**บทที่ 4**

**ผลการวิจัย**

 การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยการเลือกการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง โดยไดดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ โดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอได้ดังนี้

 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลในการใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง โดยจำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา โดยการหาค่าความถี่ และค่าเฉลี่ยร้อยละ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง

 โดยการนำเสนอผลการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการสื่อความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

  แทน ค่าเฉลี่ย

 S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

 t แทน ค่าที่ใช้ในการพิจารณาใน t - distribution

 F แทน ค่าที่ใช้ในการพิจารณาใน F - distribution

 R แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

 R2 แทน ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

 SEest แทน ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์

 SEb แทน ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ในการพยากรณ์

 b แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ในรูป

 คะแนนดิบ

 β แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ในรูป

 คะแนนมาตรฐาน

 a แทน ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

 Y แทน การเลือกการขนส่งสินค้าทางราง

 Xi แทน ส่วนผสมทางการตลาด 7Ps

**4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**ตารางที่ 4.1** แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **เพศ** | **จำนวน (คน)** | **ร้อยละ** |
| ชาย | 201 | 50.2 |
| หญิง | 199 | 49.8 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |

 จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ที่ใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย (กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง) ส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 50.2 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 49.8

**ตารางที่ 4.2** แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงอายุ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **อายุ** | **จำนวน(คน)** | **ร้อยละ** |
| 15-20 ปี | 43 | 10.8 |
| 21-30 ปี  | 157 | 39.3 |
| 31-40 ปี41-50 ปี | 8451 | 21.012.8 |
| มากกว่า 51 ปีขึ้นไป | 65 | 16.3 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |

 จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์พบว่าส่วนใหญ่ผู้ที่ใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 21 รองลงมาคือช่วงอายุมากกว่า 51 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.3 รองลงมาคืออายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.8 และอายุระหว่าง 15-20 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.8 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.3** แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **อาชีพ** | **จำนวน (คน)** | **ร้อยละ** |
| ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 44 | 11 |
| ประกอบธุรกิจตัวส่วน/ค้าขาย | 146 | 36.5 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 121 | 30.3 |
| นักเรียน/นักศึกษาพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน | 4742 | 11.810.4 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |

 จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์พบว่าส่วนใหญ่ผู้ที่ใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 11.8 รองลงมาเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 11 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 10.4 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4** แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **รายได้ต่อเดือน** | **จำนวน (คน)** | **ร้อยละ** |
| ต่ำกว่า 10,000 บาท | 68 | 17.0 |
| 10,001 – 30,000 บาท | 234 | 58.5 |
| 30,001 – 50,000 บาท | 84 | 21.0 |
| 50,001 บาทขึ้นไป | 14 | 3.5 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |

 จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์พบว่าส่วนใหญ่ผู้ที่ใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง มีรายได้ 10,001 – 30,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมา 30,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21 รองลงมา ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17 และ50,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.5** แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ระดับการศึกษา** | **จำนวน (คน)** | **ร้อยละ** |
| ต่ำกว่า ปริญญาตรี | 204 | 51.0 |
| ปริญญาตรี | 164 | 41.0 |
| สูงกว่าปริญญาตรี | 32 | 8.0 |
| **รวม** | **400** | **100.00** |

 จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์พบว่าส่วนใหญ่ผู้ที่ใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

**4.2 ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง**

**ตารางที่ 4.6** แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ที่ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์** | **Mean** | **S.D.** | **ระดับ** |
| **ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product)**1. มีบริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทุกวัน 2. การส่งสินค้าถึงจุดหมายปลายทางตรงตามเวลา3. การส่งสินค้าที่สถานีทำได้อย่างสะดวกรวดเร็ว4. สามารถเก็บสินค้าได้อย่างเรียบร้อยและรวดเร็ว | 3.583.563.743.72 | 1.140.760.960.98 | มากมากมากมาก |
| **รวม** | **3.59** | **0.92** | **มาก** |

 ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.59 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับ คือ การส่งสินค้าที่สถานีทำได้อย่างสะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย ($\overbar{x}$ = 3.74, S.D. = 0.96) รองลงมา คือ สามารถเก็บสินค้าได้อย่างเรียบร้อยและรวดเร็ว ($\overbar{x}$ = 3.72, S.D. = 0.98) และมีบริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทุกวัน ($\overbar{x}$ = 3.58, S.D. = 1.14) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.7** แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านราคา (Price) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์** | **Mean** | **S.D.** | **ระดับ** |
| **ด้านราคา (Price)**5. ราคาค่าระวางเหมาะสมเมื่อเทียบกับระยะทาง6. ราคาค่าระวางเหมาะสมเมื่อเทียบกับประเภทสินค้าและพัสดุภัณฑ์7. การแจกแจงรายละเอียดของราคาค่าระวางมีความชัดเจน8. ราคาค่าระวางเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพของบริการที่ได้รับ9. ราคาค่าบริการขนส่งสินค้าถูกกว่าการขนส่งอื่นๆ | 3.703.763.423.793.61 | 0.890.650.710.740.80 | มากมากมากมากมาก |
| **รวม** | **3.65** | **0.83** | **มาก** |

 ตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านราคา (Price) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.65 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 อันดับ คือ ราคาค่าระวางเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ($\overbar{x}$ = 3.79, S.D. = 0.74) ราคาค่าระวางเหมาะสมเมื่อเทียบกับประเภทสินค้าและพัสดุภัณฑ์ ($\overbar{x}$ = 3.76, S.D. = 0.65) และราคาค่าระวางเหมาะสมเมื่อเทียบกับ ($\overbar{x}$ = 3.70, S.D. = 0.89) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.8** แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านช่องทางการบริการ (Place) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง

| **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์** | **Mean** | **S.D.** | **ระดับ** |
| --- | --- | --- | --- |
| **ด้านช่องทางการบริการ (Place)**10. ความสะดวกในการใช้บริการขนส่งสินค้าห่อวัตถุที่สถานี11. ความสะดวกในการให้ข้อมูลการส่งสินค้าห่อวัตถุที่สถานี12. ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานีที่ให้บริการ13. ความสะดวกในการให้ข้อมูลการส่งสินค้าห่อวัตถุผ่านทางอินเทอร์เน็ต14. ความสะดวกในการให้ข้อมูลการส่งสินค้าห่อวัตถุผ่านทาง Call Center | 3.543.693.713.083.17 | 0.860.810.961.101.17 | มากมากมากมากมาก |
| **รวม** | **3.45** | **0.99** | **มาก** |

 ตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านช่องทางการบริการ (Place) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.45 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ คือ ความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานีที่ให้บริการ ($\overbar{x}$ = 3.71, S.D. = 0.96) รองลงมา คือ ความสะดวกในการให้ข้อมูลการส่งสินค้าห่อวัตถุที่สถานี ($\overbar{x}$ = 3.69, S.D. = 0.81) และความสะดวกในการใช้บริการขนส่งสินค้าห่อวัตถุที่สถานี ($\overbar{x}$ = 3.54, S.D. = 0.86) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.9** แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์** | **Mean** | **S.D.** | **ระดับ** |
| **ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** 15. มีภาพลักษณ์ที่ดี16. มีการโฆษณาเผยแพร่ในสื่อต่างๆ หลากหลาย17. ได้รับส่วนลดราคาเมื่อใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์จำนวนมาก18. มีสิทธิพิเศษเมื่อใช้บริการร่วมกับการบริการอื่นๆ19. มีการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ | 3.643.423.773.583.65 | 0.880.770.900.960.99 | มากมากมากมากมาก |
| **รวม** | **3.61** | **0.90** | **มาก** |

 ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.61 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ คือ ได้รับส่วนลดราคาเมื่อใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์จำนวนมาก ($\overbar{x}$ = 3.77, S.D. = 0.90) รองลงมา คือ มีการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ ($\overbar{x}$ = 3.65, S.D. = 0.99) และมีภาพลักษณ์ที่ดี ($\overbar{x}$ = 3.64, S.D. = 0.88) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.10** แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านบุคลากรในการให้บริการ (People) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์** | **Mean** | **S.D.** | **ระดับ** |
| **ด้านบุคลากรในการให้บริการ (People)** 20. พนักงานแต่งกายสุภาพสวยงาม21. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสมีอัธยาศัยไมตรี22. พนักงานประกาศแจ้งเตือนข้อมูลได้อย่างถูกต้องชัดเจน23. พนักงานดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างดี24. พนักงานมีความเป็นกันเองต่อผู้รับบริการ | 3.783.733.853.693.74 | 0.920.780.840.851.05 | มากมากมากมากมาก |
| **รวม** | **3.76** | **0.89** | **มาก** |

 ตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านบุคลากรในการให้บริการ (People) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพงมีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.76 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ คือ พนักงานประกาศแจ้งเตือนข้อมูลได้อย่างถูกต้องชัดเจน ($\overbar{x}$ = 3.85, S.D. = 0.84) รองลงมา คือ พนักงานแต่งกายสุภาพสวยงาม ($\overbar{x}$ = 3.78, S.D. = 0.92) และพนักงานมีความเป็นกันเองต่อผู้รับบริการ ($\overbar{x}$ = 3.74, S.D. = 1.05) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.11** แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านกระบวนให้บริการ (Process) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง

| **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์** | **Mean** | **S.D.** | **ระดับ** |
| --- | --- | --- | --- |
| **ด้านกระบวนให้บริการ (Process)**25. การบรรจุหีบห่อสินค้าและพัสดุภัณฑ์ค้าทำได้ง่ายและสะดวก26. การลงทะเบียนสินค้าและพัสดุภัณฑ์เป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว27. การเก็บสินค้าและพัสดุภัณฑ์ถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว28. การลำเลียงสินค้าและพัสดุภัณฑ์เพื่อเข้าไปยังที่เก็บสินค้ามีระเบียบรวดเร็ว29. การส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ไปยังปลายทางสามารถทำได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว | 3.533.713.943.423.66 | 0.800.790.940.820.70 | มากมากมากมากมาก |
| **รวม** | **3.64** | **0.80** | **มาก** |

 ตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านกระบวนให้บริการ (Process) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.64 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ คือ การเก็บสินค้าและพัสดุภัณฑ์ถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว ($\overbar{x}$ = 3.94, S.D. = 0.94) รองลงมา คือ การลงทะเบียนสินค้าและพัสดุภัณฑ์เป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็ว ($\overbar{x}$ = 3.71, S.D. = 0.79) และการส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ไปยังปลายทางสามารถทำได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ($\overbar{x}$ = 3.66, S.D. = 0.70) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.12** แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านองค์ประกอบด้านกายภาพ/สถานที่ตั้ง (Physical Evidence) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์** | **Mean** | **S.D.** | **ระดับ** |
| **ด้านองค์ประกอบด้านกายภาพ (Physical Evidence)** 30. สถานที่ให้บริการมีการตกแต่งอย่างสวยงาม31. สถานที่ให้บริการสวยงามเป็นเอกลักษณ์32. สถานที่ให้บริการถูกจัดไว้อย่างเป็นระเบียบ สามารถเข้าใจกระบวนการจัดส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ได้ง่าย33. สถานที่บรรทุกสินค้าและพัสดุภัณฑ์มีความสะอาด สามารถบรรทุกสินค้าจนถึงปลายทางได้อย่างปลอดภัย34. สถานที่เก็บสินค้าและพัสดุภัณฑ์เพียงพอและสะอาดผู้ใช้บริการ | 3.703.503.653.503.83 | 0.830.850.971.031.26 | มากมากมากมากมาก |
| **รวม** | **3.63** | **0.99** | **มาก** |

 ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านองค์ประกอบด้านกายภาพ (Physical Evidence) ที่ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง มีความสำคัญในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.63 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99 โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับ คือ สถานที่เก็บสินค้าและพัสดุภัณฑ์เพียงพอและสะอาดผู้ใช้บริการ ($\overbar{x}$ = 3.83, S.D. = 1.26) รองลงมา คือ สถานที่ให้บริการมีการตกแต่งอย่างสวยงาม ($\overbar{x}$ = 3.70, S.D. = 0.83) และ สถานที่ให้บริการถูกจัดไว้อย่างเป็นระเบียบ ($\overbar{x}$ = 3.65, S.D. = 0.97) ตามลำดับ

* 1. **ปัจจัยที่**ส่ง**ผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง**

 **4.3.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างตัวแปรกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง**

**ตารางที่ 4.13** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Factors** | **X1** | **X2** | **X3** | **X4** | **X5** | **X6** | **X7** | **Y1** |
| **X1** | 1.00 | .104 | .144 | .127 | .101 | .052 | .004 | .052 |
| **X2** |  | 1.00 | .008 | .085 | .017 | 2.01 | .006 | .017 |
| **X3** |  |  | 1.00 | .072 | .171 | .005 | .416 | .079 |
| **X4** |  |  |  | 1.00 | .078 | .046 | .015 | .036 |
| **X5** |  |  |  |  | 1.00 | .023 | .038 | .036 |
| **X6** |  |  |  |  |  | 1.00 | .095 | .060 |
| **X7** |  |  |  |  |  |  | 1.00 | .072 |
| **Y1** |  |  |  |  |  |  |  | 1.00 |

