

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชของเกษตรกรใน อำเภอบ้านโฮ่ง จังหวัดลำพูน ครั้งนี้ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล นำเสนอ ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร

จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จบการศึกษาระดับประถมศึกษา และมีรายได้ต่อปีน้อยกว่า 50,000 บาท

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการเกษตรกรรม

จากการศึกษา พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ปลูกพืชไร่ ประเภทหอม กรณีปลูกพืชสวน จะปลูกลำไย

เกษตรกรส่วนใหญ่มีขนาดพื้นที่เพาะปลูกน้อยกว่า 10 ไร่ มักจะซื้อยากุมหญ้าขนาด 1000 ซีซี และยาฆ่าหญ้าขนาด 4 ลิตร โดยมีความถี่ในการซื้อสารกำจัดวัชพืชใน 1 ปี จำนวน 3 ครั้ง

เกษตรกรส่วนใหญ่ซื้อสารกำจัดวัชพืชเป็นประจำจากร้านที่ตั้งอยู่ในอำเภอบ้านโฮ่ง ซึ่งมีร้านที่ซื้อสารกำจัดวัชพืชเป็นประจำคือ ร้านรัตนกิจ ส่วนเกษตรกรที่ซื้อสารกำจัดวัชพืชนอกอำเภอบ้านโฮ่งส่วนใหญ่จะซื้อสารกำจัดวัชพืชที่ ร้านฐานเศรษฐกิจ ร้านนายเสน่ห์ อ.เวียงหนองล่อง ลำพูน และร้านสามพี่น้องการเกษตร โดยมีเหตุผลในการซื้อสารกำจัดวัชพืชจากร้านที่ระบุ เพราะร้านดังกล่าวสามารถให้คำปรึกษาแก่เกษตรกรได้

เกษตรกรส่วนใหญ่มักจะซื้อสารกำจัดวัชพืชในวันทำการ (จันทร์-ศุกร์) ในช่วงเช้า (9.00-12.00 น.) โดยเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืชเอง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช

ตารางที่ 33 สรุประดับความสำคัญโดยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช

ปัจจัย		ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด
ผลิตภัณฑ์		มาก	ระดับมากที่สุด - คุณภาพของผลิตภัณฑ์
ราคา		มาก	ระดับมาก - ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
ช่องทางการจำหน่าย		มาก	ระดับมาก - สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง - สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการจอดรถ - สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่พัก - การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหาง่าย - วันเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย - เวลาเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย
การส่งเสริมการตลาด	สื่อโฆษณา	ปานกลาง	ระดับมาก - วิทย์
	ส่งเสริมการขาย	มาก	ระดับมาก - การให้ของแถม - การลดราคา - การแสดงสินค้า - การให้ส่วนลด(เมื่อลูกค้าซื้อตามปริมาณที่กำหนด)

ตารางที่ 33 สรุประดับความสำคัญโดยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช (ต่อ)

ปัจจัย		ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด
การส่งเสริมการตลาด	ใช้พนักงานขาย	มาก	<b>ระดับมาก</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พุดจาไพเราะ</li> <li>- การดูแลเอาใจใส่และเต็มใจบริการ</li> <li>- การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย</li> <li>- การสื่อสารที่ชัดเจน</li> <li>- มีความน่าเชื่อถือ</li> <li>- มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า</li> <li>- ความถูกต้องและสม่ำเสมอในการให้บริการ</li> <li>- การให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า</li> </ul>
	ประชาสัมพันธ์	ปานกลาง	<b>ระดับปานกลาง</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การกีฬา การกุศล การรักษาสีงแวดล้อม เป็นต้น</li> <li>- การจัดสัมมนาเกี่ยวกับการใช้สินค้า</li> </ul>

จากการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช สรุปได้ว่า เกษตรกรให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทส่งเสริมการขาย และด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทใช้พนักงานขายในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดย

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่เกษตรกรให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่เกษตรกรให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจำหน่ายที่เกษตรกรให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการจอดรถ สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่พัก การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบ

ง่าย วันเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย และเวลาเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อ โฆษณาที่เกษตรกรให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก คือ วิทยู

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทส่งเสริมการขายที่เกษตรกรให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ของแถม การลดราคา การแสดงสินค้า และการให้ส่วนลด(เมื่อลูกค้าซื้อตามปริมาณที่กำหนด)

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการขายโดยใช้พนักงานขายที่เกษตรกรให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พุดจาไพเราะ การดูแลเอาใจใส่และเต็มใจบริการ การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การสื่อสารที่ชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ความถูกต้องและสม่ำเสมอในการให้บริการ และการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการประชาสัมพันธ์ที่เกษตรกรให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การกีฬา การกุศล การรักษาสีสิ่งแวดล้อม เป็นต้น และการจัดสัมมนาเกี่ยวกับการใช้สินค้า

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช  
จำแนกตามประเภทของพืชที่ปลูก

ตารางที่ 34 สรุปค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสาร  
กำจัดวัชพืช จำแนกตามประเภทของพืชที่ปลูก

ประเภทพืช	ปัจจัย	ระดับความสำคัญ โดยรวม	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
พืชสวน	ผลิตภัณฑ์	มาก	ระดับมาก - คุณภาพของผลิตภัณฑ์ - ภาพพจน์ตราชื่อ - ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาด - ชื่อสารกำจัดวัชพืช - ความทนทานแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์
	ราคา	ปานกลาง	ระดับมาก - ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
	ช่องทางการจำหน่าย	มาก	ระดับมาก - สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง - สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการจอดรถ - สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่พัก - การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหาง่าย - วันเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย - เวลาเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย
	ส่งเสริมการตลาด ประเภทสื่อโฆษณา	ปานกลาง	ระดับมาก - วิทยุ - การแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ
	ส่งเสริมการตลาด ประเภทส่งเสริมการขาย	ปานกลาง	ระดับมาก - การแสดงสินค้า - การให้ส่วนลด
	ส่งเสริมการตลาด ประเภทขายโดยใช้ พนักงานขาย	มาก	ระดับมาก - การมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี พูดยาไพเราะ - การดูแลเอาใจใส่และเต็มใจบริการ - การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย - การสื่อสารที่ชัดเจน - มีความน่าเชื่อถือ - มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า - ความถูกต้องและสม่ำเสมอในการให้บริการ - การให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า

ตารางที่ 34 สรุปค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช จำแนกตามประเภทของพืชที่ปลูก (ต่อ)

ประเภทพืช	ปัจจัย	ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
พืชสวน	ส่งเสริมการตลาด ประเภทประชาสัมพันธ์	ปานกลาง	ระดับปานกลาง - การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การกีฬา การกุศล การรักษาสีสิ่งแวดล้อม เป็นต้น - การจัดสัมมนาเกี่ยวกับการใช้สินค้า
พืชไร่	ผลิตภัณฑ์	มาก	ระดับมากที่สุด - คุณภาพของผลิตภัณฑ์
	ราคา	มาก	ระดับมาก - ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ - การให้เครดิต
	ช่องทางการจำหน่าย	มาก	ระดับมาก - สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง - สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการจอดรถ - สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่พัก - การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหาง่าย - วันเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย - เวลาเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย
	ส่งเสริมการตลาด ประเภทสื่อโฆษณา	ปานกลาง	ระดับมาก - วิทยุ
	ส่งเสริมการตลาด ประเภทส่งเสริมการขาย	มาก	ระดับมาก - การชิงโชค - การให้ของแถม - การสาธิตสินค้า - การลดราคา - การแสดงสินค้า - การให้ส่วนลด(เมื่อลูกค้าซื้อตามปริมาณที่กำหนด)
	ส่งเสริมการตลาด ประเภทใช้พนักงานขาย	มาก	ระดับมาก - การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พุดจาไพเราะ - การดูแลเอาใจใส่และเต็มใจบริการ - การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย - การสื่อสารที่ชัดเจน - มีความน่าเชื่อถือ - มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า - ความถูกต้องและสม่ำเสมอในการให้บริการ - การให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า

