

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชของเกษตรกรใน อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ครั้งนี้ สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร (ตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 4) ประกอบด้วย

เพศ

อายุ

การศึกษา

รายได้ต่อปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเกษตรกรรม (ตารางที่ 5 ถึงตารางที่ 18) ประกอบด้วย

ประเภทของพืชที่ปลูก

ประเภทของพืชสวนที่ปลูก

ประเภทของพืชไร่ที่ปลูก

ขนาดพื้นที่เพาะปลูก

ขนาดของยาคุมหญ้าที่ซื้อ

ขนาดของยามาหญ้าที่ซื้อ

ความถี่ในการซื้อสารกำจัดวัชพืชใน 1 ปี

ที่ตั้งของร้านที่ซื้อสารกำจัดวัชพืชเป็นประจำ

ร้านที่ซื้อสารกำจัดวัชพืชเป็นประจำในอำเภอบ้านโฮ่ง

ร้านที่ซื้อสารกำจัดวัชพืชเป็นประจำนอกอำเภอบ้านโฮ่ง

เหตุผลที่ซื้อสารกำจัดวัชพืชจากร้านที่ระบุ

วันที่มักจะซื้อสารกำจัดวัชพืช

เวลาที่มักจะซื้อสารกำจัดวัชพืช

ผู้มีอำนาจร่วมในการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช (ตารางที่ 19 ถึงตารางที่ 25) ประกอบด้วย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย/สถานที่จัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการขาย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการขายโดยใช้พนักงานขาย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช จำแนกตามประเภทของพืชที่ปลูก (ตารางที่ 26 ถึงตารางที่ 33)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	104	74.3
หญิง	36	25.7
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นผู้เป็นเพศชาย ร้อยละ 74.3 รองลงมาเป็นเพศหญิง ร้อยละ 25.7

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
20-30	4	2.9
31-40	50	35.7
41-50	60	42.9
มากกว่า 50	26	18.6
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 35.7 และอายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 18.6

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	89	63.6
มัธยมศึกษา	44	31.4
อนุปริญญา	2	1.4
ปริญญาตรี	5	3.6
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 63.6 รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 31.4 และระดับปริญญาตรี ร้อยละ 3.6

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามรายได้ต่อปี

รายได้ต่อปี (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 50,000	48	34.3
50,001-75,000	41	29.3
75,001-100,000	27	19.3
มากกว่า 100,000	24	17.1
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีรายได้ต่อปีต่ำกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 34.3 รองลงมาคือ ระหว่าง 50,001-75,000 บาท ร้อยละ 29.3 และระหว่าง 75,001-100,000 บาท ร้อยละ 19.3

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเกษตรกรรม

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามประเภทของพืชที่ปลูก

ประเภทของพืช	จำนวน	ร้อยละ
พืชสวน	48	34.3
พืชไร่	52	37.1
ทั้งพืชสวน และพืชไร่	40	28.6
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ปลูกพืชไร่ ร้อยละ 37.1 รองลงมาคือ ปลูกพืชสวน ร้อยละ 34.3 และปลูกทั้งพืชสวนและพืชไร่ ร้อยละ 28.6

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกรที่ปลูกพืชสวน จำแนกตามประเภทของพืชสวนที่ปลูก

ประเภทของพืชสวน	จำนวน	ร้อยละ
ลำไย	80	90.9
ลำไย และมะม่วง	8	9.1
รวม	88	100.0

หมายเหตุ : จำนวนรวม คำนวณจากจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพืชสวนอย่างเดียว 48 ราย รวมกับจำนวนเกษตรกรที่ปลูกทั้งพืชสวนและพืชไร่อีกจำนวน 40 ราย รวมเป็น 88 ราย

จากตารางที่ 6 พบว่า เกษตรกรที่ปลูกพืชสวนส่วนใหญ่จะปลูกพืชสวนประเภทลำไย ร้อยละ 90.9 รองลงมาคือ ประเภทลำไยและมะม่วง ร้อยละ 9.1

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกรที่ปลูกพืชไร่ จำแนกตามประเภทของพืชไร่ที่ปลูก

ประเภทของพืชไร่	จำนวน	ร้อยละ
หอม	47	51.1
หอม กระเทียม	31	33.7
หอม กระเทียม ผัก	2	2.2
หอม ผัก	5	5.4
กระเทียม	1	1.1
กะหล่ำ	1	1.1
กะหล่ำ พริก	1	1.1
พริก	3	3.3
มะเขือ	1	1.1
รวม	92	100.0

