

ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
คมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร

**The Impact of Marketing Mix and Boat Service Quality Factors
to Passenger Satisfaction for The Route of Canal Transport
In Bangkok Metropolis Area**

เจนภพ คำสัต์ย์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

*ผู้รับผิดชอบบทความ

Jenphop Khamsat

Email: 6214154630@rumail.ru.ac.th

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

*Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานครกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการเรือโดยสาร เช่น เรือด่วน เรือข้ามฟาก และเรือไฟฟ้า และได้อาศัยอยู่กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐานการทดสอบความแตกต่างแบบ F-test (One-way ANOVA) และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

จากผลของการศึกษา ปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ พบว่า อายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่างกันทำให้มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน ส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยคุณภาพบริการ ได้แก่ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการเอาใจใส่จากพนักงาน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ : การใช้บริการคมนาคมทางน้ำ, ความพึงพอใจ, คุณภาพการบริการเรือโดยสาร

ABSTRACT

This research had the objective to (1) to study factors influencing passenger satisfaction for the route of canal transport in Bangkok Metropolis area (2) to study factors influencing passenger satisfaction for the route of canal transport in Bangkok Metropolis area categorized by sex, age, educational level, status, occupation and average monthly income (3) to study the impact of marketing mix and boat service quality factors to passenger satisfaction for the route of canal transport in Bangkok Metropolis area. The sample groups used in this research were passengers of service boats such as speedboat, ferry and electric boat and living in Bangkok Metropolis area in the number of 400 people. Questionnaire was used as a tool in collecting statistic data. The statistics used in the analysis were frequency, percentage, means, standard deviation, F-test hypothesis test, One-way ANOVA. If the difference was found, they would be compared in pair by using the method of LSD and Multiple Regression.

The hypothesis test on personal factors including sex, age, educational level, marital status, occupation and monthly income found that that different occupation and monthly income caused different passenger satisfaction for the route of canal transport in Bangkok Metropolis area. The marketing mix factor and service quality factor were service process and attention from employees influencing passenger satisfaction for the route of canal transport in Bangkok Metropolis area with statistical significance at 0.05.

Keyword: The Route of Canal Transport, Satisfaction, Passenger boat service quality

บทนำ

ปัจจุบันปัญหาการจราจรที่ติดขัดในกรุงเทพมหานครเป็นปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางของคนเมืองเนื่องจากระบบขนส่งสาธารณะทางบกไม่สามารถตอบสนองความต้องการในการเดินทางได้เพียงพอจึงทำให้ผู้คนหันมาใช้รถยนต์ส่วนบุคคลมากขึ้นจึงทำให้ปริมาณรถยนต์ในท้องถนนนั้นเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วโดยในปีพ.ศ.2563 จำนวนรถที่จดทะเบียนในกรุงเทพฯ๑สะสมรวม 10,971,799 คัน

และตั้งแต่ปีพ.ศ. 2559-2563 จำนวนรถที่จดทะเบียนในกรุงเทพมหานครสะสมเพิ่มขึ้นร้อยละ 17.18 (กรมการขนส่งทางบก, 2564)

ถึงแควดล้อมและปัญหาสุขภาพของประชาชน แม้ว่าการขนส่งทางบกจะเป็นระบบหลักของการขนส่งในกรุงเทพมหานครแต่จากสภาพการจราจร ที่ติดขัดทำให้การขนส่งทางน้ำกลับมาได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น ทั้งจากประชาชนบางกลุ่มและหน่วยงานภาครัฐเพราะการขนส่งทางน้ำช่วยให้การเดินทางถึงที่หมายปลายทางได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ไม่มีปัญหาเรื่องการจราจรติดขัดเป็นทางเลือกในการเดินทางรูปแบบหนึ่งซึ่งมีส่วนช่วยบรรเทาความแออัดคับคั่งของการจราจรทางบกแต่การขนส่งทางน้ำได้มีส่วนของผู้ใช้บริการเท่านั้นเมื่อเทียบกับการเดินทางรูปแบบอื่นจากสภาพทางกายภาพของแม่น้ำ ลำคลอง ยังสามารถ ปรับปรุงพัฒนาการขนส่งและการสัญจรทางน้ำให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นให้เป็นระบบการขนส่งระบบหนึ่งซึ่งสามารถประสานกับระบบการขนส่งอื่นๆ ในกรุงเทพมหานครได้อย่างดี ทำให้กลุ่มผู้ใช้บริการเดิมได้รับความสะดวกสบายมากขึ้นและยังสามารถ เพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการให้เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระการเดินทางโดยการขนส่งทางบกได้ในการเดินเรือส่วนใหญ่ ประสบปัญหาการร้องเรียนจากประชาชนในเรื่องการให้บริการ ทำให้กรุงเทพมหานครจึงต้องหาแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ โดยคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้บริการเป็นหลัก

จากการที่ประชาชนต้องอาศัยเส้นทางคมนาคมทางน้ำใช้บริการขนส่งโดยสารเรือข้ามฟาก เรือควานเจ้าพระยา และเรือคลองแสนแสบ ในชีวิตประจำวันนั้น พบประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งคือ การที่รัฐบาลให้เอกชนมีสิทธิได้รับสัมปทาน ซึ่งลักษณะของการได้รับอนุญาต จะห้ามเอกชนรายอื่นที่มีความสามารถในการดำเนินการเข้ามาแข่งขันดำเนินการ ส่งผลให้เอกชนผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตสามารถดำเนินการได้โดยไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จากความสำคัญดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบ ถึงความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่จะใช้บริการในด้านต่างๆอันจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนเพื่อพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการให้มีศักยภาพเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลจากคุณภาพการบริการ เมื่อระบบการเดินทางและ ขนส่งมีความสะดวกขึ้น ช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับประชาชน ทำให้เกิดการพัฒนาด้านสังคมยิ่งขึ้น อีกทั้งยังชี้ให้เห็นถึงปัญหาอุปสรรคจากผู้โดยสารเพื่อเสนอแนะแนวทางจัดการและการปรับปรุงคุณภาพการบริการทางเรือให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ผู้วิจัยจึงกำหนดขอบเขตในการวิจัยโดยเลือกปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านการตอบสนอง ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการเอาใจใส่จากพนักงานมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการเรือโดยสาร เช่น เรือด่วน เรือข้ามฟาก และเรือไฟฟ้า และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิด้วยการใช้แบบสอบถาม ซึ่งมีระยะเวลาในการสำรวจ ตั้งแต่ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2565

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบความแตกต่างในด้านปัจจัยบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานครและนำไปพัฒนาให้สอดคล้องและสามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคได้

2. เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานครและนำข้อมูลเป็นแนวทางแนวทางให้ผู้ประกอบการนำข้อมูลที่ได้ไปปรับใช้ให้เป็นประโยชน์สำหรับการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสาร

3. ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้โดยสารมากขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ Berry, Parasuraman & Zeithamal (1990) ที่ทำการปรับปรุงตัวแบบ SERVQUAL (Service Quality) เป็น RAIER ซึ่ง เหลือเกณฑ์ที่เหมาะสมในการวัดประเมินคุณภาพการให้บริการสาธารณะ 5 ด้าน โดยผู้วิจัยจะ นำมาใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อวัดคุณภาพการให้บริการเรือโดยสารสาธารณะของ กรุงเทพมหานคร การนำตัวแบบ SERVQUAL

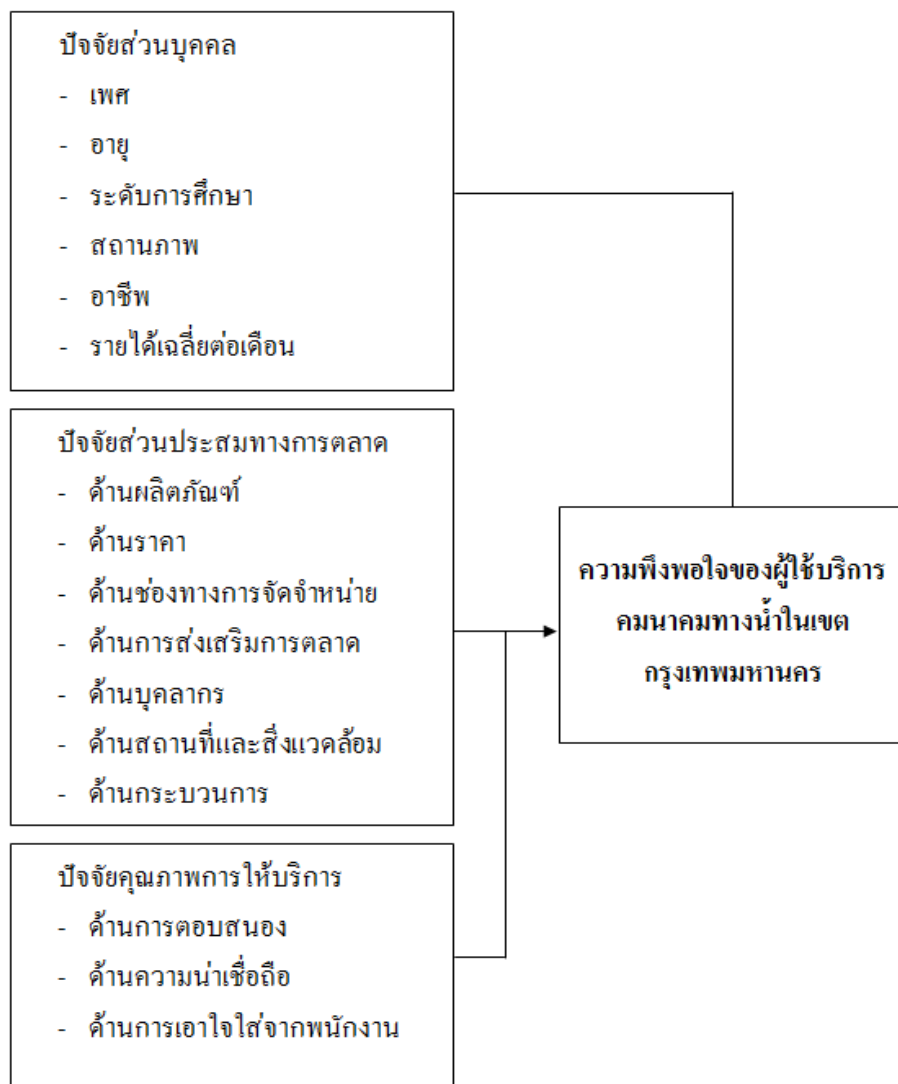
มาใช้ซึ่งเป็นการประเมินจากการวัดมาตรฐานความพึงพอใจของผู้รับบริการด้านต่าง ๆ โดย อันจะประกอบไปด้วย ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การให้ความมั่นใจแก่ ผู้รับบริการ (Assurance) สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) การเอาใจใส่ (Empathy) และการตอบสนอง (Responsiveness)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2541) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกจากลูกค้าที่มีความพึงพอใจหรือไม่มีความพึงพอใจซึ่งเป็นผลลัพธ์มาจากการเปรียบเทียบ ระหว่างการรับรู้ ในการทำงานของผลิตภัณฑ์กับความคาดหวังของลูกค้า ถ้าผลการทำงานของ ผลิตภัณฑ์ต่ำกว่า ความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พึงพอใจ ถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์เท่ากับ ความ คาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิด ความพึงพอใจ และถ้าผลการทำงานของผลิตภัณฑ์สูงกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ อย่างมาก

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ลักษณะปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ด้าน เพศ อายุ การศึกษา รายได้ จะมีความนิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะส่วนบุคคลเป็นลักษณะที่สำคัญ และช่วยในการกำหนดตลาดเป้าหมายทางการตลาดรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปร อื่น ๆ ตัวแปรด้านทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ซึ่งคนที่มีประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้หรือเงินเดือน

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ Adrian (1993) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix) หมายถึง วิธีการหรือแนวปฏิบัติที่ องค์กรได้ดำเนินการเพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ผู้บริโภคเกิดความสัมพันธ์กันและตอบสนองเชิงบวก ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในสินค้าหรือบริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้องค์กรบรรลุตามวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่วางไว้นั่นเอง

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านบุคคล ที่แตกต่างกันน่าจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยคุณภาพการบริการน่าจะมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการเรือโดยสาร เช่น เรือด่วน เรือข้ามฟาก และเรือไฟฟ้า และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของใช้สูตรทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1973) ได้มีการกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยกำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากจำนวนประชากรทั้งสิ้น 5,527,994 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 400 คน มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

สูตรที่ใช้ คือ

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ความผิดพลาดที่ยอมรับได้โดยกำหนดที่ $\pm 5\%$
ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} &= \frac{5,527,994}{1+5,527,994 (0.05)^2} \\ &= 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และการสุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือสะดวก (Convenience Sampling) โดยการคัดเลือกผ่านคำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถาม เฉพาะผู้ใช้บริการเรือโดยสาร เช่น เรือด่วน เรือข้ามฟาก และเรือไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม (questionnaire) โดยสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ส่วน 1 ข้อมูลปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยคำถามในลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบ (Checklist) ซึ่งกำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ เท่านั้น โดยเป็นการให้ระดับความสำคัญ

การวิจัยนี้ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้วิจัยได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้จากการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของ

ผู้ทรงคุณวุฒิมาทดสอบความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ราย ซึ่งผลการทดสอบได้ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.975

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานการทดสอบความแตกต่างแบบ F-test (One-way ANOVA) และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 - 40 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่ามากที่สุด มีสถานภาพโสดมากที่สุด มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท

2. การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจการเดินทางโดยเรือโดยสารในด้านของความรวดเร็วและความตรงต่อเวลาเป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ มีความพึงพอใจการเดินทางโดยเรือโดยสารในด้านสถานที่ พาหนะและสิ่งอำนวยความสะดวก และน้อยที่สุดคือ ความพึงพอใจในการเดินทางโดยเรือโดยสารในด้านของการให้บริการ

3. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ที่ได้มาใช้บริการคมนาคมทางน้ำเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านบุคคล สามารถสรุปผลวิจัย พบว่า อายุ อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันทำให้มีความพึงพอใจของผู้ที่ได้มาใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานครต่างกัน

4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการคมนาคมทางน้ำเขตกรุงเทพมหานคร ด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยคุณภาพในการบริการ โดยสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านคุณภาพบริการ

ส่วนประสมทางการตลาด	b	Std. Error	Beta	t	Sig.	F	Sig.
Constant	1.344	0.406		3.312	0.001	5.278	0.000*
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.026	0.052	0.026	0.507	0.612		
2. ด้านราคา	0.101	0.054	0.096	1.895	0.059		
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.009	0.050	0.009	0.188	0.851		
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	-0.038	0.044	-0.045	-0.858	0.392		
5. ด้านบุคลากร	0.014	0.060	0.012	0.230	0.818		
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	0.122	0.050	0.132	2.427	0.016*		
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.054	0.055	0.051	0.976	0.330		
8. ด้านการตอบสนอง	0.084	0.054	0.079	1.550	0.122		
9. ด้านความน่าเชื่อถือ	0.100	0.053	0.096	1.887	0.060		
10. ด้านการเอาใจใส่จากพนักงาน	0.154	0.050	0.153	3.062	0.002*		

R = 0.346, R² = 0.119, Adjusted R Square = 0.097, SEE = 0.649

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่าตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านคุณภาพบริการ โดยภาพรวม และชี้ให้เห็นว่าด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการเอาใจใส่จากพนักงาน โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านคุณภาพบริการ โดยภาพรวม ดังกล่าวสามารถพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญ

โดยตัวแปรอิสระที่มีอำนาจพยากรณ์ดีที่สุด คือ ด้านการเอาใจใส่จากพนักงาน ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.154 รองมาคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ค่าสัมประสิทธิ์ 0.122 ตามลำดับ ทำให้ตัวแปรทั้ง 2 ตัวนี้ มีผลต่อการใช้บริการคมนาคมทางน้ำ ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านคุณภาพบริการ

โดยภาพรวม ได้ร้อยละ 11.90 หรือมีค่าอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 11.90 และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ที่ ± 0.097 ดังสมการนี้

$$Y = 1.344 + 0.154(\text{ด้านการเอาใจใส่จากพนักงาน}) + 0.122(\text{ด้านกระบวนการในการให้บริการ})$$

จากสมการข้างต้นจะเห็นได้ว่า

หากเพิ่มด้านราคาการเปลี่ยนแปลง 1 หน่วย ในขณะที่ส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่น ๆ คงที่ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวม จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.122 หน่วย

หากเพิ่มด้านราคาการเปลี่ยนแปลง 1 หน่วย ในขณะที่ส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่น ๆ คงที่ ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านการเอาใจใส่จากพนักงาน โดยภาพรวม จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.154 หน่วย

จากตารางดังกล่าวผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการเอาใจใส่จากพนักงานมีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านส่วนประสมทางการตลาดและด้านคุณภาพบริการ โดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

1) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และด้านคุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร ได้รับการบริการที่เท่าเทียมกัน มีความสะดวกในการเดินทาง จึงทำให้ลูกค้าผู้ให้บริการมีความประทับใจและอยากกลับมาใช้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับปีณภัทร์ ในตอน (2563) ได้ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของรถโดยสารอัญริยะ ของบริษัท รีเจียน นอล ทรานซิสท์ คอร์เปอร์เรชั่น จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อ ส่วนประสมการตลาดบริการของรถโดยสารอัญริยะ ของบริษัท รีเจียนนอล ทรานซิสท์ คอร์เปอร์เรชั่น จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ด้านทัศนคติพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการรถโดยสารอัญริยะฯ ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นในภาพรวมต่อส่วนประสมการตลาด ในด้าน ผลิตภัณฑ์และบริการสูงสุด ใน

เรื่องพนักงานขับรถควรขับอย่างสุภาพและปฏิบัติตามกฎจราจร รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องป้ายรถโดยสารอัจฉริยะฯ RIC ควรมีที่นั่งและ หลังคากันแดดและฝน ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องป้ายประชาสัมพันธ์และแจ้งข้อมูลควรมี ขนาดตัวอักษรที่อ่านได้ชัดเจน และด้านราคา ในเรื่องควรมีช่องทางการชำระค่าโดยสารรถอัจฉริยะฯ RIC ผ่านทาง QR code

2) จากผลการศึกษาในส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านการศึกษา ด้านสถานภาพ ด้านการอาชีพ และด้านรายได้ ต่อเดือน พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีความต่างกัน ทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมมีความแตกต่างกัน นั้นแสดงให้เห็นว่า ผู้มาใช้บริการที่มีลักษณะที่มีความแตกต่างกัน มีความพึงพอใจของการใช้บริการ และมีความสะดวกสบายในการเดินทางที่เกิดขึ้นต่างกัน อาจเนื่องมาจากความไว้วางใจในส่วนของการบริการที่ผู้ให้บริการประทับใจ หรือเกิดความพึงพอใจในการเดินทางที่ต่างกัน มีความสอดคล้องกับสุพัตรา แหวนทอง (2560) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการเรือโดยสารสาธารณะของกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการเรือโดยสารสาธารณะกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับดีทุกด้าน โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ รองมาคือ ด้านการตอบสนองต่อความต้องการ ของผู้รับบริการ ด้านความเอาใจใส่ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความน่าเชื่อถือของบริการ ตามลำดับ

3. จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านคุณภาพบริการ โดยภาพรวม พบว่า ส่วนประสมการตลาด และคุณภาพการบริการมีผลต่อการใช้บริการคมนาคมทางน้ำในเขตกรุงเทพมหานคร อาจเนื่องมาจากการมาใช้บริการในแต่ละครั้งต่างกัน จึงทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการที่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำแตกต่างกันด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวรรณ รัตน์ปิยนนท์ (2561) ได้ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของ ลูกค้ากลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์ : บทบาทตัวแปรส่งผ่านความพึงพอใจของลูกค้าผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด ผลการทดสอบ สมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้มาใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติ รวมถึงพบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่เป็นตัวแปรคั่นกลาง สนับสนุนความสัมพันธ์ ระหว่างคุณภาพการบริการและความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการเพียงบางส่วนเท่านั้น

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ปัจจัยทางการตลาด จากการศึกษา พบว่า ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ผู้บริหารหรือผู้เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เกิดความน่าสนใจและสามารถสร้างความแตกต่าง เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้เลือกเดินทางโดยเรือโดยสารเพราะการเดินทางด้วยเรือ มีวิวทิวทัศน์ที่สวยงามสบายตา มีความสวยงามทันสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

2. ปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพบริการ จากการศึกษา คุณภาพบริการ ด้านการตอบสนอง ผู้บริหารหรือผู้เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมให้พนักงานผู้ให้บริการทุกส่วนของท่าเรือมีการตอบสนองเพื่อแก้ปัญหาให้ผู้โดยสาร บนสื่อออนไลน์เป็นอย่างดี มีการตอบสนองเพื่อตอบข้อซักถามของผู้โดยสารเป็นอย่างดี และมีการตอบสนองเพื่อแก้ปัญหาให้ผู้โดยสารเมื่อผู้โดยสารเกิดปัญหาหรือร้องขอให้มีการดำเนินการช่วยเหลือซึ่งพนักงานควรมีการช่วยเหลืออย่างเต็มความสามารถ

3. ความพึงพอใจในการใช้บริการ จากการศึกษา ผู้บริหารหรือผู้เกี่ยวข้อง ควรมีการปรับปรุงเพิ่มเติมเกี่ยวกับความรวดเร็วและความตรงต่อเวลา ด้านสถานที่ พาหนะและสิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจตัดสินใจเข้าใช้บริการและกลับมาใช้บริการซ้ำอีก เมื่อมาใช้บริการแล้วพบว่า จะได้รับการบริการที่ดีเยี่ยมและเกิดความประทับใจ

4. ความปลอดภัยในการใช้บริการ เนื่องจากประชาชนมีความกังวลในการเดินทางเรือซึ่งมีความคิดเห็นว่ายังมีความเสี่ยงที่สูง และการเดินทางโดยสารทางน้ำต้องปลอดภัยมากกว่านี้ จึงทำให้มีผู้ใช้บริการจำนวนน้อย กรมเจ้าท่าหรือผู้ประกอบการควรมีการกำหนดมาตรฐานความปลอดภัยการเดินทางทางน้ำ เช่น การแสดงถึงมาตรฐานและวิธีการช่วยชีวิตผู้ประสบภัยทางน้ำ ที่มีประสิทธิภาพ และมีกระบวนการ ควรมีการฝึกซ้อม หรือจัดทำแผนฉุกเฉิน และควรมีอุปกรณ์ความปลอดภัยประจำเรือ เช่น ห่วงยางช่วยชีวิตอัตโนมัติมาริอาร์ท ควรมีทุกท่าเรือ และเสื้อชูชีพที่ได้มาตรฐานโดยหมั่นตรวจเช็คให้เสื้ออยู่ในสภาพพร้อมใช้งานได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติม ขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างไปยังจังหวัดหรือเขตอื่นที่นอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร เพื่อจะได้ทราบว่าผลการศึกษาที่ได้จะเหมือนหรือแตกต่างจากเดิมหรือไม่อย่างไร

2. ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการที่หลากหลายเพิ่มขึ้น เพื่อให้การศึกษามีความครอบคลุมสมบูรณ์มากขึ้นและสามารถพัฒนาไปในทางที่ดียิ่งขึ้น

3. การวิจัยครั้งต่อไปหากต้องการข้อมูลเชิงลึกมากขึ้นและมีความแม่นยำ ควรใช้งานวิจัยเชิงคุณภาพมาประกอบด้วยจึงจะทำให้ได้รับข้อมูลที่ละเอียดมากยิ่งขึ้น
4. การศึกษาเพียงเพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเพียงอย่างเดียวอาจนำไปสู่การใช้ผลการวิจัยที่ไม่กว้างนัก ดังนั้นการทำวิจัยในครั้งต่อไปอาจศึกษาถึงตัวแปรอื่น ๆ หรือปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้ใช้บริการซึ่งจะทำให้ได้ผลการวิจัยที่สามารถนำไปอธิบายได้กว้างขวางขึ้น
5. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างท่าเรือต่างๆ ในประเทศไทย เช่น ท่าเรือเอกชนในพื้นที่พระประแดง ท่าเรือแหลมฉบัง เป็นต้น

ข้อจำกัดจากการวิจัย

1. การศึกษานี้เป็นการศึกษาในระยะเวลาที่จำกัดจึงอาจจะยังไม่ครอบคลุมในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการทั้งหมด ซึ่งอาจจะทำให้ได้ผลการวิจัยที่ไม่สามารถนำไปอธิบายได้กว้างขวางขึ้น
2. การศึกษานี้เป็นการศึกษาเพียง 3 ท่าเรือได้แก่ 1) เรือด่วนเจ้าพระยา 2) เรือโดยสารข้ามฟาก 3) เรือโดยสารคลองแสนแสบ ซึ่งเป็นตัวแทนของข้อมูลท่าเรือเท่านั้น
3. การศึกษานี้ยังไม่ได้มีการศึกษาถึงรายละเอียดในแต่ละอาชีพว่ามีความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในแต่ละช่วงวัยจะมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างไรเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคมนาคมทางน้ำ

เอกสารอ้างอิง

- กรมการขนส่งทางบก. (2564). *รถป้ายแดงที่จดทะเบียนในกรุงเทพมหานคร ปี พ.ศ. 2564 ประเภทรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลรย.3*. สืบค้น 7 มีนาคม 2565, จาก https://www.dlt.go.th/th/publicnews/view.php?_did=2806
- ปิ่นแก้ว นิตอน. (2563). *ทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วนประสม การตลาดบริการของรถโดยสารอัจฉริยะ ของบริษัท รีเจียน นอส ทรานซิส คอร์ปอเรชั่น จำกัด. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*
- วรวรรณ รัตน์ปิยนนท์. (2561). *อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความจงรักภักดีของลูกค้ากลุ่มบริษัท คิง เพาเวอร์: บทบาทตัวแปรส่งผ่านความพึงพอใจของลูกค้า. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สามัคคีสาร (ดอกหญ้า).

สุพัตรา แหวนทอง. (2560). *คุณภาพการให้บริการเรือโดยสารสาธารณะของกรุงเทพมหานคร*.

วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยมหิดล.

Adrian Payne. (1993). *The Essence of Services Marketing*, Hertfordshire. Prentice Hall.

Parasuraman, V.A., Zeithaml & Berry, L.L. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing*

Customer Perceptios. Newyork : TheFree.

Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper. & Row.