

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้า โดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ ครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์

ตอนที่ 3 ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้บริการในการขนส่งสินค้าในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้บริการ

ตอนที่ 5 เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้บริการในการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริการ

ตอนที่ 6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์

การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย ผู้วิจัยได้ใช้สัญลักษณ์ดังนี้

\bar{X}	แทน ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน การเปรียบเทียบตัวแปร 2 กลุ่ม
F	แทน การเปรียบเทียบตัวแปร 3 กลุ่มขึ้นไป
*	แทน มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	194	100.0
1. ประเภทธุรกิจ		
ยานยนต์และชิ้นส่วน	15	7.7
ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์	77	39.7
พลาสติกและยาง	26	13.4
โลหะและแม่พิมพ์	48	24.8
เกษตรกรรมและอาหาร	28	14.4
2. โครงสร้างคณะผู้บริหาร		
ไทย	67	34.5
ญี่ปุ่น	64	33.0
ไต้หวัน	3	1.6
มาเลย์	15	7.7
สิงคโปร์	18	9.3
เกาหลี	2	1.0
จีน	6	3.1
อเมริกัน	13	6.7
เยอรมนี	6	3.1

ตาราง 2 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	194	100.0
3. ขนาดขององค์กร		
1 - 50 คน	40	20.7
51 - 100 คน	72	37.1
101 - 500 คน	66	34.0
501 - 1,000 คน	14	7.2
มากกว่า 1,000 คน	2	1.0
4. กิจกรรมหลัก		
ผู้ผลิต	149	76.8
ผู้กระจายสินค้า	18	9.3
ผู้จัดส่งวัตถุดิบ	27	13.9
5. สถานที่ตั้ง		
ในเขตนิคมอุตสาหกรรม	100	51.5
นอกเขตนิคมอุตสาหกรรม	94	48.5
6. สิทธิประโยชน์ด้านอากร		
ป่ากระวาง	60	30.9
มูมน้ำเงิน	7	3.6
บีไอไอ	102	52.6
19 ทวี	4	2.1
ฟอร์ม เอ/ดี/Cert.	7	3.6
สิทธินำกลับ	2	1.0
เขตปลอดอากร	12	6.2

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประเภทธุรกิจ คือ ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 โครงสร้างคณะผู้บริหารคือไทย จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ขนาดขององค์กรคือ 51 - 100 คน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 กิจกรรมหลัก คือ ผู้ผลิต จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 76.8 สถานที่ตั้งคือในเขตนิคมอุตสาหกรรม จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 และสิทธิประโยชน์ด้านอากร คือ บีโอไอ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ แสดงดังตาราง 3 - 7

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	194	100.0
ทุกวัน	22	11.3
ทุกสัปดาห์	74	38.2
เดือนละ 1-2 ครั้ง	71	36.6
มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน	27	13.9

จากตาราง 3 แสดงว่า ความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่คือทุกสัปดาห์ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมา คือ เดือนละ 1-2 ครั้ง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 และทุกวัน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของลักษณะการซื้อขายสินค้า

ลักษณะการซื้อขายสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	194	100.0
FOB เมืองไทย	77	39.7
C.I.F. ประเทศปลายทาง	117	60.3

จากตาราง 4 แสดงว่าลักษณะการซื้อขายสินค้าส่วนใหญ่คือ C.I.F. ประเทศปลายทาง จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาคือ FOB เมืองไทย จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 ตามลำดับ

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของลักษณะการบรรจุสินค้า

ลักษณะการบรรจุสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	194	100.0
FCL เต็มตู้	99	51.0
LCL ไม่เต็มตู้	95	49.0

จากตาราง 5 แสดงว่าลักษณะการบรรจุสินค้าส่วนใหญ่คือ FCL เต็มตู้ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ LCL ไม่เต็มตู้ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 ตามลำดับ

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของเส้นทางประจำในการขนส่งสินค้า

เส้นทางประจำในการขนส่งสินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	194	100.0
โรงงาน - KL Malaysia	18	9.3
โรงงาน - Penang Malaysia	46	23.7
โรงงาน - West Malaysia	14	7.2
โรงงาน - Singapore	116	59.8

จากตาราง 6 แสดงว่า เส้นทางประจำในการขนส่งสินค้าส่วนใหญ่คือ โรงงาน-Singapore จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาคือ โรงงาน - Penang Malaysia จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 และ น้อยที่สุดคือ โรงงาน - West Malaysia จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 ตามลำดับ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบริษัทที่ใช้บริการเป็นประจำ

บริษัทที่ใช้บริการเป็นประจำ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
	194	100.0
Nippon Express	39	20.1
Geodis	26	13.4
CPI	12	6.2
Mitsui Hi tech	32	16.5
Maglobe	17	8.8
DHL	4	2.0
Nakorn Hadyai	20	10.3
TNT	44	22.7

จากตาราง 7 แสดงว่าบริษัทที่ใช้บริการเป็นประจำส่วนใหญ่คือ TNT จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 รองลงมาคือ Nippon Express จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1 และน้อยที่สุดคือ บริษัท DHL จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ใน
เส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์

ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าโดย
รถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ แสดงดังตาราง 8- 15

