

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของลูกพันธุ์กุ้งขาว บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราดจากเกษตรกรผู้เลี้ยงกุ้งในเขตจังหวัดตราด ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบค่าที (t - test)
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบค่าเอฟ (F - test)
SS	แทน	ค่า Sum of Squares
MS	แทน	ค่า Mean of Squares
Df	แทน	ค่า Degrees of freedom
P	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอเป็นตอนๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำมาเสนอในรูปของตารางและความเรียง

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ด้วยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้ง 4 ด้าน จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติแบบ t – test และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุ และระดับการศึกษา โดยใช้สถิติแบบ One – Way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา ปรากฏผลดังตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา

		n = 118	
ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวนคน	ร้อยละ
เพศ			
1. ชาย		105	89.00
2. หญิง		13	11.00
รวม		118	100.00
อายุ			
1. 20-30 ปี		13	11.00
2. 31-40 ปี		49	41.50
3. 41-50 ปี		34	28.80
4. 51 ปีขึ้นไป		22	18.60
รวม		118	100.00
ระดับการศึกษา			
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี		47	39.80
2. ปริญญาตรี		62	52.50
3. สูงกว่าปริญญาตรี		9	7.60
รวม		118	100.00

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 118 คน ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 89.00 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมาก็คือ อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 28.80 รองลงมาก็คือ อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.60 และอายุ 20-30 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมาก็คือ มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 39.80 และมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.60

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด รวม 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ปรากฏในตารางที่ 2 - 5

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ในภาพรวมทุกด้าน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อ การเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาว	(n = 118)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.63	.41	มาก
2. ด้านราคา	3.57	.47	มาก
3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.85	.48	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.55	.48	มาก
รวม	3.65	.42	มาก

จากตาราง 2 แสดงว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.85$) ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.63$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.57$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.55$)

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกรายข้อ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาว	(n = 118)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์			
1. ท่านพอใจกับความยาวของลูกกุ้งสม่ำเสมอ	3.56	.78	มาก
2. ท่านพอใจกับขนาดความยาวของลูกกุ้ง	3.54	.81	มาก
3. ท่านพอใจกับสภาพความแข็งแรงของลูกกุ้ง	3.69	.77	มาก
4. ท่านพอใจกับกุ้งที่นำมาเสนอขายมีความอ้วนท้วน	3.54	.66	มาก
5. ท่านพอใจกับบรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้กับกุ้ง	3.76	.58	มาก
6. ท่านพอใจกับบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยให้กุ้งปลอดภัย	3.85	.90	มาก
7. ท่านพอใจการให้บริการส่งมอบกุ้งได้ตรงเวลา	3.54	.88	มาก
8. ท่านพอใจกับใช้ยานพาหนะขนส่งลูกกุ้งอย่างเหมาะสม และตรงต่อเวลา	3.47	.84	ปานกลาง
9. ท่านพอใจกับการคัดสรรลูกกุ้งได้ปริมาณเพียงพอ กับความต้องการ	3.69	.74	มาก
10. ท่านพอใจกับการให้บริการของผู้ขนส่งลูกกุ้ง เช่น การปล่อยกุ้ง การนับลูกกุ้ง เป็นต้น	3.67	.70	มาก
รวม	3.63	.41	มาก

จากตาราง 3 แสดงว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท อยู่ในระดับมาก 9 ข้อ และระดับปานกลาง 1 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านพอใจกับบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยให้กุ้งปลอดภัย ($\bar{X} = 3.85$) ท่านพอใจกับบรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้กับกุ้ง ($\bar{X} = 3.76$) และท่านพอใจกับสภาพความแข็งแรงของลูกกุ้ง ($\bar{X} = 3.69$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ท่านพอใจกับใช้ยานพาหนะขนส่งลูกกุ้งอย่างเหมาะสม และตรงต่อเวลา ($\bar{X} = 3.63$)