หมายเหตุ : จำนวนรวม คำนวณจากจำนวนเกษตรกรที่ปลูกพืชไร่อย่างเดียว 52 ราย รวมกับจำนวนเกษตรกรที่ปลูกทั้งพืชสวนและพืชไร่อีกจำนวน 40 ราย รวมเป็น 92 ราย

จากตารางที่ 7 พบว่า เกษตรกรที่ปลูกพืชไร่ส่วนใหญ่จะปลูกพืชไร่ประเภทหอม ร้อยละ 51.1 รองลงมาคือ ประเภทหอมและกระเทียม ร้อยละ 33.7 และประเภทหอมและผัก ร้อยละ 5.4

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามขนาดพื้นที่เพาะปลูก

ขนาดพื้นที่	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 ไร่	99	70.7
10-50 ไร่	39	27.9
51-100 ไร่	1	.7
มากกว่า 100 ไร่	1	.7
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีขนาดพื้นที่เพาะปลูกน้อยกว่า 10 ไร่ ร้อยละ 70.7 รองลงมาคือ 10-50 ไร่ ร้อยละ 27.9 และ 51-100 ไร่ และมากกว่า 100 ไร่ ร้อยละ 0.7 เท่ากัน

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามขนาดของยาคุมหญ้าที่ซื้อ

ขนาดยาคุมหญ้า	จำนวน	ร้อยละ ของเกษตรกรทั้งหมด
100 ซีซี	4	2.9
500 ซีซี	24	17.1
1000 ซีซี	90	64.3
มากกว่า 1000 ซีซี	32	22.9

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มักจะซื้อยาคุมหญ้าขนาด 1000 ซีซี ร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ ขนาดมากกว่า 1000 ซีซี ร้อยละ 22.9 และขนาด 500 ซีซี ร้อยละ 17.1

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามขนาดของยามาหญ้าที่ซื้อ

ขนาดยามาหญ้า	จำนวน	ร้อยละ ของเกษตรกรทั้งหมด
1 ลิตร	32	22.9
4 ลิตร	97	69.3
20 ลิตร	18	12.9
มากกว่า 20 ลิตร	5	3.6

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 10 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มักจะซื้อยามาหญ้าขนาด 4 ลิตร ร้อยละ 69.3 รองลงมาคือ ขนาด 1 ลิตร ร้อยละ 22.9 และขนาด 20 ลิตร ร้อยละ 12.9

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามความถี่ในการซื้อสารกำจัดวัชพืช
ใน 1 ปี

ความถี่ในการซื้อสารกำจัดวัชพืช	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	11	7.9
2 ครั้ง	37	26.4
3 ครั้ง	49	35.0
4 ครั้ง	28	20.0
มากกว่า 4 ครั้ง	15	10.7
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อสารกำจัดวัชพืชใน 1 ปี
จำนวน 3 ครั้ง ร้อยละ 35.0 รองลงมาคือ จำนวน 2 ครั้ง ร้อยละ 26.4 และ จำนวน 4 ครั้ง ร้อยละ 20.0

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามที่ตั้งของร้านที่ซื้อสารกำจัดวัชพืช
เป็นประจำ

ที่ตั้งของร้าน	จำนวน	ร้อยละ
ในอำเภอบ้านโฮ่ง	137	97.9
นอกอำเภอบ้านโฮ่ง	3	2.1
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ซื้อสารกำจัดวัชพืชเป็นประจำจากร้านที่ตั้งอยู่
ในอำเภอบ้านโฮ่ง ร้อยละ 97.9 รองลงมาคือ จากร้านนอกอำเภอบ้านโฮ่ง ร้อยละ 2.1

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกรที่ซื้อสารกำจัดวัชพืชจากแหล่งในอำเภอบ้านโฮ่ง
จำแนกตามร้านที่ซื้อสารกำจัดวัชพืชเป็นประจำ

ร้าน	จำนวน	ร้อยละ
ชัยมงคล	17	12.4
ชาวสวน	1	0.7
ธัญทอง	9	6.6
นายสว่าง	3	2.2
ปุยฝ้าย	5	3.6
ฟลุคเทียน	1	0.7
มาลี	3	2.2
เมืองแก้วการเกษตร	17	12.4
รัตนกิจ	50	36.5
วรรณวัฒน์	22	16.1
สหกรณ์	5	3.6
อนุมะ	4	2.9
รวม	137	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า เกษตรกรที่ซื้อสารกำจัดวัชพืชในอำเภอบ้านโฮ่งส่วนใหญ่จะมี
ร้านที่ซื้อสารกำจัดวัชพืชเป็นประจำคือ ร้านรัตนกิจ ร้อยละ 36.5 รองลงมาคือ ร้านวรรณวัฒน์ ร้อย
ละ 16.1 และร้านชัยมงคลและร้านเมืองแก้วการเกษตร ร้อยละ 12.4 เท่ากัน

