

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ โดยบทนี้จะเสนอผลการวิจัยโดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง จากการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการผลิตอาหารทั่วประเทศที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2549 จำนวน 200 ชุด ปรากฏว่ามีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด และได้รับกลับคืน 200 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีการใช้สัญลักษณ์ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนคน ในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	คะแนนเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ใน F-distribution
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยของคะแนนเบี่ยงเบนแต่ละตัวยกกำลังสอง
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนแต่ละตัวยกกำลังสอง
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (degree of freedom)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานสถานภาพของผู้ประกอบการผลิตอาหาร ตารางที่ 4.1 – 4.3

ตอนที่ 2 ข้อมูลของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ โดยใช้ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตารางที่ 4.4 – 4.10

ตอนที่ 3 เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ผลการทดสอบสมมติฐาน ตารางที่ 4.11–4.15

ตอนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานสถานภาพของผู้ประกอบการผลิตอาหาร

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 200 คนประกอบด้วย วุฒิการศึกษา ประสบการณ์ในการประกอบการ ประเภทกิจการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	53	26.5
ปริญญาตรี	94	47.0
สูงกว่าปริญญาตรี	53	26.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.1 แสดงถึงกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการผลิตอาหารที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2549 จำนวน 200 ราย จำแนกวุฒิการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.0 และมีการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญา และสูงกว่าปริญญาตรี เท่ากันจำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์ในการประกอบกิจการ

ประสบการณ์ในการประกอบกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2 ปี	38	19.0
3-8 ปี	73	36.5
9-14 ปี	54	27.0
15 ปีขึ้นไป	35	17.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.2 แสดงถึงกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการผลิตอาหารที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2549 จำนวน 200 ราย จำแนกตามประสบการณ์ในการประกอบกิจการ พบว่า ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ 3-8 ปี มากที่สุด จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.5 มีประสบการณ์ 9-14 ปี จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.0 มีประสบการณ์ต่ำกว่า 2 ปี จำนวน 38 รายคิดเป็นร้อยละ 19.0 และมีประสบการณ์ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกประเภทกิจการ

ประเภทกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตอาหารแปรรูป พืช ผัก และผลไม้	38	19.0
ผลิตอาหารแปรรูปประเภทเนื้อ	33	16.5
ผลิตอาหารแปรรูปประเภทเครื่องดื่มและนม	37	18.5
ผลิตอาหารแปรรูปประเภทสัตว์น้ำ	37	18.5
ผลิตอาหารแปรรูปอาหารสัตว์	25	12.5
ผลิตอาหารแปรรูปประเภทแป้ง	30	15.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4.3 แสดงถึงกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการผลิตอาหารที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2549 จำนวน 200 ราย จำแนกตามประเภทกิจการ พบว่า กิจการผลิตอาหารแปรรูป พืช ผัก และผลไม้ มากที่สุด จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.0 กิจการผลิตอาหารแปรรูปประเภทเครื่องดื่มและนม และกิจการผลิตอาหารแปรรูปประเภทสัตว์น้ำ มีจำนวนเท่ากัน คือ 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.5 กิจการผลิตอาหารแปรรูปประเภทเนื้อจำนวน 33 ราย ร้อยละ 16.5 กิจการผลิตอาหารแปรรูปประเภทแป้ง จำนวน 30 ร้อยละ 15.0 และ กิจการผลิตอาหารแปรรูปอาหารสัตว์จำนวน 25 ราย ร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ตอนที่2 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบการผลิตอาหารต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหาร

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน อันดับ และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการผลิตอาหาร ต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารโดยภาพรวม

ปัจจัยด้านการตลาด	N = 200			
	$\bar{x}$	S.D.	อันดับ	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.31	0.54	1	มาก
2. ด้านราคา	3.90	0.52	3	มาก
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	4.05	0.56	2	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.73	0.99	5	มาก
5. ด้านภาพลักษณ์	3.90	0.61	4	มาก
6. ด้านการบริการหลังการขาย	3.95	0.63	3	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.04	0.48		มาก