ตารางที่ 34 สรุปค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช จำแนกตามประเภทของพืชที่ปลูก (ต่อ)

ประเภทพืช	ปัจจัย	ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
พืชไร่	ส่งเสริมการตลาดประเภทประชาสัมพันธ์	ปานกลาง	ระดับปานกลาง - การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การกีฬา การกุศล การรักษาสัตว์เลี้ยง เป็นต้น - การจัดสัมมนาเกี่ยวกับการใช้สินค้า
ทั้งพืชสวนและพืชไร่	ผลิตภัณฑ์	มาก	ระดับมากที่สุด - คุณภาพของผลิตภัณฑ์
	ราคา	มาก	ระดับมาก - ราคาถูกกว่าร้านอื่น - ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ - มีการผ่อนชำระ - มีการให้เครดิต
	ช่องทางการจำหน่าย	มาก	ระดับมาก - สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง - สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการจอดรถ - สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่พัก - การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบสวยงาม - วันเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย - เวลาเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย
	ส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณา	ปานกลาง	ระดับมาก - วิทยู - การแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ
	ส่งเสริมการตลาดประเภทส่งเสริมการขาย	มาก	ระดับมาก - การให้ของแถม - การสารคดีสินค้า - การลดราคา - การแสดงสินค้า - การให้ส่วนลด(เมื่อลูกค้าซื้อตามปริมาณที่กำหนด)

ตารางที่ 34 สรุปค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช จำแนกตามประเภทของพืชที่ปลูก (ต่อ)

ประเภทพืช	ปัจจัย	ระดับความสำคัญโดยรวม	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
ทั้งพืชสวนและพืชไร่	ส่งเสริมการตลาดประเภทใช้พนักงานขาย	มาก	ระดับมาก <ul style="list-style-type: none"> <li>- การมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี พูจาไพเราะ</li> <li>- การดูแลเอาใจใส่และเต็มใจบริการ</li> <li>- การสื่อสารที่ชัดเจน</li> <li>- มีความน่าเชื่อถือ</li> <li>- มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า</li> <li>- ความถูกต้องและสม่ำเสมอในการให้บริการ</li> <li>- การให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า</li> </ul>
	ส่งเสริมการตลาดประเภทประชาสัมพันธ์	ปานกลาง	ระดับปานกลาง <ul style="list-style-type: none"> <li>- การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การกีฬา การกุศล การรักษาสีงแวดล้อม เป็นต้น</li> <li>- การจัดสัมมนาเกี่ยวกับการใช้สินค้า</li> </ul>

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช จำแนกตามประเภทของพืชที่ปลูก พบว่า

**ประเภทพืชสวน**

จากการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช สรุปได้ว่า เกษตรกรให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทส่งเสริมการขาย และด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการขายโดยใช้พนักงานขายในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ภาพพจน์ตรายี่ห้อ ผลิตภัณฑ์มีหลายขนาด ยี่ห้อสารกำจัดวัชพืช ความทนทานแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ



ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการจอดรถ สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่พัก การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหาง่าย วันเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย และเวลาเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก คือ วิทยู และการแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณา ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การแสดงสินค้า การให้ส่วนลด (เมื่อลูกค้าซื้อตามปริมาณที่กำหนด)

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการขายโดยใช้พนักงานขายที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พุดจาไพเราะ การดูแลเอาใจใส่และเต็มใจบริการ การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การสื่อสารที่ชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ความถูกต้องและสม่ำเสมอในการให้บริการ และการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการประชาสัมพันธ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การกีฬา การกุศล การรักษาสีงแวดล้อม เป็นต้น และการจัดสัมมนาเกี่ยวกับการใช้สินค้า

