

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในครั้งนี้ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยเลือกจากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออก ที่มีจำนวนบริษัทในแต่ละประเภทอุตสาหกรรม มากกว่า 300 บริษัท โดยสุ่มประเภทอุตสาหกรรมละ 50 ตัวอย่าง ซึ่งทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับการวิจัย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ มีขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 400 ตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัย โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเลือกประเภทการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์และอักษรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

n คือ จำนวนตัวอย่าง

\bar{X} คือ ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D. คือ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

t-value คือ ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

p-value คือ ค่าสถิติที่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

R คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

R-Square คือ ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ

Adjust R-Square คือ ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับค่าแล้ว

* คือ ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ลักษณะการประกอบธุรกิจ ประเภทอุตสาหกรรม ทุนจดทะเบียนของกิจการ ที่ตั้งสถานประกอบการ จำนวนพนักงาน รายรับรายได้กิจการ และระยะเวลาก่อตั้งกิจการ นำเสนอโดยแสดงเป็นจำนวนร้อยละ ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวน และร้อยละกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออก จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. ลักษณะการประกอบธุรกิจ		
ผู้ผลิต	40	10.30
ผู้จำหน่าย	50	12.80
ผู้ผลิตและผู้จำหน่าย	278	71.30
ผู้รับจ้างผลิต	16	4.10
อื่นๆ	16	1.50
รวม	400	100.00
2. ประเภทอุตสาหกรรม		
สิ่งทอ อภรณ์ เครื่องประดับแฟชั่น	69	17.70
วัสดุก่อสร้าง	16	4.10
อาหาร	16	4.10
ของขวัญและตกแต่ง หัตถกรรม	50	12.80
อื่นๆ	249	61.30
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) จำนวน และร้อยละ กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับ
กรมการส่งออก จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
3. ทุนจดทะเบียนของกิจการ (ล้านบาท)		
0.3-160	366	91.30
161-320	7	1.79
321-480	2	0.51
481-640	7	1.79
641-800	2	0.51
Missing	16	4.10
รวม	400	100.00
4. ที่ตั้งสถานประกอบการ		
ภาคเหนือ	52	13.30
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	27	6.90
ภาคกลาง	246	63.10
ภาคตะวันออก	65	14.10
ภาคใต้	10	2.60
รวม	400	100.00
5. จำนวนพนักงาน		
1-180	359	89.49
181-359	27	6.92
361-538	3	0.77
539-717	4	1.03
718-896	2	0.51
Missing	5	1.28
รวม	400	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) จำนวน และร้อยละ กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับ
กรมการส่งออก จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
6. ระบุรายได้กิจการ (ล้านบาท)		
1-180	337	83.85
181-360	23	5.90
361-540	9	2.31
541-720	4	1.02
721-900	4	1.02
Missing	23	5.90
รวม	400	100.00
7. ระยะเวลาการก่อตั้งกิจการ		
น้อยกว่า 1 ปี	2	0.50
1 – 5 ปี	62	15.90
6 – 10 ปี	178	43.10
11 – 20 ปี	97	24.90
มากกว่า 20 ปี	61	15.60
รวม	400	100.00

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออก โดยการแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ จำนวน 400 บริษัท สามารถจำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

1. ลักษณะการประกอบธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออก ส่วนใหญ่เป็นผู้ผลิตและจำหน่าย จำนวน 278 คิดเป็นร้อยละ 71.30 รองลงมาเป็นผู้จำหน่าย กับ ผู้ผลิตมีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ จำนวน 50 คิดเป็นร้อยละ 12.80 และ จำนวน 40 คิดเป็นร้อยละ 10.30 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างจำนวนน้อยที่สุดเป็นลักษณะการประกอบธุรกิจอื่นๆ เช่น บริการ ส่งออก เป็นต้น

2. ประเภทอุตสาหกรรม กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออก ส่วนใหญ่เป็นประเภทอุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น เฟอร์นิเจอร์ อิเล็กทรอนิกส์ เคมีคอล จำนวน 239 คิดเป็นร้อยละ 61.30 รองลงมาเป็น สิ่งทอ อาหาร เครื่องประดับแฟชั่น จำนวน 69 คิดเป็นร้อยละ 17.70 และกลุ่มตัวอย่างจำนวนน้อยที่สุดเป็น วัสดุก่อสร้าง กับอาหาร จำนวน 16 คิดเป็นร้อยละ 4.10