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกรที่ซื้อสารกำจัดวัชพืชจากแหล่งนอกอำเภอบ้านโฮ่ง จำแนกตามร้านที่ซื้อสารกำจัดวัชพืชเป็นประจำ

ร้าน	จำนวน	ร้อยละ
ฐานเศรษฐกิจ	1	33.3
นายเสน่ห์ อ.เวียงหนองล่อง ลำพูน	1	33.3
สามพี่น้องการเกษตร	1	33.3
รวม	3	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า เกษตรกรที่ซื้อสารกำจัดวัชพืชนอกอำเภอบ้านโฮ่งส่วนใหญ่จะมีร้านที่ซื้อสารกำจัดวัชพืชเป็นประจำคือ ร้านฐานเศรษฐกิจ ร้านนายเสน่ห์ อ.เวียงหนองล่อง ลำพูน และร้านสามพี่น้องการเกษตร ร้อยละ 33.3 เท่ากัน

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อสารกำจัดวัชพืชจากร้านที่ระบุ

เหตุผลที่ซื้อสารกำจัดวัชพืช	จำนวน	ร้อยละ
มีสินค้าจำหน่ายหลายประเภท หลายยี่ห้อ	65	46.4
ทางร้านสามารถให้คำปรึกษาแก่เกษตรกรได้	68	48.6
ทางร้านมีพนักงานบริการที่ดี พุดจาไพเราะ	4	2.9
อื่น ๆ	3	2.1
รวม	140	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ มีการให้เครดิต

จากตารางที่ 15 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ซื้อสารกำจัดวัชพืชจากร้านที่ระบุเพราะร้านดังกล่าวสามารถให้คำปรึกษาแก่เกษตรกรได้ ร้อยละ 48.6 รองลงมาคือ มีสินค้าจำหน่ายหลายประเภท หลายยี่ห้อ ร้อยละ 46.4 และทางร้านมีพนักงานบริการที่ดี พุดจาไพเราะ ร้อยละ 2.9

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามวันที่มักจะซื้อสารกำจัดวัชพืช

วันที่มักจะซื้อสารกำจัดวัชพืช	จำนวน	ร้อยละ
วันทำการ (จันทร์-ศุกร์)	131	70.4
วันหยุด (เสาร์-อาทิตย์)	47	25.3
วันนักขัตฤกษ์	8	4.3

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 16 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มักจะซื้อสารกำจัดวัชพืชในวันทำการ (จันทร์-ศุกร์) ร้อยละ 70.4 รองลงมาคือ ในวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) ร้อยละ 25.3 และในวันนักขัตฤกษ์ ร้อยละ 4.3

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามเวลาที่มักจะซื้อสารกำจัดวัชพืช

เวลาที่มักจะซื้อสารกำจัดวัชพืช	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเช้า (9.00-12.00 น.)	109	77.9
ช่วงบ่าย (13.00-17.00 น.)	21	15.0
ช่วงเย็น (หลัง 17.00 น.)	10	7.1
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มักจะซื้อสารกำจัดวัชพืชในช่วงเช้า (9.00-12.00 น.) ร้อยละ 77.9 รองลงมาคือ ในช่วงบ่าย (13.00-17.00 น.) ร้อยละ 15 และในช่วงเย็น (หลัง 17.00 น.) ร้อยละ 7.1

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามผู้มีอำนาจร่วมในการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช

ผู้มีอำนาจร่วมในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตัดสินใจเอง	89	63.6
คนในครอบครัว เช่น สามี ภรรยา	46	32.9
ญาติพี่น้อง	2	1.4
เพื่อน	3	2.1
รวม	140	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นผู้ตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชเอง ร้อยละ 63.6 รองลงมาคือ มีผู้ร่วมในการตัดสินใจเป็นคนในครอบครัว เช่น สามี ภรรยา ร้อยละ 32.9 และเป็นเพื่อน ร้อยละ 2.1

