. ภาคเอกชนส่งเสริมเกษตรกรอินทรีย์และขยายผล<br>การดำเนินงานให้ครอบคลุมพื้นที่มากขึ้น                 | 3.41      | 1.01 | ปานกลาง     |
| 19. ภาคเอกชนสนับสนุนและพัฒนาเกษตรกรให้<br>สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร                    | 3.37      | 1.03 | ปานกลาง     |
| รวม                                                                                                   | 3.41      | 0.90 | ปาน<br>กลาง |

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกร โดยภาคเอกชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.41$ ) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าข้ออื่น 3 อันดับแรก ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนในการขาย/ส่งออกสินค้าทางการเกษตรทั้งในประเทศและต่างประเทศโดยเอกชน ( $\bar{x} = 3.49$ ) รองลงมา คือ การได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชนในการประสานเพื่อจัดหาทุนและแหล่งเงินทุนเพื่อพัฒนาชีวิตเกษตรกร ( $\bar{x} = 3.47$ ) การได้รับการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนเกษตรกรพื้นบ้านของหน่วยงานภาคเอกชน ( $\bar{x} = 3.47$ ) การได้รับความช่วยเหลือชดเชยพื้นที่เกษตรที่เสียหายจากภัยธรรมชาติจากภาคเอกชน ( $\bar{x} = 3.46$ ) ผู้ประกอบการได้รับความช่วยเหลือในการพัฒนาศักยภาพของอาหารแปรรูปพื้นบ้านจากหน่วยงานเอกชน ( $\bar{x} = 3.46$ ) ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าข้ออื่น คือ ภาคเอกชนมีส่วนร่วมระบุวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของเกษตรกร ( $\bar{x} = 3.35$ )

## ผลการศึกษาระดับพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรใน จังหวัดสุรินทร์

ผลการวิจัย โดยแปลผลตามวิธีของลิเกิร์ต (Likert) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาระดับพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์

| รายการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค                     | $\bar{x}$ | S.D. | แปลผล   |
|---------------------------------------------------------|-----------|------|---------|
| 1. ผู้บริโภคคือใคร (Who)                                |           |      |         |
| 1. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์กับครอบครัว                 | 3.79      | 1.24 | มาก     |
| 2. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ให้คนมาเยี่ยมเยียน          | 3.50      | 1.03 | ปานกลาง |
| 3. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ให้คนงาน                    | 3.60      | 1.07 | มาก     |
| 4. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ให้ตัวเอง                   | 3.86      | 1.22 | มาก     |
| 5. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ให้กับสัตว์เลี้ยง           | 3.56      | 1.05 | มาก     |
| รวมตามผู้บริโภคคือใคร (Who)                             | 3.66      | 1.13 | มาก     |
| 2. ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What)                      |           |      |         |
| 1. การเลือกซื้อเสื้อผ้าเครื่องสำอางผ่านทางออนไลน์       | 3.60      | 1.22 | มาก     |
| 2. การเลือกซื้ออาหารผ่านทางออนไลน์                      | 3.54      | 1.03 | มาก     |
| 3. การเลือกซื้อเครื่องใช้ในครัวเรือนผ่านทางออนไลน์      | 3.81      | 1.20 | มาก     |
| 4. การเลือกซื้อสินค้าผลผลิตทางการเกษตรผ่านทางออนไลน์    | 3.64      | 1.13 | มาก     |
| 5. การเลือกซื้อวัสดุ/อุปกรณ์การเกษตรผ่านทางออนไลน์      | 3.66      | 1.10 | มาก     |
| รวมตามผู้บริโภครต้องการซื้ออะไร (What)                  | 3.65      | 1.14 | มาก     |
| 3. ผู้บริโภคซื้อเมื่อไหร่ (When)                        |           |      |         |
| 1. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ในช่วงเวลา 06.01 – 10.00 น. | 3.64      | 1.20 | มาก     |
| 2. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ในช่วงเวลา 10.01 – 14.00 น. | 3.76      | 1.17 | มาก     |

| รายการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค                            | $\bar{x}$ | S.D. | แปลผล   |
|----------------------------------------------------------------|-----------|------|---------|
| 3. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ในช่วงเวลา 14.01 – 18.00 น.        | 3.75      | 1.17 | มาก     |
| 4. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ในช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น.        | 3.67      | 1.13 | มาก     |
| 5. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ในช่วงเวลา 22.01 – 02.00 น.        | 3.52      | 1.04 | มาก     |
| 6. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ในช่วงเวลา 02.01 – 06.00 น.        | 2.63      | 0.89 | ปานกลาง |
| รวมด้านผู้บริโภคซื้อเมื่อไหร่ (When)                           | 3.50      | 1.20 | ปานกลาง |
| 4. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where)                                 |           |      |         |
| 1. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์กับแอปพลิเคชัน Facebook            | 4.00      | 1.27 | มาก     |
| 2. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์กับแอปพลิเคชัน Line                | 3.65      | 1.07 | มาก     |
| 3. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์กับแอปพลิเคชัน Shopee              | 4.01      | 1.16 | มาก     |
| 4. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์กับแอปพลิเคชัน Instagram           | 3.13      | 0.90 | ปานกลาง |
| 5. การเลือกซื้อสินค้าออนไลน์กับแอปพลิเคชัน Tiktok              | 2.89      | 0.84 | ปานกลาง |
| รวมด้านผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where)                             | 3.53      | 1.15 | มาก     |
| 5. ผู้บริโภคซื้อทำไม (Why)                                     |           |      |         |
| 1. เลือกซื้อสินค้าออนไลน์เพราะนำมาอุปโภค/บริโภคเองในครัวเรือน  | 3.85      | 1.19 | มาก     |
| 2. เลือกซื้อสินค้าออนไลน์เพราะนำมาใช้ใน การเกษตร               | 3.84      | 1.18 | มาก     |
| 3. เลือกซื้อสินค้าออนไลน์เพราะต้องการนำมาให้ สัตว์เลี้ยงบริโภค | 3.57      | 1.09 | มาก     |
| 4. เลือกซื้อสินค้าออนไลน์เพราะต้องการนำมา แจกจ่ายให้ชุมชน      | 3.35      | 1.04 | ปานกลาง |

| รายการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค                                       | $\bar{x}$   | S.D.        | แปลผล      |
|---------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|------------|
| 5. เลือกซื้อสินค้าออนไลน์เพราะต้องการนำไปฝากญาติ/คนรู้จัก                 | 3.36        | 0.99        | ปานกลาง    |
| รวมด้านผู้บริโภคซื้อทำไม (Why)                                            | 3.60        | 1.12        | มาก        |
| 6. ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้อย่างไร (How)                                  |             |             |            |
| 1. เนื่องจากสามารถเข้าถึงสินค้าและเลือกซื้อได้ง่าย                        | 4.03        | 1.25        | มาก        |
| 2. เนื่องจากราคาถูกกว่าท้องตลาด                                           | 3.99        | 1.17        | มาก        |
| 3. เนื่องจากมีการโปรโมทให้เห็นได้ทั่วไปทั้งในเว็บไซต์และสื่อโซเชียลมีเดีย | 4.02        | 1.16        | มาก        |
| 4. เนื่องจากสินค้ามีความหลากหลาย                                          | 3.97        | 1.20        | มาก        |
| 5. เนื่องจากสินค้าสวยและถูกใจตามต้องการ                                   | 3.96        | 1.23        | มาก        |
| รวมด้านผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้อย่างไร (How)                              | 3.99        | 1.21        | มาก        |
| <b>รวม</b>                                                                | <b>3.65</b> | <b>1.17</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการศึกษาระดับพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.65$ ) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากกว่าค่าอื่น คือ ด้านผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้อย่างไร (How) ( $\bar{x} = 3.99$ ) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าค่าอื่น คือ ด้านผู้บริโภคซื้อเมื่อไหร่ (When) ( $\bar{x} = 3.50$ )

#### ผลการศึกษาระดับปัจจัยการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Stepwise ซึ่งผลการทดสอบ Multicollinearity ระหว่างตัวแปรอิสระได้ค่า 0.796 การทดสอบระหว่างตัวแปรอิสระ (GOV) กับตัวแปรตาม (BEH) ได้ค่า 0.840 และการทดสอบระหว่างตัวแปรอิสระ (PRI) กับตัวแปรตาม (BEH) ได้ค่า 0.826 และเมื่อทดสอบค่า Tolerance ได้ค่า 0.366 ซึ่งมากกว่า 0.100 และ VIF 2.734 ซึ่งน้อยกว่า 10 จากผลการทดสอบตัวแปรข้างต้น สามารถใช้ตัวแปร GOV และตัวแปร PRI ในการพยากรณ์พฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ (BEH) ของเกษตรกรอำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ได้ ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** ผลการศึกษาระดับปัจจัยการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์

