**บทที่ 5**

**สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ**

 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

 1. เพื่อศึกษาบริบทและสภาพปัญหาของระบบการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง

 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง

 โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง จำนวน 400 คน ซึ่งขนาดตัวอย่างได้มาจากการคำนวณสูตรของ ทาโร่ ยามาเน่โดยแบ่งกลุ่มแบบเจาะจง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Sample sampling)

 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

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

 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพงจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ

**5.1 สรุปผลการวิจัย**

 ผลการวิเคราะห์การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

 1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 50.2 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 49.8 โดยช่วงอายุระหว่าง 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 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 11.8 รองลงมาเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 11 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 10.4 ตามลำดับ ) โดยมีรายได้ 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 ระดับการศึกษาต่ำกว่า ปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8 ตามลำดับ

 2. ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจะได้ผลดังนี้

 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง 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

 2.2 ด้านราคา (Price) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง 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

 2.3 ด้านช่องทางการบริการ (Place) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง 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

 2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีผลพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง 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

 2.5 ด้านด้านบุคลากรในการให้บริการ (People) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษา สถานีหัวลำโพงมีความสำคัญในระดับมากโดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 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

 2.6 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

 2.7 ด้านองค์ประกอบด้านกายภาพ (Physical Evidence) ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : 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

 3. ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง 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

**5.2 อภิปรายผล**

 จากการวิจัยเรื่องการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ด้านปัจจัยส่วนบุคคลพบว่าผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มากที่สุด ซึ่งส่วนมากจะประกอบธุรกิจส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่แสดงถึงรายได้ต่อเดือน มีรายได้ 10,001 – 30,000 บาท มากที่สุด เนื่องจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการส่วนตัวจึงมีรายได้จากการประกอบอาชีพ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับ พีระศักดิ์ วิฑูรย์ (2549) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้า ศึกษากรณีโครงการส่วนต่อขยายรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน พบวา่ กลมุ่ ตัวอยา่ งสว่ นใหญเ่ ปน็ เพศใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 30,000 บาท และพบอีกว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษากับรายได้ต่อเดือนมีผลต่อระดับการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับ วราภรณ์ วงษ์จิรากร (2547) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน พบว่า รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในทิศทางเดียวกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ผลการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมการใช้บริการพบว่าผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ด้วยตัวเอง มากที่สุด การรับรู้ข่าวสารด้านการบริการฯ จากสื่อคนรอบข้างแนะนำมากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ มากที่สุด การใช้บริการฯสัปดาห์ละ 1 - 2 ครั้งและจำนวนสินค้าที่ใช้บริการส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ต่อครั้ง มากกว่า 3 ชิ้นขึ้นไปมากที่สุด ช่วงเวลาที่ใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ช่วงเวลา15.00 –18.00 น.บ่อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ณิชา มัญจกานนท์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครพบว่าผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินจะใช้ช่วงเช้า - เย็น ในวันธรรมดา ซึ่งเป็นช่วงเวลาเร่งด่วน

3. ผลการวิเคราะห์ระดับผู้ใช้บริการเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง จะได้ผลดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (PRODUCT)** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง พบว่ามีความสำคัญในระดับมากหมายความว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการให้บริการมากที่สุดทั้งในด้านความสะดวกรวดเร็วสามารถเก็บสินค้าได้อย่างเรียบร้อย มีการให้บริการทุกวันสามารถส่งสินค้าถึงจุดหมายปลายทางตรงตามเวลา

**ด้านราคา (Price)** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง พบว่ามีความสำคัญในระดับมาก หมายความผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับราคาค่าบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ อาจเป็นเพราะระดับราคาค่าระวางที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพของบริการ อีกทั้งเป็นบริการทางเลือกของการขนส่งและพัสดุภัณฑ์ที่มีราคาค่าบริการขนส่งสินค้าถูกกว่าการขนส่งอื่นๆ

**ด้านช่องทางการบริการ (Place)** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง พบว่ามีความสำคัญในระดับมาก หมายความว่าผู้ใช้บริการคำนึงถึงความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานีที่ให้บริการอีกทั้งความสะดวกในการให้ข้อมูลและการให้บริการส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ที่สถานี

**ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** ที่มีผลพลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง พบว่า มีความสำคัญในระดับมากหมายความผู้ใช้บริการคำนึงถึงการได้รับส่วนลดราคาเมื่อใช้บริการใช้ปริมาณมากซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับการโฆษณาเผยแพร่ในสื่อต่าง ๆ ที่หลากหลายอีกทั้งสิทธิพิเศษเมื่อใช้บริการร่วมกับการบริการอื่น ๆ อีกด้วย