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำนวนตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ												แปลผล
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ค่าเฉลี่ย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. ภาพพจน์ของตราขายชื่อสารกำจัดวัชพืชที่จำหน่ายในร้าน	-	-	9	6.4	32	22.9	69	49.3	30	21.4	3.86	มาก	
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	-	-	-	-	7	5.0	51	36.4	82	58.6	4.54	มากที่สุด	
3. ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้านมีหลายขนาด	1	.7	2	1.4	47	33.6	68	48.6	22	15.7	3.77	มาก	
4. ชื่อสารกำจัดวัชพืชที่จำหน่ายในร้าน	7	.0	7	5.0	51	36.4	54	38.6	28	20.0	3.74	มาก	
5. ความสวยงามของหีบห่อ บรรจุภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	21	15.0	15	10.7	47	33.6	26	18.6	31	22.1	3.22	ปานกลาง	
6. ความทนทานแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน	4	2.9	8	5.7	45	32.1	44	31.4	39	27.9	3.76	มาก	
รวมค่าเฉลี่ย											3.81	มาก	

จากตารางที่ 19 พบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ภาพลักษณ์ของตรายี่ห้อ ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาด ยี่ห้อสารกำจัดวัชพืช และความทนทานแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ค่าผสมของพื้นที่ห่อบรรจุภัณฑ์

Chiang Mai University

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ												แปลผล
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ค่าเฉลี่ย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. ราคาถูกกว่าร้านอื่น	-	-	8	5.7	82	58.6	25	17.9	25	17.9	3.48	ปานกลาง	
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	1	.7	2	1.4	23	16.4	62	44.3	52	37.1	4.16	มาก	
3. มีการผ่อนชำระ	23	16.4	8	5.7	41	29.3	53	37.9	15	10.7	3.21	ปานกลาง	
4. มีการให้เครดิต	22	15.7	5	3.6	38	27.1	58	41.4	17	12.1	3.31	ปานกลาง	
รวมค่าเฉลี่ย												3.54	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ ราคาถูกกว่าร้านอื่น มีการผ่อนชำระ และมีการให้เครดิต

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำนวนตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางจำหน่าย สถานที่จัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช

ปัจจัยด้านช่องทางจำหน่าย/สถานที่จัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ												แปลผล
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ค่าเฉลี่ย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
											จำนวน	ร้อยละ	
1. สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง	-	-	-	-	15	10.7	73	52.1	52	37.1	4.26	มาก	
2. สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการขอรถ	-	-	-	-	24	17.1	75	53.6	41	29.3	4.12	มาก	
3. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่พัก	2	1.4	6	4.3	36	25.7	52	37.1	44	31.4	3.93	มาก	
4. การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหาง่าย	-	-	-	-	35	25.0	80	57.1	25	17.9	3.93	มาก	
5. วันเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย	1	.7	5	3.6	28	20.0	83	59.3	23	16.4	3.87	มาก	
6. เวลาเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย	-	-	8	5.7	31	22.1	82	58.6	19	13.6	3.80	มาก	
รวมค่าเฉลี่ย											3.99	มาก	

จากตารางที่ 21 พบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านช่องทางจำหน่าย/สถานที่จัดจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัย
ย่อยด้านช่องทางจำหน่าย/สถานที่จัดจำหน่ายทุกบริษัทก็มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ สถานที่จำหน่ายมีความสะดวก สถานที่จัดจำหน่ายมี
ความสะดวกในการจอดรถ สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้บ้านที่พัก การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบง่าย วันเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย และ
เวลาเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำนวนตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ประเภทสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ประเภทสื่อโฆษณา	ระดับความสำคัญ												เบผลผล			
	น้อยที่สุด			น้อย			ปานกลาง			มาก				มากที่สุด		ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
																จำนวน
1. โทรทัศน์	7	5.0	31	22.1	57	40.7	25	17.9	20	14.3	3.14	ปานกลาง				
2. วิทยุ	9	6.4	31	22.1	25	17.9	25	17.9	50	35.7	3.54	มาก				
3. ไปรษณีย์บัตร	74	52.9	27	19.3	28	20.0	11	7.9	-	-	1.83	น้อย				
4. นิตยสารเกี่ยวกับการเกษตร	54	38.6	18	12.9	39	27.9	26	18.6	3	2.1	2.33	น้อย				
5. แผ่นพับ	29	20.7	32	22.9	48	34.3	30	21.4	1	.7	2.59	ปานกลาง				
6. ไปสเตอร์และใบปลิว	14	10.0	29	20.7	57	40.7	36	25.7	4	2.9	2.91	ปานกลาง				
7. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	17	12.1	23	16.4	50	35.7	43	30.7	7	5.0	3.00	ปานกลาง				
8. การแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ	8	5.7	14	10.0	37	26.4	64	45.7	17	12.1	3.49	ปานกลาง				
รวมค่าเฉลี่ย												2.85	ปานกลาง			