| พฤติกรรมการ<br>สั่งซื้อสินค้า<br>ออนไลน์                                                                      | ปัจจัยการ<br>ส่งเสริม<br>คุณภาพชีวิต      | b    | SE <sub>b</sub> | Beta | t      | Sig.  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|------|-----------------|------|--------|-------|
| ค่าคงที่                                                                                                      |                                           | .357 | .094            |      | 3.807  | .000* |
|                                                                                                               | การส่งเสริม<br>คุณภาพชีวิตโดย<br>ภาครัฐ   | .486 | .039            | .496 | 12.543 | .000* |
|                                                                                                               | การส่งเสริม<br>คุณภาพชีวิตโดย<br>ภาคเอกชน | .408 | .037            | .431 | 10.908 | .000* |
| R = 0.879, R <sup>2</sup> = 0.773, Adjusted R <sup>2</sup> = 0.772, SEE = 0.408, F = 675.628,<br>Sig. = .000* |                                           |      |                 |      |        |       |

\*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวแปรระดับปัจจัยการส่งเสริมคุณภาพชีวิตทั้งภาครัฐและเอกชนส่งผลต่อพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งพบว่ามีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง (R = 0.879) และจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ได้ ร้อยละ 77.30 สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงได้ ดังนี้

ระดับความคิดเห็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตโดยภาครัฐเพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ระดับพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ เพิ่มขึ้น 0.486 ระดับ

ระดับความคิดเห็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตโดยภาคเอกชนเพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ระดับพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ เพิ่มขึ้น 0.408 ระดับ สามารถเขียนสมการพยากรณ์ ดังนี้

ในรูปคะแนนดิบ  $BEH = 0.357 + 0.486(GOV) + 0.408(PRI)$

ในรูปคะแนนมาตรฐาน  $BEH = 0.496(GOV) + 0.431(PRI)$



## อภิปรายและสรุปผล

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกร โดยภาครัฐและเอกชน และระดับพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ และเพื่อศึกษาระดับปัจจัยการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ สามารถสรุปได้ดังนี้

### 1. ผลการศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาครัฐและเอกชน และระดับพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์

ผลการศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาครัฐโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ 2561 – 2580) ในการส่งเสริมพัฒนา และสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านการเกษตรให้กับเกษตรกร ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมในระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมไปถึงการสนับสนุนให้เกษตรกรใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้มุ่งเน้นความปลอดภัยของสินค้าทางการเกษตร ให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561 : 19 – 21) ถึงแม้ในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID – 19) และมีข้อจำกัดในการป้องกันและเว้นระยะห่าง (Social Distancing) รัฐบาลยังคงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563 : 140) อย่างไรก็ตามพบว่าไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณิธิ ชุมภูศรี และคณะ (2563 : 423) ที่กล่าวว่า เกษตรกรในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีระดับคุณภาพชีวิตอยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคม สิ่งแวดล้อม จิตใจ และร่างกาย ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรยังมีปัญหาทางเศรษฐกิจ มีรายได้ไม่เพียงพอ มีปัญหาด้านหนี้สิน เป็นต้น ซึ่งเกษตรกรยังคงต้องการที่จะพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

ผลการศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาคเอกชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง จะเห็นว่าภาคเอกชนได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของเกษตรกร เนื่องจากสินค้าทางการเกษตรยังคงเป็นปัจจัยสำคัญในการค้าขายทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และการส่งเสริมเกษตรกรในภาคเศรษฐกิจและสังคม จะช่วยให้เกษตรกรมีความสามารถทางการแข่งขันมากขึ้น และนำไปสู่การทำเกษตรแบบยั่งยืน (Sustainable Agriculture) ดังเช่น ไทยวา (2563) ที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรด้านเศรษฐกิจ โดยการจัดหาวัตถุดิบบริหารจัดการ และพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน มีการสนับสนุน

