

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี



ชญัญชิตา ศรีสุตา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

พ.ศ. 2560

THE RELATIONSHIPS BETWEEN SERVICE QUALITY AND
ORGANIZATIONAL IMAGE OF SURATTHANI AIRPORT

CHANANCHIDA SRISUDA

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved
A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of

the Requirements for the Degree of Master of Business Administration

Graduate School

Suratthani Rajabhat University

2017

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ท่าอากาศยาน
สุราษฎร์ธานี
ชื่อผู้วิจัย นางสาวชนัญชิตา ศรีสุดา
ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา 2559

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตย์ ททัยวสีวงศ์ สุขศรี
2. ดร.ธนาญ ภูวิทยาธร

ประธานกรรมการ
กรรมการ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการ ระดับภาพลักษณ์
เปรียบเทียบภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และความสัมพันธ
ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี เก็บรวบรวมข้อมูล
จากผู้ใช้บริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม
ที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ใช้สถิติทดสอบค่าที ค่าเอฟ ค่าความแปรปรวนทางเดียว และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน

ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวม
อยู่ในระดับมาก ภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง
ผลเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัย
ส่วนบุคคล พบว่า อายุ อาชีพ แตกต่างกันไป มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และความสัมพันธระหว่างคุณภาพการให้บริการกับ
ภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์ในทางบวกอยู่ในระดับปานกลาง
ที่ระดับทางสถิติ 0.01

All Right Reserved

ABSTRACT

Thesis Title	The Relationships between Service Quality and Organizational Image of Suratthani Airport	
Student's name	Miss Chananchida Srisuda	
Degree sought	Master of Business Administration	
Major	Business Administration	
Academic year	2016	
Thesis advisors	1. Assist. Prof. Dr. Nit Hathaivaseawong Suksri	Chairperson
	2. Dr. Tanayu Puwittayathorn	Committee

The objectives of this research were to study the Service Quality, Organizational Image level, comparison of Surat Thani Airport, classified by personal factors and the relationships between Service Quality and Organizational Image of Surat Thani Airport. The data were collected from 400 Surat Thani Airport passengers. The research instrument used for the research was questionnaire with 0.96 of reliability. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test (One Way ANOVA), and Spearman's rank correlation coefficient.

The results revealed that the level Service Quality of Surat Thani Airport was high. The Level of the Organizational Image of Surat Thani Airport was moderate level, comparison of the opinions on the image of Surat Thani Airport by personal factors found that if age and occupation are different, The statistically significant is also difference in the Organizational Image of Surat Thani Airport at the 0.05 level of statistical significance, and the relationships between Service Quality and the Organizational Image of Surat Thani Airport are positively at the moderate level correlation at the 0.01 level of statistical significance.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้โดยสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์ ช่วยเหลือให้คำปรึกษา และแนะนำแนวทางในการดำเนินการอย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตย์ หทัยสรวงศ์ สุขศรี ประธานกรรมการที่ปรึกษา และ ดร.ธนายุ ภูวิทยธร กรรมการที่ปรึกษา ที่ได้ให้ความรู้เป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ ตลอดช่วงระยะเวลาของการศึกษา จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี รวมทั้งคณะกรรมการประจำ หลักสูตรทุกท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งประกอบด้วย รองศาสตราจารย์สุณีย์ ล่องประเสริฐ ดร.วรรณวิชนี ทองอินทราช ดร.พิมพ์แพร พุทธิชีวิน ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการ ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ พร้อมทั้งให้แนวคิด ข้อเสนอแนะ แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของเครื่องมือ ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบ แบบสอบถาม ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย และขอขอบพระคุณ บัณฑิตวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานีที่ให้ความร่วมมือช่วยเหลือและแนะนำการทำวิทยานิพนธ์ส่งผลให้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ และประสบความสำเร็จสมตามความคาดหวัง

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบเป็นเครื่องบูชาความดี แต่บิดา มารดา ครู อาจารย์ ผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ได้ประสาทวิชาความรู้ สนับสนุนและให้การช่วยเหลือมาโดยตลอด ตลอดถึงผู้เขียนหนังสือและตำรา ทุกเล่มที่ผู้วิจัยได้รับความรู้ความเข้าใจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความสำเร็จครั้งนี้

ชญัญชิตา ศรีสุตา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
ข้อมูลพื้นฐานท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี.....	8
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ.....	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ.....	21
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์.....	25
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	35
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	35
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	35
ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ.....	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	38
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	38
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5	สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ..... 62
	สรุปผล..... 62
	อภิปรายผล..... 66
	ข้อเสนอแนะ..... 70
	บรรณานุกรม..... 72
	ภาคผนวก..... 77
	ภาคผนวก ก หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือ..... 78
	ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย..... 82
	ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม..... 84
	ภาคผนวก ง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... 87
	ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์..... 94

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ลักษณะงานที่เป็นนามธรรม	21
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานผู้ให้บริการของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี.....	41
4.2	ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการท่าอากาศยาน สุราษฎร์ธานี โดยรวม.....	43
4.3	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ความเป็นรูปธรรม ของการบริการ	43
4.4	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้...	44
4.5	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ความพร้อมในการ ตอบสนองต่อผู้รับบริการ.....	45
4.6	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ความน่าเชื่อถือมั่นใจ ของผู้ให้บริการ	45
4.7	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ ต่อผู้รับบริการ	46
4.8	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี โดยรวม..	47
4.9	ระดับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ด้านบุคลากร	47
4.10	ระดับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่.....	48
4.11	ระดับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ด้านการบริการ.....	48
4.12	เปรียบเทียบความแตกต่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จำแนก ตามเพศ.....	49
4.13	เปรียบเทียบความแตกต่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จำแนก ตามอายุ.....	50
4.14	เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ.....	51
4.15	เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ด้านการบริการ จำแนกตามอายุ.....	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.16 เปรียบเทียบความแตกต่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	52
4.17 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ด้านการบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา	53
4.18 เปรียบเทียบความแตกต่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอาชีพ	53
4.19 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ	54
4.20 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกตามอาชีพ	55
4.21 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ด้านการบริการ จำแนกตามอาชีพ	56
4.22 เปรียบเทียบความแตกต่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้	56
4.23 เปรียบเทียบความแตกต่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จำแนกตามความถี่ที่ใช้บริการท่าอากาศยาน	57
4.24 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ	58
4.25 สรุปผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	59
4.26 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี	60

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2.1	โครงสร้างองค์การทำอากาศยานสุราษฎร์ธานี.....	14

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันคมนาคมทางอากาศเป็นการขนส่งที่มีบทบาทและได้รับความนิยมสูงและมีแนวโน้มเติบโตในอนาคต เนื่องจากลักษณะของการขนส่งทางอากาศมีความรวดเร็ว สะดวกและปลอดภัยกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับขนส่งในรูปแบบอื่น ๆ สำหรับประเทศไทยการคมนาคมขนส่งทางอากาศจัดเป็นโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) สำคัญประการหนึ่งที่มีส่วนในการพัฒนาประเทศและทำให้เศรษฐกิจ การค้า การลงทุนระหว่างประเทศรวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อประเทศสมาชิกสมาคมประเทศแห่งตะวันออกเฉียงใต้ (Association of South East Asia Nations) จะเพิ่มระดับความสัมพันธ์ของการรวมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asian Community Countries: AEC) บทบาทของการคมนาคมขนส่งเพื่อเชื่อมโยงให้ทุกประเทศสมาชิกเป็นฐานการผลิต นอกจากการขนส่งปัจจัยการผลิตและผลผลิตแล้ว ผู้โดยสารที่เดินทางไปยังแหล่งต่าง ๆ ทั้งในฐานะนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และเดินทางด้วยวัตถุประสงค์อื่น ๆ ก็จะมีจำนวนมากขึ้น ดังนั้น การเตรียมการและการจัดการด้านคมนาคมขนส่ง จึงเป็นเรื่องเร่งด่วนที่ทุกประเทศสมาชิกควรให้ความสำคัญ รวมทั้งประเทศไทยด้วย ดังจะเห็นได้ว่า รัฐบาลไทยแทบทุกสมัยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ต่างให้ความสนใจที่จะขยายเส้นทางขนส่งเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งในรูปของถนนหนทาง เส้นทางเดินเรือ และเส้นทางขนส่งทางอากาศ

จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นจังหวัดสำคัญจังหวัดหนึ่งของภาคใต้ โดยมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพ มีสภาพสังคมเอื้ออำนวยต่อการเดินทางมาเยี่ยมเยือนและลงทุนธุรกิจ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ จึงทำให้มีผู้เดินทางมายังจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นจำนวนมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเดินทาง ทางอากาศ ซึ่งปัจจุบันท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีเป็นท่าอากาศยานประตูด่านสำคัญที่เปิดต้อนรับให้บริการกับผู้มาใช้บริการ รองรับบริการให้บริการขนส่งทางอากาศทั้งภายในและระหว่างประเทศรวม 5 เส้นทาง ดังนี้

เส้นทางแรก เส้นทางระหว่างกรุงเทพ (ดอนเมือง) - สุราษฎร์ธานี - กรุงเทพ (ดอนเมือง)
เฉพาะสายการบินนกแอร์ สายการบินแอร์เอเชีย และสายการบินไลอ้อนแอร์

เส้นทางที่สอง เส้นทางระหว่างกรุงเทพ (สุวรรณภูมิ) - สุราษฎร์ธานี - กรุงเทพ (สุวรรณภูมิ)
เฉพาะสายการบินไทยสมายล์

เส้นทางที่สาม เส้นทางระหว่างเชียงใหม่ - สุราษฎร์ธานี - เชียงใหม่ เฉพาะสายการบินแอร์เอเชีย และสายการบินไลออนแอร์

เส้นทางที่สี่ เส้นทางระหว่างประเทศ สุราษฎร์ธานี - กัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย เฉพาะสายการบินแอร์เอเชีย

เส้นทางที่ห้า (แบบเช่าเหมาลำ) เส้นทางระหว่างประเทศ สุราษฎร์ธานี - (อุฮัน) (หางโจว) (เฉิงตู) (เซี่ยงไฮ้) (ฉางซา) ประเทศจีน เฉพาะสายการบินไลออนแอร์ สายการบินแอร์ไชน่า และสายการบินสปริงแอร์ไลน์

การเดินทางทางอากาศ จำเป็นต้องมีท่าอากาศยานรองรับ ซึ่งท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นท่าอากาศยานตั้งอยู่ในพื้นที่ของกองบิน 7 กองทัพอากาศ อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ระยะทางจากท่าอากาศยานถึงตัวเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประมาณ 25 กิโลเมตร การเดินทางระหว่างท่าอากาศยานกับตัวจังหวัด จะใช้พาหนะ คือ รถโดยสารบริการของบริษัทพันธมิตร จำกัด มีบริการรับจ้างประเภทเหมา (แท็กซี่) ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี เป็นหน่วยงานราชการสังกัดกรมท่าอากาศยาน กระทรวงคมนาคม มีหน้าที่และความรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมการดำเนินงานกิจการขนส่งทางอากาศในเขตรับผิดชอบให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ตลอดจนความตกลงและอนุสัญญาว่าด้วยการบินพลเรือนระหว่างประเทศ ป้องกันและแก้ไขปัญหาการก่อวินาศกรรม อุบัติเหตุที่เกิดกับอากาศยานและท่าอากาศยาน ดูแลรักษาทางวิ่ง ทางขับ ลานจอด อุปกรณ์ ให้บริการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่อากาศยาน ผู้โดยสารและผู้ให้บริการทั่วไปที่ใช้บริการท่าอากาศยาน รวมทั้งการขนส่งสินค้า สัมภาระไปรษณีย์ภัณฑ์ ให้บริการพื้นที่เช่าแก่สายการบิน ผู้ประกอบการ ควบคุมสายการบินและผู้ประกอบการให้ปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของกรมการขนส่งทางอากาศ ภายในท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จึงประกอบไปด้วย อาคารสถานี ทางวิ่งทางขับ ลานจอดอากาศยาน และบริการทางเข้าออกระหว่างท่าอากาศยานกับตัวเมือง

อย่างไรก็ตามเมื่อรัฐบาลได้มีนโยบายเปิดการบินเสรีและมีสายการบินต้นทุนต่ำเกิดขึ้นหลายสายการบิน จึงทำให้ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี มีสายการบินต้นทุนต่ำเริ่มเปิดบินให้บริการภายในประเทศ ปัจจุบันสายการบินต้นทุนต่ำมี 4 สายการบิน ได้แก่ สายการบินนกแอร์ สายการบินแอร์เอเชีย สายการบินไลออนแอร์ และสายการบินไทยสมายล์ จากจำนวนผู้โดยสารที่มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ทำให้ท่าอากาศยานต้องรองรับผู้โดยสารและผู้เข้ามาใช้บริการจำนวนมาก จึงทำให้ประสบกับปัญหาหลายประการ ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านสถานที่ เช่น พื้นที่ลานจอดรถ ห้องพักผู้โดยสาร และห้องน้ำ ซึ่งควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขอย่างทันท่วงที เพื่อให้ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีได้ทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีจากประสบการณ์การใช้บริการ สร้างความพึงพอใจ ความประทับใจ ความเชื่อถือ ความเชื่อมั่นไว้วางใจ ที่จะกลับมาใช้

บริการอีกครั้งและเป็นแรงจูงใจกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการ ที่ไม่เคยใช้บริการได้มาใช้บริการด้วย (ท่าอากาศยาน สุราษฎร์ธานี, สถิติขนส่งทางอากาศ, 2559)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยาน จึงจำเป็นต้องศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นพื้นฐานของการกำหนดแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และศึกษาความต้องการและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของผู้โดยสารและผู้ให้บริการเพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพการให้บริการต่อไป เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาระดับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

1. ทราบถึงระดับคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงแก้ไขการให้บริการ รวมถึงจัดระบบการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น
2. ทราบถึงระดับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ดียิ่งขึ้น
3. ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการให้บริการ
4. ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีสามารถนำข้อมูลไปปรับใช้ในการวางแผน การลงทุนปรับปรุง พัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตของเนื้อหา

ใช้แนวคิดคุณภาพการให้บริการ เป็นแนวทางวัดระดับคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ ด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ ด้านความเข้าใจและความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ส่วนภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และด้านการบริการ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร (Population) คือผู้ใช้บริการขนส่งทางอากาศ ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ผู้โดยสารชาวไทยภายในประเทศ จำนวน 892,215 คน (สถิติขนส่งทางอากาศ ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี, 2559)

2. กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ผู้ใช้บริการขนส่งทางอากาศ ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ผู้โดยสารชาวไทยภายในประเทศ จำนวน 892,215 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางของเครจซีแมอร์แกน (Krejcie Morgan อ้างถึงใน สิทธิ ธีรธรรม, 2552) กำหนดจาก ผู้ใช้บริการชาวไทย จำนวน 892,215 คน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่าง 384 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการชาวไทย ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ที่ใช้บริการ

1.2 ระดับคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ใน 5 ด้านประกอบด้วย ด้านความเป็นธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ ด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ และด้านความเข้าใจ ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ ภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และด้านการบริการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยาน สุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้สังเคราะห์จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องของนักวิชาการมาเป็นแนวทางในการวิจัย ดังสรุปด้วยภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานไว้ดังนี้

1. ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีแตกต่างกัน
2. คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีในเชิงทางบวก

นิยามศัพท์เฉพาะ

จากการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีผู้วิจัยจึงนิยามศัพท์เฉพาะที่เกี่ยวข้องดังนี้

ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี หมายถึง สถานที่ซึ่งให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการที่จะเดินทางมาใช้บริการการขนส่งทางอากาศ ตลอดจนการบริการขนส่งสัมภาระไปรษณีย์ภัณฑ์ ซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างการขนส่งทางอากาศและภาคพื้นดิน โดยการขนส่งทางอากาศของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ที่ใช้บริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง การบริการที่มีมาตรฐานเดียวกันหรือสูงกว่ามาตรฐานหรือเกณฑ์ที่กำหนดโดยมาตรฐานหรือเกณฑ์นั้นอาจเกิดจากเงื่อนไขหรือข้อตกลงที่บริษัทผู้ให้บริการมีกับผู้ให้บริการหรืออาจเกิดจากมาตรฐานของส่วนบุคคลที่เกิดจากประสบการณ์ที่ตนเคยได้รับได้ยินหรือความต้องการของแต่ละบุคคลประกอบด้วย ความมั่นคง ปลอดภัยด้านการอำนวยความสะดวกด้านบริการของสายการบิน และด้านบริการของผู้ประกอบการร้านค้าภายในท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ หมายถึง การบริการของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี สภาพทั่วไปไม่มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย เจ้าหน้าที่แต่งกายสะอาดเรียบร้อย บริการสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส อุปกรณ์เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการอยู่ในสภาพดี และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ หมายถึง ความสามารถของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีที่จะสามารถให้บริการตามที่ได้ให้พันธสัญญาไว้กับผู้โดยสารอย่างถูกต้องและสมบูรณ์

ด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ หมายถึง ความเต็มใจในการช่วยเหลือและให้บริการแก่ผู้โดยสารอย่างทันท่วงที

ด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ หมายถึง ความรู้ความพยายามที่จะให้บริการอย่างเต็มความสามารถ ของพนักงานท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี รวมทั้งความสามารถในการสร้างความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นจากผู้โดยสาร

ด้านความเข้าใจและความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ หมายถึง การดูแล เอาใจใส่จากท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีแก่ผู้โดยสารรายบุคคล

ภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ รอบตัว ซึ่งมาจากการรับรู้ที่อาจมีข้อเท็จจริง และความคิด ความเชื่อส่วนตัวผสมผสานกัน โดยพฤติกรรมการตอบสนองนั้นขึ้นอยู่กับบุคคลมีการรับรู้ภาพลักษณ์ต่อสิ่งนั้นประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านสถานที่และด้านการบริการ

ด้านบุคลากร หมายถึง พนักงานที่ปฏิบัติงานในท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีคุณภาพ ทำงานมีประสิทธิภาพ กระตือรือร้น รวดเร็ว ว่องไว

ด้านสถานที่ หมายถึง ความกว้างของสถานที่จอดรถเพียงพอ มีการจัดระเบียบการจอดรถ มีป้ายบอกจุดบริการต่าง ๆ มีวัสดุอุปกรณ์รองรับการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในตัวอาคาร ความเพียงพอของพื้นที่พักผู้โดยสาร ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ทั้งด้วยการสัมผัสและการมองเห็น ภายในท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

ด้านการบริการ หมายถึง ความรวดเร็วในการให้บริการ การสร้างความประทับใจในการบริการ ให้ความรู้สึกเชื่อมั่นกับผู้รับบริการ

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ท่าอากาศยาน สุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ โดยมีลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลพื้นฐานท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

ความรู้เกี่ยวกับท่าอากาศยาน

ตามภาคผนวกของอนุสัญญาว่าด้วยการบินพลเรือน (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 : 79 - 100) ได้ให้คำนิยามของท่าอากาศยาน (Airport) หมายถึง พื้นที่ที่อยู่บนผิวดินหรือผิวน้ำรวมตลอดถึงอาคาร สิ่งติดตั้งและอุปกรณ์สำหรับใช้แต่เพียงส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมด เพื่อการขึ้นลงของอากาศยาน

ท่าอากาศยานแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ตามลักษณะการใช้งานดังนี้

1. ท่าอากาศยานทหาร เป็นท่าอากาศยานที่ใช้ในกิจการของทหาร
2. ท่าอากาศยานพลเรือน เป็นท่าอากาศยานที่ใช้ในกิจการบินพาณิชย์ ซึ่งแบ่งตาม

ลักษณะการใช้งานได้อีก 2 ประเภท คือ ท่าอากาศยานพลเรือนภายในประเทศ และท่าอากาศยานพลเรือนระหว่างประเทศ

วัตถุประสงค์ของท่าอากาศยาน

1. ดำเนินการและควบคุมกิจการท่าอากาศยานให้สอดคล้องและทันกับวิวัฒนาการของการบินพลเรือนระหว่างประเทศ

2. ปรับปรุงและพัฒนาท่าอากาศยานตลอดจนการบริการต่าง ๆ ให้เพียงพอกับจำนวนของผู้โดยสาร สินค้าทางอากาศ ไปรษณีย์ทางอากาศ และอื่น ๆ ซึ่งนับวันจะเพิ่มขึ้นอยู่เรื่อย ๆ

