

การศึกษาเรื่อง ทักษะคิดของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของสะพานปลากรุงเทพ มีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับทักษะคิดของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของสะพานปลากรุงเทพ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทักษะคิดของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของสะพานปลากรุงเทพ 3) นำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงการให้บริการของสะพานปลากรุงเทพ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการสะพานปลากรุงเทพ โดยเป็น ผู้ที่มาซื้อสินค้าสัตว์น้ำที่สะพานปลากรุงเทพ จำนวน 99 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการสะพานปลากรุงเทพ ส่วนที่ 2 เป็นแบบวัดทักษะคิดของผู้ใช้บริการสะพานปลากรุงเทพ ครอบคลุม 4 ด้าน คือ ด้านความสะดวก ด้านอาคารสถานที่ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านความปลอดภัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) การทดสอบค่าที (t-test) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation)

ผลการศึกษารูปได้ดังนี้ คือ

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 52.5 เป็นเพศชาย ร้อยละ 38.4 มีอายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวนครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญา ส่วนมากหรือร้อยละ 40.4 มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 51.5 ใช้บริการมานาน 10-13 ปี ร้อยละ 36.4 มีภูมิลำเนาในกรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล ร้อยละ 75.8 ของกลุ่มตัวอย่างมาซื้อทั้งสัตว์น้ำจืดและสัตว์น้ำทะเล ร้อยละ 46.5 ใช้ยานพาหนะรถ 4 ล้อ และจำนวนประมาณครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างมาใช้บริการสัปดาห์ละ 1 – 3 ครั้ง

2. ทักษะคิดของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของสะพานปลากรุงเทพ โดยรวม อยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.68) เมื่อเรียงค่าเฉลี่ยด้านย่อย 4 ด้านจาก สูงสุดมาต่ำสุด ได้ดังนี้ คือ ด้านความสะดวก (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.84) ด้านอาคารสถานที่ (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.74) และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.74) ซึ่ง 3 ด้านนี้อยู่ในระดับทักษะคิดที่ดีมาก ส่วนด้านความปลอดภัย (มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.47) ในระดับทักษะคิดที่ดี ปานกลาง

3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทักษะคิดของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของสะพานปลากรุงเทพ คือ เพศ ของผู้ให้บริการ กล่าวคือ ผู้ใช้บริการที่เป็นเพศชายมีทักษะคิดที่ดีมากกว่าผู้ให้บริการที่เป็นเพศหญิง

4. จากการตอบคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับความคิดเห็นในสิ่งที่ควรปรับปรุงเพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ พบว่าคำตอบที่ตอบมากที่สุด คือ เรื่องความต้องการให้ปรับปรุงระบบการรักษาความปลอดภัย และระบบแสงสว่างในตอนกลางคืน

จากผลการศึกษารุ่นนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการให้บริการ ดังนี้ 1. สะพานปลากรุงเทพควรมีการเพิ่มการรักษาความปลอดภัยแก่ผู้บริการด้วยการป้องกันเกี่ยวกับความไม่ปลอดภัยในทรัพย์สินและร่างกาย โดยเฉพาะเวลากลางคืน 2. สะพานปลากรุงเทพควรมีการพัฒนาเจ้าหน้าที่ในด้านข่าวสาร ข้อมูล ตลอดจนสร้างอสังหาริมทรัพย์ที่ดีแก่ผู้มารับบริการให้พอใจมากขึ้น 3. สะพานปลากรุงเทพควรมีการปรับปรุงอาคารสถานที่ให้มีความเหมาะสมพร้อมทั้งดูแลความสะอาดพื้นที่บริเวณสะพานปลากรุงเทพอยู่เสมอ

The three objectives of the study were: 1) to measure the attitude of service users toward the services of the Bangkok fish pier, 2) to identify the factors related to their attitude toward the services, and 3) to use the research results as a guideline to improve the services at the pier. The sample group consisted of 99 people who come to buy water animals at the Bangkok fish pier. The questionnaire that was used to collect the data was composed of three parts. The first part concerned the general information of the respondents. The second part measured their attitude toward the services at the Bangkok fish pier. This part covered 4 dimensions, i.e., convenience, place, service providers, and safety. Percentage, mean, and standard deviation were used to describe the data. The hypotheses were tested by using One-Way Analysis of Variance, t-test and Pearson's Product Moment Correlation.

The findings were briefly stated as follows:

1. General information of the respondents. Most of the respondents were men (52.5%). About 38.4 percent were 45 years old or more. About half had a lower education than an A.A. degree. The majority (40.4%) had a monthly income of 20,001 baht or higher. About 51.5 percent used the service for 10-13 years. About 36.4 percent lived in Bangkok and nearby provinces. About 75.8 percent came to the pier to buy fresh water animal and sea water animal. About 46.5 percent came by a pick-up. About half used the service there 1-3 times a week.

2. Overall, the service users had a very good attitude toward the service at the Bangkok fish pier ($\bar{X}=3.68$). The highest mean was convenience ($\bar{X} = 3.84$), followed by place ($\bar{X}=3.74$), service providers ($\bar{X}=3.74$). The service users had a very good attitude toward these three dimensions, and had a moderately good attitude toward safety, the last dimension ($\bar{X}=3.74$).

3. The factor significantly related to their attitude was gender. That is, the male service users had a better attitude than the female ones.

4. The answer to the open-ended question revealed that most of respondents wanted to see improvement in the safety system and the lighting system at night.

From the findings, the following were recommended.

1. The Bangkok fish pier should increase safety to the service users especially safety of life and property, especially at night.

2. The Bangkok fish pier should develop the information staff, who should be friendly to service users so that the latter will be more satisfied.

3. The Bangkok fish pier Bangkok should improve its place and buildings, making them clean all the time.