เทคโนโลยีการเกษตรที่ทันสมัย มีการทำการเกษตรอัจฉริยะ และการเข้าถึงทรัพยากรและการศึกษาในระดับสากล นอกจากนี้สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุรินทร์ (2564) ได้กล่าวถึงภาคเอกชนที่ได้ส่งมอบเครื่องจักรกลการเกษตรเพื่อสนับสนุนโคกหนองนาถุ่มเกษตรกรในพื้นที่จังหวัดสุรินทร์ เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตทางการเกษตร นอกจากนี้ในการวิจัยขององอาจ เดชอิทธิรัตน์ และประนต นันท์ยะกุล (2558 : 151) ได้กล่าวถึงการสนับสนุนเกษตรตามโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริด้วยการประสานเพื่อจัดหาทุนและแหล่งเงินมาช่วยในการลงทุนและพัฒนาคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยให้ได้รับประโยชน์ร่วมกัน

ผลการศึกษาในระดับพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากเกษตรกรเริ่มใช้งานโทรศัพท์สมาร์ทโฟนมากขึ้น มีการใช้แอปพลิเคชันสื่อสังคม และแพลตฟอร์มซื้อขายต่างๆ เช่น Facebook, Line, Instagram, Shopee และ Lazada เป็นต้น ทำให้เห็นสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ต และสั่งซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน สำหรับชำระสินค้าและบริการยังคงเป็นแบบเงินสด ซึ่งก็สามารถทำได้ง่าย เนื่องจากมีแอปพลิเคชันของธนาคารที่ผูกกับบัญชีธนาคาร ซึ่งเกษตรกรได้ทำการลงทะเบียนไว้พร้อม ๆ กับนโยบายการช่วยเหลือจากรัฐบาล เช่น โครงการประกันรายได้เกษตรกรผู้ปลูกข้าว โครงการคนละครึ่ง โครงการเราชนะ เป็นต้น สอดคล้องกับการสำรวจของ Ardrey et al. (2020) ที่ได้สำรวจเกษตรกร 1,000 คน ใน 7 ประเทศ เกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้า เช่น เมล็ดพืช ปุ๋ย สารป้องกันวัชพืช อาหารสัตว์ อุปกรณ์การเกษตร ซอฟต์แวร์ หรือเทคโนโลยีการเกษตร เป็นต้น โดยพบว่าในรอบปีที่ผ่านมา มีจำนวนเกษตรกรถึงร้อยละ 13 ที่สั่งซื้อสินค้าออนไลน์

## **2. ผลการศึกษาระดับปัจจัยการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ส่งผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์**

จากผลงานวิจัย พบว่าระดับปัจจัยการส่งเสริมคุณภาพชีวิตทั้งภาครัฐและเอกชนส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ ทั้งนี้เนื่องจากเป้าหมายของภาครัฐและเอกชนคือการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น ซึ่งเป็นไปตามนโยบายการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม จะเห็นว่าเมื่อเกษตรกรมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งทางร่างกาย จิตใจ สังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจ ย่อมเกิดความสบายใจ และใช้ชีวิตที่เรียบง่ายขึ้น (ปรางทิพย์ ภักดีศิริไพโรจน์, 2559 : 8 – 9) โดยเฉพาะการมีรายได้จากการทำการเกษตรและนำไปซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟนมาใช้งานแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อสร้างความสนุกสนานและสร้างความพึงพอใจในการใช้ชีวิตของตนเอง รวมไปถึงการเลือกซื้อสินค้าและบริการแบบออนไลน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของวลัยลักษณ์ อัครีวงศ์ (2563 : 221 – 223) ที่ได้

ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่า หากผู้บริโภคเป็นผู้มีรายได้มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไปจะทำให้มีโอกาสที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น และหากผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดการส่งเสริมการขายเพิ่มขึ้น 1 ระดับก็มีโอกาสที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะปัจจุบันที่มีการพัฒนาระบบขนส่งสินค้าให้มีคุณภาพ ทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้รับสินค้าและบริการรวดเร็วและปลอดภัย และนำไปสู่การตัดสินใจสั่งซื้อสินค้ามากขึ้นเช่นกัน

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 เนื่องจากพฤติกรรมของเกษตรกรมีการสั่งซื้อสินค้าโดยรวมในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรขายสินค้าออนไลน์สำหรับเกษตรกรในหลายๆ แพลตฟอร์มมากขึ้นทั้งสื่อสังคม และแพลตฟอร์มขายสินค้า เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นเกษตรกรมากขึ้น ทั้งสินค้าทางการเกษตร อาหาร เครื่องนุ่งห่ม รวมไปถึงยาและเวชภัณฑ์ เป็นต้น