**ด้านบุคลากรในการให้บริการ (People)**ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง พบว่ามีความสำคัญในระดับมาก หมายความว่าพนักงานที่เป็นบุคลากรการรถไฟเนื่องจากพนักงานมีหน้าที่ในการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเป็นอันมาก ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต้องมุ่งเน้นให้พนักงานให้บริการเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใสมีอัธยาศัยไมตรีและพนักงานต้องดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการอีกทั้งต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน

**ด้านกระบวนให้บริการ (Process)** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง พบว่ามีความสำคัญในระดับมาก คือผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับกระบวนการอยู่ในระดับมากเนื่องกระบวนการต้องมีความถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว อีกทั้งการให้บริการง่ายและสะดวกสินค้าและพัสดุภัณฑ์ถึงปลายทางอย่างปลอดภัย

**ด้านกายภาพ (Physical Evidence)** ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง พบว่ามีความสำคัญในระดับมาก คือผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอยู่ในระดับมาก เพราะ บางครั้งผู้ใช้บริการต้องการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเพิ่มเติมภายในสถานี เช่นห้องนํ้า เก้าอี้ที่พัก ATM อีกทั้งสถานที่ให้บริการต้องมีการจัดอย่างเป็นระเบียบ จัดพื้นที่ให้มีความสะอาดสามารถบรรทุกสินค้าจนถึงปลายทางได้อย่างปลอดภัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพนี้ยังรวมไปถึง ป้ายสัญลักษณ์ต่างๆ ภายในสถานีด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวชี้ให้เห็นถึงคุณภาพของการบริการด้วย ผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้ด้วย เช่น การทำให้มีห้องนํ้าในทุกสถานี

เมื่อพิจารณาปัจจัยทางการตลาดบริการในด้านบริการ ราคา ด้านบุคลากรและด้านกระบวนการซึ่งประกอบไปด้วยความสะดวก ความรวดเร็ว ความปลอดภัย ขั้นตอนการบริการต่างและการเอาใจใส่ของพนักงาน พบว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญของระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml & Bitner (2003) ซึ่งกล่าวไว้ว่า ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าโดยให้บริการที่รวดเร็วไม่รอคิวนาน รวมทั้งต้องมีความกุลีกุจอเห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือสอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลยความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

4. เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการ ได้ดังนี้

4.1 ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง ด้านบริการที่แตกต่างกันไป อาจเป็นเพราะการให้บริการที่มีความสะดวกรวดเร็ว สามารถเก็บสินค้าได้อย่างเรียบร้อย มีการให้บริการทุกวันสามารถส่งสินค้าถึงจุดหมายปลายทางตรงตามเวลาของแต่ละช่วงอายุจึงมีผลต่อการเลือกใช้บริการมาก

4.2 ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง ด้านราคาที่แตกต่างกันไป อาจเป็นเพราะว่า อัตราค่าบริการจะเปลี่ยนแปลงตามอายุของผู้ใช้บริการ คือ อายุมากจะคำนึงถึงค่าใช้จ่ายของบริการถูกหรือแพงจึงมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

4.3 ช่วงอายุที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง ด้านบุคลากรแตกต่างกันไป อาจเป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการที่เป็นผู้สูงอายุหรือเด็กไม่ค่อยเข้าใจวิธีใช้บริการดังนั้นผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จึงต้องพึ่งบริการจากพนักงานมากกว่าผู้ใช้บริการกลุ่มอื่น ๆ ดังนั้นผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จึงให้ความสำคัญกับด้านบุคลากรค่อนข้างมาก

4.4 อาชีพที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง ด้านราคาที่แตกต่างกันไป อาจเป็นเพราะว่า การบริการขนส่งสินค้าฯ มีอัตราค่าบริการที่มีหลายระดับราคาซึ่งกลุ่มอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการต้องขนส่งสินค้าเป็นประจำและกลุ่มที่ไม่ต้องส่งสินค้าไม่บ่อยมากนักจึงมีความแตกต่างกัน ดังนั้น อาชีพที่ต่างกันจะทำให้ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแตกต่างกัน

4.5 อาชีพที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันไป อาจเป็นเพราะว่า จุดประสงค์ในการใช้บริการของแต่ละอาชีพแตกต่างกันไป คือ ผู้ใช้บริการที่เป็นนักเรียนนักศึกษาต้องการใช้บริการเพื่อส่งสินค้าเพียงเล็กน้อยหรือนาน ๆ ครั้ง จึงมีความต้องการให้สถานีตั้งอยู่ใกล้สถานศึกษา แต่ผู้ที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทต่าง ๆ นอกจากต้องการให้สถานีตั้งอยู่ใกล้บริษัทตนเองแล้ว ยังต้องการความสะดวกในการมาถึงสถานีด้วยเนื่องจากปริมาณของที่ต้องส่งมีปริมาณมาก ต้องการความสะดวกรวดเร็วและครั้งผู้คนกลุ่มนี้อาจเดินทางมาสถานีด้วยรถยนต์ส่วนตัวจึงต้องสถานีสำหรับจอดรถด้วย