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ด้านราคา จำแนกรายข้อ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาว	(n = 118)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านราคา			
1. ท่านพอใจกับการกำหนดราคากุ้งขาวเหมาะสม	3.31	.88	ปานกลาง
2. ท่านพอใจกับราคาที่เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของกุ้งขาว	3.36	.87	ปานกลาง
3. ท่านพอใจกับการเสนอราคากุ้งขาวของฟาร์มได้เหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับฟาร์มอื่น	3.36	.85	ปานกลาง
4. ท่านพอใจกับค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงกุ้งที่เหมาะสมที่สร้างโอกาสในเลี้ยงกุ้งอัตรารอดสูง	3.47	.69	ปานกลาง
5. ท่านพอใจกับราคากุ้งที่เหมาะสมกับสภาพการปลอดโรค	3.87	.73	มาก
6. ท่านพอใจกับค่าใช้จ่ายในการให้บริการหลังการขาย	4.04	.74	มาก
รวม	3.57	.47	มาก

จากตาราง 4 แสดงว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท อยู่ในระดับมาก 2 ข้อ และระดับปานกลาง 4 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านพอใจกับค่าใช้จ่ายในการให้บริการหลังการขาย ($\bar{X} = 4.04$) ท่านพอใจกับราคากุ้งที่เหมาะสมกับสภาพการปลอดโรค ($\bar{X} = 3.87$) และท่านพอใจกับค่าใช้จ่ายในการเลี้ยงกุ้งที่เหมาะสมที่สร้างโอกาสในการเลี้ยงกุ้งอัตรารอดสูง ($\bar{X} = 3.47$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ท่านพอใจกับการกำหนดราคากุ้งขาวเหมาะสม ($\bar{X} = 3.31$)

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ด้านสถานที่จัดจำหน่าย จำแนกรายข้อ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาว	(n = 118)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย			
1. ท่านพอใจกับการหาซื้อได้ง่ายสะดวก	3.58	.74	มาก
2. ท่านพึงพอใจกับการติดต่อประสานงานกับพนักงานส่วนกลาง	3.69	.74	มาก
3. ท่านพึงพอใจกับการติดต่อประสานงานกับพนักงานขายอาหารกุ้ง	3.94	.70	มาก
4. ท่านพึงพอใจกับการยืนยันคำสั่งซื้อลูกกุ้ง	3.85	.67	มาก
5. ท่านพึงพอใจกับการรับคำสั่งซื้อจากพนักงานขายอาหารกุ้ง	4.02	.69	มาก
6. ท่านพึงพอใจกับผู้จัดการโรงเพาะฟักลูกกุ้ง	4.11	.80	มาก
7. ท่านพึงพอใจกับพนักงานธุรการขายของโรงเพาะฟักลูกกุ้ง	3.76	.71	มาก
รวม	3.85	.48	มาก

จากตาราง 5 แสดงว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านพึงพอใจกับผู้จัดการโรงเพาะฟักลูกกุ้ง ($\bar{X} = 4.11$) ท่านพึงพอใจกับการรับคำสั่งซื้อจากพนักงานขายอาหารกุ้ง ($\bar{X} = 4.02$) และท่านพึงพอใจกับการติดต่อประสานงานกับพนักงานขายอาหารกุ้ง ($\bar{X} = 3.94$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ท่านพอใจกับการหาซื้อได้ง่ายสะดวก ($\bar{X} = 3.58$)

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกรายข้อ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาว	(n = 118)		
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. ท่านพอใจในการจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับการแถมลูกกุ้ง	3.48	.95	ปานกลาง
2. ท่านพอใจในการจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับการแถมอาหารกุ้ง	4.48	.57	มาก
3. ท่านพอใจในการจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับการชิงรางวัล	3.72	.65	มาก
4. ท่านพอใจในการจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับการขายควบผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เช่น เวชภัณฑ์ เป็นต้น	3.14	.95	ปานกลาง
5. ท่านพอใจในการจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับการทดลองใช้ลูกกุ้ง	3.39	1.16	ปานกลาง
6. ท่านพอใจกับวิธีการประชาสัมพันธ์ในการจัดโปรโมชั่นผ่านพนักงานขายอาหารกุ้ง	3.31	.81	ปานกลาง
7. ท่านพอใจกับวิธีการประชาสัมพันธ์ในการจัดโปรโมชั่นผ่านฝ่ายขายส่วนกลาง	3.33	.88	ปานกลาง
รวม	3.55	.57	มาก