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ
ด้านการให้บริการขนส่ง

ด้านการให้บริการขนส่ง	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. ความหลากหลายในการให้บริการ	3.31	1.01	ปานกลาง
2. การประกันสินค้าสูญหายและการชำรุดเสียหาย	4.04	.85	มาก
3. ให้การบริการที่ครบวงจร	3.45	.85	มาก
4. ความมีชื่อเสียงของบริษัทได้รับการยอมรับ	3.15	.93	ปานกลาง
โดยรวม	3.49	.74	มาก

จากตาราง 8 แสดงว่า ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการด้านการให้บริการ
ขนส่งอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = .74) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่าการประกันสินค้า
สูญหายและการชำรุดเสียหาย และให้การบริการที่ครบวงจร มีการตัดสินใจในระดับมาก ส่วน
ความหลากหลายในการให้บริการ และความมีชื่อเสียงของบริษัทได้รับการยอมรับ มีการตัดสินใจ
ในระดับปานกลาง

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการด้านราคาค่าขนส่ง

ด้านราคาค่าขนส่ง	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. ค่าบริการขนส่ง	4.14	.85	มาก
2. ค่าธรรมเนียมในการบริการ เช่น การเดินพิธีการ	4.16	.78	มาก
3. ค่าบริการขนส่งคิดตามน้ำหนัก	3.87	.81	มาก
4. ค่าบริการขนส่งคิดตามจำนวนปริมาณสินค้า	3.71	.87	มาก
โดยรวม	3.97	.72	มาก

จากตาราง 9 แสดงว่าระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการด้านราคาค่าขนส่งอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = .72) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่ามีการตัดสินใจในระดับมากทุกข้อ ($\bar{X} = 3.71 - 4.16$)

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการด้านช่องทางการจำหน่าย

ด้านช่องทางการจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. จำนวนศูนย์กระจายสินค้าครอบคลุม	3.10	1.01	ปานกลาง
2. ความสะดวกในการเข้าไปใช้บริการตามศูนย์กระจายสินค้า	3.02	.96	ปานกลาง
3. สถานที่ตั้งของศูนย์กระจายสินค้าอยู่ในแหล่งชุมชน	2.96	.90	ปานกลาง
4. มีการให้บริการโดยพนักงานลูกค้าสัมพันธ์	3.43	1.00	มาก
5. มีการให้บริการทางอินเทอร์เน็ต	2.88	.84	ปานกลาง
6. สามารถติดต่อในการใช้บริการได้ง่าย	3.83	1.03	มาก
โดยรวม	3.20	.76	ปานกลาง

จากตาราง 10 แสดงว่า ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการด้านช่องทางการจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = .76) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า การให้บริการโดยพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ และสามารถติดต่อในการใช้บริการได้ง่าย มีการตัดสินใจในระดับมาก ส่วนจำนวนศูนย์กระจายสินค้าครอบคลุม ความสะดวกในการเข้าไปใช้บริการตามศูนย์กระจายสินค้า สถานที่ตั้งของศูนย์กระจายสินค้าอยู่ในแหล่งชุมชน และมีการให้บริการทางอินเทอร์เน็ต มีการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. มีส่วนลดพิเศษสำหรับสินค้าขนาดใหญ่	3.42	.99	มาก
2. มีส่วนลดพิเศษสำหรับส่งสินค้าชนิดพิเศษเฉพาะ	3.36	.95	ปานกลาง
3. การโฆษณาประชาสัมพันธ์	3.07	.82	ปานกลาง
4. ของขวัญกำนันในช่วงเทศกาล	2.87	.80	ปานกลาง
โดยรวม	3.18	.69	ปานกลาง

จากตาราง 11 แสดงว่า ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.18$, S.D. = .69) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่าส่วนลดพิเศษสำหรับสินค้าขนาดใหญ่ มีการตัดสินใจในระดับมาก ส่วนลดพิเศษสำหรับส่งสินค้าชนิดพิเศษเฉพาะการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และของขวัญกำนันในช่วงเทศกาล มีการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ
ด้านบุคคลที่ให้บริการ

ด้านบุคคลที่ให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. พนักงานที่ให้บริการมีมิตรไมตรี หน้าตายิ้มแย้ม เต็มใจที่จะให้บริการ	3.65	.79	มาก
2. พนักงานอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการด้วย ความกระตือรือร้น	3.63	.78	มาก
3. พนักงานรับส่งสินค้ามีความพร้อมที่จะให้บริการ	3.65	.77	มาก
4. พนักงานมีความรู้ความชำนาญในการเดินพิธีการ	3.88	.82	มาก
โดยรวม	3.70	.73	มาก

จากตาราง 12 แสดงว่า ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการด้านบุคคลที่
ให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$, S.D. = .73) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่ามีการตัดสินใจ
ในระดับมากทุกข้อ ($\bar{X} = 3.63 - 3.88$)