4.6 ความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง ด้านบริการที่แตกต่างกันไป อาจเป็นเพราะว่าผู้ที่ต้องใช้บริการบ่อย ๆ ต้องการที่จะได้รับการบริการที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของตนให้มากที่สุด เช่น การเชื่อมโยงกับการขนส่งประเภทอื่นเพื่อความสะดวก รวดเร็ว ดังนั้น ผู้ที่ต้องใช้บริการประจำจึงให้ความสำคัญกับด้านบริการมากที่สุด

4.7 ความถี่ในการใช้บริการที่แตกต่างกันจะมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง ด้านกระบวนการที่แตกต่างกันไปอาจเป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการประจำจะต้องพบกับขั้นตอนหรือกระบวนการให้บริการอยู่บ่อย ๆ ดังนั้นผู้ที่ใช้บริการประจำจึงให้ความสำคัญในด้านกระบวนการมากกว่าผู้ที่ไม่บ่อย ซึ่งการบริการที่ดีจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจซึ่งจะเป็นผลดีต่อการบริการอีกด้วย

**5.3 ข้อเสนอแนะ**

1. ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุและอาชีพมีผลต่อระดับการรัดสินใจใช้บริการการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง ต่อส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มเติมการส่งเสริมการตลาด การให้ส่วนลดการค้า การโฆษณาประชาสัมพันธ์ยังกลุ่มผู้ใช้บริการเป้าหมาย การให้ข้อมูลทางการตลาดที่เป็นประโยชน์โดยมีข้อกำหนดที่เกี่ยวกับช่วงอายุและอาชีพให้หลากหลายมากขึ้น

2.ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการพบว่า ด้านบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก หมายความว่าปัจจัยที่กล่าวมานั้นมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง ของผู้ใช้บริการอย่างมาก อย่างไรก็ตามในบางเรื่องยังสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นไปอีก เช่น การปรับปรุงสภาพแวดล้อมของสถานทีให้บริการเพื่อให้เพียงพอต่อการให้บริการ เช่นห้องสุขา ที่นั่งพักขณะรอใช้บริการ ป้ายบอกทางหรือสัญลักษณ์ให้มีจำนวนเพียงพอมีความชัดเจนมากขึ้นและด้านพนักงานควรมีการฝึกอบรมการให้บริการของพนักงานเป็นระยะเพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่สิ่งที่ต้องปรับปรุงมากทุ่สดคือด้านการส่งเสริมการตลาดควรมีการเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้รู้ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการขนส่งและพัสดุภัณฑ์ให้หลากหลายมากขึ้น

3.พฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ความถี่ในการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง พบว่า ความถี่ในการใช้บริการมีผลต่อระดับการตัดสินใต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่แตกต่างกันน ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มการส่งเสริมการตลาดโดยการให้ส่วนลดการค้าเพื่อให้กับผู้ใช้บริการปริมาณมากและบ่อยครั้ง

 ในการวิจัยครั้งนี มีข้อเสนอแนะต่างๆที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของผู้ใช้บริการการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง ซึ่งคล้ายกับข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย เช่น ควรเพิ่มบริการ ควรเพิ่มห้องน้ำ ควรขยายช่วงเวลาการให้บริการ เพื่มจำนวนพนักงานให้บริการ สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าการให้บริการยังมีข้อบกพร่องอยู่ ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงและแก้ไขการให้บริการในด้านต่าง ๆ ข้างต้นเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด

**ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป**

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางราง : กรณีศึกษาสถานีหัวลำโพง และค้นพบข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. เป็นประโยชน์ต่อการให้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยและสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานอื่นที่มีรูปแบบการให้บริการคล้ายกัน เช่น การให้บริการของไปรษณีย์ไทย และทราบพฤติกรรมในด้านต่างๆของผู้ใช้บริการซึ่งมีผลต่อระดับการตัดสินใจโดยจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดบริการซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพของการบริการให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรศึกษาการให้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยอย่างต่อเนื่องเพราะในอนาคตาการ

ให้บริการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์มีการแข่งขันที่สูงมากเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนี้ผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้อาจจะไม่ตรงกับผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคตก็เป็นไปได้