

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	๗
สารบัญตาราง	๗
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	4
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	5
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
ขอบเขตประชากร	9
ขอบเขตเนื้อหา	10
วิธีการศึกษา	10
การเก็บรวบรวมข้อมูล	10
เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล	10
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	10
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	11
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	12
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกรผู้ซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชใน อำเภอป่าซาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน	13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน	15
ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อขายผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกร ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อปี	36
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อ ผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอปาย จังหวัด แม่ฮ่องสอน	92
ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อสารกำจัด ศัตรูพืชของเกษตรกรในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนก ตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อปี	97
ส่วนที่ 6 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชของ เกษตรกรในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน	117
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	121
สรุปผลการศึกษา	121
อภิปรายผล	132
ข้อค้นพบ	134
ข้อเสนอแนะ	137
บรรณานุกรม	141
ภาคผนวก	143
แบบสอบถาม	144
ประวัติผู้เขียน	153

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงข้อมูลจำแนกตามครัวเรือนของเกษตรกรในแต่ละตำบล	9
2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
3 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	13
4 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	14
5 แสดงจำนวน และร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	14
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของพืชที่เพาะปลูกในปัจจุบัน	15
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของพืชสวนที่เพาะปลูก	15
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของพืชไร่ที่เพาะปลูก	16
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของพื้นที่เพาะปลูก	17
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชที่เลือกซื้อ	18
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของสารกำจัดศัตรูพืชที่เลือกซื้อประเภทหญ้าใบแคบ	19
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของสารกำจัดศัตรูพืชที่เลือกซื้อประเภทหญ้าใบแคบ	19
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของสารกำจัดศัตรูพืชที่เลือกซื้อประเภทหญ้าใบกว้าง	20
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของสารกำจัดศัตรูพืชที่เลือกซื้อประเภทหญ้าใบกว้าง	20
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของสารกำจัดศัตรูพืชฆ่าหญ้าประเภทดูดซึม	21

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามขนาดของสารกำจัดศัตรูพืชยามาห์ผู้าประเภทคูดซิม	21
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามยี่ห้อของสารกำจัดศัตรูพืชยามาห์ผู้าประเภทเผาไหม้	22
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามขนาดของสารกำจัดศัตรูพืชยามาห์ผู้าประเภทเผาไหม้	22
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามยี่ห้อของสารกำจัดศัตรูพืชประเภทสารป้องกันกำจัดโรคพืช	23
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามขนาดของสารกำจัดศัตรูพืชประเภทสารป้องกันกำจัดโรคพืช	24
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามยี่ห้อของสารกำจัดศัตรูพืชประเภทสารป้องกันกำจัดแมลง	25
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามขนาดของสารกำจัดศัตรูพืชประเภทสารป้องกันกำจัดแมลง	26
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามเหตุผลที่ซื้อสารกำจัดศัตรูพืช	27
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช	27
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามปัจจัยที่เลือกซื้อสารกำจัดศัตรูพืช	28
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสารกำจัดศัตรูพืช	29
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามวันที่ซื้อสารกำจัดศัตรูพืช	29
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวนตามช่วงเวลาซื้อสารกำจัดศัตรูพืช	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช	30
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช	31
31	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของการซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชจากร้านที่ซื้อ	31
32	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชจากร้านที่ซื้อเป็นประจำ	32
33	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช	33
34	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช	34
35	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเปรียบเทียบราคาหรือชื่อเสียงของยี่ห้อที่ซื้อ	35
36	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจต่อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชที่ซื้อ	35
37	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชที่ซื้อ และจำแนกตามเพศ	36
38	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามเพศ	37
39	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามเพศ	38
40	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามเพศ	39
41	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามเพศ	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
42 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามเพศ	41
43 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามเพศ	42
44 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามเพศ	43
45 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามเพศ	44
46 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของการซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชจากร้านที่ซื้อ และจำแนกตามเพศ	45
47 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชจากร้านที่ซื้อเป็นประจำ และจำแนกตามเพศ	46
48 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามเพศ	47
49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามเพศ	48
50 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเปรียบเทียบราคาหรือชื่อเสียงของยี่ห้อที่ซื้อ และจำแนกตามเพศ	49
51 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจต่อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชที่ซื้อ และจำแนกตามเพศ	49
52 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชที่ซื้อ และจำแนกตามอายุ	50
53 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามอายุ	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามอายุ	52
55 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามอายุ	53
56 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามอายุ	54
57 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามอายุ	55
58 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาที่ซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามอายุ	56
59 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามอายุ	57
60 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามอายุ	58
61 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของการซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชจากร้านที่ซื้อ และจำแนกตามอายุ	59
62 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชจากร้านที่ซื้อเป็นประจำ และจำแนกตามอายุ	60
63 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามอายุ	61
64 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามอายุ	62
65 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเปรียบเทียบราคาหรือชื่อเสียงของยี่ห้อที่ซื้อ และจำแนกตามอายุ	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
66 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชที่ซื้อ และจำแนกตามอายุ	63
67 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของ ผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชที่ซื้อ และจำแนกตามระดับการศึกษา	64
68 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อ สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามระดับการศึกษา	65
69 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามระดับการศึกษา	66
70 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อ สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามระดับการศึกษา	67
71 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามระดับการศึกษา	68
72 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ซื้อสาร กำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามระดับการศึกษา	69
73 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาซื้อสาร กำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามระดับการศึกษา	70
74 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อ ผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามระดับการศึกษา	71
75 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อ ผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามระดับการศึกษา	72
76 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของการซื้อ ผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชจากร้านที่ซื้อ และจำแนกตามระดับการศึกษา	73
77 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชจากร้านที่ซื้อเป็นประจำ และจำแนกตามระดับ การศึกษา	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
78	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามระดับการศึกษา	75
79	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามระดับการศึกษา	76
80	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเปรียบเทียบราคาหรือชื่อเสียงของยี่ห้อที่ซื้อ และจำแนกตามระดับการศึกษา	77
81	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจต่อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชที่ซื้อ และจำแนกตามระดับการศึกษา	77
82	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชที่ซื้อ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	78
83	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	79
84	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	80
85	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	81
86	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	82
87	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวันที่ซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	83
88	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาซื้อสารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	84
89	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	85
90	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
91 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะของการซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชจากร้านที่ซื้อ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	87
92 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชจากร้านที่ซื้อเป็นประจำ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	88
93 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	89
94 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืช และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	90
95 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเปรียบเทียบราคาหรือชื่อเสียงของยี่ห้อที่ซื้อ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	91
96 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความพอใจต่อผลิตภัณฑ์สารกำจัดศัตรูพืชที่ซื้อ และจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	91
97 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	92
98 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านราคา	93
99 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	94
100 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	95
101 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	97
102 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามเพศ	98

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
103 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	99
104 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	100
105 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ	102
106 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามอายุ	103
107 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ	104
108 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ	105
109 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา	107
110 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามระดับการศึกษา	108
111 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามระดับการศึกษา	109
112 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา	110
113 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	112
114 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านราคา จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	113
115 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัย ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	114

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
116 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อปี	115
117 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	117
118 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านราคา	118
119 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	119
120 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	120