



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ศึกษาความคิดของผู้ค้าคนกลางที่มีต่อการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ของโรงงานผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของผู้ค้าคนกลางในเขตภาคกลาง เปรียบเทียบการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าคนกลาง เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของผู้ค้าคนกลาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าคนกลาง เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของผู้ค้าคนกลาง จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าคนกลางกับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของผู้ค้าคนกลาง ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของผู้ค้าคนกลาง โดยวิธีการเก็บข้อมูล คือ ใช้แบบสอบถามจำนวน 250 ชุด เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ผู้วิจัยจึงขอเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปของตาราง แบ่งออกเป็น 9 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าคนกลาง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของผู้ค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ค้าคนกลางที่มีต่อการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของผู้ค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ค้าคนกลางที่มีต่อการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ของโรงงานผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าคนกลาง

ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของผู้ค้าคนกลางในเขตภาคกลาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าคนกลาง

ตอนที่ 7 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของผู้ค้าคนกลางในเขตภาคกลาง จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของผู้ค้าคนกลาง

ตอนที่ 8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าคนกลางกับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของผู้ค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

ตอนที่ 9 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของผู้ค้าคนกลางในเขตภาคกลาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อความเข้าใจในการแปลความหมาย ผู้วิจัยขอกำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับการตัดสินใจและระดับความคิดเห็น
$S.D.$	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติทดสอบ t-test
F	แทน	ค่าสถิติทดสอบ F-test
χ^2	แทน	การหาความสัมพันธ์
V	แทน	Cramer's V การวัดความเข้มข้นของความสัมพันธ์ทางสถิติ
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของพ่อค้าคนกลาง

ปัจจัยส่วนบุคคลของพ่อค้าคนกลาง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของปัจจัยบุคคลของพ่อค้าคนกลาง

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ค้าคนกลาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	250	100.0
เพศ		
ชาย	119	47.6
หญิง	131	52.4
อายุ		
ไม่เกิน 25 ปี	64	25.6
26 - 35 ปี	78	31.2
36 - 45 ปี	39	15.6
46 ปีขึ้นไป	69	27.6



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

75

ตาราง 4 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคลของพ่อค้าคนกลาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	250	100.0
สถานภาพสมรส		
โสด	122	48.8
สมรส	120	48.0
หม้าย/หย่าร้าง	8	3.2
อาชีพ		
รับจ้างทั่วไป	27	10.8
รัฐวิสาหกิจ	59	23.6
พนักงานบริษัท	65	26.0
ธุรกิจส่วนตัว	99	39.6
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	29	11.6
มัธยมศึกษา/ปวช.	80	32.0
อนุปริญญา/ปวส.	63	25.2
ปริญญาตรี	78	31.2
รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	57	22.8
10,001 – 20,000 บาท	64	25.6
20,001 – 30,000 บาท	105	42.0
มากกว่า 30,001 บาท	24	9.6

จากตาราง 4 พบว่า พ่อค้าคนกลางที่ตอบแบบสอบถาม มีทั้งหมด 250 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4 ส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 31.2 มีสถานภาพโสด จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6 ระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 และรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

76

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

ปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ประกอบด้วย ประเภทสินค้าที่ซื้อ เหตุผลในการเลือกซื้อไปจำหน่าย ความถี่ในการซื้อ ปริมาณการซื้อต่อครั้ง ราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ สถานที่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว และวิธีการชำระเงิน

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของประเภทสินค้าที่ซื้อ

ประเภทสินค้าที่ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	250	100.0
เส้นหมี	28	11.2
เส้นเล็ก	109	43.6
เส้นใหญ่	88	35.2
เส้นบะหมี่	15	6.0
เส้นวุ้นเส้น	10	4.0

จากตาราง 5 พบว่า พ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่มีประเภทสินค้าที่ซื้อ คือ เส้นเล็ก จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 รองลงมา คือ เส้นใหญ่ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 และน้อยที่สุด คือ เส้นวุ้นเส้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

77

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของเหตุผลในการเลือกซื้อไปจำหน่าย

เหตุผลในการเลือกซื้อไปจำหน่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	250	100.0
ราคาถูก	18	7.2
คุณภาพดี	88	35.2
มีชื่อเสียง	60	24.0
มีหลายปริมาณให้เลือก	29	11.6
มีการให้สินเชื่อ	20	8.0
มีบริการส่งถึงที่	12	4.8
มีความสะดวก	23	9.2

จากตาราง 6 พบว่า พ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกซื้อไปจำหน่าย คือ คุณภาพดี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมา คือ มีชื่อเสียง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และน้อยที่สุด คือ มีบริการส่งถึงที่ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการซื้อ

ความถี่ในการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	250	100.0
ทุกวัน	87	34.8
วันเว้นวัน	50	20.0
อาทิตย์ละ 3 ครั้ง	60	24.0
อาทิตย์ละ 2 ครั้ง	53	21.2

จากตาราง 7 พบว่า พ่อค้าคนกลางมีความถี่ในการซื้อทุกวัน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมา คือ อาทิตย์ละ 3 ครั้ง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และน้อยที่สุด คือ วันเว้นวัน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

78

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละของปริมาณการซื้อต่อครั้ง

ปริมาณการซื้อต่อครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	250	100.0
น้อยกว่า 5 กิโลกรัม	21	8.4
5 – 10 กิโลกรัม	65	26.0
11 – 30 กิโลกรัม	66	26.4
31 – 50 กิโลกรัม	57	22.8
มากกว่า 50 กิโลกรัม	41	16.4

จากตาราง 8 พบว่า พ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่มีปริมาณการซื้อต่อครั้ง 11 – 30 กิโลกรัม จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมา คือ 11 – 30 กิโลกรัม จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และน้อยที่สุด คือ น้อยกว่า 5 กิโลกรัม จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ซื้อ

ราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	250	100.0
11 – 15 บาท / กิโลกรัม	39	15.6
16 – 20 บาท / กิโลกรัม	43	17.2
21 – 25 บาท / กิโลกรัม	75	30.0
26 – 30 บาท / กิโลกรัม	69	27.6
มากกว่า 31 บาท / กิโลกรัม	24	9.6

จากตาราง 9 พบว่า พ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่มีราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ซื้อ 21 – 25 บาท / กิโลกรัม จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมา คือ 26 – 30 บาท / กิโลกรัม จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 และน้อยที่สุด คือ มากกว่า 31 บาท / กิโลกรัม จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

79

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ในการซื้อ

วัตถุประสงค์ในการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	250	100.0
นำไปประกอบอาหารเอง	34	13.6
นำไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง	103	41.2
นำไปประกอบอาหารเพื่อขาย	85	34.0
ซื้อเป็นของฝาก	28	11.2

จากตาราง 10 พบว่า พ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อ คือ นำไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมา คือ นำไปประกอบอาหารเพื่อขาย จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และน้อยที่สุด คือ ซื้อเป็นของฝาก จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	250	100.0
ตัวเอง	11	4.4
ครอบครัว	67	26.8
เพื่อน /ญาติ	69	27.6
ลูกค้า	100	40.0
การโฆษณาจากสื่อ	3	1.2

จากตาราง 11 พบว่า พ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่มีผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คือ ลูกค้า จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ เพื่อน /ญาติ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 และน้อยที่สุด คือ การโฆษณาจากสื่อ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

80

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละของสถานที่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว

สถานที่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	250	100.0
จากโรงงานผู้ผลิต	81	32.4
จากตลาดค้าส่ง	88	35.2
จากห้างสรรพสินค้า	57	22.8
จากตลาดใกล้บ้าน	24	9.6

จากตาราง 12 พบว่า พ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่มีสถานที่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว คือ จากตลาดค้าส่ง จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 รองลงมา คือ จากโรงงานผู้ผลิต จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 และน้อยที่สุด คือ จากตลาดใกล้บ้าน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของวิธีการชำระเงิน

วิธีการชำระเงิน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	250	100.0
วางเงินสดค่าประกัน	21	8.4
จ่ายเงินสด	98	39.2
ชำระภายใน 1 – 3 วัน	76	30.4
ชำระภายใน 4 – 7 วัน	53	21.2
ระยะเวลาชำระมากกว่า 7 วัน	2	0.8

จากตาราง 13 พบว่า พ่อค้าคนกลางส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงิน คือ จ่ายเงินสด จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมา คือ ชำระภายใน 1 – 3 วัน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 และน้อยที่สุด คือ ระยะเวลาชำระมากกว่า 7 วัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง

การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ประกอบด้วย ด้านการจัดการการกระจายสินค้า ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง ด้านการจัดการการขนส่ง และด้านการจัดการสารสนเทศ

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการการกระจายสินค้า

ด้านการจัดการการกระจายสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. โรงงานสามารถกระจายสินค้าได้ทันเวลาที่ลูกค้าต้องการ	3.78	1.03	มาก
2. โรงงานมีแหล่งรองรับที่จะรับซื้อวัตถุดิบกระจายอยู่ในแหล่งผลิตเส้นก๋วยเตี๋ยวเพื่อจะได้ซื้อวัตถุดิบที่มีราคาต่ำ	3.88	.90	มาก
3. โรงงานมีการใช้คนกลางทางการตลาดในการซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว	3.00	1.14	ปานกลาง
4. โรงงานเลือกที่ตั้งของคลังสินค้าให้อยู่ศูนย์กลางของสถานที่รับซื้อวัตถุดิบทำเส้นก๋วยเตี๋ยวและอยู่ติดกับถนนสายหลัก เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการขนวัตถุดิบมาแปรรูปและส่งไปขาย	2.69	.97	ปานกลาง
5. ในการซื้อขายโรงงานให้ความสำคัญในเรื่องการทำสัญญาซื้อขาย	2.91	1.01	ปานกลาง
โดยรวม	3.25	.77	ปานกลาง

จากตาราง 14 พบว่า พ่อค้าคนกลางมีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการการกระจายสินค้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.06$, S.D. = .62) และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า พ่อค้าคนกลางมีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ถ้วยเต็วในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการการกระจายสินค้า ในระดับปานกลางเกือบทุกข้อ ยกเว้น โรงงานสามารถกระจายสินค้าได้ทันเวลาที่ลูกค้าต้องการ และโรงงานมีแหล่งรองรับที่จะรับซื้อวัตถุดิบ กระจายอยู่ในแหล่งผลิตเส้นถ้วยเต็วเพื่อจะได้ซื้อวัตถุดิบที่มีราคาต่ำ มีความคิดเห็นในระดับมาก

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นถ้วยเต็ว ในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง

ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. โรงงานได้มีการสำรองวัตถุดิบทำเส้นถ้วยเต็วให้ สัมพันธ์กับการแปรรูปและส่งไปขายตลอดทั้งปี	3.33	.87	ปานกลาง
2. โรงงานมีจัดสร้างคลังสินค้าตามแหล่งต่างๆที่สะดวก ต่อการซื้อ - ขาย สินค้าได้ตลอดเวลา	3.18	1.11	ปานกลาง
3. โรงงานมีการตรวจเช็คปริมาณวัตถุดิบทำเส้น ถ้วยเต็วในคลังสินค้าเป็นประจำทุกเดือน	2.96	.94	ปานกลาง
4. โรงงานมีการวางแผนการรับซื้อวัตถุดิบทำเส้น ถ้วยเต็วให้มีปริมาณที่สอดคล้องกับปริมาณการ สั่งซื้อเส้นถ้วยเต็ว	3.15	1.06	ปานกลาง
5. โรงงานมีการจัดสร้างคลังจัดเก็บวัตถุดิบทำเส้น ถ้วยเต็วและเส้นถ้วยเต็วที่ได้มาตรฐานและ ปลอดภัย	2.62	1.11	ปานกลาง
โดยรวม	3.05	.73	ปานกลาง

จากตาราง 15 พบว่า พ่อค้าคนกลางมีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นถ้วยเต็วใน เขตภาคกลาง ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.78$, S.D. = .59) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า พ่อค้าคนกลางมีการบริหารจัดการระบบ โลจิสติกส์เส้นถ้วยเต็วในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

83

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยว
ในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการการขนส่ง

ด้านการจัดการการขนส่ง	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. โรงงานมีการวางแผนเลือกระยะเวลาทางการ ขนส่งสินค้าเพื่อลดต้นทุนการขนส่ง	3.24	1.08	ปานกลาง
2. โรงงานสามารถส่งเส้นก๋วยเตี๋ยวให้กับลูกค้า ได้ทันตามกำหนดเวลาและมีปริมาณครบตาม ใบสั่งซื้อทุกครั้ง	3.02	1.11	ปานกลาง
3. โรงงานมีการวางแผนรับซื้อสินค้าหรือรับจ้าง ขนส่งสินค้าในเกี่ยวกับจากขนส่งเส้น ก๋วยเตี๋ยวไปขายทุกครั้ง	3.24	.94	ปานกลาง
4. โรงงานมีการตรวจเช็คระยะเวลาในการขนส่ง เป็นประจำทุกครั้ง	2.94	.98	ปานกลาง
5. โรงงานมีการประเมินผลการปฏิบัติงานการ ขนส่งสินค้าอย่างต่อเนื่อง	2.86	.96	ปานกลาง
โดยรวม	3.06	.71	ปานกลาง

จากตาราง 16 พบว่า พ่อค้าคนกลางมีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวใน
เขตภาคกลาง ด้านการจัดการการขนส่ง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.06$, S.D. = .71)
และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า พ่อค้าคนกลางมีการบริหารจัดการระบบ
โลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการการขนส่ง อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

84

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยว
ในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการสารสนเทศ

ด้านการจัดการสารสนเทศ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. โรงงานมีการนำเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมาใช้	4.21	1.05	มากที่สุด
2. โรงงานมีการปรับปรุงเครื่องจักรให้ทันสมัย	3.41	1.04	มาก
3. โรงงานมีการใช้อุปกรณ์ติดตามตำแหน่งรถบรรทุกเพื่อตรวจสอบการขนส่งสินค้า	2.50	1.20	น้อย
4. โรงงานมีการเก็บข้อมูลลูกค้า อย่างเป็นระบบโดยใช้คอมพิวเตอร์	3.12	1.02	ปานกลาง
5. โรงงานใช้เครื่องมือสื่อสารในการติดต่อกับพนักงานภายในคลังสินค้า	2.61	1.07	ปานกลาง
โดยรวม	3.17	.80	ปานกลาง

จากตาราง 17 พบว่า พ่อค้าคนกลางมีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการสารสนเทศ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$, S.D. = .80) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า พ่อค้าคนกลางมีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการสารสนเทศ อยู่ในระดับปานกลางเกือบทุกข้อ ยกเว้น โรงงานมีการนำเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมาใช้ มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด โรงงานมีการปรับปรุงเครื่องจักรให้ทันสมัย มีความคิดเห็นในระดับมาก และ โรงงานมีการใช้อุปกรณ์ติดตามตำแหน่งรถบรรทุกเพื่อตรวจสอบการขนส่งสินค้า มีความคิดเห็นในระดับน้อย



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

85

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยว
ในเขตภาคกลาง โดยภาพรวม

การบริหารจัดการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการจัดการการกระจายสินค้า	3.25	.77	ปานกลาง
2. ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง	3.05	.73	ปานกลาง
3. ด้านการจัดการการขนส่ง	3.06	.71	ปานกลาง
4. ด้านการจัดการสารสนเทศ	3.17	.80	ปานกลาง
ภาพรวม	3.13	.59	ปานกลาง

จากตาราง 18 พบว่า พ่อค้าคนกลางมีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$, S.D. = .59) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า พ่อค้าคนกลางมีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ในระดับปานกลางทุกด้าน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

ระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจซื้อ
1. คุณภาพของสินค้า	3.02	1.21	ปานกลาง
2. ความสดใหม่	2.87	1.29	ปานกลาง
3. รูปแบบของสินค้า	3.12	.99	ปานกลาง
4. ขนาดและปริมาณของสินค้า	3.67	1.00	มาก
5. ความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์	3.81	.96	มาก
6. ฉลากสินค้าระบุแหล่งผลิตและวิธีใช้	3.69	1.07	มาก
7. ระบุปริมาณสุทธิชัดเจน	3.75	1.02	มาก
8. มีการระบุส่วนผสมของผลิตภัณฑ์	4.07	.97	มาก
9. มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ	4.08	.84	มาก
10. เนื้อสัมผัสของเส้นก๋วยเตี๋ยว (เหนียว นุ่ม)	3.62	1.25	มาก
โดยรวม	3.57	.82	มาก

จากตาราง 19 พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57, S.D. = .82$) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ ยกเว้นคุณภาพของสินค้า ความสดใหม่ และรูปแบบของสินค้า มีการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

87

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจซื้อ
1. ความเหมาะสมของราคา	3.26	1.27	ปานกลาง
2. สามารถต่อรองราคาได้	3.31	1.41	ปานกลาง
3. ระบุราคาชัดเจน	3.42	1.21	มาก
4. สินค้ามีหลายราคาให้เลือก	3.60	.96	มาก
5. มีส่วนลดเมื่อซื้อในปริมาณมาก	3.56	1.30	มาก
โดยรวม	3.43	1.13	มาก

จากตาราง 20 พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$, S.D. = 1.13) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านราคา อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ ยกเว้นความเหมาะสมของราคา และสามารถต่อรองราคาได้ มีการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

88

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจซื้อ
1. ความสะดวกในการเลือกซื้อ	3.39	1.07	ปานกลาง
2. การบริการบรรจุหีบห่อ	3.61	1.04	มาก
3. มีความหลากหลายของตราสินค้า	3.65	1.13	มาก
4. มีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่	3.30	1.17	ปานกลาง
5. สามารถสั่งสินค้าทางโทรศัพท์	3.44	1.13	มาก
โดยรวม	3.48	.96	มาก

จากตาราง 21 พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = .96) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ ยกเว้นความสะดวกในการเลือกซื้อ และมีบริการจัดส่งสินค้าถึงที่ มีการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

89

ตาราง 22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจซื้อ
1. ความโดดเด่นของสถานที่จำหน่าย	3.61	1.16	มาก
2. มีส่วนลดในการซื้อ	3.26	1.31	ปานกลาง
3. การมีโปรโมชั่นการแถม	3.63	1.16	มาก
4. ส่งถุงของผลิตภัณฑ์ซิง โซค	3.49	1.19	มาก
5. สะสมถุงของผลิตภัณฑ์แลกเปลี่ยนรางวัล	3.62	1.05	มาก
โดยรวม	3.52	1.01	มาก

จากตาราง 22 พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 1.01) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ ยกเว้นมีส่วนลดในการซื้อ มีการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

90

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจซื้อ
1. ผู้ชายมีกิริยาวาจาไพเราะ	3.48	1.16	มาก
2. ผู้ชายมีความคุ้นเคยกับผู้ซื้อ	3.44	1.11	มาก
3. ผู้ชายมีความจริงใจ และเต็มใจบริการ	3.74	1.20	มาก
4. ผู้ชายมีความน่าเชื่อถือ	3.44	1.16	มาก
5. ผู้ชายมีอัธยาศัย และรับฟังที่ดี	3.32	1.22	ปานกลาง
โดยรวม	3.48	1.00	มาก

จากตาราง 23 พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$, S.D. = 1.00) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ ยกเว้นผู้ชายมีอัธยาศัย และรับฟังที่ดี มีการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

91

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจซื้อ
1. ชื่อเสียงของโรงงานผู้ผลิต	3.54	1.23	มาก
2. โรงงานผู้ผลิตมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคม	3.57	1.08	มาก
3. เป็นโรงงานขนาดใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย	3.47	1.16	มาก
4. ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาอยู่ในเกณฑ์ดี	3.52	1.21	มาก
5. นโยบายของโรงงานตรงกับความต้องการ	3.54	1.11	มาก
โดยรวม	3.53	1.08	มาก

จากตาราง 24 พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$, S.D. = 1.08) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากทุกข้อ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

92

ตาราง 25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจซื้อ
1. มีการรับประกันคุณภาพสินค้า	3.59	1.24	มาก
2. กระบวนการผลิตสินค้าที่เป็นมาตรฐาน	4.16	.84	มาก
3. ระบบการจัดจำหน่ายและบริการที่ดี	4.30	.78	มากที่สุด
4. สามารถสั่งซื้อสินค้ามาก-น้อยตามต้องการ	3.80	1.08	มาก
5. มีการส่งสินค้าตรงตามเวลานัดหมาย	3.58	1.13	มาก
โดยรวม	3.88	.69	มาก

จากตาราง 25 พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = .69) และเมื่อวิเคราะห์ในรายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ ยกเว้นระบบการจัดจำหน่ายและบริการที่ดี มีการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

93

ตาราง 26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง โดยภาพรวม

การตัดสินใจซื้อ	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจซื้อ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.57	.82	มาก
2. ด้านราคา	3.43	1.13	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.48	.96	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.52	1.01	มาก
5. ด้านบุคลากร	3.48	1.00	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.53	1.08	มาก
7. ด้านกระบวนการ	3.88	.69	มาก
ภาพรวม	3.56	.80	มาก

จากตาราง 26 พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = .80) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า พ่อค้าคนกลางมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ในระดับมากทุกด้าน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นกัวยเดี่ยวในเขตภาคกลาง จำแนก

ตามปัจจัยส่วนบุคคลของพ่อค้าคนกลาง

โดยมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลของพ่อค้าคนกลางแตกต่างกัน มีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นกัวยเดี่ยวในเขตภาคกลางไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลของพ่อค้าคนกลางแตกต่างกัน มีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นกัวยเดี่ยวในเขตภาคกลางแตกต่างกัน

ตาราง 27 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นกัวยเดี่ยวในเขตภาคกลาง จำแนกตามเพศ

ระดับความคิดเห็น	เพศ				t	Sig.
	ชาย (n = 119)		หญิง (n = 131)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการจัดการการกระจายสินค้า	3.06	.60	3.06	.63	-.104	.917
2. ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง	2.79	.56	2.78	.63	.217	.829
3. ด้านการจัดการการขนส่ง	2.83	.62	2.88	.67	-.688	.492
4. ด้านการจัดการสารสนเทศ	2.95	.60	2.99	.69	-.454	.650
รวม	2.91	.51	2.93	.58	-.307	.759

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 4 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีเพศแตกต่างกัน มีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นกัวยเดี่ยวในเขตภาคกลางด้านการจัดการการกระจายสินค้า ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง ด้านการจัดการการขนส่ง และด้านการจัดการสารสนเทศไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

95

ตาราง 28 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๊วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง จำแนกตามอายุ

ระดับความคิดเห็น	SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการจัดการการกระจายสินค้า					
ระหว่างกลุ่ม	.270	3	.090	.231	.875
ภายในกลุ่ม	95.920	246	.390		
รวม	96.190	249			
2. ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง					
ระหว่างกลุ่ม	.963	3	.321	.892	.446
ภายในกลุ่ม	88.481	246	.360		
รวม	89.444	249			
3. ด้านการจัดการการขนส่ง					
ระหว่างกลุ่ม	.829	3	.276	.653	.581
ภายในกลุ่ม	104.022	246	.423		
รวม	104.851	249			
4. ด้านการจัดการสารสนเทศ					
ระหว่างกลุ่ม	1.232	3	.411	.971	.407
ภายในกลุ่ม	104.082	246	.423		
รวม	105.315	249			
รวม					
ระหว่างกลุ่ม	.509	3	.170	.557	.644
ภายในกลุ่ม	74.861	246	.304		
รวม	75.370	249			

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 4 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีอายุแตกต่างกัน มีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๊วยเตี๋ยวในเขตภาคกลางด้านการจัดการการกระจายสินค้า ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง ด้านการจัดการการขนส่ง และด้านการจัดการสารสนเทศไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 29 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง จำแนกตามสถานภาพสมรส