จากตารางที่ 4.4 แสดงถึงกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการผลิตอาหารที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2549 จำนวน 200 ราย เห็นว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหาร โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ($\bar{x} = 4.31$) รองลงมา คือ ด้านช่องทางการจำหน่าย ($\bar{x} = 4.05$) ด้านการบริการหลังการขาย ($\bar{x} = 3.95$) ด้านราคาและ ด้านภาพลักษณ์ ($\bar{x} = 3.90$) และด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.73$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน อันดับ และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการผลิตอาหารต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	N = 200			
	$\bar{x}$	S.D.	อันดับ	ระดับ
1. คุณภาพเครื่องจักรได้มาตรฐาน	4.52	0.70	2	มากที่สุด
2. อายุการใช้งานเครื่องจักรยาวนาน	4.34	0.75	3	มาก
3. ความปลอดภัยในการใช้งานสูง	4.57	0.63	1	มากที่สุด
4. สะดวกในการทำความสะดวกและบำรุงรักษา	4.19	0.79	4	มาก
5. สามารถออกแบบให้หลากหลายตามความต้องการได้	3.89	0.79	5	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.31	0.54		มาก

จากตารางที่ 4.5 แสดงถึงกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการผลิตอาหารที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2549 จำนวน 200 รายเห็นว่าปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหาร ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.31$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าความปลอดภัยในการใช้งานสูงมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.57$) รองลงมาคือ คุณภาพเครื่องจักรได้มาตรฐานมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.52$) อายุการใช้งานเครื่องจักรยาวนานมีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ($\bar{x} = 4.34$) สะดวกในการทำความสะดวกและบำรุงรักษามีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ($\bar{x} = 4.19$) สามารถออกแบบให้หลากหลายตามความต้องการได้มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน อันดับ และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการแปรรูปอาหาร ต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรผลิตอาหาร ด้านราคา

ด้านราคา	N = 200			
	$\bar{x}$	S.D.	อันดับ	ระดับ
1. ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.11	0.78	1	มาก
2. ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น	3.79	0.73	4	มาก
3. ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพของเครื่องจักร	4.10	0.75	2	มาก
4. ราคาเหมาะสมกับเมื่อเทียบกับบริการหลังการขาย	3.80	0.73	3	มาก
5. ราคาเหมาะสมกับวิธีการชำระเงิน	3.71	0.78	5	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90	0.52		มาก

จากตารางที่ 4.6 แสดงถึงกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการผลิตอาหารที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2549 จำนวน 200 รายเห็นว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหาร ด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคาเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันมีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ($\bar{x} = 4.11$) รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพของเครื่องจักร($\bar{x} = 4.10$) ราคาเหมาะสมกับเมื่อเทียบกับบริการหลังการขาย($\bar{x} = 3.80$) ราคาใกล้เคียงกับบริษัทอื่น($\bar{x} = 3.79$) และราคาเหมาะสมกับวิธีการชำระเงิน มีอิทธิพลน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.71$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน อันดับ และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบผลิตอาหารต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรผลิตอาหาร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	N = 200			
	$\bar{x}$	S.D.	อันดับ	ระดับ
1. มีความสะดวกในการติดต่อกับผู้ผลิต/ตัวแทนจำหน่าย	3.93	0.9	4	มาก
2. การให้ความสะดวกในการสั่งซื้อเครื่องจักร	3.89	0.85	5	มาก
3. ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำ	4.03	0.72	3	มาก
4. การตรงต่อเวลาในการส่งมอบเครื่องจักร	4.33	0.77	1	มาก
5. มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานขาย	4.06	0.77	2	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.05	0.56		มาก

จากตารางที่ 4.7 แสดงถึงกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบผลิตอาหารที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2549 จำนวน 200 ราย เห็นว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหาร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$) เมื่อพิจารณาเป็น รายข้อ พบว่า การตรงต่อเวลาในการส่งมอบเครื่องจักร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ($\bar{x} = 4.33$) รองลงมาคือ มนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานขาย ($\bar{x} = 4.06$) ความสามารถของพนักงานในการให้คำแนะนำ ($\bar{x} = 4.03$) มีความสะดวกในการติดต่อกับผู้ผลิต/ตัวแทนจำหน่าย ($\bar{x} = 3.93$) การให้ความสะดวกในการสั่งซื้อเครื่องจักรมีอิทธิพลน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.89$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน อันดับ และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบผลิตอาหาร ต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรผลิตอาหาร ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	N = 200			
	$\bar{x}$	S.D.	อันดับ	ระดับ
1. มีการโฆษณาทางสื่อหลายประเภท เช่น นิตยสาร วารสาร ทวี หนังสือพิมพ์ แค็ตตาล็อก และ อินเทอร์เน็ต	3.93	3.65	1	มาก
2. มีการจัดแสดงและสาธิตการใช้เครื่องตามสถานที่จัดแสดงสินค้า	3.61	0.84	5	มาก
3. มีการใช้โทรศัพท์ Fax. และ E-Mail ติดต่อ	3.73	0.90	3	มาก
4. มีการประชาสัมพันธ์และให้ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง	3.69	0.84	4	มาก
5. มีตัวแทนขายของบริษัทไปติดต่อขายโดยตรง	3.74	0.83	2	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.73	0.99		มาก