### ประเภทพีซีไร

จากการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช สรุปได้ว่า เกษตรกรให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทส่งเสริมการขาย และด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทใช้พนักงานขายในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และมีการให้เครดิต

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการจอดรถ

สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่พัก การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหาง่าย วันเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย และเวลาเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก คือ วิทยู

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทส่งเสริมการขาย ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การชิงโชค การให้ของแถม การสาธิตสินค้า การลดราคา การแสดงสินค้า และการให้ส่วนลด การให้ส่วนลด (เมื่อลูกค้าซื้อตามปริมาณที่กำหนด)

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการขายโดยใช้พนักงานขายที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พุดจาไพเราะ การดูแลเอาใจใส่และเต็มใจบริการ การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การสื่อสารที่ชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ความถูกต้องและสม่ำเสมอในการให้บริการ และการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการประชาสัมพันธ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การกีฬา การกุศล การรักษาสีสิ่งแวดล้อม เป็นต้น และการจัดสัมมนาเกี่ยวกับการใช้สินค้า

#### ประเภททั้งพีชสวนและพีชไร่

จากการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดวัชพืช สรุปได้ว่า เกษตรกรให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทส่งเสริมการขาย และด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทใช้พนักงานขายในระดับมาก และให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก คือ ราคาถูกกว่าร้านอื่น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ มีการผ่อนชำระ และมีการให้เครดิต

ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการจอดรถ สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่พัก การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหาง่าย วันเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย และเวลาเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก คือ วิพยู และการแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทส่งเสริมการขาย ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การชิงโชค การให้ของแถม การสาธิตสินค้า การลดราคา การสาธิตสินค้า การแสดงสินค้า และการให้ส่วนลด (เมื่อลูกค้าซื้อตามปริมาณที่กำหนด)

ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการขายโดยใช้พนักงานขายที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พุดจาไพเราะ การดูแลเอาใจใส่ และเต็มใจบริการ การสื่อสารที่ชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ความถูกต้องและสม่ำเสมอในการให้บริการ และการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า

โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทการประชาสัมพันธ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงสุด ซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การกีฬา การกุศล การรักษาสีสิ่งแวดล้อม เป็นต้น และการจัดสัมมนาเกี่ยวกับการใช้สินค้า

### อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษานี้ได้ทำการศึกษาโดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งหมายถึงตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย

**ผลิตภัณฑ์** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์ มีคุณค่าในสายตาลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

จากการศึกษาพบว่าเกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.81) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในร้าน

**ราคา** หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคา ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาก็จะตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.54) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่ง ประกอบด้วย สถาบัน และกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.99) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการเดินทาง สถานที่จัดจำหน่ายมีความสะดวกในการจอดรถ สถานที่จัดจำหน่ายอยู่ใกล้บ้าน/ที่พัก การจัดวางสินค้าเป็นระเบียบหาง่าย วันเปิดและปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย เวลาเปิดปิดทำการของสถานที่จัดจำหน่าย

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย และติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน

จากการศึกษาพบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณาโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (2.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ วิทยู

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทส่งเสริมการขายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.56) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การให้ของแถม การลดราคา การแสดงสินค้า การให้ส่วนลด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทส่งเสริมการขายโดยใช้พนักงานขายโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.85) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พูดยาไพเราะ การดูแลเอาใจใส่และเต็มใจบริการ การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การสื่อสารที่ชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ความถูกต้องและสม่ำเสมอในการให้บริการ และการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทประชาสัมพันธ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (3.32) โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูงสุดซึ่งจัดอยู่ในระดับปานกลาง