1.2 ในอนาคตการค้าขายสินค้าและบริการจะผ่านโทรศัพท์สมาร์ทโฟนมากขึ้น และเกษตรกรก็ได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างต่อเนื่องทั้งจากรัฐบาลและเอกชน ดังนั้นเกษตรกรจึงจำเป็นต้องเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ขายสินค้าทางการเกษตร โดยสามารถขายสินค้าผ่านทางสื่อสังคม และแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น

1.3 ภาครัฐบาลและเอกชนควรส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรอย่างต่อเนื่อง โดยมีการทบทวนกระบวนการทำงานให้มีคุณภาพ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการดำเนินชีวิตอย่างเข้มแข็ง มีความสุข และยืนได้ด้วยกำลังของตนเองในที่สุด

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแต่ละตัวแปรปัจจัยการส่งเสริมคุณภาพชีวิตทั้งภาครัฐและเอกชนที่ส่งผลต่อการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของเกษตรกรในจังหวัดสุรินทร์ เพื่อให้สามารถจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน ทั้งนี้เพื่อให้ได้รูปแบบและแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรได้ต่อไป

2.2 ควรมีการวิจัยในเชิงคุณภาพ ในการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยส่งเสริมคุณภาพชีวิตเกษตรกรโดยภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้เพื่อสะท้อนความคิดเห็นของเกษตรกรและนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการทำงานของภาครัฐและเอกชนให้มีคุณภาพอย่างต่อเนื่อง

2.3 ควรศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าออนไลน์ของเกษตรกร ทั้งนี้เพื่อหาแนวทางและพัฒนาศักยภาพของเกษตรกรด้านการตลาดดิจิทัลมากขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- กัญญพัสด์ กล่อมธงเจริญ. (2560). คุณภาพชีวิตของเกษตรกรเกษตรอินทรีย์ จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย**, 12(1), 59–90.
- กันต์ฤทัย ปลอดกระโทก, วลัยยา ร้อยแก้ว, สุทัศน์ เยี่ยงกลาง, วิวรรณ กาญจนวจิ, สุภาวดี สุวิธรรมา. (2563). พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏ นครราชสีมา. **วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครราชสีมา**, 5(1), 19–30.
- คมสันต์ บุพตา และกักดี โพธิ์สิงห์. (2562). นโยบายเกษตรอินทรีย์กับการพัฒนาคุณภาพชีวิตเกษตรกรไทย. **วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์**, 4(3), 191–206.
- จันทิรา แซ่เตียว และสุรรัตน์ อินทร์หม้อ. (2560). พฤติกรรมการเลือกใช้อุปกรณ์ใช้บนโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนสำหรับวัยกลางคน. **วารสารรัชต์ภาคย์**, 11(23), 43–52.
- ชานนท์ ศิริธร. (2559). พฤติกรรมการบริโภคสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคเจนเอเรชั่นวาย. **วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า**, 3(1), 77–104.
- ชุมพร ฉ่ำแสง, อุมาพร เคนศิลา, นัยนา ตั้งใจดี, กิตติพงษ์ คงสมบูรณ์. (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของบุคลากรฝ่ายการพยาบาล ศูนย์การแพทย์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จังหวัดนครนายก**. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชัยณรงค์ พูลเกษม, สุรัชย์ กังวล, อัครพงศ์ อ้นทอง. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืนทางการเกษตรของเกษตรกรชาวไร่้อย. **วารสารบัณฑิตศึกษา**, 17(76), 267–279.
- เชาวลิต บุครอง และนันทน์หทัย อีอนอก. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคร้านค้าปลีกขนาดเล็ก (โชห่วย) ในเขตเทศบาลเมืองศรีราชา จังหวัดชลบุรี. ใน **การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 34**. หน้า 2171 – 2178. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ทิศาพร รุ่งสถาพร และปฐมมา สตะเททิน. (2564). พฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้าบนช่องทางออนไลน์ในภาวะวิกฤตโควิด-19 ในเขตกรุงเทพมหานครปริมณฑล และพิษณุโลก.

**วารสารนิเทศศาสตร์**, 39(2), 119–133.

ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. (2561). **การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย**. (พิมพ์ครั้งที่ 8). มหาสารคาม : ตักสิลาการพิมพ์.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). **การวิจัยเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ปณิธิ ชมภูศรี, จุฑาทิพย์ เกลิมผล, รุจ ศิริสัจญ์ลักษณ์, จุฑามาศ โชติบาง. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของเกษตรกรในอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่. **วารสารแก่นเกษตร**, 48(2563) ฉบับพิเศษ 1, 421–428.