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ
ด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. มีลำดับขั้นตอนในการให้บริการ	3.45	1.00	มาก
2. รถคอนเทนเนอร์ที่ใช้ขนส่งสินค้า	3.24	.80	ปานกลาง
3. เครื่องมือและอุปกรณ์การขนส่งที่มีความทันสมัย	3.28	.86	ปานกลาง
4. เสถียรภาพของระบบติดตามสถานะสินค้า ที่แน่นอนแม่นยำ	3.08	.72	ปานกลาง
5. สถานที่จัดเก็บสินค้ามีความปลอดภัย สะดวก และเหมาะสม	3.16	.69	ปานกลาง
โดยรวม	3.24	.70	ปานกลาง

จากตาราง 13 แสดงว่า ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$, S.D. = .70) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่าลำดับขั้นตอนในการให้บริการ มีการตัดสินใจในระดับมาก ส่วนรถคอนเทนเนอร์ที่ใช้ขนส่งสินค้า เครื่องมือและอุปกรณ์การขนส่งที่มีความทันสมัย เสถียรภาพของระบบติดตามสถานะสินค้าที่แน่นอน แม่นยำ และสถานที่จัดเก็บสินค้ามีความปลอดภัย สะดวกและเหมาะสม มีการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ
ด้านกระบวนการให้บริการ

ด้านกระบวนการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ การตัดสินใจ
1. การบริการที่เป็นมาตรฐานตรงต่อเวลา	4.27	.79	มาก
2. ความถูกต้องแน่นอน ไม่มีความบกพร่อง ในขั้นตอนกระบวนการบริการ	4.06	.79	มาก
3. มีการดูแลรักษาสินค้าเป็นอย่างดี	4.01	.83	มาก
โดยรวม	4.11	.71	มาก

จากตาราง 14 แสดงว่า ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการด้าน
กระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = .71) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่ามีการ
ตัดสินใจในระดับมากทุกข้อ ($\bar{X} = 4.01 - 4.27$)

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ โดยรวมทั้ง 7 ด้าน

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1. ด้านการให้บริการขนส่ง	3.49	.74	มาก
2. ด้านราคาค่าขนส่ง	3.97	.72	มาก
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.20	.76	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.18	.69	ปานกลาง
5. ด้านบุคคลที่ให้บริการ	3.70	.73	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.24	.70	ปานกลาง
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.11	.71	มาก
โดยรวม	3.56	.38	มาก

จากตาราง 15 แสดงว่า ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ โดยรวมทั้ง 7 ด้าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$, S.D. = .38) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการขนส่ง ด้านราคาค่าขนส่ง ด้านบุคคลที่ให้บริการ และด้านกระบวนการให้บริการ มีการตัดสินใจในระดับมาก ส่วนด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ มีการตัดสินใจในระดับปานกลาง

ตอนที่ 4 เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการขนส่งสินค้าในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการขนส่งสินค้าในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ รายละเอียดแสดงในตาราง 16 - 25 โดยมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ แตกต่างกัน

ตาราง 16 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการให้บริการขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	3.232	4	.808	1.503	.203
	ภายในกลุ่ม	101.622	189	.538		
	รวม	104.854	193			
2. ด้านราคาค่าขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	3.719	4	.930	1.830	.125
	ภายในกลุ่ม	96.048	189	.508		
	รวม	99.767	193			
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.215	4	1.054	1.836	.124
	ภายในกลุ่ม	108.507	189	.574		
	รวม	112.723	193			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.437	4	.359	.746	.562
	ภายในกลุ่ม	90.999	189	.481		
	รวม	92.436	193			
5. ด้านบุคคลที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.220	4	.805	1.514	.200
	ภายในกลุ่ม	100.526	189	.532		
	รวม	103.746	193			

ตาราง 16 (ต่อ)

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.754	4	.939	1.982	.099
	ภายในกลุ่ม	89.516	189	.474		
	รวม	93.270	193			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.624	4	.406	.793	.531
	ภายในกลุ่ม	96.770	189	.512		
	รวม	98.394	193			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.218	4	.305	2.150	.076
	ภายในกลุ่ม	26.772	189	.142		
	โดยรวม	27.991	193			

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ ทุกด้าน แสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีประเภทธุรกิจต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันทุกด้าน

ตาราง 17 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามโครงสร้าง
คณะผู้บริหาร

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการให้บริการขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	5.338	8	.667	1.241	.278
	ภายในกลุ่ม	99.516	185	.538		
	รวม	104.854	193			
2. ด้านราคาค่าขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	3.571	8	.446	.858	.553
	ภายในกลุ่ม	96.196	185	.520		
	รวม	99.767	193			
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	10.254	8	1.282	2.314	.022*
	ภายในกลุ่ม	102.468	185	.554		
	รวม	112.723	193			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.543	8	.318	.654	.731
	ภายในกลุ่ม	89.892	185	.486		
	รวม	92.436	193			
5. ด้านบุคคลที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.099	8	.512	.951	.476
	ภายในกลุ่ม	99.647	185	.539		
	รวม	103.746	193			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.068	8	.258	.524	.837
	ภายในกลุ่ม	91.202	185	.493		
	รวม	93.270	193			
7. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.685	8	.711	1.418	.191
	ภายในกลุ่ม	92.709	185	.501		
	รวม	98.394	193			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.376	8	.172	1.195	.304
	ภายในกลุ่ม	26.615	185	.144		
	โดยรวม	27.991	193			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 6 ด้าน แสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีโครงสร้างคณะผู้บริหารต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ด้านการให้บริการขนส่ง ด้านราคาค่าขนส่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านที่มีค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีโครงสร้างคณะผู้บริหารต่างกัน มีระดับการตัดสินใจ แตกต่างกัน ด้านช่องทางการจำหน่าย ดังนั้นจึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. ได้ผลแสดงดังตาราง 18