จากตารางที่ 22 พบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญต่อบริจยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดย
ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ วิทยุ

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ โทรทัศน์ แผ่นพับ โบสถ์เตอร์และใบปลิว วิทยุโฆษณา
กลางแจ้ง และการแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อยได้แก่ ไปรษณีย์บัตร และนิติยสารเกี่ยวกับการเกษตร

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำนวนตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ประเภทการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจิวเวลรี่

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ประเภทการส่งเสริมการขาย	ระดับความสำคัญ										แปลผล	
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด			ค่าเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. การชิงโชค	8	5.7	22	15.7	41	29.3	40	28.6	29	20.7	3.43	ปานกลาง
2. การให้ของแถม	6	4.3	19	13.6	42	30.0	34	24.3	39	27.9	3.58	มาก
3. การสาธิตสินค้า	7	5.0	16	11.4	41	29.3	64	45.7	12	8.6	3.41	ปานกลาง
4. การลดราคา	6	4.3	20	14.3	39	27.9	35	25.0	40	28.6	3.59	มาก
5. การแสดงสินค้า	3	2.1	4	2.9	47	33.6	79	56.4	7	5.0	3.59	มาก
6. การให้ส่วนลด(เมื่อลูกค้าซื้อตาม ปริมาณที่กำหนด)	6	4.3	13	9.3	38	27.1	33	23.6	50	35.7	3.77	มาก
รวมค่าเฉลี่ย											3.56	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดแก่ การให้ของแถม การลดราคา การแสดงสินค้า และการให้ส่วนลด

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ การชิงโชค และการสาธิตสินค้า

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการขาย โดยใช้พนักงานขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ												แปลผล
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ค่าเฉลี่ย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
											จำนวน	ร้อยละ	
1. การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พูดจาไพเราะ	-	-	1	.7	44	31.4	62	44.3	33	23.6	3.91	มาก	
2. การดูแลเอาใจใส่และเต็มใจบริการ	-	-	2	1.4	31	22.1	73	52.1	34	24.3	3.99	มาก	
3. การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	-	-	5	3.6	71	50.7	46	32.9	18	12.9	3.55	มาก	
4. การสื่อสารที่ชัดเจน	-	-	1	.7	33	23.6	85	60.7	21	15.0	3.90	มาก	
5. มีความน่าเชื่อถือ	-	-	1	.7	32	22.9	79	56.4	28	20.0	3.96	มาก	
6. มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า	-	-	2	1.4	41	29.3	64	45.7	33	23.6	3.91	มาก	
7. ความถูกต้องและสม่ำเสมอในการให้บริการ	-	-	3	2.1	43	30.7	76	54.3	18	12.9	3.78	มาก	
8. การให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า	2	1.4	1	.7	46	32.9	69	49.3	22	15.7	3.77	มาก	
รวมค่าเฉลี่ย											3.85	มาก	

จากตารางที่ 24 พบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการขายโดยใช้พนักงานขายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการขายโดยใช้พนักงานขายทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พูดยาเพราะ การดูแลเอาใจใส่และเต็มใจบริการ การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การสื่อสารที่ชัดเจน มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ความถูกต้องและสม่ำเสมอในการให้บริการ และการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า

Chiang Mai University

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของเกษตรกร จำแนกตามระดับความสำคัญ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ประเภทการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ประเภทการประชาสัมพันธ์	ระดับความสำคัญ												แปลผล
	น้อยที่สุด		น้อย		ปานกลาง		มาก		มากที่สุด		ค่าเฉลี่ย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การกีฬา การกุศล การรักษาสีสิ่งแวดล้อม เป็นต้น	2	1.4	9	6.4	62	44.3	62	44.3	5	3.6	3.42	ปานกลาง	
2. การจัดสัมมนาเกี่ยวกับการใช้สินค้า	5	3.6	11	7.9	75	53.6	46	32.9	3	2.1	3.22	ปานกลาง	
รวมค่าเฉลี่ย												3.32	ปานกลาง

จากตารางที่ 25 พบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการประชาสัมพันธ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการประชาสัมพันธ์ทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การกีฬา การกุศล การรักษาสีสิ่งแวดล้อม เป็นต้น และการจัดสัมมนาเกี่ยวกับการใช้สินค้า

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช จำนวนตามประเภทของพืชที่ปลูก

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชจำแนกตามประเภทของพืชที่ปลูก