จากตารางที่ 4.8 แสดงถึงกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบผลิตอาหารที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2549 จำนวน 200 ราย เห็นว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหาร ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีการโฆษณาทางสื่อหลายประเภท เช่น นิตยสาร วารสาร ทวี หนังสือพิมพ์ แค็ตตาล็อก และ อินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ($\bar{x} = 3.93$) รองลงมาคือ มีตัวแทนขายของบริษัทไปติดต่อขายโดยตรง ($\bar{x} = 3.74$) มีการใช้โทรศัพท์ Fax. และ E-Mail ติดต่อ ($\bar{x} = 3.73$) มีการประชาสัมพันธ์และให้ข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ($\bar{x} = 3.69$) และมีการจัดแสดงและสาธิตการใช้เครื่องตามสถานที่จัดแสดงสินค้า มีอิทธิพลน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.61$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน อันดับ และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบผลิตอาหารต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรผลิตอาหาร ด้านภาพลักษณ์

ด้านภาพลักษณ์	N = 200			
	$\bar{x}$	S.D.	อันดับ	ระดับ
1. เป็นบริษัทที่ก่อตั้งมานาน	3.73	0.91	4	มาก
2. ชื่อสัตย์สุจริตเป็นธรรมเนียมไม่เอาเปรียบลูกค้าและสังคม	4.11	0.91	1	มาก
3. พนักงานมีบุคลิกภาพและกริยามารยาทดี	3.98	0.80	3	มาก
4. เป็นบริษัทที่เคยมักทำความดีช่วยเหลือสังคมเรื่อยมา	3.68	0.85	5	มาก
5. เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงและประสบการณ์มานาน	4.01	0.85	2	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.90	0.61		มาก

จากตารางที่ 4.9 แสดงถึงกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบผลิตอาหารที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2549 จำนวน 200 ราย เห็นว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหาร ด้านภาพลักษณ์มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ชื่อสัตย์สุจริตเป็นธรรมเนียมไม่เอาเปรียบลูกค้าและสังคม มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ($\bar{x} = 4.11$) มีความเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ เป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงและประสบการณ์มานาน ($\bar{x} = 4.01$) พนักงานมีบุคลิกภาพและกริยามารยาทดี ($\bar{x} = 3.98$) เป็นบริษัทที่ก่อตั้งมานาน ($\bar{x} = 3.73$) และเป็นบริษัทที่เคยมักทำความดีช่วยเหลือสังคมเรื่อยมา มีอิทธิพลน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.68$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอันดับ และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ
ผลิตอาหารเพื่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูป
อาหารด้านการบริการหลังการขาย

ด้านการบริการหลังการขาย	N = 200			
	$\bar{x}$	S.D.	อันดับ	ระดับ
1. ติดตามผลการใช้หรือการซ่อมบำรุงเครื่องจักร	4.04	0.87	2	มาก
2. พุดเยี่ยมเยือนทางโทรศัพท์ตามความเหมาะสม	3.75	0.90	5	มาก
3. เข้าพบลูกค้าทันทีที่ได้รับแจ้งว่าเครื่องจักรมีปัญหา	4.24	0.83	1	มาก
4. กำหนดระยะเวลาประกันให้ 1 ปี	3.84	0.89	4	มาก
5. ให้คำปรึกษาและข้อควรระวังในการใช้เครื่อง	3.90	0.77	3	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.95	0.63		มาก