ได้แก่ การเป็นผู้สนับสนุนกิจกรรมทางสังคม เช่น การกีฬา การกุศล การรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น และการจัดสัมมนาเกี่ยวกับการใช้สินค้า

จากการศึกษาของ ดวงใจ เนตรทิพย์ พบว่า พฤติกรรมการใช้สารเคมีที่ถูกต้องของเกษตรกรในด้านแหล่งความรู้เกี่ยวกับการใช้สารเคมีป้องกันกำจัดสารกำจัดวัชพืชที่สำคัญของเกษตรกรคือ สื่อมวลชน และ สื่อบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า เกษตรกรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดประเภทสื่อโฆษณาทางด้านวิทยู อยู่ในระดับมาก และ ให้ความสำคัญกับการขายโดยใช้พนักงานขายอยู่ในระดับมาก

## ข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้ผลิตและผู้ประกอบการสารกำจัดวัชพืช ควรจะมีการจัดส่วนประสมทางการตลาดดังนี้

### ด้านผลิตภัณฑ์

**ด้านผู้ผลิต** การผลิตสินค้าจะต้องเน้นคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มาเป็นอันดับแรก ควรที่จะมีการออกแบบสินค้าให้มี ขนาดมาตรฐาน และความแข็งแรงทนทานของบรรจุภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ และควรที่จะมีการทำสำรวจความต้องการของผู้ซื้ออยู่ตลอดเวลาเพื่อนำมาปรับปรุง รูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์

**ด้านผู้ประกอบการธุรกิจสารกำจัดวัชพืช** จะต้องวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ ให้เหมาะสม โดยการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเข้ามาจำหน่ายภายในร้าน และเสนอสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ และควรที่จะมีแผนการควบคุมสินค้าคงคลังให้มีสินค้าพร้อมที่จะจำหน่ายอยู่ตลอดเวลา

### ด้านราคา

**สำหรับผู้ผลิต** ในการตั้งราคาสินค้าจะต้องตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง เพื่อสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์ และตำแหน่งของผลิตภัณฑ์

**ด้านผู้ประกอบการธุรกิจสารกำจัดวัชพืช** ควรจะมีแผนกลยุทธ์ทางด้านราคา เช่น มีการผ่อนชำระ ให้เครดิตแก่ผู้ซื้อ หรือถ้าสินค้าบางตัวที่ผู้ประกอบการสามารถที่จะตั้งราคาได้เอง ก็ควรที่จะตั้งราคาให้อยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก หรือ จะตั้งราคาให้ต่ำกว่าคู่แข่งขึ้น เพื่อจูงใจให้ผู้ซื้อสนใจซื้อสินค้า

### ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

**ด้านผู้ประกอบการธุรกิจสารกำจัดวัชพืช** จะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่ายในทุกๆ ด้าน โดยเริ่มตั้งแต่ การจัดหาทำเลที่ตั้งของร้านจะต้องตั้งอยู่ใกล้ชุมชนไปมาสะดวก และจะต้องมีที่จอดรถให้แก่ผู้ที่จะเข้ามาซื้อสินค้า และยังรวมไปถึงการจัดวางสินค้าภายในร้านให้มีระเบียบง่ายต่อการค้นหา และผู้ประกอบการควรที่จะเปิดทำการทุกวันตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ และในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ อย่างน้อยหนึ่งวัน และควรที่จะเปิดทำการตั้งแต่เช้าควรที่จะก่อน 9.00 น. เพราะเกษตรกรส่วนใหญ่จะซื้อสารกำจัดวัชพืชในช่วงเช้า

### ด้านการส่งเสริมการตลาด

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** นั้นไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิต หรือว่าผู้ประกอบการสารกำจัดวัชพืช ควรที่จะทำการส่งเสริมการตลาด โดยเน้นการส่งเสริมการขาย และการขายโดยใช้พนักงานขายให้มากกว่าด้านอื่นๆ เพราะเกษตรกรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับทั้งสองด้านอยู่ในระดับมาก แต่ถึง