3. ทุนจดทะเบียนของกิจการ กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออก ส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียน 0.3 ถึง 160 ล้านบาท จำนวน 356 คิดเป็นร้อยละ 91.30 รองลงมา มีทุนจดทะเบียน 161 ถึง 320 ล้านบาท กับ 481 ถึง 640 ล้านบาท จำนวน 7 คิดเป็นร้อยละ 1.79 และกลุ่มตัวอย่างที่มีทุนจดทะเบียนจำนวนน้อยที่สุด 321 ถึง 480 กับ 681 ถึง 800 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 0.51

4. ที่ตั้งสถานประกอบการ กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออก ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่ภาคกลาง จำนวน 246 คิดเป็นร้อยละ 63.10 รองลงมา ตั้งอยู่ที่ภาคตะวันออก จำนวน 55 คิดเป็นร้อยละ 14.10 และกลุ่มตัวอย่างตั้งอยู่ที่ภาคใต้ น้อยที่สุด จำนวน 10 คิดเป็นร้อยละ 2.60

5. จำนวนพนักงาน กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออก ส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงาน 1 ถึง 180 คน จำนวน 349 คิดเป็น 89.49 รองลงมามีจำนวนพนักงาน 181-359 จำนวน 27 คิดเป็น 6.92 และกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนพนักงานน้อยที่สุด จำนวน 718-896 จำนวน 2 คิดเป็นร้อยละ 0.51

ระดับรายได้กิจการ กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออก ส่วนใหญ่มีระดับรายได้ 1 ถึง 180 ล้านบาทต่อปี จำนวน 327 คิดเป็นร้อยละ 83.85 รองลงมา มีระดับรายได้ 181 ถึง 360 ล้านบาทต่อปี จำนวน 23 คิดเป็นร้อยละ 5.90 และกลุ่มตัวอย่าง

6. ที่มีระดับรายได้น้อยที่สุด 541 ถึง 720 ล้านบาท กับ 721 ถึง 900 ล้านบาท จำนวน 4 คิดเป็นร้อยละ 1.02

7. ระยะเวลาการก่อตั้งกิจการ กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออก ส่วนใหญ่ก่อตั้งกิจการเป็นระยะเวลา 6 ถึง 10 ปี จำนวน 168 คิดเป็นร้อยละ 43.10 รองลงมา ก่อตั้งกิจการเป็นระยะเวลา 11 ถึง 20 ปี จำนวน 97 คิดเป็นร้อยละ 24.90 และกลุ่มตัวอย่าง ก่อตั้งกิจการเป็นระยะเวลา น้อยที่สุด น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 2 คิดเป็นร้อยละ 0.50

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ในการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค นำเสนอโดยแจกแจงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลข้อมูล ดังแสดงผลในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ภาพรวม

ลำดับที่	ความสามารถในการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1.	ความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.23	0.64	มาก
2.	การตอบสนองความต้องการ	3.99	0.71	มาก
3.	ความสามารถในการให้บริการ	4.15	0.76	มาก
4.	ความเข้าถึงง่าย	4.37	0.59	มาก
5.	ความสุภาพของบุคลากร	4.35	0.70	มาก
6.	ความเข้าใจง่าย	4.41	0.57	มาก
7.	ความสามารถในการสื่อสารข้อความ	3.79	0.91	มาก
8.	ความเชื่อถือของผู้บริหาร	4.16	0.77	มาก
9.	ความปลอดภัยในการบริการ	4.42	0.58	มาก
10.	ความเอาใจใส่ในการบริการ	4.37	0.57	มาก
	รวม	4.22	0.68	มาก

กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออกให้ความสำคัญในด้านความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค กับด้านความปลอดภัยในการบริการ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมา เป็นด้านความเข้าถึงง่ายกับความเอาใจใส่ในการบริการ ($\bar{X} = 4.37$) และกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้านความสามารถในการสื่อสารข้อความ น้อยที่สุด ($\bar{X} = 3.79$)

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

ความสามารถในการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ความเชื่อถือไว้วางใจได้			
1. ชื่อเสียงของบริษัท	4.26	0.74	มาก
2. ความน่าเชื่อถือของบริษัท	4.32	0.68	มาก
3. เป็นบริษัทที่ให้บริการมายาวนาน	4.11	0.74	มาก
4. ผู้บริหารมีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับ	4.07	0.87	มาก
5. การจัดเก็บสินค้ามีความปลอดภัย	4.51	0.61	มากที่สุด
6. พาหนะที่ใช้ขนส่งอยู่ในสภาพดี	4.40	0.68	มาก
7. สามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้ทุก ขั้นตอนของการขนส่ง	4.38	0.64	มาก
รวม	4.29	0.71	มาก

จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โลจิสติกส์อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับการตัดสินใจโดยเรียงจากมากไปน้อยพบว่า การจัดเก็บสินค้ามีความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 พาหนะที่ใช้ขนส่งอยู่ในสภาพดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 สามารถตรวจสอบสถานะของสินค้าได้ทุกขั้นตอนของการขนส่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ความน่าเชื่อถือของบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ชื่อเสียงของบริษัทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เป็นบริษัทที่ให้บริการมายาวนานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และผู้บริหารมีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์ ด้านการตอบสนองความต้องการ

ความสามารถในการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
การตอบสนองความต้องการ			
1. อัตราค่าบริการต่ำ	4.18	0.72	มาก
2. มีบริการ โอนเงินทางอินเทอร์เน็ต	3.70	1.02	มาก
3. มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่ง	4.09	0.84	มาก
4. มีระบบการขนส่ง การจัดส่งที่ทันสมัย	4.37	0.66	มาก
5. ความรับผิดชอบในด้านต่างๆ ของบริษัท	4.46	0.64	มาก
6. มีการสอบถามถึงความพึงพอใจในบริการ	4.26	0.74	มาก
รวม	4.18	0.77	มาก

จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการตอบสนองความต้องการ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับการตัดสินใจโดยเรียงจากมากไปน้อย พบว่า ความรับผิดชอบในด้านต่างๆ ของบริษัทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 มีระบบการขนส่ง การจัดส่งที่ทันสมัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 มีการสอบถามถึงความพึงพอใจในบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 อัตราค่าบริการต่ำ 4.18 มีการให้ส่วนลดตามปริมาณการขนส่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และมีบริการโอนเงินทางอินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์ ด้านความสามารถในการให้บริการ

ความสามารถในการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ความสามารถในการให้บริการ			
1. มีบริการขนส่งทางอากาศแบบครบวงจร	4.10	0.80	มาก
2. มีบริการขนส่งทางเรือแบบครบวงจร	4.20	0.80	มาก
3. พนักงานมีความสุภาพพูดจาไพเราะในการให้บริการ	4.36	0.72	มาก
4. พนักงานมีอัธยาศัยดี และมีความเป็นกันเองกับลูกค้า	4.37	0.73	มาก
5. พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส	4.32	0.75	มาก
6. ความเข้าใจง่ายในทุกขั้นตอนของการ ให้บริการ	4.42	0.61	มาก
7. ผู้บริหารมีประสบการณ์ด้านโลจิสติกส์เป็นอย่างดี	4.24	0.80	มาก
รวม	4.29	0.74	มาก

จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านความสามารถในการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โลจิสติกส์อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับการตัดสินใจโดยเรียงจากมากไปน้อย พบว่า ความเข้าใจง่ายในทุกขั้นตอนของการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 พนักงานมีอัธยาศัยดี และมีความเป็นกันเองกับลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 พนักงานมีความสุภาพพูดจาไพเราะในการให้บริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใสมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ผู้บริหารมีประสบการณ์ด้านโลจิสติกส์เป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 มีบริการขนส่งทางเรือแบบครบวงจรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 มีบริการขนส่งทางอากาศแบบครบวงจรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามความสามารถในการให้บริการของ
ผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์ ด้านความเข้าถึงง่าย

ความสามารถในการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ความเข้าถึงง่าย			
1. สามารถติดต่อได้สะดวก	4.53	0.57	มากที่สุด
2. สามารถได้ติดต่อตลอด 24 ชั่วโมง	4.22	0.78	มาก
3. การติดต่อ ประสานงาน ไม่ยุ่งยาก	4.41	0.60	มาก
4. มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ	3.71	0.99	มาก
5. มีเว็บไซต์ของบริษัท	3.87	0.92	มาก
รวม	4.15	0.77	มาก

จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า ความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านความเข้าถึงง่าย มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โลจิสติกส์อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับการตัดสินใจโดยเรียงจากมากไปน้อย พบว่า สามารถติดต่อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 การติดต่อ ประสานงาน ไม่ยุ่งยากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 สามารถได้ติดต่อตลอด 24 ชั่วโมงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 มีเว็บไซต์ของบริษัทมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเลือกประเภทการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเลือกประเภทการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคนำเสนอ โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลข้อมูล ดังแสดงผลในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามการเลือกประเภทการให้บริการของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ภาพรวม

ลำดับที่	การเลือกประเภทการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1.	ช่องทางการขนส่งสินค้า	4.39	0.55	มาก
2.	ระบบการจัดเก็บสินค้า	4.43	0.56	มาก
3.	เครือข่ายการให้บริการ	4.33	0.58	มาก
4.	การให้บริการทางศุลกากร	4.39	0.55	มาก
5.	การให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.50	0.55	มากที่สุด
6.	ความรวดเร็วและความปลอดภัย	4.62	0.50	มากที่สุด
	รวม	4.44	0.55	มาก

การเลือกประเภทการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจในประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการส่งออก ให้ความสำคัญในด้านการเลือกประเภทการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกประเภทการให้บริการด้านความรวดเร็วและความปลอดภัย มากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 รองลงมาเป็นด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการเลือกประเภทการให้บริการด้านเครือข่ายการให้บริการ น้อยที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามการเลือกประเภทการให้บริการของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ด้านช่องทางการขนส่งสินค้า

การเลือกประเภทการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ช่องทางการขนส่งสินค้า			
1.มีช่องทางการขนส่งสินค้าหลายช่องทาง	4.42	0.63	มาก
2.มีเครื่องมือและพาหนะขนส่งที่ทันสมัย	4.35	0.61	มาก
3.สามารถขนส่งสินค้าไปได้หลายประเทศ	4.39	0.67	มาก
รวม	4.39	0.64	มาก

จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า การเลือกประเภทการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านช่องทางการขนส่งสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับการตัดสินใจโดยเรียงจากมากไปน้อยพบว่า มีช่องทางการขนส่งสินค้าหลายช่องทางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 สามารถขนส่งสินค้าไปได้หลายประเทศมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และมีเครื่องมือและพาหนะขนส่งที่ทันสมัย 4.35

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามการเลือกประเภทการให้บริการของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ด้านระบบการจัดเก็บสินค้า

การเลือกประเภทการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ระบบการจัดเก็บสินค้า			
1.ระบบการจัดเก็บสินค้าปลอดภัยและทันสมัย	4.45	0.62	มาก
2.มีผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัย	4.45	0.63	มาก
3.มีระบบการบริหารสินค้าคงคลัง	4.38	0.67	มาก
รวม	4.43	0.64	มาก

จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า การเลือกประเภทการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านระบบการจัดเก็บสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับการตัดสินใจโดยเรียงจากมากไปน้อย พบว่า มีผู้บรรจุสินค้าที่ปลอดภัยและทันสมัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ระบบการจัดเก็บสินค้าปลอดภัยและทันสมัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และมีระบบการบริหารสินค้าคงคลังมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามการเลือกประเภทการให้บริการของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ด้านเครือข่ายการให้บริการ

การเลือกประเภทการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
เครือข่ายการให้บริการ			
1.มีเครือข่ายการให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศ	4.34	0.69	มาก
2.ความสะดวกในการรับ/ส่งสินค้า	4.44	0.65	มาก
3.มีเครือข่ายการให้บริการอยู่ต่างประเทศ	4.21	0.74	มาก
รวม	4.33	0.69	มาก

จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า การเลือกประเภทการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านเครือข่ายการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับการตัดสินใจโดยเรียงจากมากไปน้อย พบว่า ความสะดวกในการรับ/ส่งสินค้านี้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 มีเครือข่ายการให้บริการครอบคลุมทั่วประเทศมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และมีเครือข่ายการให้บริการอยู่ต่างประเทศมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามการเลือกประเภทการให้บริการของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ด้านการให้บริการทางศุลกากร

การเลือกประเภทการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
การให้บริการทางศุลกากร			
1. สามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารพิธีการทางศุลกากรได้อย่างถูกต้องทำให้การจัดส่งสินค้าไม่ล่าช้า	4.46	0.61	มาก
2. มีระบบการจัดการทางด้านอิเล็กทรอนิกส์(EDI) กับทางศุลกากรทำให้การทำงานไม่ยุ่งยาก	4.31	0.68	มาก
3. มีการจัดเตรียมเอกสารทางศุลกากรให้กับลูกค้า	4.41	0.66	มาก
รวม	4.39	0.65	มาก

จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า การเลือกประเภทการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการให้บริการทางศุลกากร มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์อยู่ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับการตัดสินใจโดยเรียงจากมากไปน้อย พบว่า สามารถแก้ไขปัญหาและจัดทำเอกสารพิธีการทางศุลกากรได้อย่างถูกต้องทำให้การจัดส่งสินค้าไม่ล่าช้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 มีการจัดเตรียมเอกสารทางศุลกากรให้กับลูกค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และมีระบบการจัดการทางด้านอิเล็กทรอนิกส์(EDI) กับทางศุลกากรทำให้การทำงานไม่ยุ่งยากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามการเลือกประเภทการให้บริการของ
ผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์ด้านเครือข่ายการให้บริการ

การเลือกประเภทการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
การให้บริการของเจ้าหน้าที่			
1.พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนและ กระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดี	4.53	0.60	มากที่สุด
2.พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้อง	4.53	0.63	มากที่สุด
3.มีจำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอ	4.42	0.67	มาก
รวม	4.49	0.63	มาก

จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า การเลือกประเภทการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มี
ต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการให้บริการทางศุลกากร มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ โลจิสติกส์อยู่
ในระดับ มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับการตัดสินใจโดยเรียงจากมากไป
น้อย พบว่า พนักงานให้คำปรึกษาและแนะนำลูกค้าอย่างถูกต้องมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 พนักงานมีความรู้
เกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการของการส่งออกสินค้าเป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 และมี
จำนวนพนักงานที่ให้บริการเพียงพอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามการเลือกประเภทการให้บริการของผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์ด้านความเร็วและความปลอดภัย

การเลือกประเภทการให้บริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ความเร็วและความปลอดภัย			
1.ระบบการขนส่งมีความรวดเร็ว ตรงต่อเวลา	4.60	0.54	มากที่สุด
2.ระบบการขนส่งมีความปลอดภัย	4.64	0.58	มากที่สุด
3.มีการรับประกันความเสียหาย	4.61	0.57	มากที่สุด
รวม	4.62	0.56	มากที่สุด

จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า การเลือกประเภทการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านความเร็วและความปลอดภัย มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์อยู่ในระดับ มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 ซึ่งเมื่อพิจารณาตามระดับการตัดสินใจโดยเรียงจากมากไปน้อย พบว่า ระบบการขนส่งมีความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 มีการรับประกันความเสียหายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 และระบบการขนส่งมีความรวดเร็ว ตรงต่อเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์ความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยการทดสอบ One-Sample t-test พบว่า ค่าสถิติทดสอบที่ (t-value) ที่คำนวณได้ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่ค่าทดสอบ 3.50 (ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 มีระดับความสำคัญมาก)

จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 กล่าวคือ ความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญด้านความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์

	Test Value = 3.50			
	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ความสามารถในการให้บริการ	4.23	0.44	33.015	.000*

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 2 ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการของผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์

สมมติฐานที่ 2.1 ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการของ ผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ด้านช่องทางการขนส่งสินค้า

การทดสอบนัยสำคัญความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคกับลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านช่องทางการขนส่งสินค้า พบว่า $F = 18.177$ และมีค่า $Sig = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น ความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค มีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านช่องทางการขนส่งสินค้า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $.05$ และสามารถสร้างสมการเส้นตรงได้ดังนี้

ลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านช่องทางการขนส่งสินค้า
 $= 1.340 + 0.084$ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ $+ 0.206$ ความสามารถในการให้บริการ $+ 0.172$ ความเข้าใจง่าย $+ 0.167$ ความปลอดภัยในการบริการ

ความสามารถในการการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ความสามารถในการให้บริการ ความเข้าใจง่าย ความปลอดภัยในการบริการ ต่างมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านช่องทางการขนส่งสินค้า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ $1.340, 0.084, 0.206, 0.172$ และ 0.167 ตามลำดับ สามารถอธิบายความสัมพันธ์ในแบบจำลองหรือค่า R-Square (ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ) เท่ากับ 0.324 หรือ 32.40% ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% กล่าวคือ ตัวแปรความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งหมดมีผลต่อตัวแปร ลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านช่องทางการขนส่งสินค้า ร้อยละ 32.40% ส่วนอีก 67.60% จะเป็นผลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการ

จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.1 กล่าวคือ ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านช่องทางการขนส่งสินค้า

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์เชิงถดถอยของความสามารถในการให้บริการที่มีผลต่อลักษณะการ
การให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านช่องทางการขนส่งสินค้า

ความสามารถในการให้บริการ	ค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอย	Std.Error	t-Test	P-Value
ค่าคงที่	1.340	0.264	5.084	0.000*
ความเชื่อถือไว้วางใจได้	0.084	0.043	2.037	0.042*
การตอบสนองความต้องการ	-0.016	0.045	-0.360	0.719
ความสามารถในการให้บริการ	0.206	0.037	5.609	0.000*
ความเข้าถึงง่าย	0.019	0.044	0.430	0.667
ความสุภาพของบุคลากร	-0.079	0.044	-1.791	0.074
ความเข้าใจง่าย	0.172	0.049	3.495	0.001*
ความสามารถในการสื่อสารข้อความ	0.049	0.036	1.391	0.165
ความเชื่อถือของผู้บริหาร	0.035	0.041	0.853	0.394
ความปลอดภัยในการบริการ	0.167	0.051	3.259	0.001*
ความเอาใจใส่ในการบริการ	0.072	0.053	1.372	0.171
R = 0.569	Adjust R-Square = 0.306			
R-Square = 0.324	F = 18.177		Sig = 0.000*	

* ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สมมติฐานที่ 2.2 ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการของผู้ให้บริการด้าน
โลจิสติกส์ ด้านระบบการจัดเก็บสินค้า

การทดสอบนัยสำคัญความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคกับลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านระบบการจัดเก็บสินค้า พบว่า $F = 18.619$ และมีค่า $Sig = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น ความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค มีผลต่อลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านระบบการจัดเก็บสินค้า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $.05$ และสามารถสร้างสมการเส้นตรงได้ดังนี้

ลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านระบบการจัดเก็บสินค้า = $1.066 + 0.095$ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ + 0.088 ความสามารถในการให้บริการ + 0.286 ความปลอดภัยในการบริการ + 0.154 ความเอาใจใส่ในการบริการ

ความสามารถในการการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ความสามารถในการให้บริการ ความปลอดภัยในการบริการ ความเอาใจใส่ในการบริการ ต่างมีผลต่อลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านระบบการจัดเก็บสินค้า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ $1.066, 0.095, 0.088, 0.286$ และ 0.154 ตามลำดับ สามารถอธิบายความสัมพันธ์ในแบบจำลองหรือค่า R-Square (ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ) เท่ากับ 0.329 หรือ 32.90% ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% กล่าวคือ ตัวแปรความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งหมดมีผลต่อตัวแปร ลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านระบบการจัดเก็บสินค้า ร้อยละ 32.90% ส่วนอีก 67.10% จะเป็นผลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการ

จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.2 คือ ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านระบบการจัดเก็บสินค้า

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์เชิงถดถอยของความสามารถในการให้บริการที่มีผลต่อลักษณะการ
การให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านระบบการจัดเก็บสินค้า

ความสามารถในการให้บริการ	ค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอย	Std.Error	t-Test	P-Value
ค่าคงที่	1.066	0.267	3.989	0.000*
ความเชื่อถือไว้วางใจได้	0.095	0.043	2.187	0.029*
การตอบสนองความต้องการ	0.019	0.045	0.423	0.672
ความสามารถในการให้บริการ	0.088	0.037	2.362	0.019*
ความเข้าถึงง่าย	0.083	0.045	1.838	0.067
ความสุภาพของบุคลากร	0.038	0.045	0.852	0.395
ความเข้าใจง่าย	0.055	0.050	1.104	0.270
ความสามารถในการสื่อสารข้อความ	0.033	0.036	0.927	0.355
ความเชื่อถือของผู้บริหาร	-0.076	0.042	-1.814	0.070
ความปลอดภัยในการบริการ	0.286	0.052	5.495	0.000*
ความเอาใจใส่ในการบริการ	0.154	0.053	2.880	0.004*
R = 0.574	Adjust R-Square = 0.312			
R-Square = 0.329	F = 18.619		Sig = 0.000*	

สมมติฐานที่ 2.3 ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการของผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์ ด้านเครือข่ายการให้บริการ

การทดสอบนัยสำคัญความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคกับลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านเครือข่ายการให้บริการ พบว่า $F = 15.400$ และมีค่า $Sig = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น ความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค มีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านเครือข่ายการให้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $.05$ และสามารถสร้างสมการเส้นตรงได้ดังนี้

ลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านเครือข่ายการให้บริการ = $1.087 + 0.175$ ความสามารถในการให้บริการ + 0.118 ความเข้าใจง่าย + 0.142 ความปลอดภัยในการบริการ + 0.139 ความเอาใจใส่ในการบริการ

ความสามารถในการการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในด้านความสามารถในการให้บริการ ความเข้าใจง่าย ความปลอดภัยในการบริการ ความเอาใจใส่ในการบริการ ต่างมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านเครือข่ายการให้บริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ $1.087, 0.175, 0.118, 0.142$ และ 0.139 ตามลำดับ สามารถอธิบายความสัมพันธ์ในแบบจำลองหรือค่า R-Square (ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ) เท่ากับ 0.289 หรือ 28.90% ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% กล่าวคือ ตัวแปรความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งหมดมีผลต่อตัวแปร ลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านเครือข่ายการให้บริการ ร้อยละ 28.90% ส่วนอีก 71.10% จะเป็นผลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการ

จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.3 คือ ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านเครือข่ายการให้บริการ

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์เชิงถดถอยของความสามารถในการให้บริการที่มีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านเครือข่ายการให้บริการ

ความสามารถในการให้บริการ	ค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอย	Std.Error	t-Test	P-Value
ค่าคงที่	1.087	0.286	3.802	0.000*
ความเชื่อใจไว้วางใจได้	0.071	0.047	1.526	0.128
การตอบสนองความต้องการ	0.004	0.049	0.079	0.937
ความสามารถในการให้บริการ	0.175	0.040	4.390	0.000*
ความเข้าถึงง่าย	0.075	0.048	1.564	0.119
ความสุภาพของบุคลากร	-0.009	0.048	-0.187	0.852
ความเข้าใจง่าย	0.118	0.053	2.222	0.027*
ความสามารถในการสื่อสารข้อความ	0.050	0.039	1.288	0.198
ความเชื่อใจของผู้บริหาร	-0.008	0.045	-0.176	0.861
ความปลอดภัยในการบริการ	0.142	0.056	2.548	0.011*
ความเอาใจใส่ในการบริการ	0.139	0.057	2.433	0.015*
R = 0.538	Adjust R-Square = 0.270			
R-Square = 0.289	F = 15.400		Sig = 0.000*	

สมมติฐานที่ 2.4 ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการของผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์ ด้านการให้บริการทางศุลกากร

การทดสอบนัยสำคัญความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคร่วมกับลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการทางศุลกากร พบว่า $F = 19.955$ และมีค่า $Sig = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น ความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค มีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการทางศุลกากร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $.05$ และสามารถสร้างสมการเส้นตรงได้ดังนี้

ลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการให้บริการทางศุลกากร = $1.369 + 0.154$ ความสามารถในการให้บริการ + 0.123 ความสุภาพของบุคลากร + 0.167 ความเข้าใจง่าย + 0.265 ความเอาใจใส่ในการบริการ

ความสามารถในการการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในด้านความสามารถในการให้บริการ ความสุภาพของบุคลากร ความเข้าใจง่าย ความเอาใจใส่ในการบริการต่างมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการทางศุลกากร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ $1.369, 0.154, 0.123, 0.167$ และ 0.265 ตามลำดับ สามารถอธิบายความสัมพันธ์ในแบบจำลองหรือค่า R-Square (ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ) เท่ากับ 0.345 หรือ 34.50% ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% กล่าวคือ ตัวแปรความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งหมดมีผลต่อตัวแปร ลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการทางศุลกากร ร้อยละ 34.50% ส่วนอีก 65.50% จะเป็นผลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการ

จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.4 คือ ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการทางศุลกากร

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์เชิงถดถอยของความสามารถในการให้บริการที่มีผลต่อลักษณะการ
การให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการทางศุลกากร

ความสามารถในการให้บริการ	ค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอย	Std.Error	t-Test	P-Value
ค่าคงที่	1.369	0.260	5.265	0.000*
ความเชื่อใจไว้วางใจได้	-0.047	0.042	-1.110	0.268
การตอบสนองความต้องการ	-0.022	0.044	-0.459	0.627
ความสามารถในการให้บริการ	0.154	0.036	4.259	0.000*
ความเข้าถึงง่าย	-0.039	0.044	-0.893	0.372
ความสุภาพของบุคลากร	0.123	0.043	2.840	0.005*
ความเข้าใจง่าย	0.167	0.048	3.454	0.001*
ความสามารถในการสื่อสารข้อความ	0.052	0.035	1.479	0.140
ความเชื่อใจของผู้บริหาร	-0.029	0.041	-0.721	0.472
ความปลอดภัยในการบริการ	0.074	0.051	1.466	0.143
ความเอาใจใส่ในการบริการ	0.265	0.052	5.101	0.000*
R = 0.587	Adjust R-Square = 0.328			
R-Square = 0.345	F = 19.955		Sig = 0.000*	

สมมติฐานที่ 2.5 ความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค
ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่

การทดสอบนัยสำคัญความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคกับลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ พบว่า $F = 16.510$ และมีค่า $Sig = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น ความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค มีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $.05$ และสามารถสร้างสมการเส้นตรงได้ดังนี้

ลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ = $1.524 + 0.165$ ความเข้าใจง่าย + 0.218 ความเอาใจใส่ในการบริการ

ความสามารถในการการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในด้านความเข้าใจง่าย ความเอาใจใส่ในการบริการ ต่างมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ 1.524 , 0.165 และ 0.218 ตามลำดับ สามารถอธิบายความสัมพันธ์ในแบบจำลองหรือค่า R-Square (ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ) เท่ากับ 0.303 หรือ 30.30% ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% กล่าวคือ ตัวแปรความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งหมดมีผลต่อตัวแปร ลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ร้อยละ 30.30% ส่วนอีก 69.70% จะเป็นผลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการ

จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.5 คือ ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์เชิงถดถอยของความสามารถในการให้บริการที่มีผลต่อลักษณะการ
การให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่

ความสามารถในการให้บริการ	ค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอย	Std.Error	t-Test	P-Value
ค่าคงที่	1.524	0.269	5.666	0.000*
ความเชื่อใจไว้วางใจได้	0.012	0.044	0.284	0.776
การตอบสนองความต้องการ	0.050	0.046	1.096	0.274
ความสามารถในการให้บริการ	0.019	0.037	0.503	0.615
ความเข้าถึงง่าย	0.000	0.045	0.010	0.992
ความสุภาพของบุคลากร	0.079	0.045	1.756	0.080
ความเข้าใจง่าย	0.165	0.050	3.287	0.001*
ความสามารถในการสื่อสารข้อความ	0.005	0.036	0.146	0.884
ความเชื่อใจของผู้บริหาร	0.034	0.042	0.821	0.412
ความปลอดภัยในการบริการ	0.102	0.052	1.958	0.051
ความเอาใจใส่ในการบริการ	0.218	0.054	4.062	0.000*
R = 0.551	Adjust R-Square = 0.285			
R-Square = 0.303	F = 16.510		Sig = 0.000*	

สมมติฐานที่ 2.6 ความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค
ด้านความรวดเร็วและความปลอดภัย

การทดสอบนัยสำคัญความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค กับลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านความรวดเร็วและความปลอดภัย พบว่า $F = 11.249$ และมีค่า $Sig = 0.000$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังนั้น ความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค มีผลต่อลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านความรวดเร็วและความปลอดภัย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $.05$ และสามารถสร้างสมการเส้นตรงได้ดังนี้

ลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านความรวดเร็วและความปลอดภัย = $2.179 + 0.093$ ความเข้าถึงง่าย 0.085 ความสุภาพของบุคลากร - 0.113 ความสามารถในการสื่อสารข้อความ + 0.237 ความปลอดภัยในการบริการ

ความสามารถในการการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ในด้านความเข้าถึงง่าย ความสุภาพของบุคลากร ความสามารถในการสื่อสารข้อความ ความปลอดภัยในการบริการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ $2.179, 0.093, 0.085, -0.113$ และ 0.237 ตามลำดับ สามารถอธิบายความสัมพันธ์ในแบบจำลองหรือค่า R-Square (ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ) เท่ากับ 0.229 หรือ 22.90% ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% กล่าวคือ ตัวแปรความสามารถในการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งหมดมีผลต่อตัวแปร ลักษณะการให้บริการโลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านความรวดเร็วและความปลอดภัย ร้อยละ 22.90% ส่วนอีก 77.10% จะเป็นผลจากตัวแปรอื่นที่ไม่ได้อยู่ในสมการ

จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.6 คือ ความสามารถในการให้บริการมีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านความรวดเร็วและความปลอดภัย

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์เชิงถดถอยของความสามารถในการให้บริการที่มีผลต่อลักษณะการให้บริการ โลจิสติกส์ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้านความรวดเร็วและความปลอดภัย

ความสามารถในการให้บริการ	ค่าสัมประสิทธิ์ การถดถอย	Std.Error	t-Test	P-Value
ค่าคงที่	2.179	0.256	8.496	0.000*
ความเชื่อถือไว้วางใจได้	0.009	0.042	0.215	0.830
การตอบสนองความต้องการ	0.057	0.044	1.313	0.190
ความสามารถในการให้บริการ	0.026	0.036	0.740	0.460
ความเข้าถึงง่าย	0.093	0.043	2.170	0.031*
ความสุภาพของบุคลากร	0.085	0.043	1.982	0.048*
ความเข้าใจง่าย	0.062	0.048	1.291	0.197
ความสามารถในการสื่อสารข้อความ	-0.113	0.035	-3.277	0.001*
ความเชื่อถือของผู้บริหาร	0.009	0.040	0.237	0.815
ความปลอดภัยในการบริการ	0.237	0.050	4.747	0.000*
ความเอาใจใส่ในการบริการ	0.081	0.051	1.575	0.116
R = 0.478	Adjust R-Square = 0.209			
R-Square = 0.229	F = 11.249		Sig = 0.000*	