ตาราง 18 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจ ด้านช่องทางการจำหน่าย จำแนกตามโครงสร้างคณะผู้บริหาร

โครงสร้าง คณะ ผู้บริหาร	ไทย	ญี่ปุ่น	ไต้หวัน	มาเลเซีย	สิงคโปร์	เกาหลี	จีน	อเมริกัน	เยอรมนี
ไทย					.7023*				
ญี่ปุ่น					.5191*				
ไต้หวัน									
มาเลเซีย									
สิงคโปร์					.6574*				
เกาหลี		1.1198*	1.5278*	1.6389*					
จีน					.7222*				
อเมริกัน					.7735*				
เยอรมนี					.8333*				

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 18 แสดงว่า การตัดสินใจด้านช่องทางการจำหน่าย ผู้ใช้บริการที่มีโครงสร้างคณะผู้บริหาร เป็นคนไทย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ จีน อเมริกัน และ เยอรมนี มีระดับการตัดสินใจมากกว่า (.7023, .5191, .6574, .7222, .7735, .8333) ผู้ใช้บริการที่มีโครงสร้างคณะผู้บริหาร เป็นคนมาเลเซีย ส่วนผู้ใช้บริการที่มีโครงสร้างคณะผู้บริหาร เป็นคนเกาหลี มีระดับการตัดสินใจมากกว่า (1.1198, 1.5278, 1.6389) ผู้ใช้บริการที่มีโครงสร้างคณะผู้บริหาร เป็นคนญี่ปุ่น ไต้หวัน และมาเลเซีย

ตาราง 19 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามขนาดขององค์กร

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการให้บริการขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	4.621	4	1.155	2.178	.073
	ภายในกลุ่ม	100.233	189	.530		
	รวม	104.854	193			
2. ด้านราคาค่าขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	2.752	4	.688	1.340	.257
	ภายในกลุ่ม	97.015	189	.513		
	รวม	99.767	193			
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.770	4	.942	1.635	.167
	ภายในกลุ่ม	108.953	189	.576		
	รวม	112.723	193			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.831	4	.708	1.493	.206
	ภายในกลุ่ม	89.604	189	.474		
	รวม	92.436	193			
5. ด้านบุคคลที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.082	4	1.271	2.434	.049*
	ภายในกลุ่ม	98.664	189	.522		
	รวม	103.746	193			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.340	4	.835	1.755	.140
	ภายในกลุ่ม	89.930	189	.476		
	รวม	93.270	193			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	9.116	4	2.279	4.825	.001*
	ภายในกลุ่ม	89.278	189	.472		
	รวม	98.394	193			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2.009	4	.502	3.653	.807
	ภายในกลุ่ม	25.982	189	.137		
	โดยรวม	27.991	193			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 5 ด้าน แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีขนาดขององค์กรต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ด้านการให้บริการขนส่ง ด้านราคาค่าขนส่ง ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านที่มีค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีขนาดขององค์กรต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ด้านบุคคลที่ให้บริการ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ดังนั้นจึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. ได้ผลแสดงดังตาราง 20 - 21

ตาราง 20 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจ
ด้านบุคคลที่ให้บริการ จำแนกตามขนาดขององค์กร

ขนาดขององค์กร	1 - 50 คน	51 - 100 คน	101 – 500 คน	501 – 1,000 คน	มากกว่า 1,000 คน
1 - 50 คน					
51 - 100 คน					
101 - 500 คน					
501 - 1,000 คน	.5839*	.6062*	.4313*		
มากกว่า 1,000 คน					

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 แสดงว่า การตัดสินใจด้านบุคคลที่ให้บริการ ผู้ใช้บริการที่มีขนาดขององค์กร 501 - 1,000 คน มีระดับการตัดสินใจมากกว่า (.5839, .6062, .4313) ผู้ใช้บริการที่มีขนาดขององค์กร 1 - 50 คน 51 - 100 คน และ 101 - 500 คน

ตาราง 21 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามขนาดขององค์กร

ขนาดขององค์กร	1 - 50 คน	51 - 100 คน	101 – 500 คน	501 – 1,000 คน	มากกว่า 1,000 คน
1 - 50 คน					
51 - 100 คน	.3796*				
101 - 500 คน	.4571*				
501 - 1,000 คน	.8214*	.4418*			
มากกว่า 1,000 คน					

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 แสดงว่า การตัดสินใจด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ใช้บริการที่มีขนาดขององค์กร 51 - 100 คน และ 101 - 500 คน มีระดับการตัดสินใจมากกว่า (.3796, .4571) ผู้ใช้บริการที่มีขนาดขององค์กร 1 - 50 คน ส่วนผู้ใช้บริการที่มีขนาดขององค์กร 501 - 1,000 คน มีระดับการตัดสินใจมากกว่า (.8214, .4418) ผู้ใช้บริการที่มีขนาดขององค์กร 1 - 50 คน และ 51 - 100 คน