จากตารางที่ 4.10 แสดงถึงกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการผลิตอาหารที่จดทะเบียน
กับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี 2549 จำนวน 200 ราย เห็นว่า ปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการ
ตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหาร ด้านการบริการหลังการขาย มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับ
มาก ($\bar{x} = 3.95$) เมื่อพิจารณาเป็น รายข้อ พบว่า เข้าพบลูกค้าทันทีที่ได้รับแจ้งว่าเครื่องจักรมี
ปัญหา มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด ($\bar{x} = 4.24$) รองลงมาคือ ติดตามผลการใช้หรือการซ่อม
บำรุงเครื่องจักร ($\bar{x} = 4.04$) ให้คำปรึกษาและข้อควรระวังในการใช้เครื่อง ($\bar{x} = 3.90$) กำหนด
ระยะเวลาประกันให้ 1 ปี ($\bar{x} = 3.84$) และพุดเยี่ยมเยือนทางโทรศัพท์ตามความเหมาะสม มี
อิทธิพลน้อยที่สุด ($\bar{x} = 3.75$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมุติฐาน

ในการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการผลิตอาหาร ทั่วประเทศที่จดทะเบียนกับกรมโรงงานอุตสาหกรรมในปี พ.ศ.2549 ผู้วิจัยได้กำหนดสมมุติฐานดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการที่มีวุฒิการศึกษา ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักร ต่างกัน
2. ผู้ประกอบการที่มี ประสบการณ์ในการประกอบกิจการ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักร ต่างกัน
3. ผู้ประกอบการที่มีประเภทกิจการ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักร ต่างกัน

สมมุติฐาน 1 ผู้ประกอบการที่มีวุฒิการศึกษา ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักร ต่างกัน

ตารางที่ 4.11 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น ต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ จำแนกตามวุฒิการศึกษา

สถานภาพ ผู้ประกอบการ	แหล่งของความแปรผัน	df	SS	MS	F	P
การศึกษา	ระหว่างกลุ่ม	2	2.718	1.359	6.096	0.003
	ภายในกลุ่ม	197	43.911	0.223		
	รวม	199	46.628			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบพบว่า ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน โดยภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffe'

ตารางที่ 4.12 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้วิธี Scheffe'

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
ค่าเฉลี่ย	3.97	3.96	4.23
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.97		*
ปริญญาตรี	3.96		*
สูงกว่าปริญญาตรี	4.23		

จากตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบพบว่าการศึกษา ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรไปในทางบวกมากกว่าผู้ประกอบการที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

สมมติฐาน 2 ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการประกอบกิจการ ต่างกันมีความ
 คิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักร ต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น ต่อปัจจัยทางการตลาดที่มี
 ผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ จำแนกตาม
 ประสบการณ์ในการประกอบกิจการ

สถานภาพ ผู้ประกอบการ	แหล่งของความแปรผัน	df	SS	MS	F	P
ประสบการณ์ใน การประกอบ กิจการ	ระหว่างกลุ่ม	3	3.678	1.226	5.595	0.001
	ภายในกลุ่ม	196	42.950	0.219		
	รวม	199	46.628			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบพบว่า ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการประกอบ
 กิจการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักร ใน
 ภาพรวมทั้ง 6 ด้าน ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 เมื่อพบความแตกต่างกันอย่าง
 มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธีการของ Scheffe'

ตารางที่ 4.14 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ จำแนกตามประสบการณ์ในการประกอบกิจการ โดยใช้วิธี Scheffe'

ประสบการณ์ในการประกอบกิจการ	ต่ำกว่า 2 ปี	3-8 ปี	9-14 ปี	15 ปีขึ้นไป
ค่าเฉลี่ย	3.85	4.00	4.04	4.29
ต่ำกว่า 2 ปี	3.85			*
3-8 ปี	4.00			*
9-14 ปี	4.04			
15 ปีขึ้นไป	4.29			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการประกอบกิจการต่ำกว่า 15 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักร โดยรวมทั้ง 6 ด้านไปในทางบวกมากกว่าผู้ประกอบการที่ประสบการณ์ต่ำกว่า 2 ปีและ 3-8 ปี อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้นไม่มีความแตกต่าง

สมมติฐาน 3 ผู้ประกอบการที่มีประเภทกิจการ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักร ต่างกัน

ตารางที่ 4.15 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของความคิดเห็น ต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหารของผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทกิจการ

สถานภาพ ผู้ประกอบการ	แหล่งของความแปรผัน	df	SS	MS	F	P
ประเภทกิจการ	ระหว่างกลุ่ม	5	1.748	0.350	1.511	0.188
	ภายในกลุ่ม	194	44.880	0.231		
	รวม	199	46.628			

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบพบว่า ผู้ประกอบการ ที่มีประเภทกิจการ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องจักรแปรรูปอาหาร โดยรวมทั้ง 6 ด้าน ไม่แตกต่างกัน