จากตาราง 6 แสดงว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท อยู่ในระดับมาก 2 ข้อ และระดับปานกลาง 5 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านพอใจในการจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับการแถมอาหารกุ้ง ($\bar{X} = 4.48$) ท่านพอใจในการจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับการชิงรางวัล ($\bar{X} = 3.72$) และท่านพอใจในการจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับการแถมลูกกุ้ง ($\bar{X} = 3.48$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ได้แก่ ท่านพอใจในการจัดโปรโมชั่นเกี่ยวกับการขายจัดโปรโมชั่นผ่านพนักงานขายอาหารกุ้ง ($\bar{X} = 3.14$)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด 4 ด้าน จำแนกตาม เพศ อายุ และระดับการศึกษา และการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD ดังตาราง 7 – 10

ตาราง 7 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาว	ชาย (n = 105)		หญิง (n = 13)		t	P
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.65	.42	3.51	.33	1.15	.25
2. ด้านราคา	3.58	.48	3.45	.36	.97	.33
3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	3.85	.50	3.80	.31	.37	.71
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.56	.58	3.41	.46	.59	.55
รวมทุกด้าน	3.66	.43	3.55	.29	.88	.38

จากตารางที่ 7 แสดงว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวที่มีเพศต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาว	แหล่งความแปรปรวน	Df	SS	MS	F	P
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3	.32	.11	.62	.60
	ภายในกลุ่ม	114	19.57	.17		
	รวม	117	19.89			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3	.14	.46	.21	.89
	ภายในกลุ่ม	114	25.37	.22		
	รวม	117	25.51			
3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3	.73	.24	1.06	.37
	ภายในกลุ่ม	114	26.26	.23		
	รวม	117	26.99			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	.46	.15	.46	.71
	ภายในกลุ่ม	114	37.61	.33		
	รวม	117	38.07			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	3	.31	.10	.57	.64
	ภายในกลุ่ม	114	20.44	.18		
	รวม	117	20.74			

จากตาราง 8 แสดงว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวที่มีอายุต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ ลูกพันธุ์กุ้งขาว	แหล่งความ แปรปรวน	Df	SS	MS	F	P
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2	1.18	.59	3.63	.03*
	ภายในกลุ่ม	115	18.71	.16		
	รวม	117	19.89			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2	1.15	.57	2.70	.07
	ภายในกลุ่ม	115	24.37	.21		
	รวม	117	25.51			
3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	.81	.41	1.79	0.17
	ภายในกลุ่ม	115	26.18	.23		
	รวม	117	26.99			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	.72	.36	1.10	.34
	ภายในกลุ่ม	115	37.35	.33		
	รวม	117	38.07			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	.93	.47	2.71	.07
	ภายในกลุ่ม	115	19.81	.17		
	รวม	117	20.74			

*P < .05

จากตาราง 9 แสดงว่า ผู้ซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD แสดงผลเปรียบเทียบดังตาราง 10

ตาราง 10 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากโรงเพาะฟักลูกกุ้งของบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่

อายุ	ด้านการบริการ	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
	$\bar{X}$	3.55	3.65	3.94
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.55			*
ปริญญาตรี	3.65			*
สูงกว่าปริญญาตรี	3.94			

*P < .05

จากตาราง 10 ผู้ซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับผู้ซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี และผู้ซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี กับผู้ซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ด้วยผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อลูกพันธุ์กุ้งขาวจากบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) ด้วยผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