อย่างไรทั้งผู้ผลิตและผู้ประกอบการสารกำจัดวัชพืช ก็จะต้องทำการส่งเสริมการตลาดด้านโฆษณา และประชาสัมพันธ์ควบคู่กันไปด้วย

**ด้านโฆษณา** ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสารกำจัดวัชพืช ควรจะร่วมกันในด้านการโฆษณาเพื่อให้เกิดการรับรู้แก่เกษตรกร โดยเพิ่มการโฆษณาโดยใช้สื่อวิทยุให้มากกว่าสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ เนื่องจากสื่อวิทยุสามารถที่จะเข้าถึงผู้ซื้อได้มาก ทั้งนี้เนื้อหาของโฆษณาจะต้องบอกถึงจุดขายได้อย่างชัดเจน เช่น บอกถึงคุณภาพของตัวสินค้า คุณสมบัติของสินค้า และสามารถหาซื้อได้จากร้านไหน เป็นต้น

**ด้านส่งเสริมการขาย** ผู้ผลิตจะต้องมีการจัดโปรแกรมการส่งเสริมการขาย ที่น่าสนใจ และตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ โดยต้องมีการสำรวจความต้องการของผู้ซื้อและสำรวจสำรวจการจัดโปรแกรมของกลุ่มแข่งขันเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการจัดโปรแกรมการส่งเสริมการขาย เช่น ทางผู้ผลิตควรที่จัดของแถม เช่น เสื้อ งาน สบู่ ถังน้ำ เป็นต้น มาพร้อมกับตัวสินค้าที่จะนำมาให้ผู้ประกอบการจำหน่าย ควรจะมีการลดราคาสินค้าเป็นบางช่วง หรืออาจจะมีการให้คูปองชิงโชค ส่งไปกลุ่มของรางวัล เช่น มอเตอร์ไซค์ เป็นต้น

**ผู้ประกอบการธุรกิจสารกำจัดวัชพืช** ควรจะมีการส่งเสริมการขายควบคู่ไปกับผู้ผลิตด้วย เช่น ผู้ประกอบการอาจจะออกคูปองให้แก่สินค้าประเภทสารกำจัดวัชพืช ให้แก่ผู้ซื้อ เพื่อนำมาแลกของรางวัล เช่น จอบ รองเท้าบู๊ต เป็นต้น เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการซื้อสินค้าจากร้านค้า

**ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย** ทางด้านผู้ผลิตควรที่จะจัดส่ง พนักงานขายที่มีความสามารถให้มาช่วยผู้ประกอบการธุรกิจสารกำจัดวัชพืช ในการขายสินค้า และชักจูงผู้ซื้อให้ตัดสินใจซื้อ เพราะปัจจุบันพนักงานขายมีส่วนสำคัญมากในการช่วยให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อสินค้า ดังนั้น ทางด้านผู้ผลิตและผู้ประกอบการธุรกิจสารกำจัดวัชพืช ควรที่จะมีการฝึกอบรมพนักงานขายของตนให้ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พุดจาไพเราะ การดูแลเอาใจใส่และเต็มใจบริการ การแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การสื่อสารที่ชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ มีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ความถูกต้องและสม่ำเสมอในการให้บริการ และการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า

**ด้านการประชาสัมพันธ์** ผู้ผลิตและผู้ประกอบการธุรกิจสารกำจัดวัชพืช ควรจะร่วมมือกันในการประชาสัมพันธ์ โดยการจัดสัมมนาแก่เกษตรกรในการใช้สินค้า โดยการเชิญเกษตรกรมาประชุมร่วมทานข้าวและให้ความรู้เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ และควรที่จะมีการสนับสนุนทางสังคมในด้านต่างๆ เช่น การกีฬา การกุศล เป็นต้น เพื่อสร้างชื่อเสียงให้แก่ผู้ผลิตและผู้ประกอบการธุรกิจสารกำจัดวัชพืชได้