ตาราง 22 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามกิจกรรมหลัก

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการให้บริการขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	.953	2	.477	.876	.418
	ภายในกลุ่ม	103.901	191	.544		
	รวม	104.854	193			
2. ด้านราคาค่าขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	.608	2	.304	.586	.558
	ภายในกลุ่ม	99.159	191	.519		
	รวม	99.767	193			
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.006	2	1.503	2.616	.076
	ภายในกลุ่ม	109.717	191	.574		
	รวม	112.723	193			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.107	2	.053	.110	.895
	ภายในกลุ่ม	92.329	191	.483		
	รวม	92.436	193			
5. ด้านบุคคลที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.099	2	1.549	2.940	.055
	ภายในกลุ่ม	100.648	191	.527		
	รวม	103.746	193			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.326	2	.663	1.377	.255
	ภายในกลุ่ม	91.944	191	.481		
	รวม	93.270	193			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	7.781	2	3.890	8.201	.000*
	ภายในกลุ่ม	90.613	191	.474		
	รวม	98.394	193			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.778	2	.389	2.729	.068
	ภายในกลุ่ม	27.213	191	.142		

โดยรวม 27.991 193

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 6 ด้าน แสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีกิจกรรมหลักต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ด้านการให้บริการขนส่ง ด้านราคาค่าขนส่ง ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลที่ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านที่มีค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีกิจกรรมหลักต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ด้านกระบวนการให้บริการ ดังนั้นจึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. ได้ผลแสดงดังตาราง 23

ตาราง 23 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามกิจกรรมหลัก

กิจกรรมหลัก	ผู้ผลิต	ผู้กระจายสินค้า	ผู้จัดส่งวัตถุดิบ
ผู้ผลิต	.3696*	.3696*	.5301*
ผู้กระจายสินค้า			
ผู้จัดส่งวัตถุดิบ			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 แสดงว่า การตัดสินใจด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ใช้บริการที่มีกิจกรรมหลักคือเป็นผู้ผลิต มีระดับการตัดสินใจมากกว่า (.3696, .5301) ผู้ใช้บริการที่มีกิจกรรมหลักคือเป็นผู้กระจายสินค้า และผู้จัดส่งวัตถุดิบ

ตาราง 24 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสถานที่ตั้ง

ระดับการตัดสินใจ	ในเขตนิคม		นอกเขตนิคม		t	Sig.
	อุตสาหกรรม		อุตสาหกรรม			
	(n = 100)		(n = 94)			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการให้บริการขนส่ง	3.42	0.69	3.56	0.78	-1.312	.191
2. ด้านราคาค่าขนส่ง	3.95	0.68	3.99	0.76	-.356	.722
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.27	0.71	3.13	0.82	1.297	.196
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.20	0.67	3.16	0.72	.458	.648
5. ด้านบุคคลที่ให้บริการ	3.72	0.70	3.69	0.77	.297	.767
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.29	0.72	3.19	0.67	.925	.356
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.24	0.66	3.98	0.75	2.655	.009*
โดยรวม	3.59	0.39	3.53	0.37	1.055	.293

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 6 ด้าน แสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานที่ตั้งต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ด้านการให้บริการขนส่ง ด้านราคาค่าขนส่งด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลที่ให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านที่มีค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีสถานที่ตั้งต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ด้านกระบวนการให้บริการ

ตาราง 25 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามสิทธิประโยชน์ด้านอากร

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการให้บริการขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	2.270	6	.378	.690	.658
	ภายในกลุ่ม	102.584	187	.549		
	รวม	104.854	193			
2. ด้านราคาค่าขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	2.686	6	.448	.862	.524
	ภายในกลุ่ม	97.082	187	.519		
	รวม	99.767	193			
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.867	6	.311	.525	.789
	ภายในกลุ่ม	110.856	187	.593		
	รวม	112.723	193			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.957	6	.826	1.766	.108
	ภายในกลุ่ม	87.478	187	.468		
	รวม	92.436	193			
5. ด้านบุคคลที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	3.329	6	.555	1.033	.405
	ภายในกลุ่ม	100.417	187	.537		
	รวม	103.746	193			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.552	6	.259	.528	.787
	ภายในกลุ่ม	91.718	187	.490		
	รวม	93.270	193			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	6.330	6	1.055	2.143	.051
	ภายในกลุ่ม	92.064	187	.492		
	รวม	98.394	193			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.659	6	.110	.751	.609

ภายในกลุ่ม	27.332	187	.146
โดยรวม	27.991	193	

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ ทุกด้าน แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีสิทธิประโยชน์ด้านอาการต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกันทุกด้าน

**ตอนที่ 5 เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์
ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ**

ผลการวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ จำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ รายละเอียดแสดงในตาราง 26 - 36 โดยมีสมมติฐานเพื่อการทดสอบ ดังนี้

H_0 : พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการต่างกัน มีระดับระดับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการต่างกัน มีระดับระดับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ แตกต่างกัน