**หมายเหตุ :** \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

 จากตารางที่ 4.13 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละตัว และจำนวนครั้งในการใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง มีค่าอยู่ระหว่าง 0.004 ถึง 0.416 โดยตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์กันในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

 **4.3.2 ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของปัจจัยที่มีผลต่อการของตัวแปรพยากรณ์ กับตัวแปรเกณฑ์ โดยใช้ค่าสถิติ Multiple Regression Analysis ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ** ได้ดังนี้

 1. ค่าความคลาดเคลื่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0

 2. ค่าความคลาดเคลื่อนมีความแปรปรวนคงที่

 3. ค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Curve)

 4. ค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละตัวต้องเป็นอิสระต่อกัน ทดสอบโดยใช้ค่าสถิติ Durbin-Watson ซึ่งจากการทดสอบค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 2.023 ซึ่งถ้า Durbin-Watson มีค่าใกล้ 2 (นั้นคือ มีค่าช่วง 1.5 ถึง 2.5) สรุปว่า ความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระจากกัน

 5. ตัวแปรอิสระแต่ละตัวเป็นอิสระต่อกัน ซึ่งตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) หรือ ค่า Tolerance โดยมีเกณฑ์การตรวจสอบดังนี้ ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 10 หากเกินกว่านี้แสดงว่าเกิด Multicollinearity สำหรับค่า Tolerance นั้น หากมีค่าน้อยกว่า 0.2 แสดงว่าเกิด Multicollinearity เช่นกัน

**ตารางที่ 4.14** ค่าของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่เป็นอิสระต่อกันของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model** | **X1** | **X2** | **X3** | **X4** | **X5** | **X6** | **X7** |
| **Collinearity** |
| Tolerance | .936 | .938 | .780 | .961 | .953 | .943 | .813 |
| VIF | 1.068 | 1.066 | 1.281 | 1.041 | 1.049 | 1.060 | 1.230 |

 จากตารางที่ 4.14 พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระทุกตัวนั้นมีค่าไม่เกิน 10 และค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.2 และไม่เข้าใกล้ 0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพงทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน

**ตารางที่ 4.15** ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง ในภาพรวม โดยวิธี Enter

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ปัจจัยที่ศึกษา** | **b** | **SEb** | β | **t** | **p-value** |
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (X1)  | .182 | .236 | .040 | .771 | .441 |
| 2. ด้านราคา (X2) | .106 | .263 | .021 | .405 | .686 |
| 3. ด้านช่องทางการบริการ (X3) | .565 | .231 | .138 | 2.449 | .015\* |
| 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (X4) | .287 | .265 | .055 | 1.082 | .280 |
| 5. ด้านบุคลากรในการให้บริการ (X5) | .341 | .280 | .062 | 1.1216 | .225 |
| 6. ด้านกระบวนให้บริการ (X6) | .290 | .292 | .051 | .992 | .322 |
| 7. ด้านองค์ประกอบด้านกายภาพ (X7) | .520 | .236 | .122 | 2.204 | .028\* |
| **ค่าคงที่ = 4.632 ; SEestY = ± 2.162** |
| **R = .171 ; R2 = .029 ; F = 1.688 ; p-value = .110** |

**หมายเหตุ :** \*p < 0.05

 จากตารางที่ 4.15 พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง ในภาพรวม พบว่าปัจจัยทั้ง 7 ด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์ต่อการเลือกเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง (Y) ได้เพียงร้อยละ 2.9 อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (X1) ด้านราคา (X2) ด้านช่องทางการบริการ (X3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (X4) ด้านบุคลากรในการให้บริการ (X5) ด้านกระบวนให้บริการ (X6) และด้านองค์ประกอบด้านกายภาพ (X7) มีอิทธิพลทางบวกต่อการเลือกเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพง ซึ่งปัจจัยทั้ง 7 ด้าน มีด้านช่องทางการบริการ (X3) (β = .138) เป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักการพยากรณ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านองค์ประกอบด้านกายภาพ (X7) (β = .122) และมีน้ำหนักพยากรณ์น้อยที่สุด คือ ด้านราคา (X2) (β = .021)