3. วางมาตรการทางด้านการรักษาความปลอดภัย ณ ท่าอากาศยานให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยก่อดำเนินการให้ผู้ให้บริการน้อยที่สุด โดยกำหนดมาตรการความปลอดภัยตามมาตรฐาน

ขององค์การ การบินพลเรือนระหว่างประเทศ ดังนี้ มาตรการป้องกันภัยภายนอกอาคารผู้โดยสาร มาตรการป้องกันภัยภายในตัวอาคารผู้โดยสาร มาตรการตรวจค้นผู้โดยสารและสัมภาระก่อนขึ้นเครื่อง มาตรการควบคุมสินค้า ไปรษณีย์ภัณฑ์ มาตรการสำรวจตรวจสอบการรักษาความปลอดภัย

4. ดำเนินการทุกวิถีทางที่จะทำให้รัฐมีรายได้เข้าประเทศมากที่สุดแต่เสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ดำเนินการทุกวิถีทางที่จะลดการแตกต่าทั้งในด้านความต้องการและข้อคิดเห็นระหว่างผู้บริการ และผู้ใช้บริการให้เหลือน้อยที่สุดเท่าที่จะกระทำได้ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของประเทศเป็นหลัก ในการพิจารณาดำเนินการ ให้บริการด้วยความปลอดภัย สะดวกสบาย แต่อยู่ในลักษณะที่ประหยัดที่สุด

5. ทำการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาล

องค์ประกอบของท่าอากาศยาน

เมื่อท่าอากาศยานมีหน้าที่ต้องคอยให้บริการอากาศยาน ผู้โดยสารและสินค้าจึงจำเป็นต้องมีปัจจัยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้ให้บริการ ดังนี้

1. ทางวิ่งทางขับ (Runway & Taxiway) เป็นทางที่ให้ท่าอากาศยานขึ้นลง หรือเคลื่อนไหวจึงต้องคำนึงถึงจำนวน ทิศทาง ความยาว ความกว้าง และความแข็งแรงของทางวิ่ง ส่วนทางขับนั้นก็ต้องคำนึงถึงความกว้างและความแข็งแรงเช่นกันรวมทั้งระบบไฟฟ้าสนามบิน

2. อาคารสถานี (Terminal Building) เป็นพื้นที่ที่ให้บริการและอำนวยความสะดวกให้กับผู้โดยสารและสินค้า การออกแบบอาคารสถานีที่ขึ้นอยู่กับสภาพและความเหมาะสมของปริมาณผู้โดยสารและสินค้า ที่มาใช้บริการ อีกทั้งอัตราการขยายตัวของผู้โดยสารในอนาคต

3. ลานจอดอากาศยาน (Apron) เป็นที่จอดอากาศยานของท่าอากาศยานอนุญาตที่อากาศยานได้รับอนุญาตให้จอดชั่วคราวเพื่อรับหรือรอรับบริการในกรณีจำเป็นหรือฉุกเฉิน

4. บริการทางเข้าออกระหว่างท่าอากาศยานกับตัวเมือง (Accessibility) เป็นเส้นทางในการเข้าออกระหว่างท่าอากาศยานกับตัวเมือง เพื่อให้ผู้โดยสารและสินค้าสามารถเดินทางเข้าออกระหว่างท่าอากาศยานกับตัวเมืองได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

การให้บริการของท่าอากาศยาน

งานบริการที่ท่าอากาศยานไม่ใช่ท่าอากาศยานเป็นผู้ดำเนินการทั้งหมด ในส่วนนี้จะเสนอในส่วนที่ท่าอากาศยานให้บริการแก่ผู้โดยสาร

1. งานรักษาความปลอดภัยท่าอากาศยาน แบ่งได้ดังนี้

1.1 งานป้องกันภัยนอกตัวอาคารผู้โดยสาร โดยจัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยควบคุมการผ่านเข้า - ออกพื้นที่หวงห้าม โดยคนที่ผ่านเข้า - ออก พื้นที่หวงห้ามจะต้องติดบัตรรักษาความปลอดภัยบุคคล และถูกตรวจค้นร่างกาย ส่วนยานพาหนะจะต้องมีบัตรอนุญาตยานพาหนะและถูกตรวจค้นเพื่อตรวจหาอาวุธ วัตถุระเบิด หรือกลอุบายที่เป็นอันตรายอื่น ๆ ซึ่งอาจใช้ในการกระทำ

อันเป็นการแทรกแซงโดยมิชอบด้วยกฎหมายไปกับอากาศยาน จัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยบริเวณตรวจพื้นที่โดยรอบท่าอากาศยาน รักษาการณ์อากาศยานที่มีความเสี่ยงภัยสูง และเที่ยวบินที่พระบรมวงศานุวงศ์ หรือบุคคลสำคัญระดับสูงเดินทางเมื่อได้รับการร้องขอ และจัดเจ้าหน้าที่ตรวจพื้นที่ลานจอดอากาศยาน

1.2 ป้องกันภัยภายในตัวอาคารผู้โดยสาร การป้องกันภัยในตัวอาคารผู้โดยสารได้ควบคุมการผ่านเข้า - ออก พื้นที่หวงห้าม โดยคนที่ผ่านเข้า - ออกจะต้องติดบัตรรักษาความปลอดภัยบุคคลและถูกตรวจค้นร่างกาย จัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยบริเวณตรวจความเรียบร้อย ตรวจจับพฤติกรรมบุคคลต้องสงสัยโดยกล้องโทรทัศน์วงจรปิด ประกาศเสียงตามสายไม่ให้ผู้โดยสารวางกระเป๋าสัมภาระทิ้งไว้ และจัดเจ้าหน้าที่ชุดตรวจผสมประกอบด้วยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเจ้าหน้าที่ตำรวจ ทหาร ตรวจพื้นที่ภายในตัวอาคาร

1.3 การตรวจค้นผู้โดยสารและสัมภาระ สิ้นค้า ไปรษณีย์ภัณฑ์ก่อนขึ้นเครื่อง การตรวจค้นผู้โดยสารและสัมภาระ สิ้นค้าและไปรษณีย์ภัณฑ์ก่อนขึ้นท่าอากาศยานด้วยเครื่องตรวจจับโลหะชนิดเดินผ่าน (Walk Through) และเครื่องตรวจจับโลหะชนิดมือถือ (Hand Scanner) เพื่อป้องกันมิให้มีการส่งหรือพาอาวุธวัตถุระเบิด หรืออุปกรณ์ที่เป็นอันตรายอื่น ๆ ซึ่งอาจใช้ในการกระทำการอันเป็นการแทรกแซงโดยมิชอบด้วยกฎหมายไปกับอากาศยาน

1.4 การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในตัวอาคารผู้โดยสารอย่างเหมาะสม สำหรับการระบายความแออัดในการผ่านพิธีการควบคุมต่าง ๆ ต้องอย่างเพียงพอและรวดเร็ว โดยใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้าช่วย มีการจัดเครื่องหมายบอกทิศทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ระบบลิฟต์ บันไดเลื่อน สายพานลำเลียงกระเป๋า รถเข็นกระเป๋า และการบริการห้อง VIP

การบริหารท่าอากาศยาน

นับได้ว่าเป็นงานที่มีความสำคัญและมีความละเอียดซับซ้อนมาก เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการบริหารงานปกครองการบังคับบัญชาบุคลากรที่อยู่ในความรับผิดชอบและรวมไปถึงการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ จึงแบ่งลักษณะงานได้ 2 อย่าง คือ

1. ภารกิจด้านพื้นที่การบิน (Airside Task) ผู้บริหารงานท่าอากาศยานจะต้องมีความรู้ความสามารถทางการบริหารรวมทั้งความรู้เกี่ยวกับการขนส่งทางอากาศ เศรษฐศาสตร์ และระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของทางราชการ ภารกิจหลักด้านพื้นที่การบินที่ผู้บริหารงานท่าอากาศยานจะต้องรับผิดชอบ ได้แก่ ดูแลการดำเนินงานเกี่ยวกับการบริการด้านการบินให้มีประสิทธิภาพและปลอดภัย รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ด้วย ในการนี้ผู้บริหารงานท่าอากาศยานจะต้องประสานงานร่วมกับตัวแทนสายการบินที่ประจำ ณ ท่าอากาศยานแห่งนั้น นอกจากนั้นผู้บริหารงานท่าอากาศยานจะต้องรับผิดชอบเกี่ยวกับการวางแผนบำรุงรักษาทางวิ่งทางขับลานจอดอากาศยาน รั้ว ระบบไฟฟ้า สนามบิน และอุปกรณ์ภาคพื้นต่าง ๆ

2. ภารกิจด้านบนพื้น (Landside Task) หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารงานท่าอากาศยาน นอกเหนือจากการปกครองดูแลผู้ใต้บังคับบัญชา และบริหารงานตามอำนาจหน้าที่ปกติให้ดำเนินการไปด้วยดีแล้ว ผู้บริหารงานท่าอากาศยานยังต้องตรวจสอบดูแลผู้โดยสารสินค้าไปรษณียภัณฑ์ที่มาใช้บริการ ณ ท่าอากาศยาน นอกจากนั้นยังมีหน้าที่ สร้างสัมพันธ์กับกิจการภาคพื้นต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการบริการของท่าอากาศยาน เช่น กิจการเช่าสถานที่เพื่อทำร้านค้า ร้านอาหาร ภัตตาคาร และอื่น ๆ ในท่าอากาศยาน รวมทั้งต้องมีความสัมพันธ์กับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เข้ามาดำเนินการ ณ ท่าอากาศยาน เช่น เจ้าหน้าที่อุทยานวิทยา ตรวจคนเข้าเมือง ศุลกากร เป็นต้น และจะต้องทำความรู้จักใกล้ชิดสนิทสนมกับชุมชนที่อยู่บริเวณรอบ ๆ ท่าอากาศยานด้วย

ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีสนามบินเดิมอยู่ที่บ้านดอนท่าตัวเมืองประมาณ 3 กิโลเมตรเป็นทางวิ่งผิวลูกรังกว้าง 60 เมตร ยาว 800 มีเนื้อที่เพียง 650 ไร่ และตั้งอยู่ใกล้ชุมชน ไม่เหมาะที่จะขยายในอนาคต ปี พ.ศ. 2514 กรมการบินพาณิชย์ในขณะนั้น ปัจจุบัน คือ กรมการขนส่งทางอากาศ ได้ให้บริษัทวิศวกรที่ปรึกษาสำรวจ และศึกษาเพื่อสร้างท่าอากาศยานที่สามารถรับเครื่องบินโดยสารขนาดใหญ่ขึ้นได้ ผลการสำรวจศึกษาจากพื้นที่ 6 แห่ง ปรากฏว่าบริเวณบ้านม่วงเรียง ตำบลหัวเตย อำเภอพุนพิน ซึ่งห่างจากตัวเมือง 25 กิโลเมตร เป็นพื้นที่เหมาะสมที่สุด จึงได้เสนอโครงการไว้ในแผนพัฒนาฯ ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2515 - 2519) แต่คณะรัฐมนตรีมีมติให้ระงับไว้ก่อน โดยนำงบประมาณไปดำเนินการที่สนามบินภูเก็ตแทน

ในปี 2518 ประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีได้ร่วมกันเรียกร้องให้สร้างท่าอากาศยาน และเปิดกิจการบินพาณิชย์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวของจังหวัดโดยเร็ว กรมการบินพาณิชย์ กระทรวงคมนาคม และกระทรวงกลาโหมได้เสนอโครงการก่อสร้างท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี เพื่อใช้ในกิจการบินพาณิชย์ และกิจการทหารร่วมกัน โดยได้รับอนุมัติโครงการจากคณะรัฐมนตรีเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2521 การก่อสร้างท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ที่ตำบลหัวเตย อำเภอพุนพินแล้วเสร็จ และเปิดเที่ยวบินปฐมฤกษ์เมื่อวันที่ 15 เมษายน พ.ศ. 2524 ระยะแรกเปิดทำการบินระหว่างสุราษฎร์ธานี - กรุงเทพฯ สัปดาห์ละ 4 วัน ด้วยเครื่องบินแบบ AVRO 748 และ BOEING 737 ต่อมาได้มีการเพิ่มเที่ยวบิน และเปลี่ยนแบบเครื่องบินที่มีความจุเพิ่มขึ้น ตามจำนวนผู้โดยสาร และสินค้าที่มีอัตราการเจริญโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 8 ต่อปี รวมทั้งการปรับปรุงท่าอากาศยานให้มีศักยภาพสูงขึ้นตลอดมา ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ได้ประกาศเป็นท่าอากาศยานศุลกากรเมื่อ พ.ศ. 2534 ระหว่างปี พ.ศ. 2539 - 2543

ในปัจจุบันท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี มีขนาดพื้นที่ 1,312 ไร่ 41.9 ตารางวา มีทางวิ่ง (Runway) ขนาด 3,500 เมตร ทางขับ (Taxiway) จำนวน 10 เส้น อาคารผู้โดยสารหลังใหม่สามารถรองรับจำนวนผู้โดยสารได้ในชั่วโมงคับคั่ง 1,200 คน แบ่งส่วนระหว่างผู้โดยสารภายในประเทศ และ

ระหว่างประเทศ มีระบบลิฟท์ บันไดเลื่อน โทรศัพท์สาธารณะ สายพหรานลำเลียงกระเป๋า ระบบโทรทัศน์ วงจรปิด โทรศัพท์สาธารณะระบบเสียง ห้องสุขาสำหรับคนพิการ ระบบดับเพลิงภายในอาคาร และมีการจัดให้เข้าพื้นที่สำหรับการบริการสายการบิน 4 สายการบิน คือ บริษัท ไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด บริษัท ไทย แอร์เอเชีย จำกัด บริษัท นกแอร์ จำกัด และบริษัท ไทยไลอ้อนแอร์ จำกัด จัดให้เข้าพื้นที่สำหรับผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึก ภัตตาคาร อาหารและเครื่องดื่ม บริการธนาคาร บริการรถเช่า

โครงสร้างองค์การทำอากาศยานสุราษฎร์ธานี

ทำอากาศยานสุราษฎร์ธานีมีผู้อำนวยการทำอากาศยานเป็นผู้บริหารระดับสูง (Top Managers) รองลงมาเป็นหัวหน้าฝ่ายบริหาร และพิธีการบินเป็นผู้บริหารระดับกลาง (Middle Managers) และมีหัวหน้าฝ่ายรักษาความปลอดภัย หัวหน้าฝ่ายช่างเทคนิค เจ้าพนักงานขนส่งเป็นผู้บริหารระดับต้น (First-Line Managers) แบ่งสายงานได้ดังนี้

1. ฝ่ายบริหารและพิธีการบิน (Airport Administration & Facilitation Branch) มีหน้าที่ความรับผิดชอบ ได้แก่

1.1 ดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านสารบรรณ การเจ้าหน้าที่ งบประมาณ การเงิน บัญชี พัสดุ นิติกรรมสัญญา การจัดหารายได้ งานอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสาร อากาศยาน สินค้าสัมภาระ และผู้ใช้บริการทั่วไป งานประชาสัมพันธ์ และบริการข้อมูลข่าวสารของทำอากาศยาน

1.2 ประมวลข้อมูลทางการขนส่งทางอากาศของทำอากาศยาน รวมถึงการจัดทำข้อมูลสถิติ รายงานต่าง ๆ

1.3 ดำเนินการด้านพิธีการบิน รับและตรวจปล่อยอากาศยาน ทำการประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการรับ และตรวจปล่อย เช่น สายการบิน ด้านตรวจคนเข้าเมือง ด้านตรวจพืชและสาธารณสุข

1.4 ปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย หรือปฏิบัติงานร่วมกับ หรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

2. ฝ่ายรักษาความปลอดภัย (Security Branch) หน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

2.1 ดำเนินการจัดทำแผนรักษาความปลอดภัย และจัดทำแผนการกู้ภัย และดับเพลิงของทำอากาศยานรวมทั้งประสานแผนกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง และฝึกซ้อมเป็นประจำ

2.2 ดำเนินการตรวจผู้โดยสาร สินค้า สัมภาระ และบุคคลที่จะเข้าไปในบริเวณพื้นที่หวงห้ามของทำอากาศยาน

2.3 ดำเนินการรักษาความปลอดภัยสถานที่ และประสานเพื่อร่วมแก้ไขปัญหาเมื่อมีเหตุฉุกเฉินที่ทำอากาศยาน

2.4 ดำเนินการด้านกู้ภัย และดับเพลิงอากาศยาน และอาคารสถานที่

2.5 ควบคุม กำกับ ดูแล และจัดระบบจราจรภายในท่าอากาศยาน และลานจอดอากาศยานให้เกิดความปลอดภัย

2.6 ดำเนินการอำนวยความสะดวก การจัดศูนย์รักษาความปลอดภัยของท่าอากาศยาน รวมทั้งจำกัดเขตป้องกันภัยอากาศยาน ชีวิต และทรัพย์สิน ของผู้ประสบภัยอากาศยานตามแผนที่วางไว้

2.7 ดำเนินการตรวจสอบ ควบคุม สิ่งปลูกสร้าง หรือสิ่งกีดขวางในเขตปลอดภัยในการเดินอากาศ

2.8 ดำเนินการตรวจทางวิ่ง ทางขับ และลานจอด

2.9 ปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย หรือปฏิบัติงานร่วมกัน หรือสนับสนุนการปฏิบัติเกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

3. ฝ่ายช่างเทคนิค (Technical Branch) มีหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

3.1 ควบคุม ดูแล บำรุงรักษา ระบบไฟฟ้าสนามบิน ระบบสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสาร เช่น ลิฟท์ บันไดเลื่อน สายพานลำเลียงกระเป๋า และเครื่อง X-ray ตรวจอาวุธ และวัตถุระเบิด ฯลฯ

3.2 ควบคุม ดูแล ซ่อมแซมบำรุงรักษาอาคาร สถานที่ และสิ่งแวดล้อม ระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมทั้งยานพาหนะ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ๆ ภายในท่าอากาศยาน

3.3 ควบคุมดูแลการรักษาความสะอาด ตกแต่งจัดสวนภายใน และภายนอกอาคารท่าอากาศยาน

3.4 ควบคุม ดูแล และวางแผนบริหารการใช้พื้นที่เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้โดยสาร หรืออากาศยานกรณีที่มีการซ่อมบำรุง ปรับปรุงอาคาร หรือสิ่งปลูกสร้างอื่น ๆ ของท่าอากาศยาน

3.5 ควบคุมทะเบียนที่ราชพัสดุ และระวางแนวเขตที่ดินของท่าอากาศยาน

3.6 ปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมาย หรือปฏิบัติงานร่วมกัน หรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือได้รับมอบหมาย

อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ในปัจจุบันมีดังนี้ ข้าราชการ 10 คน ลูกจ้างประจำ 20 คน ลูกจ้างชั่วคราว 77 คน รวมเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานทั้งหมดจำนวน 107 คน

All Right Reserved

การบริหารท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี แสดงดังโครงสร้างองค์การบริหารท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี



ภาพที่ 2.1 โครงสร้างองค์การบริหารท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

ที่มา : ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี, 2558

การให้บริการของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

ในด้านการบริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี เป็นหน่วยงานของรัฐซึ่งเป็นผู้ให้บริการโครงสร้างพื้นฐานทางการบินแก่สายการบิน ผู้ประกอบการร้านค้าต่าง ๆ และผู้ใช้บริการ ดังนี้

1. บริการแก่สายการบิน จัดทาลานจอดเครื่องบิน ทางวิ่ง ทางขับ พื้นที่เช่า สำนักงาน โรงเก็บอุปกรณ์ และบริการดับเพลิง และกู้ภัยแก่สายการบิน

2. บริการแก่ผู้ประกอบการ จัดหาพื้นที่เช่าไว้ให้กับผู้ประกอบการบริการผู้มาใช้บริการในด้านต่าง ๆ เช่น ร้านค้า ขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ธนาคาร รถเช่า ฯลฯ