ตาราง 26 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการให้บริการขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	.480	3	.160	.291	.832
	ภายในกลุ่ม	104.375	190	.549		
	รวม	104.854	193			
2. ด้านราคาค่าขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	.673	3	.224	.430	.732
	ภายในกลุ่ม	99.094	190	.522		
	รวม	99.767	193			
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.768	3	1.256	2.191	.091
	ภายในกลุ่ม	108.954	190	.573		
	รวม	112.723	193			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.906	3	.969	2.056	.108
	ภายในกลุ่ม	89.529	190	.471		
	รวม	92.436	193			
5. ด้านบุคคลที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.275	3	1.758	3.393	.019*
	ภายในกลุ่ม	98.471	190	.518		
	รวม	103.746	193			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4.829	3	1.610	3.458	.018*
	ภายในกลุ่ม	88.441	190	.465		
	รวม	93.270	193			
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.676	3	1.892	3.877	.010*
	ภายในกลุ่ม	92.718	190	.488		
	รวม	98.394	193			

โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.385	3	.462	3.296	.062
	ภายในกลุ่ม	26.606	190	.140		
	โดยรวม	27.991	193			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 4 ด้าน แสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ด้านการให้บริการ ขนส่ง ด้านราคาค่าขนส่ง ด้านช่องทางการจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนด้านที่มี ค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 3 ด้าน แสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีความถี่ ในการใช้บริการต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ด้านบุคคลที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ดังนั้นจึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. ได้ผลแสดงดังตาราง 27 - 29

ตาราง 27 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจ
ด้านบุคคลที่ให้บริการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการ ใช้บริการ	ทุกวัน	ทุกสัปดาห์	เดือนละ 1-2 ครั้ง	มากกว่า 2 ครั้ง ต่อเดือน
ทุกวัน		.3950*	.5416*	
ทุกสัปดาห์				
เดือนละ 1-2 ครั้ง				
มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน				

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 แสดงว่า การตัดสินใจด้านบุคคลที่ให้บริการ ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการ
ใช้บริการทุกวัน มีระดับการตัดสินใจมากกว่า (.3950, .5416) ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการ
ทุกสัปดาห์ และเดือนละ 1-2 ครั้ง

ตาราง 28 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจ
ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการ ใช้บริการ	ทุกวัน	ทุกสัปดาห์	เดือนละ 1-2 ครั้ง	มากกว่า 2 ครั้ง ต่อเดือน
ทุกวัน			.4647*	
ทุกสัปดาห์			.2384*	
เดือนละ 1-2 ครั้ง				
มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน			.3168*	

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 28 แสดงว่า การตัดสินใจด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการทุกวัน ทุกสัปดาห์ และ มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน มีระดับการตัดสินใจมากกว่า (.4647, .2384, .3168) ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการ เดือนละ 1-2 ครั้ง

ตาราง 29 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการ ใช้บริการ	ทุกวัน	ทุกสัปดาห์	เดือนละ 1-2 ครั้ง	มากกว่า 2 ครั้ง ต่อเดือน
ทุกวัน				.6077*
ทุกสัปดาห์				.4665*
เดือนละ 1-2 ครั้ง				.3438*
มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน				

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 แสดงว่า การตัดสินใจด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการทุกวัน ทุกสัปดาห์ และ เดือนละ 1-2 ครั้ง มีระดับการตัดสินใจมากกว่า (.6077, .4665, .3438) ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการ มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน

ตาราง 30 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะการซื้อขายสินค้า

ระดับการตัดสินใจ	FOB เมืองไทย		C.I.F. ประเทศ ปลายทาง		t	Sig.
	n = 77		n = 117			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการให้บริการขนส่ง	3.20	0.66	3.68	0.73	-4.710	.000*
2. ด้านราคาค่าขนส่ง	3.99	0.70	3.96	0.74	.363	.717
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.14	0.79	3.25	0.75	-1.007	.315
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.16	0.66	3.19	0.72	-.294	.769
5. ด้านบุคคลที่ให้บริการ	3.63	0.71	3.75	0.75	-1.117	.265
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.16	0.63	3.29	0.73	-1.263	.208
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.14	0.72	4.10	0.71	.397	.692
โดยรวม	3.49	0.36	3.60	0.39	-2.050	.062

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 6 ด้าน แสดงว่าผู้ใช้บริการที่มีลักษณะการซื้อขายสินค้าต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ด้านราคาค่าขนส่ง ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านที่มีค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน

แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะการซื้อขายสินค้าต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ด้านการให้บริการขนส่ง

ตาราง 31 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามลักษณะการบรรจุสินค้า

ระดับการตัดสินใจ	FCL เต็มตู้		LCL ไม่เต็มตู้		t	Sig.
	n = 99		n = 95			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านการให้บริการขนส่ง	3.24	0.65	3.75	0.73	-5.183	.000*
2. ด้านราคาค่าขนส่ง	3.97	0.66	3.97	0.78	-.063	.950
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.20	0.77	3.21	0.76	-.108	.914
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.21	0.63	3.15	0.76	.650	.516
5. ด้านบุคคลที่ให้บริการ	3.67	0.74	3.73	0.73	-.592	.554
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.28	0.67	3.20	0.72	.809	.420
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.12	0.72	4.11	0.72	.155	.877
โดยรวม	3.53	0.39	3.59	0.37	-1.136	.257

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t-test ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 6 ด้าน แสดงว่าผู้บริการที่มีลักษณะการบรรจุสินค้าต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ด้านราคาค่าขนส่ง ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านที่มีค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่าผู้บริการที่มีการบรรจุสินค้าต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ด้านการให้บริการขนส่ง

ตาราง 32 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามเส้นทาง
ประจำในการขนส่งสินค้า

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการให้บริการขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	5.827	3	1.942	3.727	.012*
	ภายในกลุ่ม	99.027	190	.521		
	รวม	104.854	193			
2. ด้านราคาค่าขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	6.173	3	2.058	4.177	.007*
	ภายในกลุ่ม	93.594	190	.493		
	รวม	99.767	193			
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.391	3	.797	1.372	.253
	ภายในกลุ่ม	110.332	190	.581		
	รวม	112.723	193			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.859	3	.286	.594	.620
	ภายในกลุ่ม	91.577	190	.482		
	รวม	92.436	193			
5. ด้านบุคคลที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.323	3	.108	.198	.898
	ภายในกลุ่ม	103.424	190	.544		
	รวม	103.746	193			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.826	3	.275	.566	.638
	ภายในกลุ่ม	92.444	190	.487		
	รวม	93.270	193			
7. ด้านกระบวนการ ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	.477	3	.159	.309	.819

	ภายในกลุ่ม	97.917	190	.515		
	รวม	98.394	193			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	.235	3	.078	.536	.658
	ภายในกลุ่ม	27.756	190	.146		
	โดยรวม	27.991	193			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 5 ด้าน แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีเส้นทางประจำในการขนส่งสินค้าต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านที่มีค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 2 ด้าน แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีเส้นทางประจำในการขนส่งสินค้าต่างกัน มีระดับการตัดสินใจ แตกต่างกัน ด้านการให้บริการขนส่ง และด้านราคาค่าขนส่ง ดังนั้นจึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. ได้ผลแสดงดังตาราง 33 -34

ตาราง 33 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจ
ด้านการให้บริการขนส่ง จำแนกตามเส้นทางประจำในการขนส่งสินค้า

เส้นทางประจำ ในการขนส่งสินค้า	โรงงาน - KL Malaysia	โรงงาน - Penang Malaysia	โรงงาน - West Malaysia	โรงงาน - Singapore
โรงงาน - KL Malaysia				
โรงงาน - Penang Malaysia				
โรงงาน - West Malaysia				
โรงงาน - Singapore	.4049*	.3609*		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 33 แสดงว่า การตัดสินใจด้านการให้บริการขนส่ง ผู้ใช้บริการที่มีเส้นทาง
ประจำในการขนส่งสินค้า คือ โรงงาน – Singapore มีระดับการตัดสินใจมากกว่า (.4049, .3609)
ผู้ให้บริการที่มีเส้นทางประจำในการขนส่งสินค้า คือ โรงงาน - KL Malaysia และ โรงงาน - Penang
Malaysia

ตาราง 34 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจ
ด้านราคาค่าขนส่ง จำแนกตามเส้นทางประจำในการขนส่งสินค้า

เส้นทางประจำ ในการขนส่งสินค้า	โรงงาน - KL Malaysia	โรงงาน - Penang Malaysia	โรงงาน - West Malaysia	โรงงาน - Singapore
โรงงาน - KL Malaysia				.3625*
โรงงาน - Penang Malaysia				.2822*
โรงงาน - West Malaysia				.5252*
โรงงาน - Singapore				

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 34 แสดงว่า การตัดสินใจด้านราคาค่าขนส่ง ผู้ใช้บริการที่มีเส้นทางประจำในการขนส่งสินค้า คือ โรงงาน - KL Malaysia โรงงาน - Penang Malaysia และ โรงงาน - West Malaysia มีระดับการตัดสินใจมากกว่า (.3625, .2822, .5252) ผู้ใช้บริการที่มีเส้นทางประจำในการขนส่งสินค้า คือ โรงงาน - Singapore

ตาราง 35 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ จำแนกตามบริษัท
ที่ให้บริการเป็นประจำ

ระดับการตัดสินใจ		SS	df	MS	F	Sig.
1. ด้านการให้บริการขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	18.965	7	2.709	5.867	.000*
	ภายในกลุ่ม	85.889	186	.462		
	รวม	104.854	193			
2. ด้านราคาค่าขนส่ง	ระหว่างกลุ่ม	6.120	7	.874	1.737	.103
	ภายในกลุ่ม	93.647	186	.503		
	รวม	99.767	193			
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.729	7	.104	.173	.990
	ภายในกลุ่ม	111.994	186	.602		
	รวม	112.723	193			
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	6.284	7	.898	1.938	.066
	ภายในกลุ่ม	86.152	186	.463		
	รวม	92.436	193			
5. ด้านบุคคลที่ให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.988	7	.713	1.342	.233
	ภายในกลุ่ม	98.759	186	.531		
	รวม	103.746	193			
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.860	7	.551	1.147	.336
	ภายในกลุ่ม	89.410	186	.481		
	รวม	93.270	193			
7. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	6.959	7	.994	2.022	.054

ให้บริการ	ภายในกลุ่ม	91.435	186	.492		
	รวม	98.394	193			
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.176	7	.168	1.165	.325
	ภายในกลุ่ม	26.815	186	.144		
	โดยรวม	27.991	193			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งค่า Sig. มากกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 6 ด้าน แสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีบริษัทที่ใช้บริการเป็นประจำต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ด้านราคา ค่าขนส่ง ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และ ด้านกระบวนการให้บริการ ส่วนด้านที่มีค่า Sig. น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = .05$ มี 1 ด้าน แสดงว่าผู้ให้บริการที่มีบริษัทที่ใช้บริการเป็นประจำต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ด้านการให้บริการขนส่ง และดังนั้นจึงทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ LSD. ได้แสดงผลดังตาราง 36

ตาราง 36 การทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการ LSD. ของระดับการตัดสินใจ
ด้านการให้บริการขนส่ง จำแนกตามบริษัทที่ใช้บริการเป็นประจำ

บริษัท ที่ใช้บริการ เป็นประจำ	Nippon Express	Geodis	CPI	Mitsui Hi tech	Maglobe	DHL	Nakorn Hadyai	TNT
Nippon Express				.4095*			.6407*	
Geodis							.5317*	
CPI								
Mitsui Hi tech								
Maglobe								
DHL								
Nakorn Hadyai								
TNT	.3093*	.4183*	.7500*	.7188*	.6728*		.9500*	

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 36 แสดงว่าการตัดสินใจด้านการให้บริการขนส่ง ผู้ใช้บริการที่มีบริษัทที่ใช้บริการเป็นประจำ คือ Nippon Express มีระดับการตัดสินใจมากกว่า (.4095, .6407) ผู้ใช้บริการที่มีบริษัทที่ใช้บริการเป็นประจำ คือ Mitsui Hi tech และ Nakorn Hadyai ส่วนผู้ใช้บริการที่มีบริษัทที่ใช้บริการเป็นประจำ คือ Geodis มีระดับการตัดสินใจมากกว่า (.5317) ผู้ใช้บริการที่มีบริษัทที่ใช้บริการเป็นประจำ คือ Nakorn Hadyai ส่วนผู้ใช้บริการที่มีบริษัทที่ใช้บริการเป็นประจำ คือ TNT มีระดับการตัดสินใจมากกว่า (.3093, .4183, .7500, .7188, .6728, .9500) ผู้ใช้บริการที่มีบริษัทที่ใช้บริการเป็นประจำ คือ Nippon Express Geodis CPI Mitsui Hi tech Maglobe DHL และ Nakorn Hadyai

ตอนที่ 6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ แสดงดังตาราง 37

ตาราง 37 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์

ลำดับ	ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการ	ความถี่
1	บริการตรงต่อเวลาและมีการบริการอยู่ในเกณฑ์ดี	32
2	ควรจัดให้มีการพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างบริษัทกับลูกค้า	27
3	ราคาค่าบริการยังสูงอยู่ ควรปรับลง	24
4	สะดวก หาง่าย ใกล้เคียงใหญ่ มีที่จอดรถเยอะ เหมาะสมสำหรับขนส่ง	21
5	ติดขัดบ้างเพราะสภาพรถไม่ดี รถเสียบ่อย รถไม่พอ และสภาพรถสกปรก	19
6	พนักงานสุภาพ แต่งกายเรียบร้อย แก้ไขปัญหาได้ ติดต่อพนักงานได้ตลอดเวลา	15
7	ไกลจากโกดังลูกค้า	13
8	จัดรถไปรับสินค้าให้เร็วกว่านี้	10
9	เพิ่มจำนวนรถให้เพียงพอ	9
10	มีการปรับราคาบ่อยมาก	8
11	อยากให้ลดราคาขนส่ง	4

12	ปรับราคาตามราคาน้ำมันซึ่งเหมาะสม	2
13	เพิ่มเที่ยวรถให้มากขึ้นอีก	2

ตาราง 37 แสดงว่า ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าโดยรถคอนเทนเนอร์ในเส้นทางไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ คือ บริการตรงต่อเวลาและมีการบริการอยู่ในเกณฑ์ดี ควรจัดให้มีการพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า ราคาค่าบริการยังสูงอยู่ ควรปรับลง สะดวก หาง่าย ใกล้เคียงคนไทย มีที่จอดรถเยอะ เหมาะสมสำหรับขนส่ง ดัดขัดบ้างเพราะสภาพรถไม่ดี รถเสียบ่อย รถไม่พอ และสภาพรถสกปรก พนักงานสุภาพ แต่งกายเรียบร้อย แก้ไขปัญหาได้ ติดต่อพนักงานได้ตลอดเวลา ไกลจากโกดังลูกค้า จัดรถไปรับสินค้าให้เร็วกว่านี้ เพิ่มจำนวนรถให้เพียงพอ มีการปรับราคาบ่อยมาก อยากให้ลดราคาขนส่ง ปรับราคาตามราคาน้ำมันซึ่งเหมาะสม และ เพิ่มเที่ยวรถให้มากขึ้นอีก