ระดับความคิดเห็น		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการจัดการการกระจายสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	1.822	2	.911	2.385	.094
	ภายในกลุ่ม	94.368	247	.382		
	รวม	96.190	249			
2. ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง	ระหว่างกลุ่ม	1.139	2	.569	1.593	.205
	ภายในกลุ่ม	88.305	247	.358		
	รวม	89.444	249			
3. ด้านการจัดการการขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	.795	2	.398	.944	.391
	ภายในกลุ่ม	104.056	247	.421		
	รวม	104.851	249			
4. ด้านการจัดการสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	1.515	2	.757	1.802	.167
	ภายในกลุ่ม	103.800	247	.420		
	รวม	105.315	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.168	2	.584	1.945	.145
	ภายในกลุ่ม	74.202	247	.300		
	รวม	75.370	249			

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 4 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลางด้านการจัดการการกระจายสินค้า ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง ด้านการจัดการการขนส่ง และด้านการจัดการสารสนเทศไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

97

ตาราง 30 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๊วยเตี๋ยวนในเขตภาคกลาง จำแนกตามอาชีพ

ระดับความคิดเห็น		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการจัดการการกระจายสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	.693	3	.231	.595	.619
	ภายในกลุ่ม	95.497	246	.388		
	รวม	96.190	249			
2. ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง	ระหว่างกลุ่ม	.961	3	.320	.891	.446
	ภายในกลุ่ม	88.483	246	.360		
	รวม	89.444	249			
3. ด้านการจัดการการขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	1.595	3	.532	1.267	.286
	ภายในกลุ่ม	103.256	246	.420		
	รวม	104.851	249			
4. ด้านการจัดการสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	1.014	3	.338	.797	.497
	ภายในกลุ่ม	104.301	246	.424		
	รวม	105.315	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.000	3	.333	1.103	.349
	ภายในกลุ่ม	74.370	246	.302		
	รวม	75.370	249			

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 4 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๊วยเตี๋ยวนในเขตภาคกลางด้านการจัดการการกระจายสินค้า ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง ด้านการจัดการการขนส่ง และด้านการจัดการสารสนเทศไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 31 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๊วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความคิดเห็น		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการจัดการการกระจายสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	.783	4	.196	.503	.734
	ภายในกลุ่ม	95.407	245	.389		
	รวม	96.190	249			
2. ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง	ระหว่างกลุ่ม	.739	4	.185	.510	.728
	ภายในกลุ่ม	88.705	245	.362		
	รวม	89.444	249			
3. ด้านการจัดการการขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	1.016	4	.254	.599	.663
	ภายในกลุ่ม	103.835	245	.424		
	รวม	104.851	249			
4. ด้านการจัดการสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	.902	4	.225	.529	.715
	ภายในกลุ่ม	104.413	245	.426		
	รวม	105.315	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.685	4	.171	.562	.690
	ภายในกลุ่ม	74.685	245	.305		
	รวม	75.370	249			

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 4 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๊วยเตี๋ยวในเขตภาคกลางด้านการจัดการการกระจายสินค้า ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง ด้านการจัดการการขนส่ง และด้านการจัดการสารสนเทศไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 32 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๊วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ระดับความคิดเห็น		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการจัดการการกระจายสินค้า	ระหว่างกลุ่ม	2.303	3	.768	2.011	.113
	ภายในกลุ่ม	93.887	246	.382		
	รวม	96.190	249			
2. ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง	ระหว่างกลุ่ม	4.418	3	1.473	4.261	.006*
	ภายในกลุ่ม	85.026	246	.346		
	รวม	89.444	249			
3. ด้านการจัดการการขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	7.852	3	2.617	6.638	.000*
	ภายในกลุ่ม	96.999	246	.394		
	รวม	104.851	249			
4. ด้านการจัดการสารสนเทศ	ระหว่างกลุ่ม	5.136	3	1.712	4.204	.006*
	ภายในกลุ่ม	100.179	246	.407		
	รวม	105.315	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	4.073	3	1.358	4.684	.003*
	ภายในกลุ่ม	71.297	246	.290		
	รวม	75.370	249			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีรายได้อต่อเดือนแตกต่างกัน มีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๊วยเตี๋ยวในเขตภาคกลางด้านการจัดการการกระจายสินค้าไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 3 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีรายได้อต่อเดือนแตกต่างกัน มีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๊วยเตี๋ยวในเขตภาคกลางด้านการจัดการสินค้าคงคลัง ด้านการจัดการการขนส่ง และด้านการจัดการสารสนเทศแตกต่างกัน จึง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

100

นำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้
แสดงผลดังตาราง 33 - 35

ตาราง 33 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นกัวยเดี่ยวในเขตภาคกลาง ด้าน
การจัดการสินค้าคงคลัง จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท
ไม่เกิน 10,000 บาท				
10,000 – 20,000 บาท				
20,001 – 30,000 บาท				
มากกว่า 30,001 บาท	.4127*	.4510*	.4621*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 33 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า
พ่อค้าคนกลางที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาท มีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้น
กัวยเดี่ยวในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีรายได้ต่อเดือน ไม่
เกิน 10,000 บาท (.4127) มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท (.4510)
และมากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท (.4621)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

101

ตาราง 34 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ด้าน
การจัดการการขนส่ง จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท
ไม่เกิน 10,000 บาท				
10,000 – 20,000 บาท				
20,001 – 30,000 บาท				
มากกว่า 30,001 บาท	.6035*	.6312*	.5695*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 34 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า พ่อค้าคนกลางที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาท มีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการการขนส่ง มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท (.6035) มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท (.6312) และมากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท (.5695)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

102

ตาราง 35 การเปรียบเทียบการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ด้าน
การจัดการสารสนเทศ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่

รายได้ต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,000 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,001 บาท
ไม่เกิน 10,000 บาท				
10,000 – 20,000 บาท				
20,001 – 30,000 บาท				
มากกว่า 30,001 บาท	.3689*	.3365*	.5012*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 35 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า พ่อค้าคนกลางที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,001 บาท มีการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการสารสนเทศ มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท (.3689) มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท (.3365) และมากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท (.5012)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 6 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของพ่อค้าคนกลาง

โดยมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลของพ่อค้าคนกลางแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลของพ่อค้าคนกลางแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางแตกต่างกัน

ตาราง 36 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง จำแนกตามเพศ

การตัดสินใจซื้อ	เพศ				t	Sig.
	ชาย (n = 119)		หญิง (n = 131)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.53	.83	3.61	.81	-.793	.429
2. ด้านราคา	3.37	1.14	3.48	1.12	-.779	.437
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.45	.91	3.51	1.02	-.496	.620
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.47	1.03	3.57	1.00	-.764	.446
5. ด้านบุคลากร	3.44	.97	3.52	1.03	-.603	.547
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.46	1.08	3.59	1.08	-.973	.332
7. ด้านกระบวนการ	3.92	.68	3.85	.70	.829	.408
รวม	3.52	.78	3.59	.82	-.688	.492

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Independent sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 37 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง
จำแนกตามอายุ

การตัดสินใจซื้อ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.530	3	.177	.259	.855
	ภายในกลุ่ม	167.907	246	.683		
	รวม	168.436	249			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.447	3	.482	.370	.775
	ภายในกลุ่ม	320.511	246	1.303		
	รวม	321.958	249			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.947	3	.316	.334	.801
	ภายในกลุ่ม	232.369	246	.945		
	รวม	233.316	249			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.519	3	.173	.165	.920
	ภายในกลุ่ม	257.578	246	1.047		
	รวม	258.096	249			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.942	3	.314	.309	.819
	ภายในกลุ่ม	250.146	246	1.017		
	รวม	251.088	249			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.817	3	1.272	1.087	.355
	ภายในกลุ่ม	287.972	246	1.171		
	รวม	291.789	249			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	.102	3	.034	.070	.976
	ภายในกลุ่ม	119.251	246	.485		
	รวม	119.353	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.687	3	.229	.350	.789
	ภายในกลุ่ม	160.708	246	.653		
	รวม	161.394	249			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 105

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 38 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดี่ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง
จำแนกตามสถานภาพสมรส

การตัดสินใจซื้อ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.746	2	.873	1.294	.276
	ภายในกลุ่ม	166.690	247	.675		
	รวม	168.436	249			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.466	2	.733	.565	.569
	ภายในกลุ่ม	320.491	247	1.298		
	รวม	321.958	249			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.948	2	.474	.504	.605
	ภายในกลุ่ม	232.368	247	.941		
	รวม	233.316	249			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.495	2	.247	.237	.789
	ภายในกลุ่ม	257.601	247	1.043		
	รวม	258.096	249			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.271	2	.135	.133	.875
	ภายในกลุ่ม	250.818	247	1.015		
	รวม	251.088	249			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.476	2	.738	.628	.535
	ภายในกลุ่ม	290.313	247	1.175		
	รวม	291.789	249			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	.079	2	.039	.081	.922
	ภายในกลุ่ม	119.274	247	.483		
	รวม	119.353	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.606	2	.303	.466	.628
	ภายในกลุ่ม	160.788	247	.651		
	รวม	161.394	249			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

107

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 39 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเขตภาคกลาง จำแนกตามอาชีพ

การตัดสินใจซื้อ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	5.998	3	1.999	3.028	.030*
	ภายในกลุ่ม	162.438	246	.660		
	รวม	168.436	249			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	9.415	3	3.138	2.470	.062
	ภายในกลุ่ม	312.542	246	1.270		
	รวม	321.958	249			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	6.565	3	2.188	2.374	.071
	ภายในกลุ่ม	226.751	246	.922		
	รวม	233.316	249			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	10.757	3	3.586	3.566	.015*
	ภายในกลุ่ม	247.339	246	1.005		
	รวม	258.096	249			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	10.817	3	3.606	3.692	.013*
	ภายในกลุ่ม	240.271	246	.977		
	รวม	251.088	249			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	6.719	3	2.240	1.933	.125
	ภายในกลุ่ม	285.070	246	1.159		
	รวม	291.789	249			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2.859	3	.953	2.012	.113
	ภายในกลุ่ม	116.494	246	.474		
	รวม	119.353	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	7.066	3	2.355	3.755	.012*
	ภายในกลุ่ม	154.328	246	.627		
	รวม	161.394	249			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน และส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 3 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 40 - 42

ตาราง 40 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	รับจ้างทั่วไป	รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	ธุรกิจส่วนตัว
รับจ้างทั่วไป			.5140*	.3895*
รัฐวิสาหกิจ				
พนักงานบริษัท				
ธุรกิจส่วนตัว				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 40 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า พ่อค้าคนกลางที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีอาชีพพนักงานบริษัท (.5140) และมากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว (.3895)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

110

ตาราง 41 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดี่ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	รับจ้างทั่วไป	รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	ธุรกิจส่วนตัว
รับจ้างทั่วไป		.4775*	.6826*	.6188*
รัฐวิสาหกิจ				
พนักงานบริษัท				
ธุรกิจส่วนตัว				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 41 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า พ่อค้าคนกลางที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดี่ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ (.4775) มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีอาชีพพนักงานบริษัท (.6826) และมากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว (.6188)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

111

ตาราง 42 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดี่ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง
ด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

อาชีพ	รับจ้างทั่วไป	รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท	ธุรกิจส่วนตัว
รับจ้างทั่วไป		.4601*	.6758*	.6339*
รัฐวิสาหกิจ				
พนักงานบริษัท				
ธุรกิจส่วนตัว				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 42 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า พ่อค้าคนกลางที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดี่ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านบุคลากร มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ (.4601) มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีอาชีพพนักงานบริษัท (.6758) และมากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว (.6339)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 43 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง จำแนกตามระดับการศึกษา

การตัดสินใจซื้อ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3.345	4	.836	1.241	.294
	ภายในกลุ่ม	165.091	245	.674		
	รวม	168.436	249			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	8.420	4	2.105	1.645	.164
	ภายในกลุ่ม	313.538	245	1.280		
	รวม	321.958	249			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายระหว่างกลุ่ม	ระหว่างกลุ่ม	8.340	4	2.085	2.271	.062
	ภายในกลุ่ม	224.976	245	.918		
	รวม	233.316	249			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	10.227	4	2.557	2.527	.041*
	ภายในกลุ่ม	247.870	245	1.012		
	รวม	258.096	249			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	12.512	4	3.128	3.212	.014*
	ภายในกลุ่ม	238.576	245	.974		
	รวม	251.088	249			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5.629	4	1.407	1.205	.309
	ภายในกลุ่ม	286.160	245	1.168		
	รวม	291.789	249			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	.894	4	.223	.462	.764
	ภายในกลุ่ม	118.459	245	.484		
	รวม	119.353	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5.587	4	1.397	2.196	.070
	ภายในกลุ่ม	155.807	245	.636		
	รวม	161.394	249			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 5 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 44 - 45

ตาราง 44 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี
ประถมศึกษา				
มัธยมศึกษา/ปวช.			.3400*	
อนุปริญญา/ปวส.				
ปริญญาตรี				.5154*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 44 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า พ่อค้าคนกลางที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านการส่งเสริมการตลาด มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. (.3400) และส่วนพ่อค้าคนกลางที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. (.5154)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

114

ตาราง 45 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดี่ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง
ด้านบุคลากร จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี
ประถมศึกษา			.6002*	
มัธยมศึกษา/ปวช.			.4150*	
อนุปริญญา/ปวส.				
ปริญญาตรี				.5595*

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 45 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า พ่อค้าคนกลางที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดี่ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านบุคลากร มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. (.6002) ส่วนพ่อค้าคนกลางที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดี่ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. (.4150) และส่วนพ่อค้าคนกลางที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดี่ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. (.5595)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

115

ตาราง 46 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การตัดสินใจซื้อ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.710	3	.903	1.341	.262
	ภายในกลุ่ม	165.726	246	.674		
	รวม	168.436	249			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4.206	3	1.402	1.085	.356
	ภายในกลุ่ม	317.752	246	1.292		
	รวม	321.958	249			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายระหว่างกลุ่ม	ระหว่างกลุ่ม	2.350	3	.783	.834	.476
	ภายในกลุ่ม	230.966	246	.939		
	รวม	233.316	249			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	6.527	3	2.176	2.128	.097
	ภายในกลุ่ม	251.569	246	1.023		
	รวม	258.096	249			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.521	3	.507	.500	.683
	ภายในกลุ่ม	249.567	246	1.015		
	รวม	251.088	249			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.991	3	.664	.563	.640
	ภายในกลุ่ม	289.798	246	1.178		
	รวม	291.789	249			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	.637	3	.212	.440	.724
	ภายในกลุ่ม	118.716	246	.483		
	รวม	119.353	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.053	3	.351	.539	.656
	ภายในกลุ่ม	160.341	246	.652		
	รวม	161.394	249			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

116

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 7 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง จำแนกตามปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลาง

โดยมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางแตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

117

ตาราง 47 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในเขตภาคกลาง จำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อ

ระดับการตัดสินใจซื้อ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.758	4	.439	.646	.630
	ภายในกลุ่ม	166.679	245	.680		
	รวม	168.436	249			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.067	4	.267	.204	.936
	ภายในกลุ่ม	320.891	245	1.310		
	รวม	321.958	249			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.873	4	.468	.496	.739
	ภายในกลุ่ม	231.443	245	.945		
	รวม	233.316	249			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.150	4	.288	.274	.894
	ภายในกลุ่ม	256.946	245	1.049		
	รวม	258.096	249			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.377	4	.344	.338	.852
	ภายในกลุ่ม	249.711	245	1.019		
	รวม	251.088	249			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.166	4	.291	.246	.912
	ภายในกลุ่ม	290.623	245	1.186		
	รวม	291.789	249			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	.876	4	.219	.453	.770
	ภายในกลุ่ม	118.477	245	.484		
	รวม	119.353	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.054	4	.264	.403	.807
	ภายในกลุ่ม	160.340	245	.654		
	รวม	161.394	249			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 118