ด้านผลิตภัณฑ์	ชนิดพืชที่ปลูก						ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล
	พืชสวน		พืชไร่		ทั้งพืชสวนและพืชไร่			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. ภาพพจน์ของตราชื่อ	4.00	มาก	3.77	มาก	3.80	มาก	3.86	มาก
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.35	มาก	4.58	มากที่สุด	4.70	มากที่สุด	4.54	มากที่สุด
3. ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาด	3.81	มาก	3.73	มาก	3.78	มาก	3.77	มาก
4. ชื่อสารกำจัดวัชพืช	3.88	มาก	3.67	มาก	3.65	มาก	3.74	มาก
5. ความสวยงามของหีบห่อบรรจุภัณฑ์	3.29	ปานกลาง	3.17	ปานกลาง	3.20	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง
6. ความทนทานแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์	3.60	มาก	3.83	มาก	3.85	มาก	3.76	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	3.82	มาก	3.79	มาก	3.83	มาก	3.81	มาก

จากตารางที่ 26 พบว่า เกษตรกรที่ปลูกพืชทุกระเภทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเกษตรกรที่ปลูกพืชสวน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ภาพพจน์ของตรายี่ห้อ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่มีหลายขนาด และความทนทานแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ ส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ ที่เหลือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสวยงามของหีบห่อบรรจุภัณฑ์

เกษตรกรที่ปลูกพืชไร่ และทั้งพืชสวนและพืชไร่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ภาพพจน์ของตรายี่ห้อ ผลิตภัณฑ์ที่มีหลายขนาด ยี่ห้อสารกำจัดวัชพืช และความทนทานแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ ส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่นๆ ที่เหลือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสวยงามของหีบห่อบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชจำแนกตามประเภทของพืชที่ปลูก

ด้านราคา	ชนิดพืชที่ปลูก						ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล
	พืชสวน		พืชไร่		ทั้งพืชสวนและพืชไร่			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. ราคาถูกกว่าร้านอื่น	3.42	ปานกลาง	3.48	ปานกลาง	3.55	มาก	3.48	ปานกลาง
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	3.98	มาก	4.15	มาก	4.37	มาก	4.16	มาก
3. มีการผ่อนชำระ	2.67	ปานกลาง	3.46	ปานกลาง	3.53	มาก	3.21	ปานกลาง
4. มีการให้เครดิต	2.71	ปานกลาง	3.63	มาก	3.60	มาก	3.31	ปานกลาง
รวมค่าเฉลี่ย	3.19	ปานกลาง	3.68	มาก	3.76	มาก	3.54	มาก

จากตารางที่ 27 พบว่า เกษตรกรที่ปลูกพืชทุกประเภทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเกษตรกรที่ปลูกพืชสวน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่น ๆ ที่เหลือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาถูกกว่าร้านอื่น มีการผ่อนชำระ และมีการให้เครดิต

เกษตรกรที่ปลูกพืชไร่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และมีการให้เครดิต ส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่น ๆ ที่เหลือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาถูกกว่าร้านอื่น และมีการผ่อนชำระ

เกษตรกรที่ปลูกทั้งพืชสวนและพืชไร่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาถูกกว่าร้านอื่น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีการผ่อนชำระและมีการให้เครดิต

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจัดจำหน่ายประเภทของพืชที่ปลูก

ด้านช่องทางการจำหน่าย สถานที่จัดจำหน่าย	ชนิดพืชที่ปลูก						ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล
	พืชสวน		พืชไร่		ทั้งพืชสวนและพืชไร่			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง	4.15	มาก	4.37	มาก	4.27	มาก	4.26	มาก
2. สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการจอดรถ	3.98	มาก	4.17	มาก	4.22	มาก	4.12	มาก
3. สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่พัก	3.75	มาก	4.13	มาก	3.88	มาก	3.93	มาก
4. การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบง่าย	3.73	มาก	4.04	มาก	4.03	มาก	3.93	มาก
5. วันเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย	3.75	มาก	3.92	มาก	3.95	มาก	3.87	มาก
6. เวลาเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย	3.75	มาก	3.83	มาก	3.82	มาก	3.80	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	3.85	มาก	4.08	มาก	4.03	มาก	3.99	มาก

จากตารางที่ 28 พบว่า เกษตรกรที่ปลูกพืชทุกประเภทให้ความสำคัญต่อกิจกรรมด้านช่องทางจำหน่ายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเกษตรกรที่ปลูกพืชสวน ปลูกพืชไร่ และปลูกพืชไร่และปลูกพืชไร่ทั้งหมดให้ความสำคัญต่อกิจกรรมด้านช่องทางจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านช่องทางจำหน่ายทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการจอดรถ สถานที่ที่จัดจำหน่ายอยู่ในพื้นที่พัก การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบสวยงาม วันเปิดและปิดทำการของสถานที่จำหน่าย และ เวลาเปิดและปิดทำการของสถานที่จำหน่าย

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค จำแนกตามประเภทของพืชที่ปลูก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประเภทสื่อโฆษณา	ชนิดพืชที่ปลูก						ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล
	พืชสวน		พืชไร่		ทั้งพืชสวนและพืชไร่			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. โทรทัศน์	3.08	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.03	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง
2. วิทยุ	3.54	มาก	3.52	มาก	3.58	มาก	3.54	มาก
3. ไปรษณีย์บัตร	1.96	น้อย	1.69	น้อย	1.85	น้อย	1.83	น้อย
4. นิตยสารเกี่ยวกับการเกษตร	2.50	ปานกลาง	2.08	น้อย	2.45	น้อย	2.33	น้อย
5. แผ่นพับ	2.58	ปานกลาง	2.52	ปานกลาง	2.68	ปานกลาง	2.59	ปานกลาง
6. โปสเตอร์และใบปลิว	2.92	ปานกลาง	2.85	ปานกลาง	2.98	ปานกลาง	2.91	ปานกลาง
7. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	3.25	ปานกลาง	2.85	ปานกลาง	2.90	ปานกลาง	3.00	ปานกลาง
8. การแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ	3.52	มาก	3.42	ปานกลาง	3.53	มาก	3.49	ปานกลาง
รวมค่าเฉลี่ย	2.92	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	2.87	ปานกลาง	2.85	ปานกลาง

จากตารางที่ 29 พบว่า เกษตรกรที่ปลูกพืชทุกระเภทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

เกษตรกรที่ปลูกพืชสวน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณาที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดแก่ วิทยุ และการแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ โทรทัศน์ นิตยสารเกี่ยวกับการเกษตร แผ่นพับ ไปรษณีย์และใบปลิว และป้ายโฆษณากลางแจ้ง ส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่น ๆ ที่เหลือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไปรษณีย์บัตร และนิตยสารเกี่ยวกับการเกษตร

เกษตรกรที่ปลูกพืชไร่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดแก่ โทรทัศน์ วิทยุ ปัจจัยย่อยด้านการตลาดประเภทสื่อโฆษณามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ โทรทัศน์ แผ่นพับ ไปรษณีย์และใบปลิว และการแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ ส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่น ๆ ที่เหลือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไปรษณีย์บัตร และนิตยสารเกี่ยวกับการเกษตร

เกษตรกรที่ปลูกทั้งพืชสวนและพืชไร่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณามีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดแก่ วิทยุ และการแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ โทรทัศน์ แผ่นพับ ไปรษณีย์และใบปลิว และป้ายโฆษณากลางแจ้ง ส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่น ๆ ที่เหลือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ไปรษณีย์บัตร และนิตยสารเกี่ยวกับการเกษตร

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช จำแนกตามประเภทของพืชที่ปลูก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประเภทการส่งเสริมการขาย	ชนิดพืชที่ปลูก						ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล
	พืชสวน		พืชไร่		ทั้งพืชสวนและพืชไร่			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. การชิงโชค	3.23	ปานกลาง	3.62	มาก	3.43	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง
2. การให้ของแถม	3.40	ปานกลาง	3.77	มาก	3.55	มาก	3.58	มาก
3. การสาธิตสินค้า	3.25	ปานกลาง	3.50	มาก	3.50	มาก	3.41	ปานกลาง
4. การลดราคา	3.48	ปานกลาง	3.65	มาก	3.65	มาก	3.59	มาก
5. การแสดงสินค้า	3.67	มาก	3.58	มาก	3.53	มาก	3.59	มาก
6. การให้ส่วนลด(เมื่อถูกค่าซื้อตามปริมาณที่กำหนด)	3.50	มาก	3.83	มาก	4.03	มาก	3.77	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	3.42	ปานกลาง	3.66	มาก	3.61	มาก	3.56	มาก

จากตารางที่ 30 พบว่า เกษตรกรที่ปลูกพืชทุกประเภทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

โดยเกษตรกรที่ปลูกพืชสวน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การแสดงสินค้าส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่น ๆ ที่เหลือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การชิงโชค การให้ของแถม การสาธิตสินค้า การลดราคา และการให้ส่วนลด(เมื่อลูกค้าซื้อตามปริมาณที่กำหนด)

โดยเกษตรกรที่ปลูกพืชไร่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การชิงโชค การให้ของแถม การสาธิตสินค้า การลดราคา การแสดงสินค้าและการให้ส่วนลด

โดยเกษตรกรที่ปลูกทั้งพืชสวนและพืชไร่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการส่งเสริมการขายที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ของแถม การสาธิตสินค้า การลดราคา การแสดงสินค้าและการให้ส่วนลด ส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่น ๆ ที่เหลือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การชิงโชค

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการขยายใช้พนักงานที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช จำแนกตามประเภทของพืชที่ปลูก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประเภทการขยายใช้พนักงาน	ชนิดพืชที่ปลูก						ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล
	พืชสวน		พืชไร่		ทั้งพืชสวนและ พืชไร่			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พูดจาไพเราะ	3.83	มาก	4.02	มาก	3.85	มาก	3.91	มาก
2. การดูแลเอาใจใส่และเต็มใจบริการ	3.85	มาก	4.12	มาก	4.00	มาก	3.99	มาก
3. การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	3.58	มาก	3.65	มาก	3.38	ปานกลาง	3.55	มาก
4. การถือสารที่ชัดเจน	3.75	มาก	4.06	มาก	3.88	มาก	3.90	มาก
5. มีความน่าเชื่อถือ	3.75	มาก	4.10	มาก	4.03	มาก	3.96	มาก
6. มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า	3.69	มาก	4.13	มาก	3.90	มาก	3.91	มาก
7. ความถูกต้องและสม่ำเสมอในการให้ บริการ	3.65	มาก	3.90	มาก	3.78	มาก	3.78	มาก
8. การให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า	3.65	มาก	3.90	มาก	3.75	มาก	3.77	มาก
รวมค่าเฉลี่ย	3.72	มาก	3.99	มาก	3.82	มาก	3.85	มาก

จากตารางที่ 31 พบว่า เกษตรกรที่ปลูกพืชทุกประเภทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด โดยใช้นักงาน โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

โดยเกษตรกรที่ปลูกพืชสวน และปลูกพืชไร่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่เกษตรกรให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พืชจา เพราะ การดูแลเอาใจใส่และเต็มใจบริการ การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การสื่อสารที่ชัดเจน มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ความถูกต้องและ สม่ำเสมอในการให้บริการ และการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า

เกษตรกรที่ปลูกทั้งพืชสวนและพืชไร่ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ มาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่เกษตรกรให้ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พืชจา เพราะ การดูแล เอาใจใส่และเต็มใจบริการ การสื่อสารที่ชัดเจน มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ความถูกต้องและสม่ำเสมอในการให้บริการ และการให้บริการ ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า ส่วนปัจจัยย่อยด้านอื่น ๆ ที่เหลือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า วัตถุประสงค์ การจัด วัตถุประสงค์ จำแนกตามประเภทของพืชที่ปลูก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ประเภทการประชาสัมพันธ์	ชนิดพืชที่ปลูก						ค่าเฉลี่ยรวม	แปลผล
	พืชสวน		พืชไร่		ทั้งพืชสวนและพืชไร่			
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	แปลผล		
1. การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การกีฬา การกุศล การรักษาสีสิ่งแวดล้อม เป็นต้น	3.38	ปานกลาง	3.50	มาก	3.38	ปานกลาง	3.42	ปานกลาง
2. การจัดสัมมนาเกี่ยวกับการใช้สินค้า	3.15	ปานกลาง	3.29	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง
รวมค่าเฉลี่ย	3.26	ปานกลาง	3.39	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง

จากตารางที่ 32 พบว่า เกษตรกรที่ปลูกพืชทุกประเภทให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการประชาสัมพันธ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

โดยเกษตรกรที่ปลูกพืชสวน และปลูกทั้งพืชสวนและพืชไร่ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการประชาสัมพันธ์ทุกปัจจัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางได้แก่ การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การกีฬา การกุศล การรักษาสีสิ่งแวดล้อม เป็นต้น และการจัดสัมมนาเกี่ยวกับการใช้สินค้า

เกษตรกรที่ปลูกพืชไร่ ให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการ ประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดย
ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประชาสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การกีฬา การกุศล
การรณรงค์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ส่วนปัจจัยย่อยด้านการจัดสัมมนาเกี่ยวกับการใช้สินค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University