3. บริการแก่ผู้ใช้บริการ เรื่องการรักษาความปลอดภัย และจัดหาล้างอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ จัดการรักษาความปลอดภัยตั้งแต่ทางเข้าท่าอากาศยานโดยมีการแลกบัตรเข้าออกของรถทุกคันที่เข้าออกท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี มีการเฝ้าระวังพื้นที่อาคารผู้โดยสาร และจัดให้มีการตรวจสินค้า พัสดุภัณฑ์ ตรวจค้นผู้โดยสาร และสัมภาระเดินทางก่อนขึ้นเครื่องบิน มีระบบการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด การเข้า-ออกจะเป็นไปตามกฎของกรมการขนส่งทางอากาศ โดยจัดให้มีการแลกบัตรเข้า-ออก บริเวณพื้นที่การบิน ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกได้จัดอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ เช่น ลิฟท์ บันไดเลื่อน สายพานลำเลียงกระเป๋า รถเข็นกระเป๋าผู้โดยสาร แก้อั้วไฟเบอร์กลาสสำหรับผู้โดยสาร บริการห้องรับรองพิเศษ ฯลฯ

การให้บริการของสายการบิน

การให้บริการผู้โดยสารของสายการบินก่อนขึ้นเครื่องบิน ประกอบด้วยบริการที่สำคัญ 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การบริการจำหน่ายตั๋วโดยสาร และสำรองที่นั่ง สายการบินจะต้องมีสำนักงานของตนเอง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสารที่ต้องการซื้อตั๋ว และสำรองที่นั่ง พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการเดินทางแก่ผู้โดยสารที่มาใช้บริการสายการบินของตน

2. การให้บริการแก่ผู้โดยสารขาออก เมื่อผู้โดยสารเดินทางถึงท่าอากาศยานแล้ว ก็จะไปอาคารผู้โดยสารขาออกเพื่อสายการบินที่ตนซื้อตั๋วโดยสารบริการ Check-In โดยเข้าไปรับการตรวจบัตรโดยสาร และชั่งน้ำหนักสัมภาระติดตัวพร้อมติดป้ายหมายเลข (Tag) ณ จุดที่กำหนดสำหรับแต่ละเที่ยวบินตามเวลาที่กำหนด พร้อมทั้งออกไปขึ้นเครื่องพร้อมเลขที่นั่ง (Boarding Pass) ตามเที่ยวบินที่ได้สำรองที่นั่งไว้ หลังจากนั้นเมื่อถึงเวลาที่จะต้องเตรียมตัวขึ้นเครื่องบิน จึงจะเข้าไปสู่เขตหวงห้าม ซึ่งเข้าได้เฉพาะผู้โดยสาร และผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องเท่านั้น

3. การให้บริการแก่ผู้โดยสารขาเข้า เมื่อผู้โดยสารขาเข้าถูกขนถ่ายมาถึงอาคารผู้โดยสารแล้วก็จะไปถึงบริเวณที่รับกระเป๋า และสัมภาระ และอาวุธที่ฝากมากับเครื่องบิน

การให้บริการของผู้ประกอบการร้านค้าต่าง ๆ

การให้บริการของผู้ประกอบการร้านค้าต่าง ๆ จากภายนอกจะเข้ามาเช่าพื้นที่ท่าอากาศยาน สุราษฎร์ธานี เพื่อดำเนินกิจการร้านค้าต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น กิจการร้านอาหารภัตตาคาร กิจการร้านขายของฝาก สินค้าพื้นเมือง กิจการรถรับ - ส่งเข้าเมือง กิจการรถเช่าและกิจการธนาคาร บริการแก่ผู้โดยสารที่มาใช้บริการตั้งแต่ก่อนเที่ยวบินแรกจนเที่ยวบินสุดท้าย

ดังนั้นงานบริการที่ผู้วิจัยกล่าวถึง เป็นงานบริการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการ ซึ่งมีหลายหน่วยงานที่ปฏิบัติและเกี่ยวข้องกันตามปัจจัยบริการทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการบริการของการบิน และด้านการบริการของสถานประกอบการร้านค้าต่าง ๆ ซึ่งแยกผู้รับผิดชอบในงานบริการ ดังนี้

1. ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีเป็นผู้ให้บริการด้านรักษาความปลอดภัยและจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการผู้โดยสาร
2. สายการบินให้บริการ ขายตั๋ว เช็คอิน บริการก่อนขึ้นเครื่องบินและรับผู้โดยสารขาเข้า
3. ผู้ประกอบการบริการร้านค้าขายของที่ระลึก อาหาร เครื่องดื่ม รถเช่า ธนาคาร ฯลฯ

ผู้วิจัยมองภาพมุกกว้าง เนื่องจากผู้ให้บริการเมื่อเข้ามาใช้บริการที่ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ต่างคิดว่าทุกงานบริการที่ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีเป็นผู้จัดหา ถึงแม้ว่าในข้อเท็จจริงงานบริการบางอย่างไม่ใช่ท่าอากาศยานเป็นผู้ให้บริการ เช่น งานบริการของสายการบิน และบริการของสถานประกอบการร้านค้าต่าง ๆ ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญของงานบริการทุกส่วนจึงได้ทำการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการผู้รับบริการโดยตรง ที่ผู้รับบริการสัมผัสหรือใช้บริการเพื่อพัฒนางานบริการในทุกส่วนและเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ

จากการศึกษาความหมายของการบริการ พบว่ามีผู้ให้ความหมายของ การบริการ ไว้นานาพรรณานะ ดังนี้

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2549 : 7) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภค/ลูกค้า/ผู้รับบริการ) กับผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการ/พนักงานงานบริการ/ระบบการจัดการบริการ) หรือในทางกลับกัน ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและการบริการ ต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น ในขณะที่ธุรกิจทั่วไป มุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น

ฉัตรพร เสมอใจ (2550 : 10) ได้ให้ความหมายของคำว่า การบริการ ไว้ว่า การบริการ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่จัดทำเพื่อเสนอขาย หรือกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้า

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549 : 18) การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2548 : 14) การบริการ คือ การกระทำ พฤติกรรม หรือการปฏิบัติการที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่ง โดยกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นอาจมีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่โดยเนื้อแท้ของสิ่งที่เสนอให้นั้นเป็นการกระทำ พฤติกรรม หรือการปฏิบัติการซึ่งไม่สามารถนำไปเป็นเจ้าของได้

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2546 : 575) การบริการ หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติ ซึ่งฝ่ายหนึ่งนำเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีรูปลักษณะหรือตัวตนจึงไม่มีการโอนกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของในสิ่งใด ๆ การผลิตบริการอาจผูกติดหรือไม่ผูกติดกับตัวสินค้าก็ได้

สมิต สัชฌุกร (2545 : 13) การบริการ หมายถึง การปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อและเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่งทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลาย ในการทำให้คนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือ

อเนก สุวรรณบัณฑิต (2548 : 18) ให้คำนิยามว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือชุดของกิจกรรมหลายอย่าง ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือวัตถุอย่างใดอย่างหนึ่ง

เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจการบริการ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

เลิฟลอค และไรท์ (2003 : 4) ได้ให้ความหมายการบริการ 2 อย่าง คือ บริการเป็นปฏิกริยาหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ (Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้ และบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหา คุณประโยชน์ (Benefits) ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

จากความหมายของการบริการดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การบริการ เป็นกิจกรรมการกระทำและการปฏิบัติที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นเพื่อเสนอขาย และส่งมอบสู่ผู้รับบริการหรือเป็นกิจกรรมที่จัดทำขึ้นรวมกับการขายสินค้าเพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด ลักษณะของการบริการมีทั้งไม่มีรูปร่างหรือตัวตน จับสัมผัสและต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายได้ง่ายแต่นำมาซื้อขายกันได้

ลักษณะของการบริการ

คอตเลอร์ โบเวน และมาเคิน (Kotler, Boven and Maken, 2003 : 42) ได้จำแนกลักษณะเฉพาะของการบริการไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. บริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น จับต้องและสัมผัสไม่ได้ (Abstract) โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้าไม่ว่าจะเป็น หู ตา จมูก ลิ้น ผิวน้ำ เช่น หากจะซื้อเสื้อสักตัว ผู้ซื้อสามารถทดลองสวมใส่ เลือกขนาดได้ ซึ่งต่างกับการบริการที่ผู้บริโภค จะรับรู้การบริการได้จากความรู้สึกส่วนบุคคลในขณะที่ได้รับบริการหรือหลังจากรับบริการไปแล้ว ดังนั้น นักการตลาดจะต้องเข้าใจในความไม่มีตัวตนของการบริการและสามารถใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกหรือมองเห็นได้ เช่น การตกแต่งสถานที่ให้สวยงาม สะอาด และนำใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้าได้รับรู้ว่าการบริการที่น่าจะดีเหมือนกับการตกแต่งสถานที่

2. ความแยกจากกันไม่ได้ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ (Inseparability) ในช่วงเวลาการให้บริการนั้น เช่น บริการนวดแผนโบราณ ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ ในการตรวจรักษาแพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกันต่างจากสินค้าที่สามารถผลิตได้จำนวนมากและสามารถแบ่งย่อยขายให้ผู้บริโภคพร้อมกันหลาย ๆ รายได้

3. ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Variability) การควบคุมคุณภาพการบริการเป็นไปได้ยาก มีความไม่แน่นอนสูง ความแตกต่างของการบริการแต่ละครั้งหมายถึงความแตกต่างในด้านคุณภาพในการให้บริการ ทั้งนี้เนื่องจากการบริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ จึงขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ให้บริการ เมื่อไรและที่ไหน ซึ่งการที่พนักงานจะทำงานได้อย่างมีคุณภาพหรือไม่จะขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจของพนักงาน

4. การบริการไม่สามารถเก็บรักษาได้ (Perishability) ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอจะมากหรือน้อยต่างกันขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวัน เนื่องจากการบริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้นหากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง พนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงาน เกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์และไม่ก่อให้เกิดรายได้ใด ๆ ในขณะเดียวกันหากลูกค้ามีความต้องการใช้บริการจำนวนมากพร้อมกัน ก็จะมีข้อจำกัดในเรื่องของผู้ให้บริการที่ไม่เพียงพอ เช่น คนอาจต้องการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเสาร์อาทิตย์มากกว่าวันธรรมดาจึงทำให้จำนวนห้องพักมีไม่เพียงพอ

การบริการกับธุรกิจการบิน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 214 - 217) ได้กล่าวถึงบริการกับธุรกิจการบินที่มีลักษณะพิเศษไว้ ดังนี้

1. ธุรกิจการบินเป็นบริการที่ไม่มีตัวตนจับต้องไม่ได้ (Intangibility) กล่าวคือธุรกิจการบินเป็นการให้บริการขนส่งผู้โดยสาร และสินค้าทางอากาศ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน และจับต้องไม่ได้ แม้จะมีเครื่องบินมาเกี่ยวข้องกับการให้บริการก็ตาม แต่ก็ไม่มีการเปลี่ยนแปลงความเป็นเจ้าของในตัวเครื่องบินนั้น ผู้โดยสาร หรือ สินค้าที่รับบริการเพียงมีสิทธิใช้เครื่องบินเป็นพาหนะในการขนส่ง จึงทำให้ผู้ใช้บริการไม่สามารถรู้สึกได้ด้วยการสัมผัสจากประสาททั้ง 5 ก่อน ซึ่งบริการ จึงไม่สามารถทราบว่าจะได้รับดี หรือ ไม่ ต้องมีการใช้บริการก่อนจึงจะทราบ ด้วยเหตุนี้ในแง่ของการตลาดธุรกิจการบินจึงต้องใช้การส่งเสริมตลาดเข้าช่วยชี้ชวนให้ผู้ใช้บริการเห็นถึงประโยชน์ และความพึงพอใจที่จะได้รับจากบริการของธุรกิจการบิน เช่น จะต้องพูดถึงประโยชน์ที่ผู้โดยสารจะได้รับจากการเดินทางไปถึงที่หมายด้วยความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย โดยไม่ทรมาณร่างกาย หรือไม่เบื่อหน่ายต่อการเดินทาง หรือสินค้าที่ขนส่งจะถึงที่หมายอย่างปลอดภัย เป็นต้น

2. ธุรกิจการบินเป็นบริการที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (Inseparability) คือ ธุรกิจการบินเป็นการให้บริการกลุ่มบุคคล หรือ กลุ่มสินค้า (ไม่ใช่การให้บริการเฉพาะบุคคล หรือสินค้า) เนื่องจากการบริการของธุรกิจการบินให้บริการผู้โดยสาร และสินค้าเป็นจำนวนมากในเวลาเดียวกัน จะแบ่งแยกการให้บริการออกจากกันไม่ได้

3. ธุรกิจการบินเป็นบริการที่มีลักษณะแตกต่างกันในการให้บริการแต่ละครั้ง (Heterogeneity) คือ ธุรกิจการบินไม่สามารถที่จะทำให้บริการของตนเป็นมาตรฐานได้ การบริการชนิดเดียวกันจะมีความแตกต่างกันไปตามลูกค้าแต่ละคน ผู้ให้บริการแต่ละบริษัท และแต่ละช่วงเวลาที่รับบริการ เช่น สายการบินไม่ได้ให้บริการคุณภาพเดียวกันในแต่ละเที่ยวบิน และผู้โดยสารแต่ละคน เป็นต้นคุณภาพของการให้บริการยังทวีความซับซ้อนยิ่งขึ้นไปอีก บางครั้งเป็นการยากที่จะตัดสินระดับคุณภาพของบริการ และเป็นการยากที่คาดการณ์ล่วงหน้าถึงคุณภาพของการซื้อบริการว่าจะคุ้มค่างับบริการหรือไม่

4. ธุรกิจการบินเป็นบริการที่มีลักษณะสูญเสียนง่าย (Perish Ability) คือธุรกิจการบินเป็นบริการที่สูญสิ้นง่าย และไม่สามารถเก็บรักษาเอาไว้ได้ จึงก่อให้เกิดผลเสียหายและยุ่งยาก ต่อการวางแผนผลิตบริการ การกำหนดค่าบริการ และการส่งเสริมตลาดเป็นอย่างมาก จึงต้องพยายามหาทางใช้กำลังการผลิตบริการที่เหลืออยู่ในช่วงการใช้บริการน้อยให้เกิดประโยชน์โดยอาศัยการโฆษณา และส่งเสริมการขาย

5. ธุรกิจการบินเป็นบริการที่มีอุปสงค์ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand) กล่าวคือ ธุรกิจการบินเป็นบริการที่มีอุปสงค์ขึ้นลงตามฤดูกาลเป็นอย่างมาก อาจจะมีขึ้นลงตามแต่ละช่วงของวัน และแต่ละวันของสัปดาห์ หรือ เดือน

6. ธุรกิจการบินเป็นบริการที่ใช้แรงงานมาก (Labor Intensive) คือ เป็นบริการที่ต้องใช้คนในการให้บริการมาก และส่วนใหญ่ก็มีลักษณะเป็นการเฉพาะตัว

7. ธุรกิจการบินเป็นบริการที่อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐบาล (Under Government Control) คือ เป็นบริการที่ผู้ประกอบการจะต้องได้รับอนุญาตจากรัฐบาลก่อนดำเนินการบิน นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคทางการเมืองระหว่างประเทศเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

หลักการให้บริการ

ความรู้เกี่ยวกับหลักการให้บริการนั้น มีนักวิชาการได้กล่าวไว้ ดังต่อไปนี้

สมิต สัจฉกร (2550 : 11 - 12) กล่าวว่า การบริการอันเป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้น จะต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติ โดยทั่วไปมีหลักการให้บริการ ดังนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก จะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการ มาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดี และเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจ ไม่ให้ความสำคัญ บริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า

2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ คุณภาพ คือความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ ไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็ยังเป็นเพียงด้านปริมาณ แต่คุณภาพของบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การให้บริการซึ่งจะตอบสนองความต้องการ และความพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัด คือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้วก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมีคำขอโทษขอภัย ก็ได้รับเพียงความเมตตา

4. เหมาะสมแก่สถานการณ์ การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้าหรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนด ทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์

นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดเวลาแล้ว ยังจะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้า และสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

5. ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ การให้บริการในลักษณะใดก็ตามจะต้องพิจารณาโดยรอบด้าน จะมุ่งแต่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้า และฝ่ายเราเท่านั้นไม่เป็นการเพียงพอจะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่าย รวมทั้งสังคม และสิ่งแวดล้อม จึงควรยึดหลักในการให้บริการว่าจะระมัดระวังไม่ทำให้เกิดผลกระทบทำความเสียหายให้แก่บุคคลอื่น ๆ ด้วย

โดยสรุป ผู้บริโภคทุกคนต้องการบริการ (Service) ที่เป็นเลิศ ซึ่งมีลักษณะ ดังนี้

1. ต้องลดความล่าช้าของการบริการเพราะยุคนี้เป็นยุคของเวลา
2. การให้ความช่วยเหลือกับลูกค้าให้ได้รับความสะดวกสบายที่สุด
3. ให้บริการข่าวสาร ข้อมูลแก่ลูกค้าอย่างครบถ้วน
4. รับฟังข้อบกพร่อง และนำไปปรับปรุงแก้ไขต่อไป
5. ต้องแสดงอาการยกย่องลูกค้าด้วยกิริยา และวาจาที่สุภาพอ่อนน้อม

มาตรฐานการบริการ

สุวรรณชาติ เทพมงคล (2554 : 125) กล่าวว่า การจัดให้มีมาตรฐานการให้บริการจะทำให้ผู้ให้บริการมีความคิดคำนึงและใคร่ครวญถึงการปฏิบัติงานการให้บริการของตนเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่กำหนดไว้เหมือนนักกีฬาที่หมั่นตรวจสอบความสามารถของตนเองเปรียบเทียบกับสถิติมาตรฐานจะช่วยสร้างแนวโน้มของความคาดหวังให้เพิ่มคุณภาพของการบริการสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ เพราะมาตรฐานไม่มีเส้นชัยและไม่มีเขตแดนการที่ผู้ให้บริการไม่สนใจมาตรฐานหรือไม่ต้องการให้มีมาตรฐานในงานบริการ เพราะเกรงว่าหากตนปฏิบัติผิดไปจากมาตรฐานบริการก็จะเป็นที่เห็นได้ประจักษ์ชัดจึงต้องการลักษณะที่คลุมเครือไม่มีหน่วยเปรียบเทียบ เพื่อที่จะปฏิบัติอย่างไรก็ได้ และสามารถอ้างข้อบกพร่องในงานบริการของผู้อื่นหรืองานอื่น ๆ มาเปรียบเทียบได้ว่าการปฏิบัติงานให้บริการของตนยังดีกว่าหากจะพิจารณากำหนดมาตรฐานเป็นการทั่วไปเพื่อที่จะนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะบริการแต่ละกรณีอย่างเป็นรูปธรรมก็อาจกำหนดจากลักษณะงานที่เป็นนามธรรม สรุปได้ตาราง ที่ 2.1

All Right Reserved

ตารางที่ 2.1 ลักษณะงานที่เป็นนามธรรม

งาน	มาตรฐาน
1. การให้ความสนใจงาน	1.1 ต้องต้อนรับอย่างอบอุ่น 1.2 ต้องแสดงออกให้เกียรติลูกค้า 1.3 ต้องแสดงให้เห็นว่าลูกค้ามีความสำคัญ 1.4 ต้องฟังลูกค้าพูดและสับนัยน์ตาด้วย
2. การให้ความใส่ใจ	2.2 ต้องไม่แสดงออกอย่างเหนียวหนำเย็นชา 2.3 ต้องติดตามเรื่องของลูกค้าจนสำเร็จ
3. การบริการอย่างตั้งใจ	3.1 ต้องมั่นใจในความถูกต้องสมบูรณ์ 3.2 ต้องจัดบริการให้ตรงเวลา 3.3 ต้องบริการให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่า
4. การบริการอย่างเต็มใจ	4.1 ต้องสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าว่าจะเป็นการบริการที่ได้รับประโยชน์สูงสุด 4.2 ต้องให้ความร่วมมือในการตอบสนองความต้องการ
5. การบริการอย่างจริงใจ	5.1 ต้องแสดงออกถึงบริการที่น่าเชื่อถือและเชื่อใจได้ 5.2 ต้องรับผิดชอบในตัวสินค้าและบริการ 5.3 ต้องให้บริการอย่างซื่อตรงและเป็นธรรม
6. การบริการอย่างเข้าใจ	6.1 ต้องมีความรู้ในสินค้าและบริการอย่างแท้จริง 6.2 ต้องมุ่งถึงบริการที่มีคุณภาพสูง 6.3 ต้องให้บริการอย่างถูกต้อง
7. การบริการอย่างรู้ใจ	7.1 ต้องสนองความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้อง 7.2 ต้องดำเนินการอย่างรวดเร็วสมใจลูกค้า
8. การบริการอย่างมีน้ำใจ	8.1 ต้องให้ความช่วยเหลืออย่างเอื้ออาทร 8.2 ต้องให้ลูกค้าได้รับคำแนะนำอย่างถูกต้อง เพื่อประกันไม่ให้เกิดความยุ่งยากเสียหาย 8.3 ต้องให้ลูกค้าได้รับประโยชน์ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณอย่างครบถ้วน

ที่มา : สุวรรณชาติ เทพมงคล, 2554

จากความหมายและลักษณะของการบริการข้างต้นนั้น การรักษาคุณภาพการบริการจึงจำเป็นต้องควบคุมในทุก ๆ หน่วยบริการให้เป็นที่พึงพอใจของผู้มารับบริการเสมอ คือ จะต้องมีการบริการดีทั้งองค์กร ซึ่งการบริการจะดีหรือไม่ดีต่อผู้มารับบริการนั้น ยังขึ้นอยู่กับความคาดหวังของผู้รับบริการ ดังนั้นการให้บริการที่ดีนอกจากจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกอันดีต่อการบริการ ยังขยายถึงความรู้สึกอันดีของผู้รับบริการ จะเกิดภาพลักษณ์และความพึงพอใจต่อท่าอากาศยาน ฉะนั้นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จึงเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ต่อท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

นักวิชาการหลาย ๆ ท่านได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันดังจะนำมากล่าวพอสังเขปต่อไปนี้

ไพรัตน์ ธัมมารักษ์ตานนท์ (2551 : 34) คุณภาพในการบริการ (Service Quality) เป็นนามธรรมอธิบายได้ยากแตกต่างกันไปตามผู้ที่ใช้บริการและต้องใช้บริการแล้วจึงจะสามารถบอกคุณภาพได้ การบริการที่ดีเลิศ (Excellent Service) คำว่า บริการที่ดีเลิศตรงกับความต้องการ หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนอง ส่วนบริการเกินความต้องการของลูกค้า หมายถึง สิ่งที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้ได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ จนรู้สึกว่าการบริการนั้นเป็นบริการที่วิเศษมาก ประทับใจ คุ่มค่าแก่การตัดสินใจรวมทั้งคุ่มค่าเงิน

สุพรรณ อินทร์แก้ว (2549 : 28) คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง การให้บริการที่สามารถสนองความต้องการได้ตรงตามความต้องการหรือเกินความคาดหวังของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ คุณภาพการบริการแตกต่างกันไปตามลักษณะของผู้ใช้และมาตรฐานของผู้ใช้แต่ละคน คุณภาพบริการเป็นนามธรรมอธิบายได้ยากต้องใช้บริการก่อนจึงจะอธิบายได้

วีรพงษ์ เอลิมจิรรัตน์ (2543 : 14) คุณภาพการให้บริการ คือ ระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอื่นทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพอใจจากบริการที่เขาได้รับ

Gronroos (1990) ให้ความหมายคำว่าคุณภาพ (Quality) หมายถึงสิ่งที่เกิดจากการที่ลูกค้ารับรู้คุณภาพบริการ (Service Quality) เป็นสิ่งที่ทำได้ยากเนื่องจากงานบริการมีความไม่แน่นอนในการผลิตงานออกมาให้ได้มาตรฐานทั้งนี้เพราะงานบริการส่วนมากเป็นสิ่งที่จับต้องได้ยากไม่สามารถจัดเก็บไว้ได้ต้องทำการผลิตขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการดังนั้นในขณะที่ลูกค้ามาซื้อบริการและมีการส่งมอบบริการนั้นจะทำให้เกิดข้อผิดพลาดและทำให้ผู้บริโภคเกิดความไม่พอใจ

Ziethaml, Parasuraman, and Berry (1990) คุณภาพการให้บริการเป็นการประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความเป็นเลิศหรือความเหนือกว่าของบริการคุณภาพในการให้บริการนั้นเป็นการมุ่งตอบคำถามสำคัญประกอบด้วยคุณภาพในการให้บริการคืออะไรคือสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาคุณภาพในการให้บริการและองค์กรสามารถแก้ปัญหาคุณภาพในการให้บริการที่เกิดได้อย่างไร

Lovelock (1996) มองคุณภาพการให้บริการว่ามีความหมายอย่างกว้าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าที่มีศักยภาพในการซื้อหาสามารถและอาจจะทำการประเมินก่อนที่จะเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึงการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงตามความต้องการหรือเกินความคาดหวังของลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจจากบริการที่เขาได้รับ เป็นการบริการที่ดีเลิศ และเป็นการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง

ความสำคัญของคุณภาพการบริการ

ความสำคัญของคุณภาพการบริการสามารถพิจารณาได้ในเชิงคุณภาพและปริมาณ ดังนี้ (ไพรรัตน์ ธัมมาร์ชิตานนท์, 2549 : 34)

1. ความสำคัญในเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

1.1 สร้างความพอใจและความจงรักภักดีให้ลูกค้า การให้บริการอย่างมีคุณภาพทำให้ลูกค้าติดใจและรู้สึกพอใจต้องการมาใช้บริการในครั้งต่อไป ไม่ต้องการเปลี่ยนไปใช้กับธุรกิจบริการอื่นที่ไม่คุ้นเคย ในที่สุดย่อมเกิดความจงรักภักดี

สุพรรณณี อินทร์แก้ว (2549 : 28 - 29) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เขาเลือกใช้บริการ ดังนั้น ผู้ผลิตบริการจึงจำเป็นต้องผลิตบริการที่ดีมีคุณภาพให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและการส่งมอบทันกำหนดเวลาที่ลูกค้าต้องการ บริการที่ส่งมอบถึงมือลูกค้าตามกำหนดเวลาโดยไม่มีข้อบกพร่องย่อมสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเสมอ เป็นเหตุผลหนึ่งที่สามารถรักษาลูกค้าไว้ได้

1.2 มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ การให้บริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้าชื่นชมธุรกิจและความชื่นชมนั้นจะถูกถ่ายทอดไปยังผู้อื่นทำให้ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550 : 220) กล่าวว่า คุณภาพการบริการที่ดีขึ้นและความพึงพอใจของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นจะมีผลทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงบวกของลูกค้ากับการบริการ โดยจะมีผลให้ลูกค้ากลับมาซื้อบริการมากขึ้นหรือใช้บริการมากขึ้น ตลอดจนช่วยบอกปากต่อปากว่าดี

1.3 มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ คุณภาพการให้บริการมีผลอย่างมากในขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการ

1.4 เป็นกลยุทธ์ถาวรแทนส่วนประสมทางการตลาด ส่วนผสมทางการตลาดล้วนไม่คงทน ธุรกิจอาจคิดกลยุทธ์หรือพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดใหม่ ๆ มาสู่ตลาดไม่นานนักคู่แข่งรายอื่นก็ลอกเลียนแบบได้ แต่สิ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าแยกความแตกต่างได้คือ คุณภาพในการบริการ ซึ่งเกิดขึ้นจากพนักงานทุกคนที่มอบบริการผ่านกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพภายใต้การสนับสนุนจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย

1.5 สร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนและความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้การบริการที่มีคุณภาพเป็นการสร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนให้ธุรกิจยากที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

2. ความสำคัญในเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

2.1 ลดค่าใช้จ่ายในการแก้ไขข้อผิดพลาด การที่ธุรกิจต้องมาตามแก้ไขข้อผิดพลาดจากการให้บริการ ย่อมทำให้เสียค่าใช้จ่าย เสียเวลา เสียแรงงานพนักงานที่ต้องมาแก้ไขและการสูญเสียลูกค้า ดังนั้น การปรับปรุงธุรกิจเพื่อสร้างคุณภาพในการให้บริการย่อมช่วยลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการแก้ไขข้อผิดพลาด ซึ่งมีการลงทุนถูกกว่าแต่ได้ประโยชน์คุ้มกว่า

สุพรรณิ อินทร์แก้ว (2550 : 29) กล่าวว่า การที่ธุรกิจมีคุณภาพการบริการจะช่วยลดต้นทุน คือ การให้บริการที่มีคุณภาพโดยไม่มีข้อบกพร่องใด ๆ หรือข้อร้องเรียนจากลูกค้า สามารถลดต้นทุนการดำเนินงานลงได้

2.2 รายได้สูงขึ้น เนื่องมาจากพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในทางบวกของลูกค้า ทำให้ผลกำไรของบริหารสูงตามไปด้วย และทำให้อัตราส่วนทางการเงินต่าง ๆ ดีตามไปด้วย ถ้าไม่มีการลงทุนขยายอะไรเพิ่ม

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ

จากการศึกษาของ Parasuraman et, al. (1998) เกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการพบว่า ผู้บริโภคใช้ปัจจัย 5 มิติ ที่รู้จักกันในชื่อว่า SERVQUAL (Parasuraman, et al, 1988) ได้แก่

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง การบริการที่ส่งมอบให้กับผู้รับบริการ ซึ่งผู้ส่งมอบบริการต้องแสดงให้เห็นให้ผู้รับบริการสามารถคาดคะเนคุณภาพการบริการที่จะได้รับอย่างชัดเจน เช่น สถานที่ที่ให้บริการที่มีการอำนวยความสะดวก มีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ ครบครัน บุคลิกภาพของผู้ให้บริการ รวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร เป็นต้น

2. ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติตามที่ได้ให้สัญญากับลูกค้าหรือผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องเที่ยงตรง ทำให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกพึงพอใจ

3. ความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการมีความพร้อมและเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันที

4. ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีความรู้ และมีอัธยาศัยที่ดี ในการให้บริการ และผู้ให้บริการสามารถทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกมั่นใจได้

5. ความเข้าใจ และความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ผู้ให้บริการ ปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงจิตใจของผู้รับบริการแต่ละคน และให้บริการ โดยคำนึงความแตกต่างตามลักษณะ ของแต่ละบุคคลเป็นหลัก

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาว่า ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีมีปัจจัยคุณภาพ การให้บริการใดบ้าง ที่ผู้บริโภครังพอใจระดับสูงสุด และปัจจัยใดที่พึงพอใจน้อยที่สุด ซึ่งสมควรได้รับการ พัฒนาปรับปรุงให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ดียิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ความหมายของภาพลักษณ์

ในภาษาไทยคำว่า “ภาพพจน์” “จินตภาพ” และ “ภาพลักษณ์” เป็นคำที่มีความหมาย ใกล้เคียงกันมากจึงทำให้มีการใช้คำเหล่านี้แทนกันเป็นบางครั้งส่วนในภาษาอังกฤษมีคำว่า “image” เพียงคำเดียวคำว่า “ภาพพจน์” หมายถึงถ้อยคำที่เป็นสำนวนโวหาร ทำให้นึกเห็น เป็นภาพถ้อยคำ ที่เรียบเรียงอย่างมีชั้นเชิงเป็นโวหารมีเจตนาให้มีประสิทธิผลต่อความคิดความเข้าใจให้จินตนาการ และการถ่ายทอดอารมณ์ได้อย่างกว้างขวางลึกซึ้งกว่าการบอกเล่าที่ตรงไปตรงมา (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542 : 820 - 821) และผู้ที่ใช้คำว่า “จินตภาพ” กับ “ภาพลักษณ์” แทนคำว่า “ภาพพจน์” นั้น ให้เหตุผลว่าคำว่า “ภาพพจน์” นั้นมาจากภาษาอังกฤษว่า “figurativespeech” (เสรี วงษ์มณฑา, 2541 : 14) ซึ่งหมายถึงการใช้ภาษาที่สามารถสร้างภาพได้ดังนั้นคำว่า “image” จึงควรใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” หรือ “จินตภาพ” แต่คำว่า “จินตภาพ” ก็ไม่ค่อยเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลายฉะนั้น ผู้วิจัยจึงใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” และคำภาษาอังกฤษว่า “image” ในวิทยานิพนธ์เล่มนี้

นักวิชาการหลายท่านทั้งในประเทศและต่างประเทศ ได้ให้ความหมายของ “ภาพลักษณ์” ไว้ดังนี้

ดวงจันทร์ งามมีลาภ (2551) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในความคิดของ บุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยเป็นภาพที่เกิดจากการรวมกันของความเชื่อ ความคิด ที่ผ่านจากประสบการณ์ โดยตรง หรือประสบการณ์โดยอ้อมของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด

กาญจนา นาคสกุล. (2546) กล่าวว่า ภาพลักษณ์หมายถึง ภาพของบุคคล องค์กร สถาบัน เป็นต้น ที่เกิดขึ้นในใจของคน มักเป็นภาพที่เกิดจากลักษณะ การกระทำ ความประพฤติ หรือพฤติกรรม ของบุคคล องค์กร หรือสถาบันนั้น ๆ

วิทยา ด้านอารมณ์ (2544) กล่าวว่าภาพลักษณ์ หมายถึง ความคิด ความเชื่อ และความรู้สึก ที่คนเรามีต่อสินค้า บริการ บุคคลและตัวกิจการ ภาพลักษณ์มีส่วนสำคัญอย่างสำคัญในการกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมที่ลูกค้าจะมีต่อสินค้าหรือบริการหนึ่ง ๆ เสมอ

Kotler (2000) อธิบายถึงภาพลักษณ์ ว่าเป็นองค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีต่อสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวพันอย่างสูงกับภาพลักษณ์ของสิ่งนั้น ๆ

Boulding (1975) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นกระบวนการของความคิดจิตใจที่หล่อหลอมความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อันเนื่องมาจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยถือว่าเป็นความรู้ในเชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ที่บุคคลนำมาใช้ช่วยในการตีความ และให้ความหมายแก่โลกรอบ ๆ ตัว ซึ่งประกอบเข้าเป็นภาพลักษณ์ที่เราเกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ที่เรารับรู้

จากนิยามข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ รอบตัว ซึ่งมาจากการรับรู้ที่อาจมีข้อเท็จจริง และความคิด ความเชื่อส่วนตัวผสมผสานกัน โดยพฤติกรรมตอบสนองนั้นขึ้นอยู่กับบุคคลมีการรับรู้ภาพลักษณ์ต่อสิ่งนั้นเป็นอย่างไร

องค์ประกอบของภาพลักษณ์

Kenneth E. Boulding (1975 : 91) ได้อธิบายว่า “ภาพลักษณ์” เป็นความรู้สึกความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะความรู้ที่สร้างขึ้นเองเฉพาะบุคคลนั้น เป็นความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ซึ่งประกอบด้วยข้อเท็จจริงคุณค่าที่บุคคลเป็นผู้กำหนด โดยในแต่ละบุคคลนั้นจะเก็บสะสมความรู้เชิงอัตวิสัยเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวที่ได้ประสบและมีความเชื่อว่าเป็นจริงเนื่องจากบุคคลนั้น ไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับทุกสิ่งได้ครบถ้วนเสมอไป โดยมักจะได้เฉพาะภาพบางส่วนหรือลักษณะกว้าง ๆ ของสิ่งเหล่านั้นซึ่งอาจไม่ชัดเจนแน่นอนเพียงพอแล้วมักตีความหมายหรือให้ความหมายแก่สิ่งนั้น ๆ ด้วยตนเองความรู้เชิงอัตวิสัยนี้จะประกอบกันเป็นภาพลักษณ์ของสิ่งต่าง ๆ ที่บุคคลนั้นมีอยู่ในสมองด้วย

ภาพลักษณ์เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับจิตใจโดยตรงเพราะเราไม่ได้มีประสบการณ์โดยตรงกับสิ่งแวดล้อมที่เราได้สัมผัสมาแต่เรายังได้รับประสบการณ์จากทางอื่นอีกซึ่งต้องอาศัยการตีความหมายสำหรับตัวเองเสมอภาพลักษณ์ (Image) จึงเป็นการทดแทนความหมายเชิงอัตวิสัยของสิ่งต่าง ๆ ที่รับรู้มาเป็นความรู้เชิงตีความ (Interpreted Sensation) หรือความประทับใจในภาพที่ปรากฏ (Appearance) ความคล้ายคลึงหรือความหมายของการรับรู้ที่เลือกสรรตีความและให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นนั่นคือกระบวนการต่อจินตภาพ (Process of Image) ซึ่งมักมีความสำคัญยิ่งต่อการรับรู้ในสิ่งที่ไม่แน่นอนชัดเจนในตัวเพื่อให้ง่ายแก่การทำความเข้าใจอาจแยกองค์ประกอบของภาพลักษณ์ได้เป็น 4 ส่วนแต่ในความเป็นจริงองค์ประกอบทั้ง 4 ส่วนนี้มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างไม่อาจแบ่งแยกได้คือ

องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลได้จากการสังเกต โดยตรงแล้วนำสิ่งนั้นไปสู่การรับรู้สิ่งที่ถูกรับรู้นี้อาจจะเป็นบุคคลสถานที่เหตุการณ์ความคิดหรือสิ่งของต่าง ๆ เราจะได้ภาพของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เหล่านี้โดยผ่านการรับรู้เป็นเบื้องต้น

องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ส่วนที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภทความแตกต่างของสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นหลังจากการสังเกตและการรับรู้

องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อาจเป็นความรู้สึกผูกพันยอมรับหรือไม่ยอมรับชอบหรือไม่ชอบเมื่อได้รับรู้เรียนรู้ภายใต้ความคิดความรู้สึกความเข้าใจของแต่ละบุคคล

องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cognitive Component) เป็นความมุ่งหมายหรือเป็นเจตนาที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้นโดยเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึกให้เกิดเป็นผลในการสร้างภาพลักษณ์ต่อไป

ประเภทของภาพลักษณ์

พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร (2537) ได้จำแนกประเภทของภาพลักษณ์ไว้ ดังนี้

ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เป็นภาพลักษณ์ที่มาจากสมมติฐานว่าบุคคลในสังคมมาจากแหล่งต่าง ๆ มีความรู้ความเชื่อแตกต่างกันดังนั้นจะหวังให้มีภาพลักษณ์ขององค์กรหนึ่งเหมือนกันจึงเป็นไปได้

ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) ภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบันจะเป็นเชิงลบหรือบวกก็ได้

ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) เปรียบได้กับเวลาที่คนเราส่องกระจกภาพนั้นอาจมองว่าสวยสง่างามเช่นผู้บริหารมองว่าองค์กรได้ทำหลายสิ่งดีมาแล้วองค์กรน่าจะมีภาพลักษณ์ที่ดีแต่ในความเป็นจริงประชาชนกลุ่มเป้าหมายอาจมองอะไรที่แตกต่างจากผู้บริหาร

ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) ภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารหรือพนักงานมีความต้องการจะให้องค์กรของตนเป็นเช่นนั้น

ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Optimum Image) คือภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการตระหนักในความจริงและเข้าใจจึงเป็นภาพลักษณ์ไม่สูงเกินความเป็นจริง

ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image) ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริงอาจเพราะเหตุการณ์ต่าง ๆ หรือกระบวนการสื่อสารจึงต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์นั้นให้ถูกต้อง

ภาพลักษณ์สินค้า/บริการ (Product/Service Image) สินค้าและบริการก็มีภาพลักษณ์เป็นของตัวเองไม่ว่าจะเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบก็ยังคงมีความจำเป็นจะต้องปรุงแต่งภาพลักษณ์ให้เป็นที่ยอมรับ

ในสังคมนอกจากนี้ภาพลักษณ์ขององค์กรเป็นเช่นไรภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการก็จะเป็นความเกี่ยวพันเป็นอย่างมาก

ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์สินค้า เพียงแต่กรณีนี้เป็น “ตราสินค้า” หรือ “Logo” “สัญลักษณ์”

ภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) ภาพลักษณ์ขององค์กรใดองค์กรหนึ่งโดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์กรรวมถึงสินค้าหรือสินค้าระบบการบริหารความมั่นคงการมีบุคลากรที่มีคุณภาพความรับผิดชอบต่อสังคมฯ