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีประเภทสินค้าที่ซื้อแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดียวกันของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

119

ตาราง 48 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของพ่อค้าคนกลางใน
เขตภาคกลาง จำแนกตามเหตุผลในการเลือกซื้อไปจำหน่าย

ระดับการตัดสินใจซื้อ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.679	3	.560	.826	.481
	ภายในกลุ่ม	166.757	246	.678		
	รวม	168.436	249			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.716	3	.572	.440	.725
	ภายในกลุ่ม	320.241	246	1.302		
	รวม	321.958	249			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.245	3	.415	.440	.725
	ภายในกลุ่ม	232.071	246	.943		
	รวม	233.316	249			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.224	3	.408	.391	.760
	ภายในกลุ่ม	256.873	246	1.044		
	รวม	258.096	249			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.875	3	.292	.287	.835
	ภายในกลุ่ม	250.213	246	1.017		
	รวม	251.088	249			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.784	3	.261	.221	.882
	ภายในกลุ่ม	291.005	246	1.183		
	รวม	291.789	249			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.424	3	.475	.990	.398
	ภายในกลุ่ม	117.929	246	.479		
	รวม	119.353	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.513	3	.171	.262	.853
	ภายในกลุ่ม	160.881	246	.654		
	รวม	161.394	249			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา 120

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีเหตุผลในการเลือกซื้อไปจำหน่ายแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 49 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางใน
เขตภาคกลาง จำแนกตามความถี่ในการซื้อ

ระดับการตัดสินใจซื้อ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3.181	3	1.060	1.578	.195
	ภายในกลุ่ม	165.255	246	.672		
	รวม	168.436	249			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.977	3	1.992	1.551	.202
	ภายในกลุ่ม	315.981	246	1.284		
	รวม	321.958	249			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.696	3	.899	.959	.413
	ภายในกลุ่ม	230.620	246	.937		
	รวม	233.316	249			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.123	3	.708	.680	.565
	ภายในกลุ่ม	255.973	246	1.041		
	รวม	258.096	249			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.368	3	.456	.449	.718
	ภายในกลุ่ม	249.721	246	1.015		
	รวม	251.088	249			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.898	3	1.299	1.110	.345
	ภายในกลุ่ม	287.891	246	1.170		
	รวม	291.789	249			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.653	3	.551	1.151	.329
	ภายในกลุ่ม	117.700	246	.478		
	รวม	119.353	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.135	3	.712	1.099	.350
	ภายในกลุ่ม	159.259	246	.647		
	รวม	161.394	249			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

122

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีความถี่ในการซื้อแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดียวกันของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

123

ตาราง 50 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคใน
เขตภาคกลาง จำแนกตามปริมาณการซื้อต่อครั้ง

ระดับการตัดสินใจซื้อ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3.585	3	1.195	1.783	.151
	ภายในกลุ่ม	164.851	246	.670		
	รวม	168.436	249			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	5.877	3	1.959	1.525	.209
	ภายในกลุ่ม	316.080	246	1.285		
	รวม	321.958	249			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.415	3	.138	.146	.932
	ภายในกลุ่ม	232.901	246	.947		
	รวม	233.316	249			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.672	3	.891	.858	.464
	ภายในกลุ่ม	255.425	246	1.038		
	รวม	258.096	249			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3.061	3	1.020	1.012	.388
	ภายในกลุ่ม	248.027	246	1.008		
	รวม	251.088	249			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.613	3	1.204	1.028	.381
	ภายในกลุ่ม	288.176	246	1.171		
	รวม	291.789	249			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2.325	3	.775	1.629	.183
	ภายในกลุ่ม	117.028	246	.476		
	รวม	119.353	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.952	3	.651	1.004	.392
	ภายในกลุ่ม	159.442	246	.648		
	รวม	161.394	249			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

124

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีปริมาณการซื้อขายต่อครั้งแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

125

ตาราง 51 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง จำแนกตามราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ซื้อ

ระดับการตัดสินใจซื้อ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.456	3	.485	.715	.544
	ภายในกลุ่ม	166.981	246	.679		
	รวม	168.436	249			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.747	3	1.249	.966	.410
	ภายในกลุ่ม	318.211	246	1.294		
	รวม	321.958	249			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.199	3	.400	.424	.736
	ภายในกลุ่ม	232.117	246	.944		
	รวม	233.316	249			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.005	3	.335	.320	.811
	ภายในกลุ่ม	257.091	246	1.045		
	รวม	258.096	249			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.026	3	.342	.337	.799
	ภายในกลุ่ม	250.062	246	1.017		
	รวม	251.088	249			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.126	3	.375	.318	.813
	ภายในกลุ่ม	290.663	246	1.182		
	รวม	291.789	249			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2.148	3	.716	1.503	.214
	ภายในกลุ่ม	117.205	246	.476		
	รวม	119.353	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.149	3	.383	.588	.623
	ภายในกลุ่ม	160.246	246	.651		
	รวม	161.394	249			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

126

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ซื้อแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 52 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อ

ระดับการตัดสินใจซื้อ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4.279	3	1.426	2.137	.096
	ภายในกลุ่ม	164.157	246	.667		
	รวม	168.436	249			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	7.958	3	2.653	2.078	.104
	ภายในกลุ่ม	314.000	246	1.276		
	รวม	321.958	249			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.224	3	1.408	1.512	.212
	ภายในกลุ่ม	229.092	246	.931		
	รวม	233.316	249			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	7.425	3	2.475	2.429	.066
	ภายในกลุ่ม	250.671	246	1.019		
	รวม	258.096	249			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	8.338	3	2.779	2.816	.040*
	ภายในกลุ่ม	242.750	246	.987		
	รวม	251.088	249			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	7.850	3	2.617	2.267	.081
	ภายในกลุ่ม	283.939	246	1.154		
	รวม	291.789	249			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2.309	3	.770	1.618	.186
	ภายในกลุ่ม	117.044	246	.476		
	รวม	119.353	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	5.511	3	1.837	2.899	.076
	ภายในกลุ่ม	155.883	246	.634		
	รวม	161.394	249			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 6 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า Sig. น้อยกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านบุคลากรแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 53

ตาราง 53 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านบุคลากร จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการซื้อเป็นรายคู่

วัตถุประสงค์ในการซื้อ	นำไปประกอบ อาหารเอง	นำไปขายต่ออีก ทอดหนึ่ง	นำไปประกอบ อาหารเพื่อขาย	ซื้อเป็นของฝาก
นำไปประกอบอาหารเอง				
นำไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง				
นำไปประกอบอาหารเพื่อขาย				
ซื้อเป็นของฝาก		.5508*	.6116*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 53 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า พ่อค้าคนกลางที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อเป็นของฝาก มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านบุคลากร มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อนำไปขายต่ออีกทอดหนึ่ง (.5508) และมากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อนำไปประกอบอาหารเพื่อขาย (.6116)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 54 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

ระดับการตัดสินใจซื้อ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.746	4	.686	1.015	.400
	ภายในกลุ่ม	165.690	245	.676		
	รวม	168.436	249			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.581	4	.895	.689	.600
	ภายในกลุ่ม	318.377	245	1.299		
	รวม	321.958	249			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	5.329	4	1.332	1.432	.224
	ภายในกลุ่ม	227.987	245	.931		
	รวม	233.316	249			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	7.432	4	1.858	1.816	.126
	ภายในกลุ่ม	250.664	245	1.023		
	รวม	258.096	249			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	7.726	4	1.932	1.945	.104
	ภายในกลุ่ม	243.362	245	.993		
	รวม	251.088	249			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	5.449	4	1.362	1.165	.327
	ภายในกลุ่ม	286.340	245	1.169		
	รวม	291.789	249			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	2.965	4	.741	1.560	.186
	ภายในกลุ่ม	116.388	245	.475		
	รวม	119.353	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.696	4	.924	1.435	.223
	ภายในกลุ่ม	157.699	245	.644		
	รวม	161.394	249			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

130

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

131

ตาราง 55 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง จำแนกตามสถานที่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว

ระดับการตัดสินใจซื้อ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	4.095	3	1.365	2.043	.108
	ภายในกลุ่ม	164.342	246	.668		
	รวม	168.436	249			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	7.718	3	2.573	2.014	.113
	ภายในกลุ่ม	314.239	246	1.277		
	รวม	321.958	249			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	5.734	3	1.911	2.066	.105
	ภายในกลุ่ม	227.582	246	.925		
	รวม	233.316	249			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	6.118	3	2.039	1.991	.116
	ภายในกลุ่ม	251.978	246	1.024		
	รวม	258.096	249			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	4.632	3	1.544	1.541	.204
	ภายในกลุ่ม	246.456	246	1.002		
	รวม	251.088	249			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.006	3	1.002	.854	.466
	ภายในกลุ่ม	288.783	246	1.174		
	รวม	291.789	249			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.790	3	.597	1.248	.293
	ภายในกลุ่ม	117.563	246	.478		
	รวม	119.353	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3.714	3	1.238	1.931	.125
	ภายในกลุ่ม	157.680	246	.641		
	รวม	161.394	249			



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

132

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ ทั้ง 7 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีสถานที่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการไม่แตกต่างกัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 56 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้ขายของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง จำแนกตามวิธีการชำระเงิน

ระดับการตัดสินใจซื้อ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	14.554	4	3.638	5.793	.000*
	ภายในกลุ่ม	153.882	245	.628		
	รวม	168.436	249			
2. ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	21.513	4	5.378	4.386	.002*
	ภายในกลุ่ม	300.444	245	1.226		
	รวม	321.958	249			
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	6.596	4	1.649	1.782	.133
	ภายในกลุ่ม	226.720	245	.925		
	รวม	233.316	249			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	8.750	4	2.188	2.149	.075
	ภายในกลุ่ม	249.346	245	1.018		
	รวม	258.096	249			
5. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	8.971	4	2.243	2.269	.062
	ภายในกลุ่ม	242.117	245	.988		
	รวม	251.088	249			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	15.814	4	3.954	3.510	.008*
	ภายในกลุ่ม	275.975	245	1.126		
	รวม	291.789	249			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	6.320	4	1.580	3.425	.010*
	ภายในกลุ่ม	113.033	245	.461		
	รวม	119.353	249			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	10.528	4	2.632	4.274	.002*
	ภายในกลุ่ม	150.866	245	.616		
	รวม	161.394	249			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = .05$ มี 3 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงินแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรไม่แตกต่างกัน ส่วนค่า $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่า พ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงินแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการแตกต่างกัน จึงนำมาทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการของ LSD (Least – significant different) ได้แสดงผลดังตาราง 57 - 60

ตาราง 57 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามวิธีการชำระเงินเป็นรายคู่

วิธีการชำระเงิน	วางเงินสดค่า ประกัน	จ่ายเงินสด	ชำระภายใน 1 – 3 วัน	ชำระภายใน 4 – 7 วัน	ระยะเวลา ชำระมากกว่า 7 วัน
วางเงินสดค่าประกัน					
จ่ายเงินสด					
ชำระภายใน 1 – 3 วัน	.4115*	.4492*		.4980*	
ชำระภายใน 4 – 7 วัน					
ระยะเวลาชำระมากกว่า 7 วัน	1.3786*	1.4163*		1.4651*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 57 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า พ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยชำระภายใน 1 – 3 วัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยวางเงินสดค่าประกัน (.4115) มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยจ่ายเงินสด (.4492) และมากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยชำระภายใน 4 – 7 วัน (.4980) และส่วนพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยระยะเวลาชำระมากกว่า 7 วัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงินโดยวางเงินสดค่าประกัน (1.3786) มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงินโดยจ่ายเงินสด (1.4163) และมากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงินโดยชำระภายใน 4 – 7 วัน (1.4651)

ตาราง 58 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านราคา จำแนกตามวิธีการชำระเงินเป็นรายคู่

วิธีการชำระเงิน	วางเงินสดค่าประกัน		ชำระเงินภายใน		ระยะเวลาชำระมากกว่า 7 วัน
	ชำระเงินสด	ชำระเงินสด	1 – 3 วัน	4 – 7 วัน	
วางเงินสดค่าประกัน					
จ่ายเงินสด					
ชำระภายใน 1 – 3 วัน		.5689*		.5969*	
ชำระภายใน 4 – 7 วัน					
ระยะเวลาชำระมากกว่า 7 วัน		1.6531*		1.6811*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 58 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงินโดยชำระภายใน 1 – 3 วัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านราคา มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงินโดยจ่ายเงินสด (.5689) และมากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงินโดยชำระภายใน 4 – 7 วัน (.5969) และส่วนพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงินโดยระยะเวลาชำระมากกว่า 7 วัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงินโดยจ่ายเงินสด (1.6531) และมากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงินโดยชำระภายใน 4 – 7 วัน (1.6811)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

136

ตาราง 59 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดี่ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง
ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามวิธีการชำระเงินเป็นรายคู่

วิธีการชำระเงิน	วางเงินสดค้า ประกัน	จ่ายเงินสด	ชำระภายใน 1 – 3 วัน	ชำระภายใน 4 – 7 วัน	ระยะเวลา ชำระมากกว่า 7 วัน
วางเงินสดค้าประกัน					
จ่ายเงินสด					
ชำระภายใน 1 – 3 วัน		.4176*		.5515*	
ชำระภายใน 4 – 7 วัน					
ระยะเวลาชำระมากกว่า 7 วัน				1.6094*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 59 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า พ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยชำระภายใน 1 – 3 วัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดี่ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านลักษณะทางกายภาพ มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยจ่ายเงินสด (.4176) และมากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยชำระภายใน 4 – 7 วัน (.5515) และส่วนพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยระยะเวลาชำระมากกว่า 7 วัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดี่ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยชำระภายใน 4 – 7 วัน (1.6094)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

137

ตาราง 60 การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดี่ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง
ด้านกระบวนการ จำแนกตามวิธีการชำระเงินเป็นรายคู่

วิธีการชำระเงิน	วางเงินสดค่า ประกัน	จ่ายเงินสด	ชำระภายใน 1 – 3 วัน	ชำระภายใน 4 – 7 วัน	ระยะเวลา ชำระมากกว่า 7 วัน
วางเงินสดค่าประกัน					
จ่ายเงินสด					
ชำระภายใน 1 – 3 วัน				.3455*	
ชำระภายใน 4 – 7 วัน					
ระยะเวลาชำระมากกว่า 7 วัน	1.1667*	1.0184*	.8526*	1.1981*	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 60 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD พบว่า พ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยชำระภายใน 1 – 3 วัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดี่ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านกระบวนการ มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยชำระภายใน 4 – 7 วัน (.3455) และส่วนพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยระยะเวลาชำระมากกว่า 7 วัน มีระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเดี่ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยวางเงินสดค่าประกัน (1.1667) มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยจ่ายเงินสด (1.0184) มากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยชำระภายใน 1 – 3 วัน (.8526) และมากกว่าพ่อค้าคนกลางที่มีวิธีการชำระเงิน โดยชำระภายใน 4 – 7 วัน (1.1981)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของพ่อค้าคนกลางกับปัจจัยที่เลือก

ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

โดยมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลของพ่อค้าคนกลาง ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้น

ก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลของพ่อค้าคนกลางมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

สถิติที่ใช้ คือ ค่าไคสแควร์ (Chi-square หรือ χ^2) และค่า Cramer's V ซึ่งเป็นการวัดความเข้มของความสัมพันธ์ทางสถิติ

ตาราง 61 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

ปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้า คนกลางในเขตภาคกลาง	χ^2	Sig	V	ระดับความสัมพันธ์	
				สัมพันธ์ ระดับ	ไม่สัมพันธ์
1. ประเภทสินค้าที่ซื้อ	6.578	.160	.16		✓
2. เหตุผลในการเลือกซื้อไปจำหน่าย	2.594	.458	.10		✓
3. ความถี่ในการซื้อ	7.396	.060	.17		✓
4. ปริมาณการซื้อต่อครั้ง	.375	.945	.03		✓
5. ราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ซื้อ	3.174	.366	.11		✓
6. วัตถุประสงค์ในการซื้อ	2.388	.496	.09		✓
7. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	5.817	.213	.15		✓
8. สถานที่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว	4.127	.248	.12		✓
9. วิธีการชำระเงิน	.888	.926	.06		✓



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากตาราง 61 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square และค่า Cramer's V ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = 0.05$ พบว่า เพศของพ่อค้าคนกลางไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

ตาราง 62 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

ปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง	χ^2	Sig	V	ระดับความสัมพันธ์	
				สัมพันธ์ระดับ	ไม่สัมพันธ์
1. ประเภทสินค้าที่ซื้อ	19.975	.068	.16		✓
2. เหตุผลในการเลือกซื้อไปจำหน่าย	13.786	.130	.13		✓
3. ความถี่ในการซื้อ	16.057	.066	.14		✓
4. ปริมาณการซื้อต่อครั้ง	7.121	.624	.09		✓
5. ราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ซื้อ	25.802	.002*	.18	ต่ำ	
6. วัตถุประสงค์ในการซื้อ	24.855	.003*	.18	ต่ำ	
7. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	10.928	.535	.12		✓
8. สถานที่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว	13.351	.147	.13		✓
9. วิธีการชำระเงิน	9.752	.638	.11		✓

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 62 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square และค่า Cramer's V ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha=0.05$ พบว่า อายุของพ่อค้าคนกลางไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง เมื่อวิเคราะห์รายข้อพบว่า อายุของพ่อค้าคนกลางมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางเรื่องราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ซื้อ และวัตถุประสงค์ในการซื้ออยู่ในระดับต่ำ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 63 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพสมรสกับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

ปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง	χ^2	Sig	V	ระดับความสัมพันธ์	
				สัมพันธ์ระดับ	ไม่สัมพันธ์
1. ประเภทสินค้าที่ซื้อ	7.851	.448	.12		✓
2. เหตุผลในการเลือกซื้อไปจำหน่าย	6.371	.383	.11		✓
3. ความถี่ในการซื้อ	3.834	.699	.08		✓
4. ปริมาณการซื้อต่อครั้ง	7.266	.297	.12		✓
5. ราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ซื้อ	1.976	.922	.06		✓
6. วัตถุประสงค์ในการซื้อ	4.542	.604	.09		✓
7. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	1.826	.986	.06		✓
8. สถานที่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว	7.129	.309	.11		✓
9. วิธีการชำระเงิน	5.072	.750	.10		✓

จากตาราง 63 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square และค่า Cramer's V ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha=0.05$ พบว่า สถานภาพสมรสของพ่อค้าคนกลางไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 64 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

ปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง	χ^2	Sig	V	ระดับความสัมพันธ์	
				สัมพันธ์ระดับ	ไม่สัมพันธ์
1. ประเภทสินค้าที่ซื้อ	6.595	.883	.09		✓
2. เหตุผลในการเลือกซื้อไปจำหน่าย	12.192	.203	.12		✓
3. ความถี่ในการซื้อ	1.961	.992	.05		✓
4. ปริมาณการซื้อต่อครั้ง	12.055	.210	.12		✓
5. ราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ซื้อ	5.054	.830	.08		✓
6. วัตถุประสงค์ในการซื้อ	15.215	.085	.14		✓
7. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	19.224	.083	.16		✓
8. สถานที่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว	3.026	.963	.06		✓
9. วิธีการชำระเงิน	28.348	.005*	.19	ต่ำ	

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตาราง 64 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square และค่า Cramer's V ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha=0.05$ พบว่า อาชีพของพ่อค้าคนกลางไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง เมื่อวิเคราะห์รายข้อพบว่า อาชีพของพ่อค้าคนกลางมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลางเรื่องวิธีการชำระเงินอยู่ในระดับต่ำ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

142

ตาราง 65 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

ปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง	χ^2	Sig	V	ระดับความสัมพันธ์	
				สัมพันธ์ระดับ	ไม่สัมพันธ์
1. ประเภทสินค้าที่ซื้อ	16.257	.435	.12		✓
2. เหตุผลในการเลือกซื้อไปจำหน่าย	13.497	.334	.13		✓
3. ความถี่ในการซื้อ	11.730	.468	.12		✓
4. ปริมาณการซื้อต่อครั้ง	6.529	.887	.09		✓
5. ราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ซื้อ	14.272	.284	.13		✓
6. วัตถุประสงค์ในการซื้อ	9.399	.669	.11		✓
7. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	22.000	.143	.14		✓
8. สถานที่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว	8.529	.743	.10		✓
9. วิธีการชำระเงิน	8.216	.942	.09		✓

จากตาราง 65 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square และค่า Cramer's V ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha=0.05$ พบว่า ระดับการศึกษาของพ่อค้าคนกลางไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 66 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

ปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง	χ^2	Sig	V	ระดับความสัมพันธ์	
				สัมพันธ์ระดับ	ไม่สัมพันธ์
1. ประเภทสินค้าที่ซื้อ	11.059	.524	.12		✓
2. เหตุผลในการเลือกซื้อไปจำหน่าย	3.006	.964	.06		✓
3. ความถี่ในการซื้อ	1.668	.996	.04		✓
4. ปริมาณการซื้อต่อครั้ง	13.460	.143	.13		✓
5. ราคาเส้นก๋วยเตี๋ยวที่ซื้อ	3.048	.962	.06		✓
6. วัตถุประสงค์ในการซื้อ	7.693	.565	.10		✓
7. ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	2.946	.996	.06		✓
8. สถานที่ซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยว	3.712	.929	.07		✓
9. วิธีการชำระเงิน	9.415	.667	.11		✓

จากตาราง 66 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-Square และค่า Cramer's V ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ได้ 0.05 ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่าค่า $\alpha = 0.05$ พบว่า รายได้ต่อเดือนของพ่อค้าคนกลางไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เลือกซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง



ตอนที่ 9 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลางกับระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ซึ่งประกอบด้วย ด้านการจัดการการกระจายสินค้า ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง ด้านการจัดการการขนส่ง และด้านการจัดการสารสนเทศ กับ ระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ โดยมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลางไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

H_1 : การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลางมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง

ตาราง 67 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยวในเขตภาคกลางกับระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง โดยภาพรวม

การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๋วยเตี๋ยว	ระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๋วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลาง						
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ
ด้านการจัดการการกระจายสินค้า	.189*	.109*	.058*	.011*	.034*	.017*	.089*
ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง	.130*	.124*	.042*	.039*	.009*	.042*	.034*
ด้านการจัดการการขนส่ง	.108*	.102*	.026*	.036*	.026*	.050*	.042*
ด้านการจัดการสารสนเทศ	.189*	.140*	.067*	.013*	.005*	.053*	.054*

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

145

จากตาราง 67 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Pearson's moment correlation analysis แสดงว่า การบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์เส้นก๊วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการ การกระจายสินค้า มีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๊วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขต ภาคกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน บุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เท่ากับ .189 .109 .058 .011 .034 .017 และ .089 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

การบริหารจัดการระบบ โลจิสติกส์เส้นก๊วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการสินค้าคง คลัง มีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๊วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้าน ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เท่ากับ .130 .124 .042 .039 .009 .042 และ .034 ซึ่ง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

การบริหารจัดการระบบ โลจิสติกส์เส้นก๊วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการการ ขนส่ง มีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๊วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาคกลาง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เท่ากับ .108 .102 .026 .036 .026 .050 และ .042 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก

การบริหารจัดการระบบ โลจิสติกส์เส้นก๊วยเตี๋ยวในเขตภาคกลาง ด้านการจัดการ สารสนเทศ มีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจซื้อเส้นก๊วยเตี๋ยวของพ่อค้าคนกลางในเขตภาค กลาง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน บุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เท่ากับ .189 .140 .067 .013 .005 .053 และ .054 ซึ่งมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก