



คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา
ในกรุงเทพมหานคร

Quality of service has a direct impact on passenger satisfaction on the
Chao Phraya Express Boat in Bangkok

ชลธิ อยู่สวัสดิ์^{1*} และศศิประภา พันธนาเสวี²

Chonlathee Yusawut^{1*} and Sasiprapa Phanthanasaeewee²

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

¹ Graduate student, Master of Business Administration, Bangkok University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

² Asst. Prof. Dr., School of Business Administration, Bangkok University

*Corresponding author, E-mail: chonlathee.yusa@bumail.net

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการของเรือโดยสารประจำทางเรือด่วนเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือโดยสารประจำทางเรือด่วนเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาความมีอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการวิเคราะห์ถดถอย (Simple regression) แบบ Enter และสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression) แบบ stepwise ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของเรือด่วนเจ้าพระยา ได้แก่ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก และความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก และการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือ



ไว้วางใจได้ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้ามีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจ, เรือด่วนเจ้าพระยา

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the opinions of passengers on the service quality of passenger boats on the Chao Phraya Express Boat in Bangkok 2) to study the satisfaction of passenger boat passengers on the Chao Phraya Express Boat in Bangkok 3) to study the influence of service quality on the satisfaction of passengers on the Chao Phraya Express Boat in Bangkok. The sample group used in this research was 400 passengers on the Chao Phraya Express Boat. The research instrument was a questionnaire and the data analysis was percentage, mean, standard deviation. Simple regression statistic (enter) and multiple regression statistic (stepwise). The results showed that the overall opinion towards the satisfaction of the service of the Chao Phraya Express Boat was at a high level. When considering all aspects, it was found that it was at a high level and opinions towards service quality as a whole, at a high level When considering all aspects, it was found that it was at a high level and hypothesis testing, it was found that the overall service quality affected the satisfaction of the Chao Phraya Express Boat passengers with statistical significance at the 0.05 level and the service quality in terms of the concreteness of the service Customer response Reliability And the confidence of customers affects the satisfaction of passengers on the Chao Phraya Express Boat statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Chao Phraya Express Boat

บทนำ

การจราจรถือเป็นปัญหาหลักของกรุงเทพมหานคร ที่มีความพยายามในการแก้ปัญหา โดยมีโครงการต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่ไม่สามารถแก้ปัญหาการจราจรได้ ประชาชนจำนวนมาก จึงหันไปใช้บริการเรือโดยสารข้ามฟาก และเรือเมล์ในการเดินทาง เพราะช่วยลดระยะเวลาในการเดินทาง (กรมเจ้าท่า, 2557) อีกทั้งประชาชนยังนิยมท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ทางน้ำมากขึ้น จึงจำเป็นต้องใช้บริการเรือโดยสารประจำทาง โดยการนำร่องโครงการของรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงคมนาคม ในรัฐบาลที่ผ่านมา เพื่อเร่งฟื้นฟูในการเพิ่มความสามารถขนส่งทางน้ำให้สามารถเชื่อมต่อระบบขนส่งมวลชน เปิดโครงการ “เรือต่อรถ รถต่อเรือ ช่วยเหลือชาติ” จัดขึ้นโดยความร่วมมือของกระทรวงคมนาคม กรมเจ้าท่า องค์การ



ขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) รถไฟฟ้าบีทีเอส และบริษัทเรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด ซึ่งได้เล็งเห็นความสำคัญของการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพฯ และประเมินผลว่าจะสามารถช่วยแก้ปัญหาการจราจรทางบกที่ติดขัด และเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว และปลอดภัยในการเดินทาง ลดควันรถยนต์ และช่วยลดการสูญเสียเงินตราต่างประเทศในการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิง จึงได้มีนโยบายในการเพิ่มศักยภาพและบทบาทการคมนาคมทางน้ำ ทำการฟื้นฟูการคมนาคมทางน้ำ โดยปรับปรุงท่าเรือ

จากจำนวนผู้โดยสารเรือด่วนเลียบบึงแม่น้ำเจ้าพระยา ปี พ.ศ. 2563 มีจำนวนผู้โดยสารทั้งหมด 9,655,934 คน (กรมเจ้าท่า, 2563) ซึ่งมีเรือด่วนเจ้าพระยา ทำธุรกิจเรือโดยสารในแม่น้ำเจ้าพระยา ให้บริการในเส้นทางอำเภอปากเกร็ด-ท่าบ้านนทบุรี-สาทร-วัดราชสิงขร-ราษฎร์บูรณะ โดยเรือด่วนเจ้าพระยา มีจำนวนผู้โดยสารในปี พ.ศ. 2563 คือ 4,827,166 คน (กรมเจ้าท่า, 2563) มีส่วนแบ่งทางการตลาด 50 % ซึ่งในปี พ.ศ. 2562 บริษัท เรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด มีรายได้รวม 199,175,160 บาท และมีกำไรสุทธิ 11,858,060 บาท (บริษัท เรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด, 2562) เรือด่วนเจ้าพระยาได้พยายามปรับปรุงบริการเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย พัฒนาเส้นทางการเดินเรือโดยสาร และท่าเรืออย่างต่อเนื่อง จากงานวิจัยของกรมเจ้าท่า เรื่อง ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ การให้บริการเรือด่วนเลียบบึงแม่น้ำเจ้าพระยา ประจำปีงบประมาณ 2563 พบว่า ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงของผู้ใช้บริการ คือ ด้านการให้บริการของเรือ ได้แก่ ควรเพิ่มจำนวนเที่ยวเรือ ควรมีการรักษาความปลอดภัยมากขึ้น ด้านท่าเรือ ได้แก่ ความสะอาดของท่าเรือ สภาพหลังคาบังแดด/ฝนของท่าเรือ จำนวนที่นั่งเรือท่าเรือไม่เพียงพอ ควรมีป้ายประชาสัมพันธ์การให้บริการบนท่าเรือ

สถานการณ์ปกติหรือก่อนการเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 มีจำนวนผู้โดยสาร 3.4 หมื่นคนต่อวัน ส่งผลให้รายได้ของเรือด่วนเจ้าพระยาตกลง 80 เปอร์เซ็นต์ และจำนวนผู้โดยสารลดลงจำนวนมาก ไม่มีคนที่จะเดินทางทางน้ำ อันเนื่องจากการมีทำงานที่บ้าน หรือ Work From Home (WFH) แต่ในปัจจุบันเรือด่วนเจ้าพระยา ได้ดำเนินการเดินเรือตามปกติ แต่ได้ดำเนินการตามมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของโควิด-19 ตามมาตรการของรัฐ เช่น การเว้นระยะห่าง การวัดอุณหภูมิ การมีเจลแอลกอฮอล์ล้างมือ เป็นต้น นอกจากนี้ มีการปรับเปลี่ยนเส้นทางและระยะเวลาของการเดินเรือตามความเหมาะสมของสถานการณ์ โดยแจ้งผ่าน Facebook ที่ใช้ชื่อ “Chao Phraya Express Boat – เรือด่วนเจ้าพระยา”

จากที่ศึกษาวิจัย ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยา(ณัฐกร หิรัญรัตน์, 2554) พบว่า ความพึงพอใจด้านกระบวนการบริการและขั้นตอนการให้บริการ(Process) ผู้โดยสารมีความพึงพอใจอยู่ในระดับสูง เพราะทางเรือด่วนเจ้าพระยาได้มีการติดตั้งป้าย บอกรายละเอียด ที่ชัดเจน เข้าใจง่าย สร้างความสะดวกสบายกับผู้ใช้บริการเป็นอย่างยิ่ง และศึกษาวิจัย เรือกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษากลุ่มน้ำเจ้าพระยา ฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร (ศิกษก บรรลือฤทธิ์ และจิราภรณ์ กาญจนสุพรรณ, 2561) พบว่า นักท่องเที่ยวจะเลือกใช้บริการในกลุ่มเรือที่เหมาะสมกับตนเอง โดยเรือที่ให้บริการจะต้องมีการให้บริการอย่างครบถ้วนในด้านความปลอดภัย และศึกษาวิจัย ปัจจัยในการส่งเสริมการเดินทางด้วยเรือด่วนเจ้าพระยาเชื่อมต่อโครงข่ายขนส่งมวลชนระบบราง (ปริญญญา เฟื่องเพียร, 2553) พบว่า ปัญหาของ



ผู้ใช้บริการที่สำคัญ คือ พนักงานขับเรือเร็วไป และ รับผู้โดยสารมากเกินไปในช่วงเวลาที่เร่งด่วน และ ศึกษาวิจัยการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานครโดยเรือด่วน เจ้าพระยา (พิชญา บำรุงพันธ์ และทยากร เลหาสกุลงาม, 2560) พบว่าการจัดทำวิดีโอ เพื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยาในกรุงเทพมหานครโดยเรือด่วนเจ้าพระยา ผ่านสื่อวิดีโอ ให้ลูกค้าได้ ทราบถึงการเดินทางและการใช้บริการที่ถูกต้อง ผู้วิจัยได้สนใจวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา และนำข้อมูลที่ได้รับปรับปรุงบริการของเรือด่วน เจ้าพระยาให้ผู้โดยสารเกิดความพอใจสูงสุด จากการพัฒนาเรือให้มีความแข็งแรง ปลอดภัย และมี ประสิทธิภาพสูง และส่งเสริมการขนส่งทางน้ำ ตามนโยบายของรัฐบาล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของการใช้บริการและความคิดเห็นผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการของ เรือโดยสารประจำทางเรือด่วนเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือโดยสารประจำทางเรือด่วนเจ้าพระยา ใน กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความมีอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วน เจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

ความหมายของคุณภาพการบริการ

ภาณุเดช เพ็ชรความสุข และคณะ(2558) คุณภาพการให้บริการ คือ ประสิทธิภาพโดยรวมของ กระบวนการดำเนินงานตามมาตรฐาน ที่มีความต่อเนื่องและสม่ำเสมอในการตอบสนองความต้องการและ ความคาดหวังของผู้รับบริการมีการปรับปรุงพัฒนาการบริการให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ปฏิบัติงานได้ รวดเร็ว ลดค่าใช้จ่ายสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ

ปิยณัฐ จันทร์เกิด (2560) คุณภาพการให้บริการ หมายถึง คุณลักษณะหรือคุณสมบัติโดยรวม ของการบริการที่เหมาะสมกับความคาดหวังหรือสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการจนเกิดความ พึงพอใจ

จากการให้ความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ หมายถึง คุณลักษณะของการ บริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการจนเกิดความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ



ลักษณะคุณภาพการบริการ

ลักษณะของการบริการ มีลักษณะ 4 ประการ คือ

1. ไม่เป็นตัวตน คือ การบริการเป็นสิ่งมองไม่เห็นหรือรู้สึกก่อนการซื้อและคาดไม่ได้ว่าผลที่เกิดขึ้นเป็นอย่างไร ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงจะต้องหาสิ่งที่บ่งบอกถึงคุณภาพโดยดูจากสถานที่ บุคคล อุปกรณ์ เครื่องมือ และราคา

2. เป็นสิ่งที่แบ่งแยกไม่ได้ บริการที่ให้เป็นการผลิตและการบริโภค ไม่สามารถเก็บรักษาได้ ผู้ให้บริการให้บริการลูกค้าได้หนึ่งราย มีข้อจำกัดในเรื่องเวลา ดังนั้นการแก้ปัญหาดังกล่าวขยายกลุ่มผู้ใช้บริการให้ใหญ่ขึ้น และให้บริการที่รวดเร็ว

3. ความไม่แน่นอนอยู่กับตัวผู้ให้บริการ ช่วงเวลาในการให้บริการ สถานที่ สามารถควบคุมคุณภาพการบริการได้ 3 ประเภท คือ

3.1. การคัดเลือกและอบรมพนักงานให้เข้าใจถึงการให้บริการ

3.2. กำหนดขั้นตอนการให้บริการ เพื่อให้องค์กรมีระบบหรือมาตรฐานแบบเดียวกัน

3.3. การเช็คหรือสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า

4. เก็บไว้ไม่ได้ คือ ไม่สามารถเก็บไว้เหมือนกับสินค้าหรือผลผลิต ซึ่งความต้องการไม่คงที่ไม่แน่นอน ทำให้การให้บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า ดังนั้นการแก้ไขธุรกิจต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อความต้องการของผู้บริโภคและการให้บริการสอดคล้องกัน เช่น การจ้างพนักงานเพิ่มชั่วคราวในช่วงเวลาที่ลูกค้ามีจำนวนมาก เพื่อให้เกิดการบริการที่รวดเร็ว เป็นการแก้ไขปัญหาแบบชั่วคราวหรือระยะสั้น

เกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของการบริการ

1. การเข้าถึงลูกค้า เป็นการให้บริการที่รวดเร็ว ลูกค้าเข้าถึงบริการที่ได้รับอย่างง่าย โดยธุรกิจต้องคำนึงถึงสถานที่ หรือทำเลที่ตั้ง ขั้นตอนหรือเวลาในการให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับบริการที่รวดเร็ว ไม่ต้องรอคอยเวลานานจนรู้สึกเบื่อหน่าย แล้วไปใช้บริการของคู่แข่งแทน

2. ความชอบของลูกค้า สามารถสนองความต้องการของลูกค้าจนเกิดความพึงพอใจหรือความชอบ

3. ความคาดหวัง ลูกค้าแต่ละคนมีความหวังที่คาดไว้แตกต่างกัน ดังนั้นต้องสามารถตอบสนองความคาดหวังไว้ของลูกค้าให้ได้ จึงจะเกิดคุณภาพของการบริการ

4. ติดต่อและสื่อสาร เป็นการบอกรายละเอียดหรือข้อมูลต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าเกิดความเข้าใจหรือรับรู้ อันต้องใช้ภาษาในการสื่อสารที่ถูกต้องและเข้าใจง่าย

5. ความพร้อมของบริการที่ให้บริการ การแสดงความพร้อมของบริการเป็นบ่งบอกประสิทธิภาพของการให้บริการ อันส่งผลถึงความพอใจของผู้ใช้บริการ

6. ความรู้ของผู้ให้บริการ ถ้าผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญจะเป็นสิ่งที่สร้างความเชื่อมั่น ความเชื่อถือ แก่ลูกค้า



7. คุณค่าการให้บริการ ถ้าลูกค้าได้รับบริการแล้วรู้สึกประทับใจ ไม่เสียดายที่จ่ายเงิน แสดงว่าได้รับบริการตรงตามที่คาดหวัง ก็จะเกิดคุณค่าของบริการที่ได้

8. สุภาพอ่อนโยน พนักงานมีน้ำใจ จริงใจ ยินดีให้บริการ ลูกค้าก็จะประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

9. ให้ความสนใจ เอาใจใส่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความสำคัญของตนเอง เป็นที่สนใจ และเอาใจใส่ดูแล ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

10. ความเชื่อถือได้ คือ ผู้ให้บริการให้บริการดี ได้รางวัล ลูกค้าบอกต่อ มีการให้บริการตามมาตรฐานของหน่วยงานที่รับรอง ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและมั่นใจในการบริการที่ได้รับ

11. ไว้วางใจ ลูกค้าได้รับบริการที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ มีความเท่าเทียมหรือเสมอภาค ซึ่งลูกค้าเกิดความวางใจก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีก

12. ตอบสนองลูกค้า เป็นการให้บริการตอบสนองทันที เมื่อลูกค้ามีปัญหา พนักงานจะตอบข้อซักถามได้ชัดเจน ถูกต้อง ได้รับการแก้ไขปัญหอย่างทันที่

13. ความปลอดภัย เป็นการให้บริการที่คำนึงถึงความปลอดภัยกับชีวิตและทรัพย์สิน พนักงานไม่มีการทำงานจนเกิดข้อผิดพลาดหรือเกิดการสูญเสีย

14. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า ต้องทราบว่าลูกค้ามีความต้องการอะไร และหาสิ่งที่ต้องการของลูกค้ามาตอบสนองหรือให้บริการแก่ลูกค้า จนลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อสิ่งที่ให้บริการ

สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังจากการบริการ สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. การเอาใจใส่ดูแล ลูกค้าต้องการการดูแล ให้ความสนใจ เอาใจใส่ ให้บริการเต็มความสามารถ ไม่ทอดทิ้งหรือละเลย ดังนั้นต้องมีการติดตามและให้ความดูแลเพื่อสร้างความประทับใจ

2. ความช่วยเหลือและเอื้ออาทร ผู้ให้บริการต้องมีเมตตาริจิต มีการช่วยเหลือ เกื้อกูล จริงใจ สร้างความรักและความเอื้อเอื้อให้เกิดกับลูกค้า

3. ความซาบซึ้ง ลูกค้าเป็นผู้มีอุปการะคุณ ต้องให้ความสำคัญและคุณค่าว่าลูกค้าคือคนสำคัญ ทำให้ผู้ทำงานตั้งใจทำงาน และลูกค้าจะเกิดความประทับใจ

4. ความพร้อมของผู้ให้บริการ ต้องมีระบบและขั้นตอนในการพร้อมให้บริการที่รวดเร็ว และมีความพร้อมในทรัพยากรต่าง ๆ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งความพร้อมของพนักงาน ซึ่งความพร้อมของผู้ให้บริการ เป็นตัวบอกความเป็นมืออาชีพของธุรกิจ

5. ยอมรับฟังความคิดเห็น การพัฒนาบริการให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ต้องมีความใจกว้างที่จะยอมรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าหรือผู้อื่น เช่น พนักงาน จะได้รับข้อมูลที่เป็นข้อผิดพลาดหรือข้อบกพร่องเพื่อนำมาแก้ไขการทำงานในโอกาสต่อไป

6. ความกระตือรือร้น งานบริการเป็นงานที่ความตื่นตัวและมีชีวิตชีวา ทำให้ไม่สามารถหยุดนิ่งอยู่กับที่ได้ ดังนั้นผู้ให้บริการต้องมีความกระตือรือร้นและความตั้งใจให้ผลงานออกมาดี ต้องใช้ความพยายามในการแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงอย่างรวดเร็ว เพื่อไม่ให้ลูกค้าเกิดการรอคอยนานเกินไป



7. ความประทับใจ เป็นความรู้สึกที่สำคัญที่ผู้ให้บริการต้องสร้างให้เกิดกับผู้รับบริการ ถ้าลูกค้าเกิดความประทับใจก็จะกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือมีการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการเหมือนตน ความประทับใจที่ได้รับ คือ รู้สึกการได้รับบริการที่คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป ประทับจากการได้รับบริการจากพนักงานที่มีใจรักบริการหรือได้รับการอบรมมาอย่างดี

8. สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ธุรกิจบริการมีการแข่งขันกันสูง ดังนั้นธุรกิจต้องมีการเปลี่ยนแปลงในสิ่งใหม่ ๆ มีการคิดสร้างสรรค์ หรือคิดนวัตกรรมใหม่ ๆ มานำเสนอลูกค้า

9. ความประณีต ผู้ให้บริการต้องมีการให้บริการที่มีความประณีต สุภาพอ่อนโยน มีมาตรฐานคุณภาพเป็นที่ยอมรับว่าบริการที่ให้มีคุณภาพสมกับความเป็นมืออาชีพ

10. มีคุณค่า ความมีคุณค่าของธุรกิจ เกิดจากความภาคภูมิใจของผู้รับบริการ เพราะทำให้ผู้รับบริการได้รับการยกย่องและยอมรับในสังคม เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ บารมี ศักดิ์ศรีและเกียรติยศ

11. ความปลอดภัย ลูกค้าต้องการความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ลูกค้าจะหลีกเลี่ยงบริการที่มีความเสี่ยง ถึงแม้จะมีราคาแพงกว่าถ้ารับบริการที่ให้ความปลอดภัยดีกว่า ลูกค้าก็จะยอมจ่าย

12. ความจริงใจ ผู้ให้บริการต้องแสดงความจริงใจไม่หวังแต่เพียงผลประโยชน์จากการทำธุรกิจ ลูกค้าเกิดปัญหาต้องให้ความช่วยเหลือ แนะนำ และจริงใจในการแก้ไขปัญหาให้สำเร็จลุล่วง

13. การยอมรับนับถือ ลูกค้าเป็นบุคคลสำคัญที่สุด การยอมรับนับถือ ยกย่อง ให้เกียรติและให้ความสำคัญแก่ลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญ

14. ตอบสนองความต้องการของลูกค้า สามารถให้ประโยชน์ สร้างความสำคัญ และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจหรือตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดี บริการที่ให้จะเป็นบริการที่มีคุณภาพหรือคุณภาพการบริการ

องค์การที่ให้บริการประกอบด้วยปัจจัยการบริการที่สำคัญ ดังนี้

1. ให้บริการอย่างดีเลิศ โดยยึดลูกค้าเป็นหลัก เริ่มตั้งแต่การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรมีการให้บริการที่รวดเร็ว เอาใจใส่ดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี รักษาสัญญาที่ให้กับลูกค้า ซื่อสัตย์และไม่เอาเปรียบลูกค้า

2. ให้บริการอย่างถูกต้อง ตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดการให้บริการการให้บริการถือเป็นศิลปะอย่างหนึ่ง ที่ต้องการความถูกต้องและแม่นยำตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดกระบวนการให้บริการ

3. สร้างสายสัมพันธ์กับลูกค้า พนักงาน หรือบุคลากรในองค์กรแห่งการบริการจะต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการยิ้มแย้ม ทักทาย พูดจาไพเราะน่าฟัง ให้บริการด้วยความเต็มใจ

4. มีจุดติดต่อเพียงจุดเดียวในการใช้บริการซึ่งการให้บริการที่มีคุณภาพนั้น องค์การควรจัดระบบการบริการให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับองค์กรเพียงแค่หนึ่งจุดหรือพนักงานหนึ่งคน เพื่อช่วยลดความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นจากการให้บริการของพนักงานหลายบุคคล ในคราวเดียวกันลงได้

5. ติดต่อกันทุกวันและทุกเวลา องค์กรแห่งการบริการจึงต้องมีช่องทางให้ลูกค้าสามารถติดต่อกับองค์กรได้ตลอดเวลา



6. ติดต่อพนักงานเหมือนติดต่อผู้จัดการหลายครั้งลูกค้าจะรู้สึกว่าการติดต่อโดยตรงกับผู้จัดการ จะได้รับความสะดวก ความรวดเร็ว การดูแลเอาใจใส่ และการให้คำแนะนำในการตัดสินใจที่มีคุณภาพ มากกว่าการติดต่อกับพนักงาน

7. มีการสื่อสารให้ข้อมูลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง องค์การแห่งการบริการจะต้องมีการติดต่อลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า

8. มีนวัตกรรมออกมาให้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับประโยชน์สูงสุดหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในรูปแบบที่ยังไม่มีธุรกิจใดทำมาก่อน

9. สร้างบรรยากาศที่ดีในการบริการ ความสุขและความพึงพอใจของลูกค้าถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจบริการ

10. มีการปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง การประกอบธุรกิจจะต้องไม่หยุดอยู่กับที่กล่าวคือ จะต้องมีการพัฒนาองค์การอยู่เสมอ

ความสำคัญของการบริการเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่แต่ละองค์กรนำมาใช้ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือต้องการให้ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุดหลังจากได้รับบริการซึ่งการที่จะทำให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความพึงพอใจทุกคนนั้นเป็นสิ่งที่ยาก

เครื่องมือที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการ

Parasuraman et al. (2013) ได้มีการพัฒนาปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการจาก 10 ด้าน ให้เหลือ 5 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง สภาพแวดล้อม โดยเรือด่วนเจ้าพระยา มีสภาพท่าเรือ เช่น ขนาดท่าเรือเหมาะกับการใช้งาน รวบรวมบริเวณท่าเรือมีความพร้อมใช้งาน มีป้ายแนะนำการให้บริการบนท่าเรือที่ชัดเจน และมีสภาพยกกันกระแทกระหว่างเรือกับโป๊ะอยู่ในสภาพดี

2. ความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถ เรือด่วนเจ้าพระยา พนักงานที่ให้บริการแนะนำด้านเส้นทาง ค่าโดยสาร เวลา การบริการเดินเรือด้วยความถูกต้องและเชื่อถือได้ พร้อมทั้งความถูกต้องจากการเก็บเงินและทอนเงินของผู้ขายตัว

3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) หมายถึง ความตั้งใจอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น เรือด่วนเจ้าพระยาเป็นกิจการที่ให้บริการโดยสารทางน้ำที่น่าประทับใจ พนักงานให้บริการตอบข้อซักถามชัดเจน และสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง เรือด่วนเจ้าพระยาได้สร้างความเชื่อมั่นจากการได้รับรางวัล เช่น รางวัลเรือโดยสารในแม่น้ำยอเดียม (Best River Ferry) ประจำปี 2020 จาก เบียร์ดมารีไทม์ อวอร์ดส (BAIRD MARITIME AWARDS) เป็นต้น และมีชื่อเสียงและภาพพจน์ที่ดี นอกจากนี้ผู้ควบคุมเรือมีใบอนุญาตขับเรือ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการการันตีหรือสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้โดยสาร



5. การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง เรือด่วนเจ้าพระยามีพนักงานที่ให้บริการอย่างเอาใจใส่ มีความเป็นมิตร มีอัธยาศัยที่ดี รับฟังคำแนะนำและความต้องการของลูกค้า และช่วยเหลือพิเศษสำหรับผู้โดยสารเป็นรายบุคคล เช่น คนชรา เด็ก สตรีมีครรภ์ เป็นต้น

คุณภาพการให้บริการมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการโดยทั่วไป ในฐานะที่เป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญสำหรับการแข่งขัน การนำเสนอบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่ง และเป็นคุณภาพที่ดีกว่าอย่างสม่ำเสมอ เป็นการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในการขาย ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้ออีก การปรับปรุงคุณภาพและการสร้างสรรค์บริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ จะสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้ คุณภาพบริการเกิดจากประสบการณ์ที่คล้ายกันในแต่ละรายของผู้รับบริการในทุกกลุ่ม โดยพบว่าคุณภาพบริการจะมีค่าสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับว่าผู้รับบริการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับเป็นอย่างไร ตรงกับที่คาดหวังไว้หรือไม่

อย่างไรก็ตาม คุณภาพไม่ควรถูกกำหนดขึ้นตามความต้องการขององค์กรแต่ควรกำหนดขึ้นจากความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก โดยใช้คำพูดของลูกค้าเอง คุณภาพ คือสิ่งที่เกิดจากการที่ลูกค้ารับรู้ถึงระดับความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการการรับรู้ และความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการและเมื่อมีการบริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการแล้ว ก็จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำจนเกิดเป็นความภักดีต่อองค์กรหรือตราผลิตภัณฑ์ในที่สุด

คุณภาพบริการถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก ซึ่งแต่ละองค์กรก็มีเป้าหมายและต้องการที่จะสร้างการบริการที่ดี มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการโดยมุ่งหวังให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ทั้งนี้ก็เพื่อสร้างความโดดเด่นและความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างมั่นคงและยืนยาว

จากการกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการในงานวิจัยนี้ใช้ตามแนวคิด Parasuraman, Zeithaml, & Berry (2013) เพราะเป็นการวัดคุณภาพการให้บริการที่ครอบคลุมและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

ความหมายของความพึงพอใจ

เพ็ญญา จรัสพันธ์ (2557) ความพึงพอใจ คือ สิ่งที่เป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจจึงเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับ อาจจะมีมากหรือน้อยก็ได้ และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ

ภาณุเดช เพียรความสุข (2558) ความพึงพอใจ คือ ความรู้สึกที่เป็นการยอมรับ ความรู้สึกชอบ ความรู้สึกที่ยินดีกับการปฏิบัติงาน ทั้งการให้บริการและการรับบริการในทุกสถานการณ์ ทุกสถานที่

จากการให้ความหมายข้างต้น ความพึงพอใจ คือ ความชอบหรือความคิดเห็นต่อบุคคล สิ่งของ สัตว์ เป็นการยอมรับ ชอบ ยินดีต่อสิ่งนั้น ซึ่งเกิดจากพื้นฐานการรับรู้ ค่านิยม หรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคล



การวัดความพึงพอใจในการใช้บริการ

เบญจมา แก้วเวชฉาย (2559) การวัดความพึงพอใจในการให้บริการ Millet (2012) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยการพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ความยุติธรรมในการบริการงานของที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นผู้ใช้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันใน การให้บริการ ผู้ใช้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการ เดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะ จะต้องตรงเวลา ถ้าไม่มีการตรงเวลาจะนำมาซึ่งการสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีจำนวนการให้บริการ และ สถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม ซึ่ง Millet (2012) เห็นว่าความเสมอภาค หรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้ เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึด ประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจขององค์กรที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใด ก็ได้

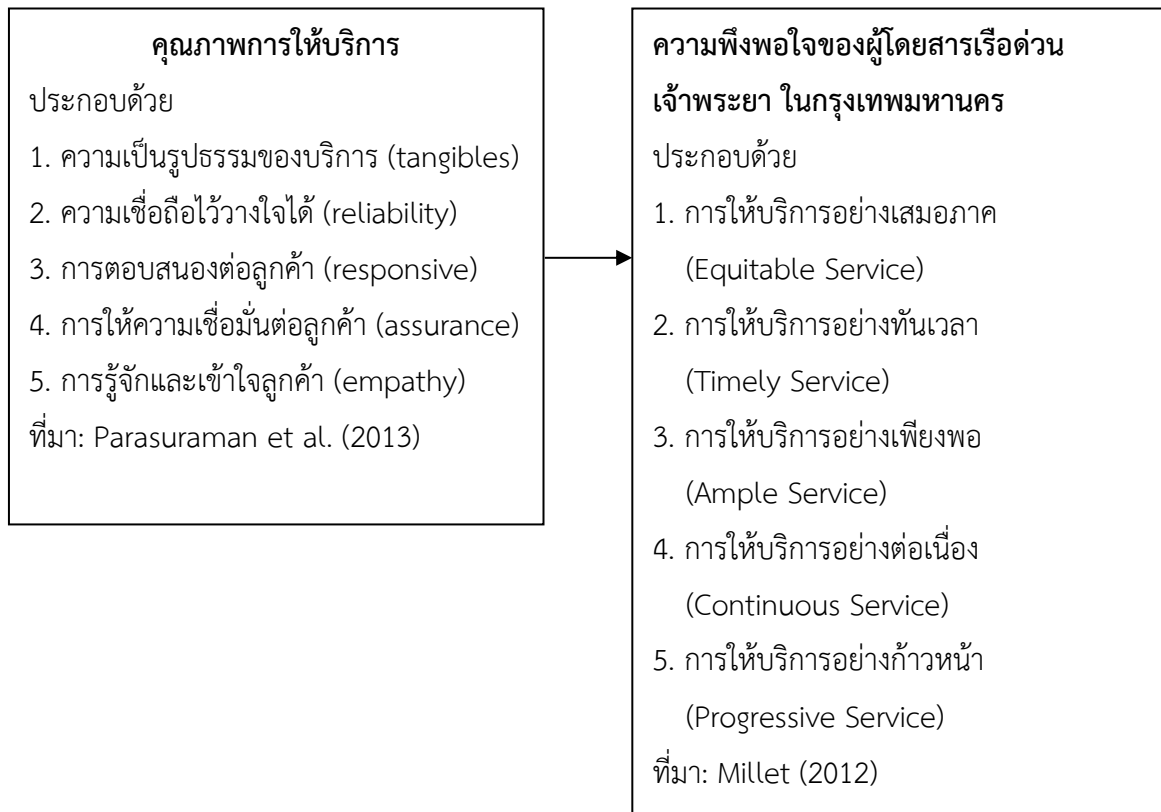
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผล การปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือ ความสามารถที่ทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ ทรัพยากรเท่าเดิม

จากการกล่าวข้างต้น พอจะสรุปได้ว่า การวัดความพึงพอใจต่อการบริการในงานนี้ ใช้แนวคิดของ Millet (2012) เพราะเป็นการวัดความชอบที่มีต่อบริการของธุรกิจที่มอบให้ผู้รับบริการและสร้างความชอบให้กับผู้รับบริการ (Millet, 2012)

กรอบแนวคิด

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเร็วด่วนเจ้าพระยา ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้โดยสารเร็วด่วนเจ้าพระยาเฉลี่ย ต่อวัน 13,265 คน ผู้โดยสารต่อปี 4,827,166 คน (กรมเจ้าท่า, 2563)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้โดยสารเร็วด่วนเจ้าพระยา จำนวน 400 ตัวอย่าง จากการเปิดตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1967) ที่มีประชากรเท่ากับ 4,827,166 คน และมีความคลาดเคลื่อน คือ 5% มีวิธีการสุ่มที่ไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็นในการสุ่ม คือ ใช้วิธีการเลือกสุ่มแบบโควตา และการสุ่มแบบบังเอิญ ที่เป็นการสุ่มตัวอย่างที่เผลอหรือยินดีให้ความร่วมมือตามจำนวนที่ต้องการจากการเลือกสุ่มแบบโควตาตามพื้นที่ 3 พื้นที่ (เป็นท่าเรือที่มีผู้โดยสารมากที่สุด) (กรมเจ้าท่า, 2563) คือ



ตารางที่ 1: แสดงจำนวนประชากรและจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ที่	ท่าเรือ	ประชากร	คิดเป็นร้อยละ	กลุ่มตัวอย่าง
1	ท่าสาทร	1,297,464	35	140
2	ท่าหนนทบุรี	1,574,249	40	160
3	ท่าพรานนก	1,049,140	25	100
	รวม	3,920,853	100	400

จากตารางที่ 1 พบว่า พื้นที่ที่ใช้ในการแจกแบบสอบถาม คือ ท่าสาทร เก็บจำนวน 140 คน ท่าหนนทบุรี เก็บจำนวน 160 คน และท่าพรานนก เก็บจำนวน 100 คน ในแต่ละพื้นที่ จึงมีการเลือกตัวอย่างแบบโดยบังเอิญ เป็นการแจกแบบสอบถามกับผู้โดยสารที่ให้ความร่วมมือตามจำนวนโควตาแต่ละพื้นที่

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ภูมิลำเนา และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้บริการของเรือด่วนเจ้าพระยา จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยามานานเท่าไร มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยา จ่ายค่าโดยสารเรือด่วนเจ้าพระยาต่อสัปดาห์ มักใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยาในช่วงเวลาใด มักใช้บริการในวันใด ประเภทของบริการเรือด่วนเจ้าพระยาที่ใช้เป็นประจำ ท่าที่ใช้บริการบ่อยที่สุด ใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยากี่ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยามานานเท่าไร มักใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยากับใคร และสาเหตุที่ใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยา

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อการให้บริการเรือด่วนเจ้าพระยา จำนวน 17 ข้อ ประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามคุณภาพการให้บริการเรือด่วนเจ้าพระยา จำนวน 18 ข้อ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม



วิธีการสร้างเครื่องมือ

1. ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยาเพื่อกำหนดเป็นนิยามศัพท์เฉพาะ ตลอดจนวิธีการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถาม และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่า ครอบคลุมวัตถุประสงค์จากการนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ จำนวน 1 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา
3. มีการตรวจสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาค แอลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า เกณฑ์การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (α) มีค่าระหว่าง $0 < \alpha < 1$ ผลจากการทดสอบค่าความเชื่อมั่น พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเมื่อนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ทดลอง (Pilot Test) จำนวน 40 ตัวอย่าง มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.965 และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.970 โดยคำถามในแต่ละตัวแปรมีระดับความเชื่อมั่นระหว่าง 0.837 – 0.970 ซึ่งผลของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของทั้งสองกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามเกณฑ์ (Nunnally, 1978)
4. จากนั้นมีการแก้ไขและเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยแบบสอบถามกับผู้โดยสารตามท่าเรือ 3 พื้นที่ คือ ท่าสาทร ท่าหนนทบุรี และท่าพรานนก โดยการสุ่มแบบบังเอิญ เป็นการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง ไปแจกแบบสอบถามในแต่ละท่าให้กับผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยาในการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ข้อมูลตอบคำถามในแบบสอบถามที่แจก
2. ก่อนแจกแบบสอบถามผู้วิจัยชี้แจงจุดประสงค์ วิธีการตอบแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง
3. กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม ให้สอบถามถึงข้อสงสัยในข้อคำถามได้
4. ตรวจสอบแบบสอบถามว่ามีข้อมูลครบถ้วนหรือสมบูรณ์ในทุกข้อคำถาม หากข้อมูลไม่สมบูรณ์ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ผู้วิจัยจะตัดแบบสอบถามนั้นออกและเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลครบตามจำนวน 400 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม หาค่าร้อยละ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรความพึงพอใจต่อการให้บริการของเรือด่วนเจ้าพระยา และตัวแปรคุณภาพการให้บริการ ที่เป็นข้อมูลจากข้อคำถามที่เป็น rating scale จะหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)



3. หาคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอย (Simple regression) แบบ Enter

4. หาคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression) แบบ stepwise

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมของการใช้บริการของเรือด่วนเจ้าพระยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยา ต่ำกว่า 1 ปี มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยา คือ ไปเที่ยวจ่ายค่าโดยสารเรือด่วนเจ้าพระยาต่อสัปดาห์โดยเฉลี่ยเท่ากับ 104.90 บาท มักใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยา ในช่วงเวลา 15.01-18.00 น. มักใช้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ ใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยา ประเภทธงส้ม (เส้นทาง: นนทบุรี-วัดราชสิงขร) ใช้บริการท่าสาทร ใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยาต่อสัปดาห์คือ 1-3 ครั้ง มักใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยาคนเดียว และสาเหตุที่ใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยา คือ สะดวกในการเดินทาง

2. ความคิดเห็นที่มีต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการของเรือด่วนเจ้าพระยาเมื่อพิจารณาทุกด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก พิจารณาแต่ละด้านดังนี้

2.1 ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริการเรือด่วนเจ้าพระยาทุกอัตราค่าโดยสารได้รับการแบบเดียวกัน อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือพนักงานให้บริการทุกคนโดยเสมอภาค อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการให้บริการหลากหลายเวลาในแต่ละรอบบริการเหมือนกัน อยู่ในระดับมาก

2.2 ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เวลาในการออกเรือหรือเรือมารับผู้โดยสารมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือบริการเรือด่วนเจ้าพระยาให้บริการตรงเวลา อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีการเพิ่มจำนวนเที่ยวเรือในเวลาเร่งด่วน อยู่ในระดับมาก

2.3 ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีจำนวนท่าเรือที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ มีจำนวนเที่ยวเรือที่เพียงพอ อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีจำนวนที่นั่งที่เรือเพียงพอ อยู่ในระดับมาก

2.4 ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่องโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือเรือด่วนเจ้าพระยาให้บริการอย่างต่อเนื่องและยาวนาน อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ มีพนักงานมาดูแลเรือที่เข้า-ออกที่ท่าเรืออย่างต่อเนื่องตลอดทั้งวัน อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีพนักงานทำความสะอาดท่าเรืออย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก



2.5 ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือมีการเพิ่มพนักงานที่ให้บริการมากขึ้นในช่วงเวลาเร่งด่วน อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ มีการเพิ่มมาตรการเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือมีการเพิ่มป้ายการประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก

3. ความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ เมื่อพิจารณาค่าคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน คือ

3.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือตัวเรื่อมีช่องทางเดินขึ้น/ลง สภาพพื้น ราวจับที่อยู่ในสภาพดี อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ สภาพท่าเรือ เช่น ขนาดท่าเรือเหมาะกับการใช้งาน/ราวจับบริเวณท่าเรือ มีความพร้อมใช้งาน อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สภาพยากันกระแทกระหว่างเรือกับโป๊ะอยู่ในสภาพดี อยู่ในระดับมาก

3.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความถูกต้องจากการเก็บเงินและทอนเงินของผู้ขายตัว อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ พนักงานที่ให้บริการแนะนำด้านเส้นทาง ค่าโดยสาร เวลาการบริการเดินเรือด้วยความถูกต้องและเชื่อถือได้ อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีความพร้อมของอุปกรณ์ด้านความปลอดภัยบนท่าเรือ เช่น เสื้อชูชีพ ห่วงยางฯลฯ อยู่ในระดับมาก

3.3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริการเรือด่วนเจ้าพระยาให้บริการโดยสารทางน้ำที่น่าประทับใจ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือพนักงานสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือพนักงานให้บริการตอบข้อซักถามได้ชัดเจน อยู่ในระดับมาก

3.4 ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ บริการเรือด่วนเจ้าพระยามีชื่อเสียงและมีภาพพจน์ที่ดี อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ผู้ควบคุมเรือมีใบอนุญาตขับเรือ ทำให้สร้างความเชื่อมั่นและความปลอดภัยให้กับลูกค้า อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ บริการเรือด่วนเจ้าพระยาได้รับอนุญาตจากรัฐให้ดำเนินการกิจการ ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ อยู่ในระดับมาก

3.5 ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือพนักงานให้บริการรับฟังคำแนะนำ และความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ พนักงานให้บริการมีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารแต่ละคน อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พนักงานให้บริการมีอัธยาศัยที่ดี มีความเอาใจใส่ และบริการลูกค้าด้วยความเป็นมิตร อยู่ในระดับมาก



4. การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ Simple Regression Analysis เพื่อตรวจสอบคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา

ตัวแปรอิสระ	b	SE _b	β	t	Sig.
ค่าคงที่	-0.488	0.118	-	-4.148	0.000*
คุณภาพให้บริการโดยภาพรวม	1.106	0.027	0.899	40.988*	0.000*

$R^2 = 0.808$, adjusted $R^2 = 0.808$, $F = 1679.989$, $P < 0.05$

จากค่า Adjusted $R^2 = 0.808$ อธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา เป็นผลมาจากคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวม คิดเป็นร้อยละ 80.8 ที่เหลืออีกร้อยละ 19.2 เป็นผลจากปัจจัยอื่นที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) แสดงให้เห็นว่าค่า Sig. = 0.000 ซึ่งมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวได้ว่า คุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.899 ดังนั้นคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา กล่าวคือ คุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา เพิ่มขึ้น 0.899 หน่วย

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์ Multiple Regression Analysis เพื่อคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	Sig.
ค่าคงที่	0.296	0.090	-	3.276	0.001
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	0.429	0.038	0.467	11.259	0.000*
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	0.186	0.037	0.176	4.996	0.000*
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	0.141	0.039	0.156	3.637	0.000*
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	0.173	0.038	0.192	4.550	0.000*
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	0.027	0.020	0.026	1.351	0.177

$R^2 = 0.856$, adjusted $R^2 = 0.855$, $F = 588.413$, $P < 0.05$



จากค่า Adjusted $R^2 = 0.855$ อธิบายได้ว่า ความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา เป็นผลมาจากคุณภาพการให้บริการ ซึ่งได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 85.50 ที่เหลืออีก ร้อยละ 14.50 เป็นผลมาจากปัจจัยอื่นที่ไม่ได้นำมาพิจารณา

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา โดยแยกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐาน 2.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา อ้างอิงจากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์สมการการถดถอยพหุคูณ ค่า Sig ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย มีค่าเท่ากับ 0.467 หมายความว่า ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา กล่าวคือ เมื่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา เพิ่มขึ้น 0.467 หน่วย

สมมติฐานที่ 2.2 ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา อ้างอิงจากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์สมการการถดถอยพหุคูณ ค่า Sig ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย มีค่าเท่ากับ 0.176 หมายความว่า ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา กล่าวคือ เมื่อคุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา เพิ่มขึ้น 0.176 หน่วย

สมมติฐานที่ 2.3 ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา อ้างอิงจากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์สมการการถดถอยพหุคูณ ค่า Sig ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย มีค่าเท่ากับ 0.156 หมายความว่า ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา กล่าวคือ เมื่อคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา เพิ่มขึ้น 0.156 หน่วย



สมมติฐานย่อยที่ 2.4 ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา อ้างอิงจากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์สมการการถดถอยพหุคูณ ค่า Sig ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย มีค่าเท่ากับ 0.192 หมายความว่า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา กล่าวคือ เมื่อคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา เพิ่มขึ้น 0.192 หน่วย

สมมติฐานย่อยที่ 2.5 ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา อ้างอิงจากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์สมการการถดถอยพหุคูณ ค่า Sig ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.177 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ได้แก่ ควรมีที่กั้นน้ำกระเด็น ควรเก็บอัตราค่าโดยสารให้ถูกกว่านี้ พนักงานควรแจ้งเตือนท่าเรือที่กำลังจะจอด ควรเพิ่มจำนวนเที่ยวเรือด่วนธงเขียว ธงเหลืองหลังเวลา 9.00 น. ควรเพิ่มจำนวนเที่ยวเรือในวันหยุดราชการ ควรเพิ่มขนาดเรือโดยสาร และควรเพิ่มความเร็วในการเดินเรือ

สรุปและอภิปรายผล

คุณภาพการให้บริการผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา แสดงถึง คุณภาพการให้บริการโดยรวมมีอิทธิพลที่ส่งต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยาในกรุงเทพมหานคร นั่นคือ การให้บริการของเรือด่วนเจ้าพระยาที่เป็นบริการโดยสารทางเรือที่ให้ความสะดวกในการเดินทาง มีอุปกรณ์ความปลอดภัย เช่น ห่วงยางมีบริการที่ออกเรือตรงเวลา มีหลายเที่ยวการเดินทาง พนักงานให้คำแนะนำที่ดี มีการยอมรับจากสังคมภายนอกจากการได้รับรางวัล เช่น รางวัลเรือโดยสารในแม่น้ำยอดเยี่ยม (Best River Ferry) ประจำปี 2020 จากเบียร์ด มารีไทม์ อวอร์ดส (BAIRD MARITIME AWARDS) เป็นต้น จากบริการที่ได้รับจากเรือด่วนเจ้าพระยาที่มีความน่าเชื่อถือ เชื่อมั่น ได้รับบริการที่จับต้องได้และเข้าใจผู้โดยสารอย่างดี สามารถสร้างความพอใจให้เกิดขึ้นจากการได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกัน ตรงตามความต้องการ ตามเวลา เพียงพอและต่อเนื่อง

สมมติฐานที่ 2.1 คุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา แสดงถึง บริการที่สามารถจับต้องได้ ได้แก่ สภาพแวดล้อมการบริการ เช่น อุปกรณ์สำหรับการให้บริการทันสมัย สะดวกสบาย และพนักงานมีความสุข เรียบร้อยจากการที่ผู้โดยสารได้รับความสะดวก คือ มีขั้นตอนไม่มาก ใช้เวลาอันสั้น ทำให้มีเวลาไปทำกิจกรรมอื่น ๆ ได้



มีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา เรือด่วนเจ้าพระยาสามารถให้บริการแก่ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจหรือชื่นชอบในบริการที่ได้รับจากการใช้บริการโดยสารทางเรือ สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา เป็นบริการที่สามารถทำให้ผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยาพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ เช่น ตัวเรือ สภาพท่าเรือ เหมาะกับการใช้งาน / รวบรวมบริเวณท่าเรือ มีความพร้อมใช้งาน สภาพยางกันกระแทกระหว่างเรือกับโป๊ะอยู่ในสภาพดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ วรรณวิเศษ, จันทิมา แสงรุ่ง, มัลลิกา อินพรหม และบุปผชาติ แต่งเกื้อย (2562) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีให้บริการ คือ มีจำนวนเรือที่ให้บริการเหมาะสมกับจำนวนผู้โดยสาร

สมมติฐานที่ 2.2 คุณภาพการให้บริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา แสดงถึง ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ คือ บริษัท เรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด เช่น มีความพร้อมให้บริการ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา และรักษาข้อมูลของลูกค้า ลูกค้าพอใจที่ได้รับการแก้ปัญหาและมีข้อมูลบางอย่างที่ไม่ต้องการเปิดเผย จึงเป็นผลให้ลูกค้าชื่นชอบ เชื่อมั่น เชื่อถือหรือจนเกิดความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยาในกรุงเทพมหานคร เช่น ความถูกต้องจากการเก็บเงินและทอนเงินของผู้ขายตั๋ว พนักงานที่ให้บริการแนะนำด้านเส้นทาง ค่าโดยสาร เวลาการบริการเดินเรือด้วยความถูกต้องและเชื่อถือได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจมาศ แฉ่งเวชฉาย (2559) ที่พบว่า คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือพยากรณ์ความพึงพอใจ ของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2.3 คุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา แสดงถึง ด้านการตอบสนองของพนักงานต่อลูกค้า คือ ความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า เช่น พนักงานบริการรวดเร็ว มีขั้นตอนการให้บริการง่าย และจำนวนพนักงานพอเพียงมีส่งผลให้ลูกค้ารู้ถึงความสำคัญของตนเอง ลูกค้าต้องการบริการที่ใช้เวลาอันสั้น ขั้นตอนไม่ซับซ้อน เพราะไม่ต้องการใช้เวลามาก เพื่อให้ตนเองมีเวลาไปทำกิจกรรมหรือธุระอื่น ๆ ได้ จนเกิดความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยาในกรุงเทพมหานคร เช่น บริการเรือด่วนเจ้าพระยาให้บริการโดยสารทางน้ำที่น่าประทับใจ พนักงานให้บริการตอบข้อซักถามได้ชัดเจน ให้กับลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกวรรณ วรรณวิเศษ และคณะ (2562) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านกระบวนการ ในเรื่อง ระบบการออกตั๋วโดยสารที่มีความสะดวก มีกระบวนการทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีความรวดเร็วในการให้บริการ

สมมติฐานที่ 2.4 คุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา แสดงถึง ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า คือ บริษัท เรือด่วนเจ้าพระยา จำกัดสร้างความมั่นใจเกี่ยวกับชื่อเสียง การบริการที่มีความมั่นคง ลูกค้าได้รับบริการที่ไว้วางใจในความที่มีชื่อเสียงพิจารณาจากการได้รับรางวัล กิจกรรมตั้งมายาวนาน ส่งผลให้รู้สึกพอใจ เชื่อถือจนเกิดความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานคร เช่น เรือด่วนเจ้าพระยาสร้างความ



เชื่อมั่นด้วยการได้รับรางวัล เช่น รางวัลเรือโดยสารในแม่น้ำยอเดียม (Best River Ferry) ประจำปี 2020 จาก เบียร์ด มาร์ริทม อวอร์ดส (BAIRD MARITIME AWARDS) เป็นต้น ผู้ควบคุมเรือมีใบอนุญาตขับเรือ ทำให้สร้างความเชื่อมั่นและความปลอดภัยให้กับลูกค้า บริการเรือด่วนเจ้าพระยาได้รับอนุญาตการดำเนินการจากรัฐ ทำให้ลูกค้ามีความเชื่อมั่นในบริการที่ได้รับ บริการเรือด่วนเจ้าพระยามีชื่อเสียงและมีภาพพจน์ที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญชญา แจ้งเวชฉาย (2559) ที่พบว่า คุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าพยากรณ์ความพึงพอใจ ของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2.5 คุณภาพการให้บริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปฏิเสธสมมติฐาน แสดงว่า ลูกค้าไม่ให้ความสำคัญต่อพนักงานให้บริการที่ให้ความช่วยเหลือเป็นพิเศษ เช่น คนชรา เด็ก สตรีมีครรภ์ เพราะผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคนทั่วไป ไม่ต้องการคำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดของบริการ และต้องการเน้นบริการจากการโดยสารจากเรือและสภาพแวดล้อม ทำให้ลูกค้าไม่ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าที่ได้รับจากพนักงาน อาจจะไปขึ้นอยู่กับปัจจัยประชากรศาสตร์ เช่น อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้ ที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุกรร หิรัญรัตน์ (2554) ที่พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการมีอายุแตกต่างกัน สถานภาพ อาชีพและรายได้แตกต่างกันจึงมีความพึงพอใจการใช้เรือด่วนเจ้าพระยาต่างกัน แสดงว่า ความพอใจที่เกิดขึ้นอาจไม่ได้เกิดจากการให้บริการของเรือด่วนเจ้าพระยา แต่เกิดจากลักษณะส่วนตัวของผู้โดยสารเอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านคุณภาพโดยภาพรวม จากข้อค้นพบ เรือด่วนเจ้าพระยายังขาดเจ้าหน้าที่ดูแลความสะอาดท่าเรือ มีข้อเสนอแนะ คือ ควรเพิ่มเจ้าหน้าที่ดูแลความสะอาดของท่าเรือเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุข เช่น การฉีดพ่นฆ่าเชื้อโรค การเช็ดด้วยแอลกอฮอล์ ตลอดทั้งวัน เป็นต้น
2. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ จากข้อค้นพบ สภาพ양กันกระแทกมีการเสื่อมสภาพ มีข้อเสนอแนะ คือ ควรปรับสภาพ양กันกระแทกระหว่างเรือกับโป๊ะอยู่ในสภาพดี เป็นส่วนบริการที่จับต้องได้ และเป็นการรักษาความปลอดภัยอันเป็นสิ่งสำคัญหลักของบริการ สามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น ถ้าได้รับการปรับปรุง และจะมีการมาใช้บริการบ่อยขึ้นเพราะความรู้สึกถึงความมั่นคง และความปลอดภัยที่ได้รับ
3. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ จากข้อค้นพบ อุปกรณ์ เช่น เสื้อชูชีพ ห่วงยาง มีจำนวนน้อย มีข้อเสนอแนะ คือ ควรมีอุปกรณ์ปลอดภัยบนท่าเรือ เช่น ห่วงยาง ฯลฯ เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด หรืออุบัติเหตุ จะทำให้ผู้โดยสารมีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน



4. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า จากข้อค้นพบ ข้อมูลหรือสถานการณ์มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีข้อเสนอแนะ คือ ควรให้พนักงานให้บริการตอบข้อซักถามได้ชัดเจนมากขึ้น จากการอบรมพนักงานที่ให้คำแนะนำและแก้ไขลูกค้าเป็นประจำ เพื่อให้พนักงานเหล่านี้มีทักษะที่ดีในการให้บริการ และเป็นการอัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทเรือด่วนเจ้าพระยา จำกัดที่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย เช่น การเปลี่ยนแปลงเที่ยวเรือ เวลาเรือเทียบท่า เป็นต้น

5. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า จากข้อค้นพบ เรือด่วนเจ้าพระยา ยังขาดหน่วยงานเฉพาะที่รับผิดชอบการควบคุมดูแลบริการที่ให้ผู้โดยสาร มีข้อเสนอแนะ คือ เรือด่วนเจ้าพระยาได้รับอนุญาตการดำเนินการจากรัฐ ลูกค้ามีความเชื่อมั่นต่อบริการมากขึ้น โดยการเพิ่มหน่วยงานในเรือด่วนเจ้าพระยาเพื่อมีหน้าที่ในการดูแลมาตรฐานการให้บริการหรือการประกันคุณภาพการให้บริการ เป็นการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อทำงานเกี่ยวกับมาตรฐานบริการโดยเฉพาะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเรื่องอื่น ๆ เช่น ปัญหาความปลอดภัยของผู้โดยสารเรือด่วนเจ้าพระยา งานวิจัยนี้พบว่า สภาพยากันกระแทกระหว่างเรือกับโป๊ะอยู่ในสภาพดี มีระดับเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเมื่อเทียบกับข้ออื่นในด้านความเป็นรูปธรรม และบริการที่ศึกษาเป็นบริการเรือโดยสารทางน้ำ ที่มีเหตุการณ์ในอดีตที่โป๊ะเรือล่มเมื่อปี พ.ศ. 2538 ที่เป็นเหตุการณ์โป๊ะล่มที่ท่าพรานนก ซึ่งเป็นอุทกภัยที่ควรคำนึงถึงความไม่ให้เกิดความเสียหายเป็นสิ่งสำคัญ

2. ควรศึกษาประชากรอื่น ๆ เช่น พนักงานของเรือด่วนเจ้าพระยา เป็นการศึกษาการทำงานของเจ้าหน้าที่หรือพนักงานที่ทำงานกับเรือด่วนเจ้าพระยา การบริการเรือด่วนเจ้าพระยามาจากพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ พบว่า บริการเรือด่วนเจ้าพระยาจะได้รับการยอมรับจากผู้โดยสารได้ดี ต้องมาจากการทำงานของพนักงานเป็นสำคัญ ดังนั้นการรับฟังความคิดเห็นของพนักงานจะทำให้คุณภาพการให้บริการของเรือด่วนเจ้าพระยาได้รับการพัฒนามากยิ่งขึ้น

3. ควรศึกษากับลูกค้ากลุ่มอื่น เช่น คนชรา เด็ก สตรีมีครรภ์ ซึ่งเป็นผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงบริการให้เป็นสากล สามารถรองรับผู้บริการได้ทุกประเภท

4. ใช้เครื่องมือของการวิจัยอื่น ๆ เช่น แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต ซึ่งการใช้แบบสัมภาษณ์จะได้ข้อมูลเชิงลึก ส่วนการใช้แบบสังเกต สามารถเก็บข้อมูลที่เห็นเชิงประจักษ์ จะทำให้การเก็บข้อมูลครอบคลุมมากยิ่งขึ้น



เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ วรรณวิเศษ, จันทิมา แสงรุ่ง, มัลลิกา อินพรหม และบุปผชาติ แต่งเกลี้ยง. (2562). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ที่มีต่อการใช้บริการเรือเฟอร์รี่ข้ามฟาก ดอนสัก - เกาะสมุย ของบริษัท ซีทรานเฟอร์รี่ จำกัด จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *Walailak Procedia*, 6, 1-7.
- กรมเจ้าท่า. (2557). รายงานการสำรวจความหนาแน่นผู้โดยสารเรือคลองแสนแสบ. สืบค้นจาก https://md.go.th/wp-content/uploads/2021/11/Saen_Saep_57.pdf.
- กรมเจ้าท่า. (2563). รายงานการสำรวจ ความหนาแน่นผู้โดยสารเรือด่วนเลียบบึงแม่น้ำเจ้าพระยา ประจำปีงบประมาณ 2563. สืบค้นจาก https://md.go.th/wp-content/uploads/2021/11/express_boat63.pdf.
- ณัฐกร หิรัญรัตน์. (2554). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยา. สืบค้นจาก <https://repository.rmutp.ac.th/bitstream/handle/123456789/1048/RMUTP;jsessionid=FBCE6C308FA2C8AC09BF3F094F7E906C?sequence=1..>
- บริษัท เรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด. (2562). ข้อมูลงบกำไรขาดทุน บริษัท เรือด่วนเจ้าพระยา จำกัด. สืบค้นจาก https://data.creden.co/company/income_statement/0105514005576.
- เบญชภา แจ้งเวชฉาย. (2559). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปริญญ์ เฟื่องเพียร. (2553). ปัจจัยในการส่งเสริมการเดินทาง ด้วยเรือด่วนเจ้าพระยาเชื่อม ต่อโครงข่ายขนส่งมวลชนระบบราง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยณัฐ จันท์เกิด. (2560). คุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครนครสวรรค์ ตามการรับรู้ของประชาชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- พิชญา บำรุงพันธ์ และทยากร เลหาสกุลงาม. (2560). การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางแม่น้ำเจ้าพระยา ในกรุงเทพมหานครโดยเรือด่วนเจ้าพระยา. รายงานการปฏิบัติงานสหกิจศึกษา, มหาวิทยาลัยสยาม.
- เพ็ญญา จรัสพันธ์. (2557). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเน็ต โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี. งานนิพนธ์ปริญญาตรีมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภาณุเดช เพียรความสุข. (2558). ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี (รายงานการวิจัย). อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ศิกษก บรรลือฤทธิ์ และจิราภรณ์ กาญจนสุพรรณ. (2561). เรือกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาลุ่มน้ำเจ้าพระยาฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.



- Millet, J. D. (2012). *Management in the public service: The quest for effective performance*. New York: McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2013). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49, 41 -50.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis* (2nd ed.). New York: Harper and Row.