ภาพลักษณ์สถาบัน (Institutional Image) คล้ายกับภาพลักษณ์องค์กรเพียงแต่มุ่งเฉพาะตัวบริษัทหรือตัวสถาบันเท่านั้น

Kotler (2000) ได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ในบริบทของการตลาดไว้ว่า ภาพลักษณ์ (Image) เป็นวิถีที่ประชาชนรับรู้เกี่ยวกับบริษัท หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท และภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้จากปัจจัยได้จากหลายปัจจัยหลายประการภายใต้การควบคุมธุรกิจ เมื่อพิจารณาภาพลักษณ์ที่องค์การธุรกิจจะสามารถนำมาเป็นองค์ประกอบทางการบริหารจัดการได้แล้ว อาจจำกัดขอบเขตประเภทของภาพลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดให้ชัดเจน โดยจำแนกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ภาพลักษณ์การบริการ (Service Image) คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของบริษัทเพียงอย่างเดียว ไม่รวมถึงตัวองค์กรหรือตัวธุรกิจ ซึ่งบริษัทหนึ่ง ๆ อาจมีผลิตภัณฑ์หลายชนิดและหลายยี่ห้อจำหน่ายอยู่ในท้องตลาด

2. ภาพลักษณ์ที่มีต่อสินค้าตราใดตราหนึ่ง (Brand Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสินค้าหรือใดยี่ห้อหนึ่ง หรือตราใดตราหนึ่ง

3. ภาพลักษณ์ของสถาบันหรือองค์กร (Institution Image) คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อสถาบัน หรือองค์กร ไม่รวมถึงสินค้าหรือบริการที่จำหน่าย

การรับรู้ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า ร้านค้า และผู้ผลิต ของผู้บริโภค มีความสำคัญในแง่ที่ทำให้ผู้บริโภคนำไปเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ส่วนตัว ผู้บริโภคจะพยายามรักษาภาพลักษณ์ส่วนตัวโดยการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาคิดว่ามีความสอดคล้องกับภาพลักษณ์ส่วนตัวของเขา

การรับรู้ภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการกับพฤติกรรมผู้บริโภค

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้กล่าวไว้ว่า การแข่งขันทางการตลาดไม่ได้แข่งขันกันแต่เพียงทำให้สินค้าหรือบริการดีเท่านั้น แต่จะแข่งขันกันในการสร้างภาพลักษณ์ให้ดีกว่าในสินค้าหรือการบริการนั้น ๆ หากสินค้าหรือการบริการใดมีคุณภาพดี แต่ไม่ได้รับการใส่ใจในการสร้างภาพลักษณ์ปล่อยให้ผู้บริโภครับรู้ภาพลักษณ์ของสินค้าในแง่ลบหรือเป็นธรรมดาสามัญแล้วผู้บริโภคก็ไม่เกิดความชื่นชมและไม่อาจสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดแก่ผู้บริโภคได้ แต่ในทางตรงข้ามหากสินค้าหรือการบริการ

ที่มีคุณภาพปานกลาง แต่ได้รับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี สามารถทำให้ผู้บริโภคหรือผู้รับบริการเกิดการรับรู้ที่ดี สินค้าหรือบริการนั้นก็ประสบความสำเร็จได้ในการตลาดแต่มีสินค้าและบริการบางอย่างที่แม้ว่าจะสร้างภาพลักษณ์ได้ดี โดยผู้บริโภคหรือผู้รับบริการเกิดการรับรู้แล้ว แต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากสินค้าหรือบริการนั้นไม่มีคุณภาพ ซึ่งผู้บริโภคหรือผู้รับบริการรับไม่ได้ ดังนั้น การรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ จึงขึ้นอยู่กับความพร้อมทางด้านความรู้สึกรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์กับความพึงใจ หรือการยึดมั่นความคาดหวัง และประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค ดังนี้

ความพึงใจหรือการยึดมั่น (Perceptual Fixation) เป็นความพึงใจที่จะมองเช่นนั้น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์หรือภาพพจน์ ซึ่งการออกสินค้าผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นครั้งแรก ต้องสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับตัวผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เพราะถ้าภาพลักษณ์ไม่ดีแล้วจะแก้ไขในภายหลังย่อมทำได้ยากมาก

ความคาดหวัง (Expectations) เป็นความคาดหวังของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ดังคำกล่าวที่ว่า เราได้เห็นในสิ่งที่เราอยากเห็น ได้ยินสิ่งที่อยากได้ยิน กล่าวคือ เมื่อบุคคลได้เห็นหรือได้ยินสิ่งใดแล้ว บางครั้งได้กล่าวถึงหรือคิดถึงสิ่งที่ได้ยินและเห็นในทางที่ไม่ดี แต่บางครั้งก็เห็นว่าเป็นสิ่งที่ดี ทั้งนี้เนื่องมาจากก่อนที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการจะเลือกซื้อสินค้าหรือรับบริการใดก็ตามนั้น มักจะมีมาตรฐานของสินค้าหรือการบริการ หรือมีความคาดหวังในสิ่งนั้นอยู่ในใจของตนอยู่แล้ว

ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (Past Experience of the Consumer) นับเป็นสิ่งสำคัญต่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากองค์กรต่าง ๆ บางคนเมื่อซื้อสินค้าจะพิถีพิถันในการเลือกมาก บางคนพึงใจในตราหือ เมื่อเห็นตราหือก็ไม่ต้องพิจารณาาก็กล้าซื้อทันที เนื่องจากเคยใช้แล้วเป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค ดังนั้นประสบการณ์ในอดีตจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเพราะผู้บริโภคมักใช้สินค้าหรือบริการตามคำกล่าว และบริการที่ดี

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ผู้บริโภคหรือผู้รับบริการนอกจากจะเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการโดยพิจารณาจากคุณภาพสินค้าหรือบริการที่จะได้รับแล้ว ยังพิจารณาจากภาพลักษณ์ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และด้านการบริการขององค์กรธุรกิจหรือผู้ให้บริการประกอบด้วย ซึ่งมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความพึงใจหรือการยึดมั่น ความคาดหวัง และประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการ

การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ

สมิต สัจฉกร (2543) กล่าวว่า การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจ เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการสร้างความรู้สึกรู้สึกที่ดีทั้งด้านบุคคล สถานที่ และด้านนโยบายการดำเนินงาน ย่อมช่วยให้เกิดภาพลักษณ์อันงดงาม ดังนี้

ด้านบุคลากร จะต้องสร้างความรู้สึกให้เป็นที่ยอมรับว่าเป็นบุคคลหรือคณะบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือที่น่ายกย่อง ไม่มีข้อรังเกียจใด ๆ ทั้งในเรื่องบุคลิกภาพและกิริยามารยาท บุคลากรพูดจาสุภาพ นุ่มนวล เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีคุณภาพ ทำงานมีประสิทธิภาพ กระตือรือร้น รวดเร็ว ว่องไว

ด้านสถานที่ ต้องสะอาด มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ทั้งด้วยการสัมผัสและการมองเห็น การรักษาความสะอาดจึงเป็นสิ่งสำคัญ การลงทุนก็ไม่มากแต่ให้ผลคุ้มค่า รวมถึงต้องมีการจัดสถานที่ ตลอดจนอุปกรณ์สำนักงาน ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย มีป้ายบอกชื่อของหน่วยงาน ชื่อตำแหน่งหน้าห้อง ป้ายบอกเวลาเปิด - ปิดทำการ รวมทั้งขั้นตอนวิธีติดต่องานแผนกต่าง ๆ ที่ชัดเจน

ด้านการบริการ ในการดำเนินงาน ต้องให้ความรู้สึกเชื่อมั่นได้ว่าซื่อสัตย์ สุจริต โปร่งใส เป็นธรรม ไม่คดโกง หรือเอาเปรียบลูกค้าและสังคม

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ผู้บริโภคหรือผู้รับบริการนอกจากจะเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการโดยพิจารณาจากคุณภาพการให้บริการที่จะได้รับแล้ว ยังพิจารณาจากภาพลักษณ์ของธุรกิจหรือการบริการประกอบด้วย ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงต้องการศึกษาภาพลักษณ์ ที่อยู่ในจิตใจของผู้บริโภคต่อการรับบริการ ผู้วิจัยจึงศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

นิตย์ ทฬัยสวัสดิ์ สุขศรี (2559) ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ระดับคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติ สุราษฎร์ธานี ตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า คุณภาพการบริการอยู่ในระดับดี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการของพนักงานประจำท่าอากาศยาน ด้านการรักษาความปลอดภัย และด้านภายในตัวอาคาร คุณภาพการบริการอยู่ในระดับพอใช้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบริการของผู้ประกอบการต่าง ๆ ด้านระบบขนส่ง และด้านสถานที่จอดรถ

กรมการบินพลเรือน (2556) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของท่าอากาศยานในสังกัดของกรมการบินพลเรือน ทั้ง 28 แห่ง เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน - สิงหาคม พ.ศ. 2556 ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการของท่าอากาศยานในสังกัดของกรมการบินพลเรือน ในภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก (= 4.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านพนักงานประจำท่าอากาศยานฯ ด้านสภาพท่าอากาศยานฯ ด้านความปลอดภัย ด้านความคุ้มค่าของค่าธรรมเนียมการใช้สนามบิน และด้านอุปกรณ์

และสิ่งอำนวยความสะดวก และมีความไม่พึงพอใจต่อการให้บริการของท่าอากาศยานในสังกัดของ กรมการบินพลเรือน ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด (= 0.97) เรียงตามลำดับในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านพนักงานประจำท่าอากาศยานฯ ด้านสภาพท่าอากาศยานฯ ด้านความปลอดภัย ด้านความคุ้มค่า ของค่าธรรมเนียมการใช้สนามบิน และด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก

ปิยะนุช เลิศศิริ (2556) ศึกษาเรื่อง การประเมินประสิทธิภาพการให้บริการ : กรณีศึกษา ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบุคคลของผู้ให้บริการที่มีผลต่อ ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพในการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคคลของผู้ใช้บริการ ที่มีผลต่อปัจจัยด้านการรับรู้คุณภาพและการประเมินประสิทธิภาพการให้บริการ ความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการกับการรับรู้คุณภาพต่อประสิทธิภาพการให้บริการกับการ ประเมินประสิทธิภาพการให้บริการ และศึกษาช่วงเวลาในการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการภายในอาคารผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศ ณ ท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิ รวมจำนวนทั้งสิ้น คือ 734 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามสำหรับผู้ให้บริการ 334 ตัวอย่าง และแบบสอบถามของผู้ใช้บริการ 100 ตัวอย่าง รวมทั้งจับเวลาในการใช้บริการของผู้ใช้บริการอีก 300 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ สมมติฐานใช้การแจกแจงแบบ Independent Samples (t-test) สำหรับตัวแปรที่มีสองกลุ่ม และ ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว Analysis of Variance (ANOVA) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า สองกลุ่ม การเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี Least Significant Difference (LSD) และทดสอบความสัมพันธ์ โดยวิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และสร้างแผนภูมิควบคุม X chart และ MR Chart ในการคำนวณช่วงเวลาในการให้บริการ ผลการศึกษา พบว่า เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ ในการทำงานที่สนามบินสุวรรณภูมิมีผลต่อ คุณภาพในการให้บริการ ส่วนอาชีพ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานที่สนามบิน สุวรรณภูมิมีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการ และปัจจัยด้านคุณภาพในการให้บริการทุกด้าน มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางในทิศทางเดียวกันกับประสิทธิภาพการให้บริการ

ภูริตา ล้อมลิ้ม (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับ ภาพลักษณ์ของธุรกิจกาแฟสตคอฟฟี่ หูเดีย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีอายุมากกว่า 24 ปี - 34 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีการรับรู้คุณภาพบริการโดยรวมและมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ โดยรวมของธุรกิจกาแฟสตคอฟฟี่ หูเดีย อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่า เพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โดยรวมของธุรกิจ กาแฟสตคอฟฟี่ หูเดีย ไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการรับรู้คุณภาพการบริการทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร/

พนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจกาแฟสดคอฟฟี่ ทุติย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กฤติยา จงเรืองทรัพย์ (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการ ที่สัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการ ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของร้าน เซเว่นอีเลฟเว่นในภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันในทุกด้าน (ด้านบุคลิกภาพของบุคลากร ด้านความรู้ความสามารถของบุคลากร ด้านสถานที่และทางด้านสังคม) และผลการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่น จากการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของ ร้านเซเว่นอีเลฟเว่นมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านในเชิงบวก ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือวางใจได้ การตอบสนองความต้องการให้ความ มั่นใจ และความเอาใจใส่ลูกค้า

นันทนันท์ เอี่ยมมาลัย (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของธนาคารทหารไทยจำกัด (มหาชน) ภายหลังจากปรับภาพลักษณ์ใหม่ในมุมมองของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็น ต่อภาพลักษณ์ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ภายหลังจากปรับภาพลักษณ์ใหม่ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการ ด้านภาพลักษณ์ตราสัญลักษณ์/โลโก้ ด้านองค์กรโดยรวมและด้านความรับผิดชอบต่อ สังคม ไม่แตกต่างกัน และพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ ของธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ภายหลังจากปรับภาพลักษณ์ใหม่ในการบริการ ด้านองค์กรโดยรวม ด้านบุคลากร/พนักงาน ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของธนาคาร ทหารไทย จำกัด (มหาชน) ภายหลังจากปรับภาพลักษณ์ใหม่ ในด้านการบริการและด้านความรับผิดชอบต่อ สังคม ไม่แตกต่างกัน

สุรริรักษ์ พิลา (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์การบริการและความพึงพอใจในคุณภาพ การบริการในสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภค ที่มีเพศอายุรายได้ต่อเดือนอาชีพและสายการบินที่ใช้บริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจในคุณภาพ บริการสายการบินต้นทุนต่ำไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านภาพลักษณ์การบริการพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศอายุรายได้ต่อเดือนอาชีพและสายการบินที่ใช้บริการแตกต่างกัน มีการรับรู้ภาพลักษณ์

การบริการของสายการบินต้นทุนต่ำไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการรับรู้ภาพลักษณ์ การบริการของสายการบินต้นทุนต่ำด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ศรกลม กุบโคกรวด (2548) ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารชาวไทยของบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายอายุ ในช่วง 25 - 33 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ต่อเดือน 10,001 - 28,001 บาท และมีความคาดหวังคุณภาพให้บริการโดยเฉลี่ย 3.66 การรับรู้คุณภาพการให้บริการโดยรวมเฉลี่ย 3.58 มีระดับความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการได้รับความเชื่อมั่นต่อบริการ ด้านเข้าใจและเห็นใจผู้รับบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ยกเว้นการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้อยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยของความคาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยของการรับรู้ทุกด้าน นั่นคือ ผู้โดยสารไม่พึงพอใจกับบริการที่ได้รับทุกด้าน

งานวิจัยต่างประเทศ

Correia, Anderson R. (2007) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาระดับมาตรฐานการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของสนามบิน กรณีศึกษา : สนามบิน Sao Paulo ประเทศบราซิล เป็นการศึกษา เชิงปริมาณจากการรับรู้ของผู้โดยสารต่อการบริการ โดยทำการประเมินจากบริการที่เคาน์เตอร์เช็คอินโดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้โดยสาร ดังนี้ เวลาในขั้นตอนการดำเนินการ เวลาที่รอคอย และพื้นที่ที่มีต่อบุคคล ผลการศึกษาพบว่า ระดับการบริการที่เคาน์เตอร์เช็คอินมีความสัมพันธ์กับปัจจัยทั้ง 3 คือ เวลารอคอย เวลาในขั้นตอนการบริการ และพื้นที่ที่มีในการบริการ

Park, Jin Woo (2007) ศึกษาเรื่อง ทศนคติผู้โดยสารเกี่ยวกับคุณภาพบริการ : กรณีศึกษา ชาวเกาหลีกับชาวออสเตรเลีย การศึกษาครั้งนี้เป็นการสอบถามทัศนคติของผู้โดยสารที่เดินทาง โดยการขนส่งทางอากาศ จากปัจจัย 11 ตัวที่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้จ่ายตามปัจจัย ดังนี้ การบริการบนเครื่องบิน การสำรองบริการต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกัน บริการของสนามบิน ความเชื่อมั่นบริการของพนักงาน เที่ยวบิน ราคา ความพึงพอใจของผู้โดยสาร การรับรู้มูลค่า ภาพลักษณ์ของสายการบินและคุณภาพบริการโดยรวม โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบ t - test กับข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากผู้โดยสารทางอากาศระหว่างประเทศเกาหลีกับออสเตรเลีย ผลการศึกษาพบว่า ทศนคติของผู้โดยสารที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการที่แตกต่างกันในการเดินทางข้ามสายการบิน ขึ้นที่นั่งและความถี่ในการใช้บริการ

จากแนวคิดทฤษฎีที่ได้นำมาอ้างอิง จะเห็นได้ว่าท่าอากาศยานเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการบินพลเรือน และเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการดำเนินกิจการขนส่งทางอากาศในส่วนของการบินบริการที่ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี มีหลายหน่วยงานร่วมกันให้บริการ ซึ่งในการให้บริการนั้นต้องยึดหลักในการให้บริการโดยจะต้องศึกษาและเข้าใจถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้ใช้บริการ เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจ ความประทับใจ ของผู้มาใช้บริการ และจากงานวิจัยที่ได้ศึกษา พบว่า คุณภาพการให้บริการมีผลต่อภาพลักษณ์ในมุมมองทัศนคติของผู้ใช้บริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่จะต้องศึกษา และปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ ด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ และด้านความเข้าใจ ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ส่วนด้านภาพลักษณ์ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และด้านการบริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี โดยมีลำดับขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย ตามรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการชาวไทยที่ใช้บริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี โดยผู้วิจัยใช้วิธีกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การเปิดตารางเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie Morgan) จากประชากรชาวไทยที่มาใช้บริการในปี 2559 จำนวน 892,215 คน (ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี, สถิติขนส่งทางอากาศ, 2559) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน และดำเนินการเก็บข้อมูลโดยสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้บริการที่เดินทางโดยการขนส่งทางอากาศจนครบตามตัวอย่างที่ต้องการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาจากการค้นคว้าศึกษาแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีอยู่แล้ว โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน รายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลผู้บริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการ มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) ซึ่งได้กำหนดตัวเลือกไว้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี โดยศึกษาคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ ด้านความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มั่นใจ และด้านความเข้าใจ ความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ

ลักษณะแบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของ ลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) ซึ่งเกณฑ์คะแนนและความหมาย คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยกำหนดระดับค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีระดับกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีระดับน้อยที่สุด

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาแปลผล ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงห่างของแต่ละระดับชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นในแต่ละช่วงคะแนนของระดับชั้นจะเท่ากับ 0.80 คิดเป็นเกณฑ์การแบ่งช่วงคะแนนในแต่ละระดับชั้น ตามแนวคิดของ Best (1981 : 78) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย หมายถึง
4.21 - 5.00 ระดับคุณภาพมากที่สุด

3.41 - 4.20 ระดับคุณภาพมาก

2.61 - 3.40 ระดับคุณภาพปานกลาง

1.81 - 2.60 ระดับคุณภาพน้อย

1.00 - 1.80 ระดับคุณภาพน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ และด้านการบริการ

แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของ ลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) ซึ่งเกณฑ์คะแนนและความหมาย คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยกำหนดระดับค่าคะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีระดับกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีระดับน้อยที่สุด

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณา ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงห่างของแต่ละระดับชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วง}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้นในแต่ละช่วงคะแนนของระดับชั้นจะเท่ากับ 0.80 คิดเป็นเกณฑ์การแบ่งช่วงคะแนนในแต่ละระดับชั้น ตามแนวคิดของ Best (1981 : 78) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
4.21 - 5.00	ระดับภาพลักษณ์มากที่สุด
3.41 - 4.20	ระดับภาพลักษณ์มาก
2.61 - 3.40	ระดับภาพลักษณ์ปานกลาง
1.81 - 2.60	ระดับภาพลักษณ์น้อย
1.00 - 1.80	ระดับภาพลักษณ์น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิด เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบ

แบบสอบถามที่ใช้บริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

การสร้างแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา และบางส่วนได้ดัดแปลงมาจากงานวิจัยต่าง ๆ โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร โดยการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์
3. สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง เพื่อทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน (ภาคผนวก ข) เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้อง เที่ยงตรง เชิงเนื้อหาของข้อคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายและสอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ หลังจากนั้นได้นำมาแก้ไขปรับปรุง
5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยทำการทดลอง (Try - out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ก่อนเก็บข้อมูลจริง โดยนำผลของข้อมูลที่ได้เฉพาะที่มีการวัดมาตรงส่วนประมาณค่า มาคำนวณหาความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach. (1970) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 (ภาคผนวก ค)
6. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัย ได้นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว โดยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง และเป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการให้บริการ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ จนครบตามจำนวนประชากรที่กำหนดไว้ 400 ชุด
2. เก็บแบบสอบถามตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลทั้ง 4 ตอนในแบบสอบถาม ที่ได้คืนมาครบถ้วนก่อนนำไปวิเคราะห์ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS for Windows ช่วยในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้วิธีหาค่ามัธยเลขคณิตหรือการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้วิธีหาค่ามัธยฐานเลขคณิตหรือการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลโดยใช้สถิติที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (F-test) ในกรณีที่พบความแตกต่างกันจะทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffé

5. วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานของผู้ใช้บริการ โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สเปียร์แมนซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2552 : 248) ดังนี้

ค่ามากกว่า 0.81 ขึ้นไป ถือว่ามีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

ค่าตั้งแต่ 0.61 - 0.80 ถือว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง

ค่าตั้งแต่ 0.41 - 0.60 ถือว่ามีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

ค่าตั้งแต่ 0.21 - 0.40 ถือว่ามีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำ

ค่าไม่เกิน 0.20 ถือว่ามีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

6. วิเคราะห์ข้อมูลจากปัญหาและข้อเสนอแนะเรื่องคุณภาพการให้บริการด้วยค่าความถี่และค่าร้อยละ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีศึกษาภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีจากผู้ใช้บริการท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คน ซึ่งได้กำหนดสัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิเคราะห์ ตามลำดับ

สัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการแปลความหมาย ดังนี้

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

\bar{x} แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)

S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ ได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานผู้ใช้บริการท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตอนที่ 6 วิเคราะห์ความต้องการและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับแต่ละขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลพื้นฐานผู้ให้บริการท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้วิธีหาค่าความถี่ (Frequency) โดยสรุปออกมาเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานผู้ให้บริการท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	204	51.00
หญิง	196	49.00
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	47	11.75
21 - 30 ปี	163	40.75
31 - 40 ปี	98	24.50
41 - 50 ปี	58	14.50
51 ปีขึ้นไป	25	6.25
3. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษา	5	1.25
มัธยมศึกษาตอนต้น / ตอนปลาย	83	20.75
ปวส./อนุปริญญา	58	14.50
ปริญญาตรี	214	53.50
สูงกว่าปริญญาตรี	40	10.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
4. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	75	18.75
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	153	38.25
พนักงานบริษัทเอกชน	94	23.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	52	13.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	20	5.00
รับจ้าง	6	1.50
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	145	35.00
15,001 - 20,000 บาท	146	36.50
20,001 - 25,000 บาท	37	9.25
25,001 - 30,000 บาท	41	10.25
30,001 - 35,000 บาท	22	5.50
มากกว่า 35,000 บาท	14	3.50
6. ความถี่ที่ใช้บริการทำอากาศยาน		
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	86	21.50
1 - 2 ครั้ง/เดือน	203	50.75
3 - 4 ครั้ง/เดือน	57	14.25
5 - 8 ครั้ง/เดือน	20	5.00
มากกว่า 8 ครั้ง/เดือน	34	8.50

จากตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการทำอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นชาย อายุระหว่าง 19 - 25 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 15,001 - 20,000 บาท ความถี่ที่ใช้บริการทำอากาศยาน 1 - 2 ครั้ง/เดือน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการท่าอากาศยาน
สุราษฎร์ธานี

โดยใช้วิธีหาค่ามัชฌิมเลขคณิตหรือการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
(Standard Deviation) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการท่าอากาศยาน
สุราษฎร์ธานี โดยรวม

คุณภาพการให้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.99	0.70	มาก
2. ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้	3.87	0.52	มาก
3. ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ	3.55	0.55	มาก
4. ความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	3.55	0.55	มาก
5. ความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	3.54	0.53	มาก
รวม	3.70	0.49	มาก

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการคุณภาพการให้บริการ
ท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวม พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน
พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ
ความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และความเชื่อมั่น
ไว้วางใจได้ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ความเป็นรูปธรรมของ
การบริการ

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.04	0.76	มาก
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	4.04	0.76	มาก
3. อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่บริการอยู่ในสภาพดี	3.97	0.68	มาก
4. สภาพทั่วไปของท่าอากาศยานสะอาดและเป็นระเบียบ	3.93	0.76	มาก
รวม	3.99	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการคุณภาพการให้บริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย สภาพทั่วไปของท่าอากาศยานสะอาดและเป็นระเบียบ และอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่บริการอยู่ในสภาพดี ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้

ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. เจ้าหน้าที่บริการเปิดให้บริการตรงเวลา	4.08	0.77	มาก
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการให้ข้อมูลถูกต้องเป็นจริง	3.81	0.53	มาก
3. เจ้าหน้าที่บริการปฏิบัติตามความต้องการ ของผู้ใช้บริการได้ถูกต้อง	3.81	0.51	มาก
4. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ	3.77	0.66	มาก
รวม	3.87	0.52	มาก

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการคุณภาพการให้บริการท่าอากาศยาน สุราษฎร์ธานี ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อได้แก่ เจ้าหน้าที่บริการเปิดให้บริการตรงเวลา มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ เจ้าหน้าที่ให้บริการให้ข้อมูลถูกต้องเป็นจริง และเจ้าหน้าที่บริการปฏิบัติตามความต้องการของผู้ใช้บริการได้ถูกต้อง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ความพร้อมในการตอบสนอง
ต่อผู้รับบริการ

ความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. เจ้าหน้าที่บริการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ทันที	3.58	0.59	มาก
2. เจ้าหน้าที่บริการรับรู้เข้าใจปัญหาของผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว	3.57	0.59	มาก
3. เจ้าหน้าที่บริการมีความกระตือรือร้น ให้บริการสม่ำเสมอ	3.54	0.52	มาก
4. เจ้าหน้าที่บริการมีความพร้อมในการตอบคำถามข้อสงสัยของผู้ใช้บริการ	3.47	0.55	มาก
รวม	3.54	0.53	มาก

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการคุณภาพการให้บริการ ทำอากาศยาน สุราษฎร์ธานี ความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อได้แก่ เจ้าหน้าที่บริการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ทันทีเจ้าหน้าที่บริการรับรู้เข้าใจปัญหาของผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่บริการมีความพร้อมในการตอบคำถามข้อสงสัยของผู้ใช้บริการและเจ้าหน้าที่บริการมีความกระตือรือร้น ให้บริการสม่ำเสมอตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ความน่าเชื่อถือมั่นใจ
ของผู้ใช้บริการ

ความน่าเชื่อถือ มั่นใจของผู้ใช้บริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. เจ้าหน้าที่บริการมีการแจ้งเปลี่ยนแปลงด้านกา บริการล่วงหน้า	3.80	0.60	มาก
2. เจ้าหน้าที่บริการใช้อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ในการบริการด้วยความชำนาญและรอบคอบ	3.77	0.56	มาก
3. เจ้าหน้าที่บริการมีทักษะความรู้ในการบริการ อย่างมืออาชีพ	3.71	0.55	มาก
4. เจ้าหน้าที่บริการดูแลความปลอดภัยสม่ำเสมอ	3.61	0.51	มาก
รวม	3.55	0.55	มาก

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการคุณภาพการให้บริการท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ความน่าเชื่อถือ มั่นใจของผู้ใช้บริการพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ เจ้าหน้าที่บริการมีการแจ้งเปลี่ยนแปลงด้านการบริการล่วงหน้าเจ้าหน้าที่บริการใช้อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ในการบริการด้วยความชำนาญและรอบคอบ เจ้าหน้าที่บริการมีทักษะความรู้ในการบริการอย่างมืออาชีพและ เจ้าหน้าที่บริการดูแลความปลอดภัยสม่ำเสมอ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ

ความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ	\bar{x}	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. เจ้าหน้าที่บริการมีความเต็มใจในการช่วยเหลือต่อผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ	3.63	0.65	มาก
2. เจ้าหน้าที่บริการมีความสามารถในการสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี	3.59	0.59	มาก
3. เจ้าหน้าที่บริการสนใจดูแลเอาใจใส่ความต้องการของผู้ใช้บริการเท่าเทียมกัน	3.49	0.55	มาก
4. เจ้าหน้าที่บริการเต็มใจรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้รับบริการ	3.47	0.60	มาก
รวม	3.55	0.55	มาก

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการคุณภาพการให้บริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อได้แก่ เจ้าหน้าที่บริการมีความเต็มใจในการช่วยเหลือต่อผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ เจ้าหน้าที่บริการเต็มใจรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้รับบริการ เจ้าหน้าที่บริการมีความสามารถในการสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี และเจ้าหน้าที่บริการสนใจดูแลเอาใจใส่ความต้องการของผู้ใช้บริการเท่าเทียมกัน ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี

โดยใช้วิธีหาค่ามัชฌิมเลขคณิตหรือการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.8 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวม

ภาพลักษณ์	\bar{x}	S.D.	ระดับภาพลักษณ์
1. ด้านบุคลากร	3.64	0.46	มาก
2. ด้านการบริการ	3.44	0.44	มาก
3. ด้านสถานที่	2.34	0.63	น้อย
รวม	3.14	0.32	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ และด้านสถานที่ อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 4.9 ระดับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	\bar{x}	S.D.	ระดับภาพลักษณ์
1. มีความสามารถในการบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ	3.75	0.54	มาก
2. มีความเชี่ยวชาญ รวดเร็ว ในการให้บริการ	3.77	0.53	มาก
3. เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์	3.58	0.51	มาก
4. มีความสุภาพในการให้บริการ	3.47	0.66	มาก
รวม	3.64	0.46	มาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านบุคลากรพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ มีความสุภาพในการให้บริการ มีความสามารถในการบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอมีความเชี่ยวชาญ รวดเร็ว ในการให้บริการ และเครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ระดับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี
ด้านสถานที่

ด้านสถานที่	\bar{X}	S.D.	ระดับภาพลักษณ์
1. มีป้ายบอกจุดบริการ/ป้ายประชาสัมพันธ์ชัดเจน	3.76	0.55	มาก
2. มีห้องน้ำในอาคารพักผู้โดยสารที่เพียงพอและสะอาด	1.94	1.01	น้อย
3. มีความเพียงพอสำหรับห้องพักผู้โดยสาร	1.86	0.92	น้อย
4. ที่จอดรถมีความเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ	1.83	0.91	น้อย
รวม	2.34	0.63	น้อย

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีป้ายบอกจุดบริการ/ป้ายประชาสัมพันธ์ชัดเจน อยู่ในระดับมาก และอยู่ในระดับน้อย 3 ข้อ ได้แก่ ที่จอดรถมีความเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ มีความเพียงพอสำหรับห้องพักผู้โดยสาร และส่วนห้องน้ำในอาคารพักผู้โดยสารที่เพียงพอและสะอาด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ระดับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี
ด้านการบริการ

ด้านการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับภาพลักษณ์
1. มีความรวดเร็วในการให้บริการ	3.46	0.50	มาก
2. สร้างความประทับใจในการบริการ	3.46	0.50	มาก
3. มีความรู้สึกเชื่อมั่นและมั่นใจในการบริการ	3.44	0.50	มาก
4. มีความเข้าใจและพร้อมตอบสนองต่อผู้รับบริการ	3.40	0.60	ปานกลาง
รวม	3.44	0.44	มาก

จากตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการบริการพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ ได้แก่ มีความรวดเร็วในการให้บริการ สร้างความประทับใจในการบริการ มีความรู้สึกเชื่อมั่นและมั่นใจในการบริการ ส่วนข้อมีความเข้าใจและพร้อมตอบสนองต่อผู้รับบริการ อยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ข้อมูลเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรสองกลุ่มด้วย (t-test) และวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างตั้งแต่สามกลุ่มขึ้นไปด้วย F-test (One -Way ANOVA) ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบความแตกต่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี
จำแนกตามเพศ

ภาพลักษณ์	ชาย (n = 204)		หญิง (n = 196)		t	p
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
1. ด้านบุคลากร	3.64	0.50	3.64	0.42	-0.09	0.000*
2. ด้านสถานที่	2.41	0.65	2.27	0.60	2.20	0.267
3. ด้านการบริการ	3.45	0.42	3.42	0.46	0.62	0.036*
รวม	3.17	0.34	3.11	0.29	1.68	0.148

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามเพศพบว่าโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านบุคลากรและด้านการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

All Right Reserved

ตารางที่ 4.13 เปรียบเทียบความแตกต่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี
จำแนกตามอายุ

ภาพลักษณ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3.944	5	0.789	3.810	0.002*
	ภายในกลุ่ม	81.583	394	0.207		
	รวม	85.527	399			
2. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	1.310	5	0.262	0.664	0.651
	ภายในกลุ่ม	155.534	394	0.395		
	รวม	156.844	399			
3. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.815	5	0.963	5.261	0.000*
	ภายในกลุ่ม	72.123	394	0.183		
	รวม	76.938	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.402	5	0.280	2.803	0.017*
	ภายในกลุ่ม	39.419	394	0.100		
	รวม	40.822	399			

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามอายุ พบว่าโดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านบุคลากรและด้านการให้บริการต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านสถานที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น เพื่อให้ทราบความแตกต่างเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีแบบเซฟเฟ (Scheffé) มาวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ ดังตารางดังนี้

All Right Reserved

ตารางที่ 4.14 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี
ด้านบุคลากร จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
		3.54	3.85	3.42	3.78	3.14
1. ต่ำกว่า 20 ปี	3.54	-0.091	-0.049*	-0.006*	0.056	0.551
2. 21 - 30 ปี	3.85	-	0.042*	0.086	0.148	0.642
3. 31 - 40 ปี	3.42		-	0.044*	0.106	0.600
4. 41 - 50 ปี	3.78			-	0.062	0.556
5. 51 ปีขึ้นไป	3.14				-	0.494

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านบุคลากร จำแนกตามอายุพบว่า บุคลากรที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างจากผู้ที่มีอายุ 31 - 30 ปี, 31 - 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี
ด้านการบริการ จำแนกตามอายุ

อายุ	\bar{x}	ต่ำกว่า 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
		3.26	3.41	3.25	3.52	3.22
1. ต่ำกว่า 20 ปี	3.26	0.202	0.312	0.374	0.143	0.348
2. 21 - 30 ปี	3.41	-	0.111	0.172	-0.060	0.146
3. 31 - 40 ปี	3.25		-	0.061	-0.170	0.035*
4. 41 - 50 ปี	3.52			-	-0.232	-0.026*
5. 51 ปีขึ้นไป	3.22				-	0.206

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการบริการ จำแนกตามอายุพบว่า บุคลากรที่มีอายุ 31 - 40 ปีขึ้นไป และ 41 - 50 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างจากผู้ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบความแตกต่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี
จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ภาพลักษณ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.059	4	0.265	1.238	0.294
	ภายในกลุ่ม	84.468	395	0.214		
	รวม	85.527	399			
2. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	2.761	4	0.690	1.770	0.134
	ภายในกลุ่ม	154.082	395	0.390		
	รวม	156.844	399			
3. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	4.855	4	1.214	6.651	0.000*
	ภายในกลุ่ม	72.083	395	0.182		
	รวม	76.938	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.139	4	0.035	0.337	0.853
	ภายในกลุ่ม	40.683	395	0.103		
	รวม	40.822	399			

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่าโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น เพื่อให้ทราบความแตกต่างเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีแบบเชฟเฟ้ (Scheffé) มาวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ดังตารางดังนี้

All Right Reserved

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี
ด้านการบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	\bar{X}	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ตอนปลาย	ปวส./ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี
		4.25	4.35	4.62	4.25	4.24
1. ประถมศึกษา	4.25	-	-0.740*	-0.491	-0.539	-0.487
2. มัธยมศึกษา/ตอนปลาย	4.35		-	0.249*	0.201*	0.253
3. ปวส./อนุปริญญา	4.62			-	-0.048	0.003
4. ปริญญาตรี	4.25				-	0.052
5. สูงกว่าปริญญาตรี	4.24					-

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการบริการ จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาประถมศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างด้านการให้บริการจากมัธยมศึกษา/ตอนปลาย และ มัธยมศึกษา/ตอนปลาย มีความคิดเห็นแตกต่าง ด้านการให้บริการ จากผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบความแตกต่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี
จำแนกตามอาชีพ

ภาพลักษณ์	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	9.418	5	1.884	9.751	0.000*
	ภายในกลุ่ม	76.110	394	0.193		
	รวม	85.527	399			
2. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	13.317	5	2.663	7.311	0.000*
	ภายในกลุ่ม	143.527	394	0.364		
	รวม	156.844	399			

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ภาพลักษณ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
3. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	5.884	5	1.177	6.526	0.000*
	ภายในกลุ่ม	71.053	394	0.180		
	รวม	76.938	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	6.915	5	1.383	16.072	.000*
	ภายในกลุ่ม	33.906	394	0.086		
	รวม	40.822	399			

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามระดับอาชีพ พบว่า โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น เพื่อให้ทราบความแตกต่างเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีแบบเชฟเฟ (Scheffé) มาวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ ดังตารางดังนี้

ตารางที่ 4.19 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	\bar{x}	นักเรียน/ นักศึกษา	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	อื่น ๆ
		3.25	3.56	3.25	3.52	3.25	3.12
1. นักเรียน/นักศึกษา	3.25	-	0.062	-0.062	0.099	-0.147	-0.379*
2. ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.56		-	-0.161	0.161	-0.085	-0.317
3. พนักงานบริษัทเอกชน	3.25			-	0.246	-0.246	-0.478*
4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.52				-	0.231	-0.231
5. พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.25					-	-1.212*
6. อื่น ๆ	3.12						-

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพอื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ต่างจากอาชีพที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และพ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	□	นักเรียน/ นักศึกษา	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	อื่น ๆ
		3.48	3.17	3.25	3.48	3.95	3.48
1. นักเรียน/นักศึกษา	3.48	-	0.213	0.276	-0.005	0.076	1.326*
2. ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.17	-	-	0.062	-0.218	-0.137	1.112*
3. พนักงานบริษัทเอกชน	3.25	-	-	-	-0.281	-0.199	1.050*
4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.48	-	-	-	-	0.081	1.331*
5. พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.95	-	-	-	-	-	1.250*
6. อื่น ๆ	3.48	-	-	-	-	-	-

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านด้านสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพอื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ต่างจากอาชีพที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และพ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

All Right Reserved

ตารางที่ 4.21 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี
ด้านการบริการ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	x̄	นักเรียน/ นักศึกษา	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	อื่น ๆ
		3.58	3.95	3.22	3.84	3.14	3.20
1. นักเรียน/นักศึกษา	3.58	-	0.199	0.255*	0.322*	0.000	0.625*
2. ราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.95		-	0.055	0.122	-0.199	0.425
3. พนักงานบริษัทเอกชน	3.22			-	0.6680	-0.255	0.369
4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.84				-	-0.322	0.302
5. พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3.14					-	0.625
6. อื่น ๆ	3.20						-

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการบริการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ต่างจากอาชีพที่เป็น พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 เปรียบเทียบความแตกต่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี
จำแนกตามรายได้

ภาพลักษณ์	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	0.795	5	0.159	0.739	0.594
	ภายในกลุ่ม	84.733	394	0.215		
	รวม	85.527	399			
2. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	3.957	5	0.791	2.039	0.072
	ภายในกลุ่ม	152.887	394	0.388		
	รวม	156.844	399			

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ภาพลักษณ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
3. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.990	5	0.398	2.093	0.065
	ภายในกลุ่ม	74.947	394	0.190		
	รวม	76.938	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.420	5	0.084	0.819	0.537
	ภายในกลุ่ม	40.402	394	0.103		
	รวม	40.822	399			