ไธยวา. (2563). **การพัฒนาเกษตรกร**. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2564. ที่มาจาก <https://investor-th.thaiwaha.com/misc/sd/2020/farmer-developments-2020-th.pdf>

ชนชัย ชำนาญคิด. (2557). **การจำแนกความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้ที่ซื้อมะนาวไปใช้ในธุรกิจร้านอาหารและกลุ่มผู้ที่ซื้อมะนาวไปใช้ในธุรกิจร้านเครื่องดื่มในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ปัจจัยด้านพฤติกรรมในการเลือกซื้อมะนาวกรณีศึกษา สวนมะนาวชยาธร**. การศึกษาคำว่าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการประกอบการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ปรางทิพย์ ภักดีศิริไพโรจน์. (2559). **การศึกษาคูณภาพชีวิตของคนในชุมชนบ้านแสนต่อ หมู่ 11 ตำบลผา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง**. สารนิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รวิสรดา ศรีบรรจง และนันทวัน เหลี่ยมปรีชา. (2564). พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคภายใต้วิถีความปกติใหม่ (New Normal) ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดออนไลน์. ใน **โครงการนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ประจำปี พ.ศ. 2564**. วันที่ 1 เมษายน 2564. หน้า 40 – 52. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.

วลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต**, 16(1), 209–229.

ล้มมา คีตสิน. (2553). **ผู้บริหารองค์กรภาครัฐ**. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2564. ที่มาจาก

[http://www.stabundamrong.go.th/web/book/53/b9\\_53.pdf](http://www.stabundamrong.go.th/web/book/53/b9_53.pdf)

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสุรินทร์. (2564). **ภาคเอกชนส่งมอบเครื่องจักรกลการเกษตร**

**มูลค่ากว่า 9 แสนบาท สนับสนุนโคกหนองนาหล่มเกษตรกรในพื้นที่จังหวัด  
สุรินทร์ เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิต วางแผนส่งมอบต่อเพิ่มกว่าร้อยแห่งทั่ว  
ประเทศ**. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2564. ที่มาจาก

<https://surin.prd.go.th/content/page/index/id/12500>

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). **จำนวนครัวเรือนเกษตรกรที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกร จำแนก**

**รายจังหวัด พ.ศ. 2557 – 2563**. สืบค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2564. ที่มาจาก

[http://statbi.nso.go.th/staticreport/Page/sector/TH/report/sector\\_11\\_3\\_TH.xls](http://statbi.nso.go.th/staticreport/Page/sector/TH/report/sector_11_3_TH.xls)

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). **ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 –**

**2580**. สืบค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2564, ได้จาก

<https://drive.google.com/file/d/1XSBMp8OCsawJqECOB-XZLB91-cRrNsEV/view>

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). **แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์**

**ชาติ ประเด็นที่ 03 การเกษตร**. สืบค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2564. ที่มาจาก

[http://nscr.nesdc.go.th/nesdc\\_uat/wp-content/uploads/2021/02/NS-03\\_138-173.pdf](http://nscr.nesdc.go.th/nesdc_uat/wp-content/uploads/2021/02/NS-03_138-173.pdf)

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2563). **ผลผลิตสินค้าทางการเกษตรรวมสูงสุด 5 อันดับแรก**

**ปี 2563**. สืบค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2564. ที่มาจาก [http://mis-app.oae.go.th/area/ลุ่ม  
แม่น้ำแม่น้ำมูล/สุรินทร์](http://mis-app.oae.go.th/area/ลุ่มแม่น้ำแม่น้ำมูล/สุรินทร์)

องอาจ เดชอิทธิรัตน์ และปรนต นันทิยะกุล. (2558). **ตัวแบบการบริหารจัดการเพื่อสนับสนุนการ**

**พัฒนาการเกษตรตามโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ. วารสารวิชาการ**

**มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 5(3), 147-154.**

Ardrey, J., Denis, N., Magnin, C., Revellat, J. (2020). **What can digital retailers in the**

**agriculture sector do to encourage what could be a €10 billion market?.**

Retrieved September 5, 2021, from

<https://www.mckinsey.com/industries/agriculture/our-insights/unlocking-the-online-retail-opportunity-with-european-farmers>