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามรายได้ พบว่า โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบความแตกต่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามความถี่ที่ใช้บริการท่าอากาศยาน

ภาพลักษณ์	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
1. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	1.299	4	0.325	1.523	0.195
	ภายในกลุ่ม	84.228	395	0.213		
	รวม	85.527	399			
2. ด้านสถานที่	ระหว่างกลุ่ม	4.451	4	1.113	2.884	0.022*
	ภายในกลุ่ม	152.393	395	0.386		
	รวม	156.844	399			
3. ด้านการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.850	4	0.462	2.433	0.047
	ภายในกลุ่ม	75.088	395	0.190		
	รวม	76.938	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.373	4	0.093	0.910	0.458
	ภายในกลุ่ม	40.449	395	0.102		
	รวม	40.822	399			

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 4.23 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามความถี่ที่ใช้บริการ พบว่าโดยรวมภาพลักษณ์ด้านสถานที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น เพื่อให้ทราบความแตกต่างเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีแบบเชฟเฟ (Scheffé) มาวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ	□	น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	1 - 2 ครั้ง/ เดือน	3 - 4 ครั้ง/ เดือน	5 - 8 ครั้ง/ เดือน	มากกว่า 8 ครั้ง/เดือน
		3.51	3.48	3.57	3.55	3.12
1. น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	3.51	-	0.064	0.250	-0.251	0.128
2. 1 - 2 ครั้ง/เดือน	3.48		-	0.185	-0.316	0.063
3. 3 - 4 ครั้ง/เดือน	3.57			-	-0.501*	-0.121
4. 5 - 8 ครั้ง/เดือน	3.55				-	0.379
5. มากกว่า 8 ครั้ง/เดือน	3.12					-

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 4.24 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่และอุปกรณ์ จำแนกตามความถี่ที่ใช้บริการ พบว่า ผู้ที่ใช้บริการที่มีความถี่ 3 - 4 ครั้ง มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีต่างจากผู้ที่ใช้บริการที่มีความถี่อยู่ประมาณ 5 - 8 ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 สรุปผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี
จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	ภาพลักษณ์ท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี			
	ด้านบุคลากร	ด้านสถานที่	ด้านการบริการ	รวม
1. เพศ	-0.09*	2.200	0.620*	1.680
2. อายุ	3.810*	0.664	5.261*	2.803*
3. ระดับการศึกษาสูงสุด	1.238	1.770	6.651*	0.337
4. อาชีพ	9.751*	7.311*	6.526*	16.073*
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	0.739	2.039	2.093	0.819
6. ความถี่ที่ใช้บริการท่าอากาศยาน	1.523	2.884	2.433	0.910

* Sig. < 0.05

จากตารางที่ 4.25 สรุปผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลโดยรวม พบว่า เพศ อายุ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและความถี่ที่ใช้บริการไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

เพศ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกันในด้านบุคลากรและด้านการบริการ

อายุ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกันในด้านบุคลากรและด้านการบริการ

ระดับการศึกษาสูงสุด แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกันในด้านการบริการ

อาชีพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกันในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

ความถี่ที่ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี แสดงให้ปรากฏในตารางที่ดังนี้

ตารางที่ 4.26 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

คุณภาพการให้บริการ	ภาพลักษณ์			รวม
	ด้านบุคลากร (Y ₁)	ด้านสถานที่ (Y ₂)	ด้านบริการ (Y ₃)	
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (X ₁)	ค่อนข้างสูง (0.748)**	ปานกลาง (0.569)**	ปานกลาง (0.504)**	ค่อนข้างต่ำ (0.374)**
2. ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (X ₂)	ปานกลาง (0.525)**	ปานกลาง (0.459)**	ค่อนข้างต่ำ (0.359)**	ค่อนข้างต่ำ (0.269)**
3. ความพร้อมในการตอบสนองต่อ ผู้รับบริการ (X ₃)	ปานกลาง (0.586)**	ค่อนข้างต่ำ (0.223)	ปานกลาง (0.535)**	ค่อนข้างสูง (0.649)**
4. ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ ของผู้ให้บริการ (X ₄)	ค่อนข้างสูง (0.800)**	ค่อนข้างต่ำ (0.319)**	ค่อนข้างต่ำ (0.270)**	ค่อนข้างต่ำ (0.389)**
5. ความเข้าใจและเอาใจใส่ ต่อผู้รับบริการ (X ₅)	ค่อนข้างสูง (0.721)**	ค่อนข้างต่ำ (0.284)	ปานกลาง (0.547)**	ค่อนข้างสูง (0.689)**
รวม	สูงมาก (0.803)**	ค่อนข้างต่ำ (0.372)**	ปานกลาง (0.543)**	ปานกลาง (0.553)**

**P < 0.01

จากตารางที่ 4.26 ผลการสรุปความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีโดยรวมพบว่า คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความสัมพันธ์ในเชิงทางบวก อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ในเชิงทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลากร อยู่ในระดับค่อนข้างสูง

มีความสัมพันธ์กับด้านสถานที่และอุปกรณ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

ความเชื่อมั่นและไว้วางใจ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับด้านสถานที่และอุปกรณ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการบริการอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

ความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับด้านสถานที่และอุปกรณ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ส่วนด้านการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

ความน่าเชื่อถือมั่นใจของผู้ให้บริการ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลากร อยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีความสัมพันธ์กับด้านสถานที่และอุปกรณ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ส่วนด้านการบริการอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

ความเข้าใจและเอาใจใส่ ต่อผู้รับบริการ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลากรอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ด้านสถานที่อุปกรณ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ และด้านการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ศึกษาภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะในคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จากผู้ใช้บริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานีจำนวน 400 คน การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐานด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติ t - test และกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่สองกลุ่มขึ้นไป ใช้การทดสอบด้วย F-test (One -Way ANOVA) ในกรณีที่พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จะทำการทดสอบรายคู่ ด้วยวิธีแบบเชฟเฟ (Scheffé) และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สเปียร์แมน ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะในการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

สรุปผล

ผลการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี สรุปได้ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานผู้ใช้บริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี พบว่า ส่วนใหญ่เป็นชาย อายุระหว่าง 21 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,001 - 20,000 บาท ความถี่ที่ใช้บริการท่าอากาศยาน 1 - 2 ครั้ง/เดือน
2. ผลวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ ความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

2.1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่าระดับคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย สภาพทั่วไปของท่าอากาศยานสะอาดและเป็นระเบียบ และอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่บริการอยู่ในสภาพดี ตามลำดับ

2.2 ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ เจ้าหน้าที่บริการเปิดให้บริการตรงเวลา มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ เจ้าหน้าที่ให้บริการให้ข้อมูลถูกต้องเป็นจริง และเจ้าหน้าที่บริการปฏิบัติตามความต้องการของผู้ใช้บริการได้ถูกต้อง ตามลำดับ

2.3 ความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ เจ้าหน้าที่บริการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ได้ทันทีเจ้าหน้าที่บริการรับรู้เข้าใจปัญหาของผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่บริการมีความพร้อมในการตอบคำถามข้อสงสัยของผู้ใช้บริการและเจ้าหน้าที่บริการมีความกระตือรือร้น ให้บริการสม่ำเสมอ ตามลำดับ

2.4 ความน่าเชื่อถือ มั่นใจของผู้ใช้บริการ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ เจ้าหน้าที่บริการมีการแจ้งเปลี่ยนแปลงด้านการบริการล่วงหน้าเจ้าหน้าที่บริการใช้อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ในการบริการด้วยความชำนาญและรอบคอบ เจ้าหน้าที่บริการมีทักษะความรู้ในการบริการอย่างมืออาชีพและ เจ้าหน้าที่บริการดูแลความปลอดภัยสม่ำเสมอ ตามลำดับ

2.5 ความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ เจ้าหน้าที่บริการมีความเต็มใจในการช่วยเหลือต่อผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ เจ้าหน้าที่บริการเต็มใจรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้รับบริการ เจ้าหน้าที่บริการมีความสามารถในการสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี และเจ้าหน้าที่บริการสนใจดูแลเอาใจใส่ความต้องการของผู้ใช้บริการเท่าเทียมกัน ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการวิจัยพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากรด้านการบริการ และด้านสถานที่ อยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณารายด้านปรากฏผลดังนี้

3.1 ด้านบุคลากร พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ มีความสุภาพในการให้บริการ มีความสามารถในการบริการที่มีคุณภาพ สม่ำเสมอมีความเชี่ยวชาญ รวดเร็ว ในการให้บริการ และเครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ ตามลำดับ

3.2 ด้านสถานที่ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีป้ายบอกจุดบริการ/ป้ายประชาสัมพันธ์ชัดเจน อยู่ในระดับมาก และอยู่ในระดับน้อย 3 ข้อ ได้แก่ ที่จอดรถ มีความเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ มีความเพียงพอสำหรับห้องพักผู้โดยสาร และส่วนห้องน้ำในอาคารพักผู้โดยสารที่เพียงพอและสะอาด ตามลำดับ

3.3 ด้านการบริการ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ ได้แก่ มีความรวดเร็วในการให้บริการ สร้างความประทับใจในการบริการ มีความรู้สึกเชื่อมั่นและมั่นใจในการบริการ ส่วนข้อมีความเข้าใจและพร้อมตอบสนองต่อผู้รับบริการ อยู่ในระดับปานกลาง

4. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล มีดังนี้

4.1 จำแนกตามเพศ พบว่าโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบุคลากรและด้านการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 จำแนกตามอายุ พบว่าโดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านบุคลากรและด้านการให้บริการต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านสถานที่ ไม่แตกต่างกัน ดังนั้น เพื่อให้ทราบความแตกต่างเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีแบบเชฟเฟ (Scheffé) มาวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ ดังนี้

4.2.1 ด้านบุคลากร จำแนกตามอายุพบว่า บุคลากรที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างจากผู้ที่มีอายุ 21 - 30 ปี 31 - 40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

4.2.2 ด้านการบริการ จำแนกตามอายุพบว่า บุคลากรที่มีอายุ 31 - 40 ปีขึ้นไป และ 41 - 50 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างจากผู้ที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

4.3 จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด พบว่าโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น เพื่อให้ทราบความแตกต่างเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีแบบเชฟเฟ (Scheffé) มาวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ ดังนี้
 จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาประถมศึกษา มีความคิดเห็นแตกต่างด้านการให้บริการจากมัธยมศึกษา/ตอนปลาย และมัธยมศึกษา/ตอนปลาย มีความคิดเห็นแตกต่าง ด้านการให้บริการ จากผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

4.4 จำแนกตามระดับอาชีพ พบว่า โดยรวมและรายด้าน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น เพื่อให้ทราบความแตกต่างเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีแบบเชฟเฟ (Scheffé) มาวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ ดังนี้

4.4.1 ด้านบุคลากร จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพอื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ต่างจากอาชีพที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน และพ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

4.4.2 ด้านด้านสถานที่ จำแนกตามอาชีพ พบว่า อาชีพอื่น ๆ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ต่างจากอาชีพที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ราชการ/รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และพ่อบ้าน/แม่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

4.4.3 ด้านการบริการ จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักเรียน/นักศึกษา มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ต่างจากอาชีพที่เป็น พนักงานบริษัทเอกชน ประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

4.5 จำแนกตามรายได้ พบว่า โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

4.6 จำแนกตามความถี่ที่ใช้บริการ พบว่า ด้านสถานที่และอุปกรณ์ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น เพื่อให้ทราบความแตกต่างเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีแบบเชฟเฟ (Scheffé) มาวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านสถานที่ จำแนกตามความถี่ที่ใช้บริการ พบว่า ผู้ที่ใช้บริการที่มีความถี่ 3 - 4 ครั้ง มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี ต่างจากพบว่า ผู้ที่ใช้บริการที่มีความถี่อยู่ประมาณ 5 - 8 ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนรายคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี โดยรวมพบว่า คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยาน มีความสัมพันธ์ในเชิงทางบวก อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผล ดังนี้

5.1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ในเชิงทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลากร อยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีความสัมพันธ์กับด้านสถานที่และอุปกรณ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการบริการ อยู่ในระดับปานกลาง

5.2 ความเชื่อมั่นและไว้วางใจ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับด้านสถานที่และอุปกรณ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการบริการอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

5.3 ความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับด้านสถานที่และอุปกรณ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ส่วนด้านการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

5.4 ความน่าเชื่อถือ มั่นใจของผู้ให้บริการ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลากร อยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีความสัมพันธ์กับด้านสถานที่และอุปกรณ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ส่วนด้านการบริการอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

5.5 ความเข้าใจและเอาใจใส่ ต่อผู้รับบริการ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลากรอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ด้านสถานที่อุปกรณ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ และด้านการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

อภิปรายผล

จากการศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ผู้วิจัยอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นชาย อายุระหว่าง 21 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 15,001 - 20,000 บาท ความถี่ที่ใช้บริการท่าอากาศยาน 1 - 2 ครั้ง/เดือน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันธนันท์ เอี่ยมมาลัย (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของธนาคารทหารไทยจำกัด (มหาชน) ภายหลังจากปรับภาพลักษณ์ใหม่ในมุมมองของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท 1 - 2 ครั้ง/เดือน

2. คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยรวม พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการ

บริการ ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ ความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ ตามลำดับ ปรากฏผลดังนี้

2.1 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้บริการสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย สภาพทั่วไปของท่าอากาศยานสะอาดและเป็นระเบียบ และอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่บริการอยู่ในสภาพดี ตามลำดับ

2.2 ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อได้แก่ เจ้าหน้าที่บริการเปิดให้บริการตรงเวลา มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ เจ้าหน้าที่ให้บริการให้ข้อมูลถูกต้องเป็นจริง และเจ้าหน้าที่บริการปฏิบัติตามความต้องการของผู้ใช้บริการได้ถูกต้อง ตามลำดับ

2.3 ความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อได้แก่ เจ้าหน้าที่บริการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ทันทีเจ้าหน้าที่บริการรับรู้เข้าใจปัญหาของผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว เจ้าหน้าที่บริการมีความพร้อมในการตอบคำถามข้อสงสัยของผู้ใช้บริการและเจ้าหน้าที่บริการมีความกระตือรือร้น ให้บริการสม่ำเสมอตามลำดับ

2.4 ความน่าเชื่อถือ มั่นใจของผู้ใช้บริการพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ ได้แก่ เจ้าหน้าที่บริการมีการแจ้งเปลี่ยนแปลงด้านกรบริการล่วงหน้าเจ้าหน้าที่บริการใช้อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ในการบริการด้วยความชำนาญและรอบคอบ เจ้าหน้าที่บริการมีทักษะความรู้ในการบริการอย่างมืออาชีพและ เจ้าหน้าที่บริการดูแลความปลอดภัยสม่ำเสมอ ตามลำดับ

2.5 ความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการพบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อได้แก่ เจ้าหน้าที่บริการมีความเต็มใจในการช่วยเหลือต่อผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ เจ้าหน้าที่บริการเต็มใจรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้รับบริการ เจ้าหน้าที่บริการมีความสามารถในการสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี และเจ้าหน้าที่บริการสนใจดูแลเอาใจใส่ความต้องการของผู้ใช้บริการเท่าเทียมกัน ตามลำดับ

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman et, al. (1998) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้าความน่าเชื่อถือ มั่นใจ และความเข้าใจ และความเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีกมล กุบโคกกรวด (2548) ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการโดยรวมเฉลี่ย 3.58 มีระดับความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน

ได้แก่ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการได้รับความเชื่อมั่นต่อบริการ ด้านเข้าใจและเห็นใจผู้รับบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ยกเว้น การรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้อยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยของความคาดหวังสูงกว่าค่าเฉลี่ยของการรับรู้ทุกด้าน นั่นคือ ผู้โดยสารไม่พึงพอใจกับบริการที่ได้รับทุกด้าน

3. ภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี โดยรวม พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ และด้านสถานที่ อยู่ในระดับน้อย ปรากฏผลดังนี้

3.1 ด้านบุคลากร พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อได้แก่ มีความสุภาพในการให้บริการ มีความสามารถในการบริการที่มีคุณภาพ สม่่าเสมอมีความเชี่ยวชาญ รวดเร็ว ในการให้บริการ และเครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ ตามลำดับ

3.2 ด้านสถานที่พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีป้ายบอกจุดบริการ/ป้ายประชาสัมพันธ์ชัดเจน อยู่ในระดับมาก และอยู่ในระดับน้อย 3 ข้อ ได้แก่ ที่จอดรถ มีความเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ มีความเพียงพอสำหรับห้องพักผู้โดยสาร และส่วนห้องน้ำในอาคารพักผู้โดยสารที่เพียงพอและสะอาด ตามลำดับ

3.3 ด้านการบริการ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าอยู่ในระดับมาก 3 ข้อ ได้แก่ มีความรวดเร็วในการให้บริการ สร้างความประทับใจในการบริการ มีความรู้สึกเชื่อมั่นและมั่นใจในการบริการ ส่วนข้อมีความเข้าใจและพร้อมตอบสนองต่อผู้รับบริการ อยู่ในระดับปานกลาง

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรริักษ์ พิลลา (2551) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์การบริการและความพึงพอใจในคุณภาพการบริการในสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่ามี การรับรู้ภาพลักษณ์การบริการของสายการบินต้นทุนต่ำไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการรับรู้ภาพลักษณ์การบริการของสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่ ด้านการบริการสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันธนันท์ เอี่ยมมาลัย (2552) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ของธนาคารทหารไทยจำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ระดับภาพลักษณ์ขององค์กรอยู่ในระดับมากเช่นกัน

4. เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลโดยรวม พบว่า เพศ อายุ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วน เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและความถี่ที่ใช้บริการไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผลดังนี้

เพศ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกันในด้านบุคลาการและด้านการบริการ

อายุ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกันในด้านบุคลาการและด้านการบริการ

ระดับการศึกษาสูงสุด แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกันในด้านการบริการ

อาชีพ แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกันในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

ความถี่ที่ใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่แตกต่างกันในทุกด้าน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูริตา ล้อมลิ้ม (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของธุรกิจกาแฟสดคอฟฟี่ หูเคย์ ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤติยา จงเรืองทรัพย์ (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการที่สัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นในแตกต่างกัน

5. ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี โดยรวมพบว่า คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี มีความสัมพันธ์ในเชิงทางบวก อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปรากฏผล ดังนี้

ความเป็นรูปธรรมของการบริการ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลาการ อยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีความสัมพันธ์กับด้านสถานที่และอุปกรณ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

ความเชื่อมั่นและไว้วางใจ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลาการ อยู่ในระดับปานกลาง มีความสัมพันธ์กับด้านสถานที่และอุปกรณ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการบริการอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

ความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลาการ อยู่ในระดับ

ปานกลาง มีความสัมพันธ์กับด้านสถานที่และอุปกรณ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ส่วนด้านการบริการ อยู่ในระดับปานกลาง

ความน่าเชื่อถือมั่นใจของผู้ให้บริการ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลากร อยู่ในระดับค่อนข้างสูง มีความสัมพันธ์กับด้านสถานที่และอุปกรณ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ ส่วนด้านการบริการ อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

ความเข้าใจและเอาใจใส่ ต่อผู้รับบริการ พบว่า โดยรวมมีความสัมพันธ์ในทางบวก อยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์กับด้านบุคลากรอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ด้านสถานที่อุปกรณ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ และด้านการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤติยา จงเรืองทรัพย์ (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการที่สัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นในเขต กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นมีความสัมพันธ์กับความคาดหวัง และการรับรู้คุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านในเชิงบวก ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือวางใจได้ การตอบสนองความต้องการ ให้ความมั่นใจ และความเอาใจใส่ลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยาน สุราษฎร์ธานี ผลจากการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยาน ตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. คุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือ มั่นใจ ความเข้าใจและเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการ ความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ และความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ อยู่ในระดับคุณภาพดี ดังนั้น ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จึงจำเป็นที่จะต้องรักษาคุณภาพการบริการให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป

2. ภาพลักษณ์ ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ อยู่ในระดับคุณภาพดี ดังนั้น ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จึงจำเป็นที่จะต้องรักษาคุณภาพการบริการให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป ส่วนด้านสถานที่ อยู่ในระดับคุณภาพน้อย ต้องปรับปรุงแก้ไขในเรื่องต่อไปนี้

2.1 การดูแลความสะอาด กลิ่น และการรักษาสุขอนามัย โดยเฉพาะห้องน้ำ พื้นห้องพักผู้โดยสาร

2.2 ปรับปรุงที่พักผู้โดยสารใหม่ให้กว้างขวาง สะดวกสบาย และทันสมัยขึ้น

2.3 เพิ่มพื้นที่จอดรถให้มากขึ้น เพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ จัดระเบียบการใช้พื้นที่จอดรถ ป้ายบอกทาง ป้ายจราจรที่จอดรถให้ชัดเจนและควรมีเจ้าหน้าที่ดูแลความเป็นระเบียบในการจอดรถ และความปลอดภัย

3. ผลการศึกษาในส่วนของความต้องการของผู้ใช้บริการ ควรพัฒนาปรับปรุงคุณภาพ การบริการให้ดียิ่งขึ้น เช่น

3.1 ให้มีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยในทุกจุดที่สำคัญอย่างเพียงพอ

3.2 จัดทำรายละเอียดอุปกรณ์ที่ไม่สามารถพกพาขึ้นเครื่องให้ชัดเจน

3.3 ให้เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยแต่งกายให้ชัดเจนให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน ด้วยความสุภาพ เช่น การตรวจค้นตัวผู้โดยสาร

4. การจัดวางพื้นที่ใช้สอยให้เหมาะสม เช่น พื้นที่จุดตรวจค้นไม่ควรติดกับที่นั่งผู้โดยสาร มากเกินไป

5. บริการรับฝากของ

6. บริการ Wifi สาธารณะของสนามบิน

7. ตู้เติมเงินโทรศัพท์/ จำหน่ายบัตร

8. อุปกรณ์ด้านความบันเทิง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ ของผู้ใช้บริการ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจานี้

2. ควรทำการศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้บริการท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิจานี้

3. ควรมีการศึกษาวิจัยโดยใช้ตัวแปรอิสระด้าน ๆ อื่น เช่น ด้านราคา ด้านช่องทาง จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ความคาดหวังของผู้โดยสาร เพื่อเป็นปัจจัยในการเปรียบเทียบ และตอบสนองผู้โดยสารได้มากยิ่งขึ้น

4. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติม ในด้านเทคโนโลยีการบิน และเทคโนโลยีที่ช่วยในการบริการ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการบริการที่ทันสมัยมากขึ้นและเพิ่มความสะดวกสบาย ต่อผู้ใช้บริการได้เช่น เทคโนโลยีระบบการสำรองที่นั่ง เทคโนโลยีระบบเช็คอิน เทคโนโลยีระบบ อินเทอร์เน็ตต่าง ๆ เป็นต้น



บรรณานุกรม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

บรรณานุกรม

- กรมการบินพลเรือน. (2556). ข้อมูลท่าอากาศยานในสังกัดกรมการบินพลเรือน จำนวน 28 แห่ง. (Online) เข้าถึงได้จาก http://portal.aviation.go.th/site/133/airportphysical_2556.pdf [2560, มีนาคม 15].
- กาญจนา นาคสกุล. (2546 กันยายน 28). ภาษาไทยวันนี้ภาพลักษณ์ ภาพพจน์, *สกุลไทย* 50(2606) : 109.
- กฤติยา จงเรืองทรัพย์. (2553). **ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการที่สัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์ของร้านเซเว่นอีเลฟเว่นในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชัยวัฒน์ ชยางกูร. (2549). **ผู้นำหลายมิติ**. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- จิตตินันท์ เตชะคุปต์. (2549). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช**. สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 1-7. (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ดวงจันทร์ งามมีลาภ. (2551). **ทัศนคติของลูกค้าต่อภาพลักษณ์การเป็นธนาคารแสนสะดวกของธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน)**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาวิชาการตลาดมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิตยาพร เสมอใจ. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ณัฐกานต์ ชินวงศ์อมร. (2558). **กลยุทธ์คุณภาพการให้บริการสายการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินระหว่างประเทศ ณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ**. ค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐฉิณีพร ภัทรประเสริฐ. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของหลุมจอดอากาศยาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ**. มหาวิทยาลัยขอนแก่น 2558 ฉบับที่ 1 ปี 2558
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2549). **การตลาดบริการ (Services marketing)**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- นิตย์ ทฬิวสรวงศ์. (2559). **ความคิดเห็นของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติ สุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

- นันทน์ เอี่ยมมาลัย. (2552). **ภาพลักษณ์ของธนาคารทหารไทย จำกัด(มหาชน)ภายหลังการปรับภาพลักษณ์ใหม่ในมุมมองของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.(2548).**อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : บริษัทเพรส แอนด์ ดีไซน์จำกัด.
- ไพรัตน์ อัมมารักขิตานนท์.(2551). **ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ละคุณภาพบริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ของผู้ให้บริการในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร. (2537). **ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์**. น. 76-132.
ในพรทิพย์วรกิจโกคาทร. 2537. ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง: การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิพัฒน์ ลิ้มเถาว์. (2554). **ภาพลักษณ์สนามบินนานาชาติกระบี่ในทัศนะของนักท่องเที่ยว**. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- พีรณธ์ ธนาธิปวรนนท์. (2554). **เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำกรณีศึกษาสายการบินไทยแอร์เอเชียกับสายการบินนกแอร์**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เพชรอำไพ ตาระกา. (2558). **การสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้าของสนามบินสุวรรณภูมิต่อสายการบินนานาชาติ**. ปรัชญาดุชะภินันต์ สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พิพัฒน์ ลิ้มเถาว์. (2554). **ภาพลักษณ์สนามบินนานาชาติกระบี่ในทัศนะของนักท่องเที่ยว**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- ภูริตา ล้อมลิ้ม. (2555). **ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับภาพลักษณ์ของธุรกิจกาแฟสดคอฟฟี่ บูเดย์**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ยุพิน พิทยาวัฒน์ชัย. (2550). **การจัดการช่องทางการตลาด**. กรุงเทพฯ : ซี.วี. แอล.การพิมพ์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

- รัตพล มนต์เสรีวงศ์.(2558). ปัจจัยการสร้างคุณค่าของตราสินค้า คุณภาพในการบริการ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟ : กรณีศึกษาร้านกาแฟแบรนด์ไทยแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. (2548). การตลาดธุรกิจบริการ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น
- วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์. (2539). คุณภาพในงานบริการ (Quality in Service) (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย ญี่ปุ่น.
- วิมลรัตน์ หงส์ทอง. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการลูกค้าธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศรกมล กุบโคกกรวด. (2548).ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สมิต สัจฉกร. (2550).ศิลปะการให้บริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สายธาร.
- สิทธิ์ อีร์สรณ์. (2552). เทคนิคการเขียนรายงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2552). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุพรรณิ อินทร์แก้ว. (2550). การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ธนาเพรส.
- สุวรรณชาติ เทพมงคล. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการลูกค้าของสถานประกอบการรับจัดเลี้ยงกรณีศึกษา ผู้ประกอบการเขตบางพลัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- สุริรักษ์ พิลา. (2551). ภาพลักษณ์การบริการและความพึงพอใจในคุณภาพการบริการในสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุราษฎร์ธานี,ท่าอากาศยาน. (2559). สถิติขนส่งทางอากาศ. สุราษฎร์ธานี : ฝ่ายบริหารและพิธีการบิน ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). The Secret of Service Marketing. กรุงเทพฯ : พี ซี พรินเทค.
- อัจฉรา บุษย์โกมุต. (2550). การให้บริการเชิงคุณภาพเพื่อพัฒนาระบบลูกค้าสัมพันธ์ของโรงพยาบาลราชวิถี. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อเนก สุวรรณบัณฑิต. (2548). จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ดีไซด์.

- Boulding, K.E. (1975). **The Image: Knowledge in Life and Society** (1st ed.)Ann Arbor: The University of Michigan.
- Correia, Anderson R. (2007). **Development of level of service standards for airport facilities : Application to Sao Paulo International Airport**. InstTecnol Aeronaut, Deat Air Transport, Pca Mal ar Eduardo Gomes 50, SP Brazil.
- Gronroos. (1990). **Service Management and Marketing. The Nature of Service and Service Quality**. Sweden : Stockholm University.
- Hokey, M., & Hyesung, M. (2015). Benchmarking the service quality of airlines in the United States : an exploratory analysis. **Benchmarking: An International Journal**, (5), 734 – 751
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control** (9th ed.). New Jersey : Prentice-Hall.
- _____. (2000). **Marketing Management**. New Jersey : Prentice-Hall.
- Lovelock. (1996). **Managing Services**. New York : McGraw-Hill.
- Park, Jin Woo. (2007). **Passenger Perceptions of Service Quality : Korean and Australian Case Studies**. CheonjuUniv, DeptTorism Management, coll Econ & Business Adm, 36 NaedokDong ,Cheongju 360764, Chungbuk South Korea.
- Parasuraman, Zeithaml & Beery (1998). SERQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. **Journal of retailing**.



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved



ภาคผนวก ก

หนังสือขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

ที่ ศร ๐๕๖๑.๑๑ / ๐๙๕๙



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
๘๕๑๐๐

๒๗ ธันวาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ขออนุญาตทำวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

ด้วย นางสาวอุษา ศรีสุดา นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ขณะนี้กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ความสัมพันธ์
ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี จึงงานวิจัยข้างต้นเป็นกรณีศึกษา
ในหน่วยงานของท่าน

ดังนั้น บัณฑิตวิทยาลัย จึงขออนุญาตจากท่านในการให้นักศึกษาข้างต้นดำเนินการทำวิจัย
ในหน่วยงานของท่าน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี
และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.กฤษฎณี สงสวีสดี)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ ๐๗๗ - ๙๑๓๓๘๒ หรือ ๐๘๑ - ๗๘๗๒๐๒๐ หรือ ๐๘๑ - ๗๘๗๑๑๔๔

โทรสาร ๐๗๗ - ๙๑๓๓๘๒

All Right Reserved

ที่ ศธ ๐๕๖๑.๑๑ / ๖๐๙๒๘



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ๘๔๑๐๐

๑๙ ธันวาคม ๒๕๕๙

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เรียน

- สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. เครื่องมือวิจัย จำนวน ๑ ชุด
๒. วิทยานิพนธ์ บทที่ ๑ และบทที่ ๓

ด้วย นางสาวอุษา ศรีสุดา นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี ขณะนี้กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่าง
คุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี มีความประสงค์ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ
คุณภาพของเครื่องมือ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัย

ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย เห็นว่าท่านเป็นผู้รอบรู้และมีความเชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าว
จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์
ทางวิชาการแก่นักศึกษา ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี
และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.กฤษณี สงสวัสดิ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์ ๐๗๗ - ๙๑๓๓๘๒ หรือ ๐๘๑ - ๙๘๗๒๐๒๐ หรือ ๐๘๑ - ๙๘๗๑๑๔๔

โทรสาร ๐๗๗ - ๙๑๓๓๘๒

All Right Reserved



ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

1. ชื่อ รศ.ศาสตราจารย์สุณีย์ ล่องประเสริฐ
ตำแหน่ง อาจารย์
สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
2. ชื่อ ดร.วรรณวิชนี ทองอินทราช
ตำแหน่ง อาจารย์
สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
3. ชื่อ ดร.พิมพ์แพร พุทชชีวิน
ตำแหน่ง อาจารย์
สถานที่ทำงาน มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved



ภาคผนวก ค
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a1	107.5025	135.093	.781	.937
a2	107.5025	135.093	.781	.937
a3	107.5925	135.079	.783	.937
a4	107.5575	137.641	.704	.938
b1	107.7075	141.611	.588	.939
b2	107.7075	140.468	.728	.938
b3	107.4700	139.914	.493	.940
b4	107.7575	137.207	.786	.937
c1	107.9550	139.963	.772	.938
c2	107.9300	137.785	.843	.937
c3	107.9400	137.796	.841	.937
c4	108.0275	140.348	.708	.938
d1	107.8175	138.345	.832	.937
d2	107.9050	139.044	.858	.937
d3	107.7675	138.620	.802	.937
d4	107.7375	140.861	.587	.939
e1	108.0075	138.835	.821	.937
e2	108.0300	138.425	.795	.937
e3	107.8800	137.063	.816	.937
e4	107.9175	138.647	.780	.938
aa1	107.7700	140.157	.713	.938
aa2	108.0325	138.788	.690	.938
aa3	107.7650	141.022	.647	.939
aa4	107.9350	139.901	.780	.938

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
bb1	107.7600	143.271	.468	.940
bb2	109.5175	152.626	-.158	.951
bb3	109.5925	155.771	-.301	.951
bb4	109.6375	153.991	-.227	.950
cc1	108.0800	140.771	.617	.939
cc2	108.0275	141.420	.680	.939
cc3	108.0275	141.420	.680	.939
cc4	108.0225	148.087	.115	.943

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.961	.955	32

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved



ภาคผนวก ง
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

ชุดที่.....

แบบสอบถาม

เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับภาพลักษณ์ท่าอากาศยาน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานีแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการท่าอากาศยานของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

ตอนที่ 3 แบบสอบถามวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

2. ขอความกรุณาโปรดตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ ตามความคิดเห็นและความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

3. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้เพื่อประกอบการวิจัยเท่านั้น และจะวิเคราะห์ผลในภาพรวม ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับ โดยไม่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบคุณในความ
ร่วมมือมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ชญชิตา ศรีสุตา

ผู้วิจัย

นักศึกษาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) ต่ำกว่า 20 ปี 2) 21 - 30 ปี
 3) 31 - 40 ปี 4) 41 - 50 ปี
 5) 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- 1) ประถมศึกษา 2) มัธยมศึกษาตอนต้น /ตอนปลาย
 3) ปวส./อนุปริญญา 4) ปริญญาตรี
 5) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา 2) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 3) พนักงานบริษัทเอกชน 4) ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 5) พ่อบ้าน/แม่บ้าน 6) รับจ้าง

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 15,000 บาท 2) 15,000 - 20,000 บาท
 3) 20,001 - 25,000 บาท 4) 25,001 - 30,000 บาท
 5) 30,001 - 35,000 บาท 6) มากกว่า 35,000 บาท

6. ความถี่ที่ใช้บริการทำอากาศยาน

- 1) น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน 2) 1 - 2 ครั้ง/เดือน
 3) 3 - 4 ครั้ง/เดือน 4) 5 - 8 ครั้ง/เดือน
 5) มากกว่า 8 ครั้ง/เดือน

All Right Reserved

ตอนที่ 2 แบบสอบถามวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการท่าอากาศยาน
สุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นตรงกับความคิดเห็นตามความเป็นจริง
โดยกำหนดให้

ระดับ 5 หมายถึง ระดับคุณภาพการให้บริการมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ระดับคุณภาพการให้บริการมาก

ระดับ 3 หมายถึง ระดับคุณภาพการให้บริการปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ระดับคุณภาพการให้บริการน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ระดับคุณภาพการให้บริการน้อยที่สุด

ข้อที่	คุณภาพการให้บริการ	ระดับคุณภาพ				
		5	4	3	2	1
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ						
1	เจ้าหน้าที่ให้บริการสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส					
2	เจ้าหน้าที่ให้บริการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย					
3	สภาพทั่วไปของท่าอากาศยานมีความสะอาด และเป็นระเบียบ					
4	อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่บริการอยู่ในสภาพดี					
ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้						
5	เจ้าหน้าที่ให้บริการให้ข้อมูลถูกต้องเป็นจริง					
6	เจ้าหน้าที่ให้บริการปฏิบัติตามความต้องการของ ผู้ใช้บริการได้ถูกต้อง					
7	เจ้าหน้าที่บริการเปิดให้บริการตรงเวลา					
8	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ					
ความพร้อมในการตอบสนองต่อผู้รับบริการ						
9	เจ้าหน้าที่บริการมีความกระตือรือร้น ให้บริการสม่ำเสมอ					
10	เจ้าหน้าที่บริการมีความพร้อมในการตอบคำถาม ข้อสงสัยของผู้ใช้บริการ					
11	เจ้าหน้าที่บริการรับรู้เข้าใจปัญหาของผู้ใช้บริการ อย่างรวดเร็ว					
12	เจ้าหน้าที่บริการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ทันท่วงที					

ข้อที่	คุณภาพการให้บริการ	ระดับคุณภาพ				
		5	4	3	2	1
ความน่าเชื่อถือ มั่นใจของผู้ให้บริการ						
13	เจ้าหน้าที่บริการมีทักษะความรู้ในการบริการอย่างมืออาชีพ					
14	เจ้าหน้าที่บริการดูแลความปลอดภัยสม่ำเสมอ					
ความน่าเชื่อถือ มั่นใจของผู้ให้บริการ						
15	เจ้าหน้าที่บริการใช้อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ ในการบริการด้วยความชำนาญและรอบคอบ					
16	เจ้าหน้าที่บริการมีการแจ้งเปลี่ยนแปลงด้านการบริการล่วงหน้า					
ความเข้าใจและความเอาใจใส่ ต่อผู้รับบริการ						
17	เจ้าหน้าที่บริการสนใจดูแลเอาใจใส่ความต้องการของผู้ใช้บริการเท่าเทียมกัน					
18	เจ้าหน้าที่บริการเต็มใจรับฟังความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้รับบริการ					
19	เจ้าหน้าที่บริการมีความเต็มใจในการช่วยเหลือต่อผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ					
20	เจ้าหน้าที่บริการมีความสามารถในการสื่อสารกับผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุราษฎร์ธานี
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นตรงกับความคิดเห็นตามความเป็นจริง
โดยกำหนดให้

- ระดับ 5 หมายถึง ระดับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานมากที่สุด
ระดับ 4 หมายถึง ระดับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานมาก
ระดับ 3 หมายถึง ระดับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานปานกลาง
ระดับ 2 หมายถึง ระดับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานน้อย
ระดับ 1 หมายถึง ระดับภาพลักษณ์ท่าอากาศยานน้อยที่สุด

ข้อที่	ภาพลักษณ์ท่าอากาศยาน	ระดับภาพลักษณ์				
		5	4	3	2	1
ด้านบุคลากร						
1	มีความสามารถในการบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ					
2	มีความเชี่ยวชาญ รวดเร็ว ในการให้บริการ					
3	เครื่องแบบพนักงานมีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์					
4	มีความสุภาพในการให้บริการ					
ด้านสถานที่						
5	มีป้ายบอกจุดบริการ/ป้ายประชาสัมพันธ์ชัดเจน					
6	มีห้องน้ำในอาคารพักผู้โดยสารที่เพียงพอและสะอาด					
7	มีความเพียงพอสำหรับห้องพักผู้โดยสาร					
8	ที่จอดรถมีความเพียงพอต่อผู้ใช้บริการ					
ด้านการบริการ						
9	มีความรวดเร็วในการให้บริการ					
10	สร้างความประทับใจในการบริการ					
11	มีความรู้สึกเชื่อมั่นและมั่นใจในการบริการ					
12	มีความเข้าใจและพร้อมตอบสนองต่อผู้รับบริการ					

ตอนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยาน
สุราษฎร์ธานี

คำชี้แจง โปรดแสดงความคิดเห็นของท่าน

1. ด้านการให้บริการ

.....
.....
.....

2. ด้านบุคลากร

.....
.....
.....

3. ด้านสถานที่

.....
.....
.....

4. ด้านอื่น ๆ

.....
.....
.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวชนัญชิตา ศรีสุดา
วัน เดือน ปีเกิด	20 มกราคม 2528
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	70 หมู่ 5 ตำบลบางมะเดื่อ อำเภอพนมพิณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ประวัติการศึกษา	1) ประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนวัดบางมะเดื่อ ตำบลบางมะเดื่อ อำเภอพนมพิณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนพนมพิณพิทยาคม ตำบลท่าข้าม อำเภอพนมพิณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) ปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร
Email	chananchida_cat@hotmail.com

หมายเหตุ : ผู้วิจัย เดิมชื่อ อุษา ศรีสุดา ได้เปลี่ยนชื่อตัวเป็น ชื่อ ชนัญชิตา ศรีสุดา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved