

ความสะดวกในการบริการของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอู่
ตะเภา จังหวัดระยอง

นุชาวดี สุขพงษ์ไทย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการตลาด

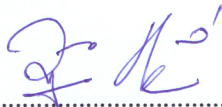
คณะกรรมการจัดการและการทำงานเกี่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

พฤษภาคม 2563

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ นุชาวดี สุขพงษ์ ไทยฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

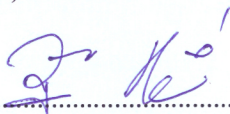


.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภา พึ่งบางกรวย)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



.....ประธาน
(ดร.อัมพล ชุสนุก)



.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภา พึ่งบางกรวย)



.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานต์ สุขสองห้อง)



.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร)

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยวอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยบูรพา



.....คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรณี พิมาพันธุ์ศรี)

วันที่ ๒๒ เดือน กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๓

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาให้คำปรึกษา และช่วยแนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภา พึ่งบางกรวย อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ซึ่งกรุณาชี้แนวทางในการศึกษาค้นคว้า ทำให้ผู้วิจัยได้รับความรู้และประสบการณ์ในการทำวิทยานิพนธ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

นอกจากนี้ยังได้รับความกรุณาจากท่านประธานและท่านคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.อัมพล ชูสนุก ประธานกรรมการ สอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ ธำรงธินถาวร และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.การุณ สุขสองห้อง คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำในการแก้ไขวิทยานิพนธ์ นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และที่ขาดไปไม่ได้เลยผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้อำนวยการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง ที่ให้ความอนุเคราะห์อนุญาตให้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเพื่อทำวิจัยในครั้งนี้

ท้ายที่สุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณคุณแม่แอน สุขพงษ์ไทย และคุณพ่อจรัญ สุขพงษ์ไทย ที่ได้ให้ทุนในการศึกษาทำให้ผู้วิจัยสามารถมีวันนี้ได้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือและคอยให้กำลังใจตลอดมา รวมถึงผู้ที่มีพระคุณทุกท่านที่ไม่ได้เอ่ยมา ณ ที่นี้ หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่บุคคลหรือหน่วยงานใด ผู้วิจัยขออุทิศความคิดทั้งหลายแด่บุพการี ครู อาจารย์ และผู้ที่มีพระคุณทุกท่านที่กล่าวมาข้างต้น

นุชาวดี สุขพงษ์ไทย

59920335: สาขาวิชา: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต; บธ.ม. (การตลาด)

คำสำคัญ: ความสะดวกของการบริการ, ความสะดวกในการตัดสินใจ, ความสะดวกในการเข้าถึง, ความสะดวกในการทำธุรกรรม, ผลประโยชน์ของความสะดวก, ผลประโยชน์อันหลังของความสะดวก, ความพึงพอใจ, การกลับมาใช้บริการซ้ำ

นุชาวดี สุขพงษ์ไทย: ความสะดวกในการบริการของผู้โดยสารชาวไทย ในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง (THE SERVICE CONVENIENCE OF THAI CUSTOMERS OF U-TAPAO INTERNATIONAL AIRPORT, RAYONG) อาจารย์ผู้ควบคุม

วิทยานิพนธ์: จิราภา พึ่งบางกรวย, Ph.D., 71 หน้า. ปี พ.ศ. 2563.

วิทยานิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความสะดวกในการบริการในแต่ละมิติ (Dimension) 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลความสะดวกในการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลความพึงพอใจที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำสนามบินนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยองจำนวน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากร ที่ค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 เก็บรวบรวมกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสมการถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท โดยปัจจัยด้านความสะดวกของการบริการที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ผลประโยชน์ของความสะดวกรองลงมา คือ ความสะดวกในการตัดสินใจ ความสะดวกในการทำธุรกรรม ความสะดวกในการเข้าถึง และผลประโยชน์อันหลังของความสะดวก และระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความสะดวกในการเข้าถึง ผลประโยชน์ของความสะดวก และผลประโยชน์อันหลังของความสะดวกมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และความพึงพอใจมีผลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

59920335: MAJOR: MASTER OF BUSSINESS ADNIMISTRATION; M.B.A.
(MARKETING)

KEYWORDS: SERVICE CONVENIENCE/ DECISION CONVENIENCE/ ACCESS
CONVENIENCE/ TRANSACTION CONVENIENCE/ BENEFIT
CONVENIENCE/ POST-BENEFIT CONVENIENCE/ CUSTOMER
SATISFACTION/ REPURCHASE INTERTION

NUCHAWADEE SUKPONGTHAI: THE SERVICE CONVENIENCE OF THAI
CUSTOMERS OF U-TAPAO INTERNATIONAL AIRPORT, RAYONG. ADVISORS
COMMITTEE: JIRAPA PHUNGBANGKRUAY, Ph.D; 71 P. 2020.

The objectives of this research were to: 1) study level of service convenience in each dimension, 2) study influence of service convenience to satisfaction with services provided by U-Tapao International Airport, Rayong Province, and 3) study influence of satisfaction to Repurchase Intention with services provided by U-Tapao International Airport, Rayong Province The sample size was calculated based on unknow population size. The reliability was determined at 95 percent. The questionnaire was used to gather data from the sample group of 400 cases. The statistics applied for data analysis included frequency, mean, standard deviation and multiple regression was employed for hypothesis test.

The results proved that the majority of respondents were male; aged 21-30 years; marital status was single; education was Bachelor's degree; occupation was employee; and monthly income was between 10,001 and 20,000 Baht. Factors of service convenience ranking from the highest to the lowest were benefit convenience, followed by decision convenience, transaction convenience, access convenience, and post-benefit convenience, respectively. Besides, the overall level of satisfaction was high.

In the meantime, the hypothesis test results revealed that all access convenience, benefit convenience and post-benefit convenience had positive influence to satisfaction with statistical significance at level of .05. and customer satisfaction had positive influence to repurchase intention with statistical significance at level of .05.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์.....	3
สมมติฐาน.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์.....	5
กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	7
2 แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ประวัติโดยย่อท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา.....	8
แนวคิดทฤษฎีความสะดวกในการบริการ (Service Convenience).....	9
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ.....	13
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า.....	15
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
3 วิธีดำเนินงานวิจัย	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	21
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
นิยามเชิงปฏิบัติ.....	22
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	26
การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย.....	28
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	20
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
การวิเคราะห์ Test of Outlier.....	32
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้.....	32
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	34
ผลการศึกษาความสะดวกในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเกา.....	34
ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเกา.....	39
ผลการศึกษาการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ที่มาใช้บริการท่าอากาศยาน นานาชาติอุตะเกา.....	30
ผลการทดสอบสมมติฐานสมการการถดถอย.....	30
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	35
5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย.....	45
อภิปรายผลการวิจัย.....	47
ข้อเสนอแนะ.....	50
บรรณานุกรม.....	52
ภาคผนวก.....	55
ภาคผนวก ก.....	56
ภาคผนวก ข.....	62
ภาคผนวก ค.....	67

ภาคผนวก ง.....	70
ประวัติย่อของผู้เขียน.....	71

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

2-1 การทดสอบมิตិความสะดวกในการให้บริการในรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	11
2-2 เปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของคำถามในแต่ละมิติของการวัดความสะดวกในการบริการ (Service Convenience).....	12
3.1 แสดงข้อคำถามในมิติความสะดวกในการตัดสินใจ.....	23
3.2 แสดงข้อคำถามในมิติความสะดวกในการเข้าถึง.....	23
3.3 แสดงข้อคำถามในมิติความสะดวกในการทำธุรกรรม.....	24
3.4 แสดงข้อคำถามในมิติผลประโยชน์ของความสะดวก.....	24
3.5 แสดงข้อคำถามในมิติผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก.....	25
3.6 แสดงข้อคำถามในมิติความพึงพอใจ.....	25
3.7 แสดงข้อคำถามในมิติการกลับมาใช้บริการซ้ำ.....	25
3.8 ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของมาตรวัด.....	30
4.1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	34
4.2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ.....	35
4.3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานภาพ.....	35
4.4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	36
4.5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อาชีพ.....	36
4.6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน.....	36
4.7 ผลการศึกษาความสะดวกในการตัดสินใจ (Decision Convenience).....	37
4.8 ผลการศึกษาความสะดวกในการเข้าถึง (Access Convenience).....	38

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่

4.9 ผลการศึกษาความสะดวกในการทำธุรกรรม (Transaction Convenience)	39
4.10 ผลการศึกษาผลประโยชน์ของความสะดวก.....	39
4.11 ผลการศึกษาผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก.....	40
4.12 ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา.....	41
4.13 ผลการศึกษากลับมาใช้บริการซ้ำต่อท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา.....	41
4.14 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1-5.....	43
4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6.....	43
4.16 สรุปการทดสอบสมมติฐาน.....	44

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่	
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
ภาพที่ 5.1 สรุปผลการศึกษาในภาพรวม.....	47

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมการบิน (Aviation Industry) ถือเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีขนาดใหญ่ของโลก มีธุรกิจการบิน (Airline Business) เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการบิน ซึ่งประกอบด้วย การขนส่งทางอากาศด้วยเครื่องบิน มีหน้าที่หลักในการเคลื่อนย้ายสิ่งต่างๆ เช่น คน สัตว์ หรือสิ่งของต่างๆ จากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และใช้ระยะเวลาสั้นเสมือนการเชื่อมโยงคมนาคมของทุกประเทศทั่วโลกไว้ด้วยกัน ซึ่งเป็นข้อดีและข้อได้เปรียบจากการขนส่งประเภทอื่นๆ ทำให้ธุรกิจการบินเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมมากในการเดินทาง จึงต้องมีความเจริญก้าวหน้าและเติบโตไปอย่างรวดเร็ว (กัญญาณัฐ ทรัพย์บุญทยากร และสิทธิศักดิ์ ทองพิลา, 2553)

ธุรกิจการบินเริ่มต้นการบินจากการที่เครื่องบินของพี่น้องตระกูลไรท์ ชาวสหรัฐอเมริกา แต่การกำเนิดสายการบินสายแรกของโลก คือ สายการบิน โคโลเนียลแอร์ทรานสปอร์ตที่ทำการบินเส้นทางระหว่างเมืองนิวยอร์กกับเมืองบอสตัน โดยการขนส่งแก่ไปรษณีย์เท่านั้น ส่วนการขนส่งผู้โดยสารได้เริ่มต้นขึ้นในปี ค.ศ. 1935 ซึ่งประเทศต่างๆ เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน สหรัฐอเมริกา ได้เริ่มก่อตั้งสายการบินของตนเองถัดจากนั้นเป็นเวลา 10 ปี อยู่ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ในช่วงที่ยุโรปยังคงดำเนินการต่อไปนั้น รัฐบาลของสหรัฐอเมริกาได้มีการส่งสาส์นไปยังประเทศต่างๆ ที่เป็นพันธมิตรกันให้มาร่วมประชุมกัน และตกลงร่วมกันในเรื่องการบินพลเรือนระหว่างประเทศ เมื่ออนุสัญญาชิคาโกมีผลบังคับใช้ จึงเกิดองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) เกิดขึ้น หลังสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งเครื่องบินในสงครามได้ถูกนำมาใช้ในการทำธุรกิจการบิน ประกอบกับความนิยมในการเดินทางด้วยเครื่องบินได้มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น กิจการการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศจึงมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วอย่างไม่หยุดนิ่ง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา หรือที่รู้จักกันทั่วกันว่า “สนามบินอู่ตะเภา” ตั้งอยู่ในพื้นที่ตำบลพลลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง สนามบินแห่งนี้อยู่ภายใต้การดูแลของกองทัพเรือไทย ซึ่งแต่เดิมสร้างเพื่อใช้ประโยชน์ด้านการทหาร แต่เมื่อสถานการณ์ในช่วงสงครามสงบลง จึงได้รับการปรับเปลี่ยนเป็นสนามบินเพื่อการพาณิชย์ โดยมีเที่ยวบินทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ สำหรับสายการบินที่ให้บริการเที่ยวบินไปมายังสนามบินนี้คือ Thai Airasia, Bangkok Airways,

Airasia, Hainan Airlines, Nok Air, Thailion Air และ Qatar Airways ซึ่งสนามบินอุตะเถา สามารถรองรับเครื่องบินขนาดใหญ่เช่น Boeing 747 หรือ A380 ได้ แต่เนื่องจากพื้นที่ตั้งอยู่ใกล้กับท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จึงทำให้ไม่มีเที่ยวบินประจำมากนัก สนามบินอุตะเถาถือเป็นเส้นทางการบินข้ามภูมิภาค นอกจากสนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินดอนเมือง ปัจจุบันสนามบินอุตะเถาได้กลายเป็นเขตส่งเสริมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก หรือเป็น “เมืองการบินภาคตะวันออก” (Eastern Airport City) และยังมีแผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของสนามบินอุตะเถา ให้รองรับผู้โดยสารให้มากขึ้น มีพื้นที่ 6,500 ไร่ โดยได้รับความร่วมมือจากทหารเรือเป็นอย่างดี ซึ่งคณะรัฐมนตรีอนุมัติงบกลาง 760.77 ล้านบาทให้กองทัพเรือเป็นค่าใช้จ่ายพัฒนาสนามบินอุตะเถา-ท่าเรือพาณิชย์สัตหีบ รองรับโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ปี พ.ศ. 2560 ถึง 2564 ท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา มีทางวิ่ง 1 ทางวิ่ง ขนาดมาตรฐานยาว 3,500 เมตร กว้าง 60 เมตร และมี 52 หลุมจอด ซึ่งหากใช้ทางวิ่งนี้เต็มศักยภาพ จะสามารถรองรับปริมาณผู้โดยสารได้ 20 ล้านคนต่อปี อาคารผู้โดยสารหลังที่ 1 รองรับผู้โดยสารทั้งในและระหว่างประเทศประมาณ 700,000 คนต่อปี และหลังจากอาคารผู้โดยสารหลังที่ 2 เปิดให้บริการจะมีขีดความสามารถในการรองรับผู้โดยสารได้ประมาณ 3 ล้านคนต่อปี (ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก, 2561) ด้วยศักยภาพและการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆของสนามบินแล้ว ต่อไปอุตะเถาจะกลายเป็นแม่เหล็กที่ดึงดูดเม็ดเงินจากนักลงทุนและนักท่องเที่ยวทั่วโลก

อีกทั้งภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยวไตรมาสที่ 4 ของปี พ.ศ. 2559 โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) คาดการณ์สถานการณ์ว่าการท่องเที่ยวของโลกในไตรมาสนี้ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง และจำนวนนักท่องเที่ยวโลกตลอดทั้งปีเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.7 เช่นเดียวกับสถานการณ์ การท่องเที่ยวของไทยที่ยังคงมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาประเทศไทยอย่างต่อเนื่องในไตรมาสนี้ซึ่งถือเป็น “High Season” คาดว่าจะมีจำนวน 7.63 ล้านคน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 3.93 แสนล้านบาท ทำให้ตลอดทั้งปี พ.ศ. 2559 คาดว่าประเทศไทยจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 2.51 ล้านล้านบาท สูงกว่าปี พ.ศ. 2558 ที่สร้างรายได้ 2.26 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.93 เป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1.64 ล้านล้านบาท และรายได้จากนักท่องเที่ยวภายในประเทศ 0.87 ล้านล้านบาท (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้เห็นว่าสนามบินมีการพัฒนาศักยภาพขึ้นเรื่อยๆ มีการเปลี่ยนแปลงไปตามเศรษฐกิจโลก ซึ่งทุกธุรกิจจะต้องมีการปรับตัวไปพร้อมๆกับการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้สินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการได้มากที่สุด จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าความสะดวกในการบริการ (Service Convenience) เกิดจากความสะดวกในการลดค่าใช้จ่ายทางด้าน

เวลาและความพยายามเพื่อให้ได้มาซึ่งบริการ (Kelly et al., 1958) ความสะดวกในการให้บริการมีความสำคัญต่อลูกค้ามากขึ้น (Berry et al., 2002; Xie et al., 2010) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี รวมทั้งรูปแบบทางประชากร (Brown, 1990, Brown และ McEnally, 1992 Berry et al., 2002 Seiders et al., 2006, 2007) ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าหรือผลิตภัณฑ์มากขึ้น ซึ่งต้องใช้เวลาและความพยายามมากขึ้นด้วย หมายความว่า ผู้ที่มาใช้บริการจะใช้ความสะดวกในการบริการตัดสินใจซื้อ (Brown, 1990) ซึ่งมีนักวิจัยหลายท่านได้ทำการทดสอบมิติของความสะดวกในการบริการ ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของจิราภา (2556) ได้กล่าวว่า ความสะดวกในการบริการเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดในการเข้าถึงร้านค้าปลีกรายย่อย (Seiders et al., 2007) ความสะดวกในการเข้าถึงสโมสรสุขภาพ คือสถานที่ตั้งที่หาง่าย มิติของความสะดวกในการบริการจะแตกต่างกันออกไปตามบริบทที่ศึกษา (Berry et al., 2002; Chang and Polonsky, 2012) ความสะดวกในการบริการพิพธิภัณฑ์ที่สำคัญคือ ความสะดวกในการตัดสินใจ ความสะดวกในการเข้าถึง และความสะดวกในการทำธุรกรรม (Geissler et al., 2006) อีกทั้งความสะดวกในการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ (Colwell et al., 2008) และความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า (นวลอนงค์ ผานัด, 2556) ผู้วิจัยจึงสังเกตเห็นถึงความสำคัญของความสะดวกในการบริการ อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าจะมีบริบทที่คล้ายคลึงกัน แต่มิติของความสะดวกในการบริการไม่สอดคล้องกันเสมอไป อีกทั้งยังไม่พบในบริบทของสนามบิน

ด้วยสาเหตุนี้จึงเป็นแรงจูงใจหลักที่ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาความสะดวกในการบริการของผู้โดยสารชาวไทย ในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง ซึ่งผู้วิจัยสังเกตเห็นถึงความสำคัญของความสะดวกในการบริการ สนามบิน โดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของสนามบิน ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงคุณภาพความสะดวกในการบริการ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำสนามบินได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับความสะดวกในการบริการในแต่ละมิติ (Dimension)
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลความสะดวกในการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลความพึงพอใจที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำทำอากาศยานนานาชาติอุต๊ะเกาะ จังหวัดระยอง

สมมติฐาน

1. ความสะดวกในการตัดสินใจมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติอุต๊ะเกาะ
2. ความสะดวกในการเข้าถึงมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติอุต๊ะเกาะ
3. ความสะดวกในการทำธุรกรรมมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติอุต๊ะเกาะ
4. ผลประโยชน์ของความสะดวกมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติอุต๊ะเกาะ
5. ผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวกมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติอุต๊ะเกาะ
6. ความพึงพอใจมีผลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำทำอากาศยานนานาชาติอุต๊ะเกาะ จังหวัดระยอง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำไปพัฒนาระดับความสะดวกในการให้บริการของสนามบินเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ
2. สามารถนำความสะดวกมาวางกลยุทธ์สู่ความสำเร็จให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มาใช้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการซื้อบริการมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อเป็นแนวทางในการวางนโยบายสนามบินเพื่อให้ตรงกับความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการ
4. เพิ่มเติมและขยายองค์ความรู้ทางวิชาการ และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของความสะดวกในการบริการต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่องความสะดวกในการบริการของผู้โดยสารชาวไทย ในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ

ปัจจัยของความสะดวกในการบริการ (Service Convenience) ประกอบด้วย ความสะดวกในการตัดสินใจ (Decision Convenience) ความสะดวกในการเข้าถึง (Access Convenience) ความสะดวกในการทำธุรกรรม (Transaction Convenience) ผลประโยชน์ของความสะดวก (Benefit Convenience) และผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก (Post-Benefit Convenience)

ตัวแปรส่งผ่าน (Mediator Variable) คือ

ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) ในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ

การกลับมาใช้บริการซ้ำ (Repurchase Intention) ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2562

นิยามศัพท์

ความสะดวกในการบริการ (Service Convenience) หมายถึง การที่ผู้มาใช้บริการรู้สึกได้ว่าใช้เวลาและความพยายามในการใช้บริการที่ลดลง และรับรู้ได้ว่ามีการบริการที่สะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (Seiders et al., 2007)

ความสะดวกในการตัดสินใจ (Decision Convenience) หมายถึง การที่ผู้ที่มาใช้บริการใช้เวลาและความพยายามไม่มากในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (Seiders et al., 2007)

ความสะดวกในการเข้าถึง (Access Convenience) หมายถึง การที่ผู้ที่มาใช้บริการรับรู้ถึงเวลาและความ
ทุ่มเทในการเตรียมความพร้อมเพื่อความสะดวกที่จะให้บริการ (Seiders et al., 2007)

ความสะดวกในการทำธุรกรรม (Transaction Convenience) หมายถึง การที่ผู้ที่มาใช้บริการใช้เวลาและ
ความพยายามไม่มากในการทำธุรกรรมต่างๆ สำหรับท่าอากาศยานจะรวมถึงการตรวจเช็ค
สัมภาระ การเช็คอินด้วย ซึ่งทำให้ลูกค้าใช้บริการได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วขึ้น (Seiders et al.,
2007)

ผลประโยชน์ของความสะดวก (Benefit Convenience) หมายถึง การที่ผู้ที่มาใช้บริการใช้เวลาและความ
พยายามไม่มากเพื่อที่จะได้รับประโยชน์หลักของการบริการสนามบิน เช่น สนามบินมีเส้นทาง
การบินตรงตามความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการ สนามบินมีแผนผังระบุโซนต่างๆชัดเจน มี
ป้ายบอกทิศทาง เป็นต้น (Seiders et al., 2007)

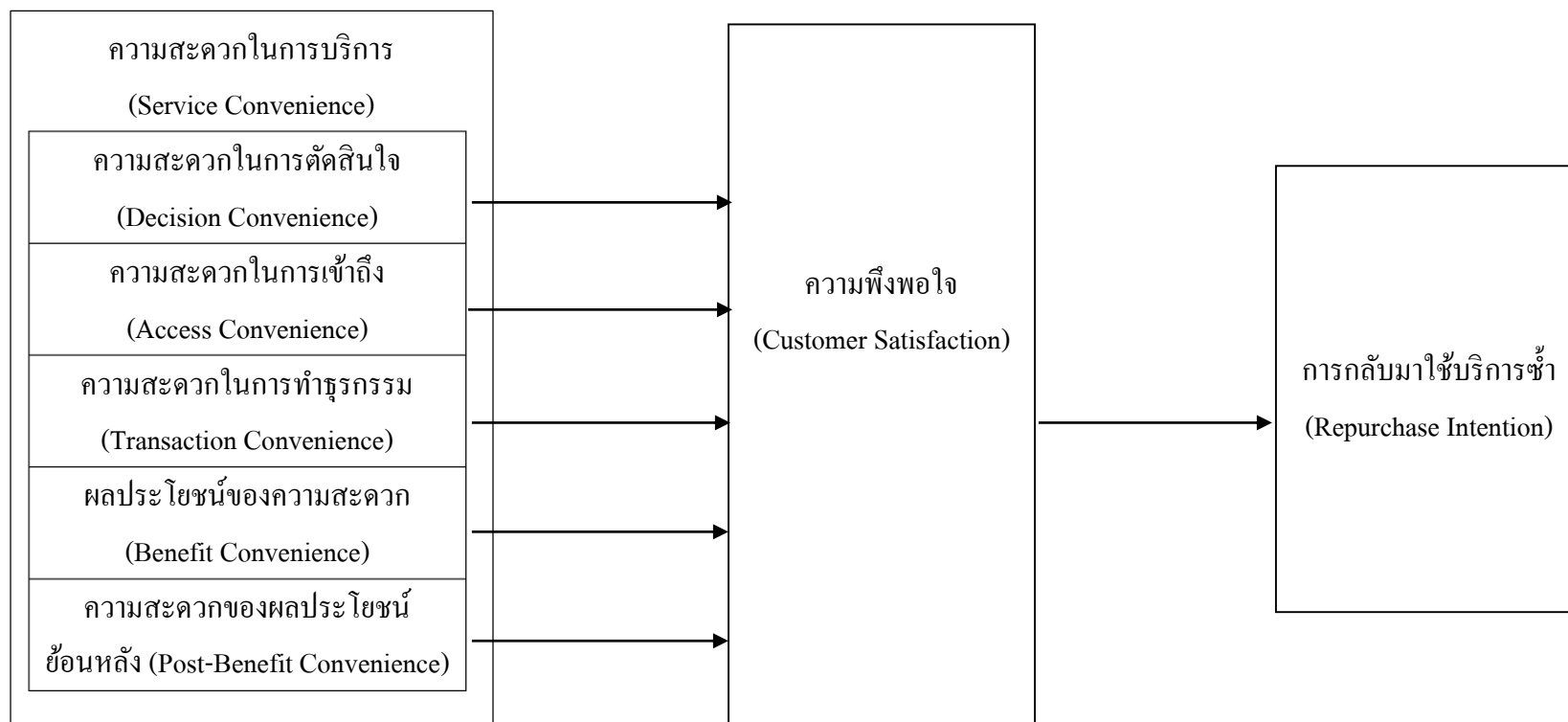
ผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก (Post-Benefit Convenience) หมายถึง การที่ผู้ที่มาใช้บริการใช้
เวลาและความพยายามในการติดต่อกับผู้ให้บริการอีกครั้งเป็นไปได้อย่างง่ายหลังจากการให้บริการ
แล้ว เช่น การขอความช่วยเหลือหลังพบปัญหาการให้บริการ การได้รับการแก้ไขปัญหาที่พบ
อย่างรวดเร็ว เป็นต้น (Seiders et al., 2007)

ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีส่วนบุคคลที่เกิดขึ้น
จากการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา เป็นความรู้สึกถูกใจ ชอบใจ มีความสุขใน
การได้รับบริการ เป็นความรู้สึกเชิงบวก ซึ่งเป็นความชอบส่วนบุคคลที่เกิดจากการใช้บริการ
แล้วตรงกับความคาดหวังของลูกค้าที่ตั้งไว้ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและพึงพอใจ
(Cronin, et al., 2010)

การกลับมาใช้บริการซ้ำ (Repurchase Intention) หมายถึง การที่ผู้ที่มาใช้บริการได้มาใช้บริการท่า
อากาศยานนานาชาติอุตะเถาแล้วเกิดความพึงพอใจ จึงทำให้ผู้ที่มาใช้บริการกลับมาใช้บริการ
ซ้ำอีกครั้งหนึ่ง (Anderson, et al., 1994)

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา เรื่อง ความสะดวกในการบริการของผู้โดยสารชาวไทย ในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง สามารถเขียนกรอบวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวินิจฉัยเรื่องความสะดวกในการบริการของผู้โดยสารชาวไทย ในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง ได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดกรอบแนวคิดสำหรับการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ประวัติโดยย่อท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา

ท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา ตั้งอยู่ในพื้นที่ ตำบลพลลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง และพื้นที่โดยรอบประมาณ 6,500 ไร่ ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอบ้านฉาง และอำเภอสัตหีบ จังหวัดระยอง

สนามบินอุตะเถาเป็นท่าอากาศยานภายใต้การดูแลของกองทัพเรือไทย ริเริ่มโครงการในปี พ.ศ. 2504 สืบเนื่องจากกองทัพเรือต้องการก่อสร้างสนามบินทหารเรือ จึงดำเนินการสำรวจพื้นที่บริเวณจังหวัดชลบุรี และ จังหวัดระยอง ณ เวลานั้น กระทรวงกลาโหมได้อนุมัติให้ฝูงบินทหารเรือสังกัดกองเรือยุทธการ โดยใช้สนามบินกองทัพอากาศดอนเมืองเป็นสนามบินชั่วคราว

ต่อมากองบัญชาการทหารสูงสุดอนุมัติสร้างสนามบินแห่งใหม่ของกองทัพเรือบริเวณหมู่บ้านอุตะเถา จังหวัดระยอง โดยเป็นทางวิ่งลาดยางความยาว 1,200 เมตร เมื่อการก่อสร้างสำเร็จเรียบร้อย ในขณะนั้น ได้เกิดการขยายตัวของลัทธิคอมมิวนิสต์ในเวียดนามใต้ และประเทศลาว รัฐบาลสหรัฐอเมริกาเห็นว่าต้องสร้างสนามบินขนาดใหญ่ในประเทศไทยเพิ่มเติม

ในปี พ.ศ. 2505 รัฐบาลไทยและสหรัฐอเมริกาได้มีโครงการร่วมกัน โดยคณะรัฐมนตรีได้ลงมติให้รัฐบาลสหรัฐอเมริกาปรับปรุงสนามบินอุตะเถาในปี พ.ศ. 2508 เพื่อเป็นหน่วยในการลำเลียงหน่วยรบไปยังจุดยุทธศาสตร์ต่างๆภายในประเทศ การก่อสร้างแล้วเสร็จในระยะเวลาประมาณ 1 ปี จอมพลถนอม กิตติขจร ผู้บัญชาการทหารสูงสุดในเวลานั้น มีคำสั่งให้สนามบินแห่งนี้ให้กองทัพเรือใช้ในราชการ และดูแลรักษาสนามบิน โดยใช้ชื่อว่า "สนามบินอุตะเถา"

ในปี พ.ศ. 2519 กองทัพอากาศสหรัฐอเมริกาได้ถอนกำลังทหารออกจากประเทศไทย รวมทั้งสนามบินอุตะเถาด้วย คณะรัฐมนตรีจึงมีมติให้สนามบินอุตะเถาเป็นสนามบินพาณิชย์ระหว่างประเทศ และเป็นสนามบินสำรองของท่าอากาศยานดอนเมือง

หลังจากการปรับปรุงสนามบินอุตะเถาโดยกรมการบินพาณิชย์ คณะรัฐมนตรีเห็นว่าควรใช้ประโยชน์จากสนามบินอุตะเถามากขึ้น จึงพัฒนาสนามบินอุตะเถาเป็นท่าอากาศยานสากล โดยใช้

ชื่อว่า "สนามบินนานาชาติระยอง-อู่ตะเภา" ภายใต้สังกัดของกองทัพเรือ โดยให้พัฒนาเป็นสนามบินพาณิชย์ร่วมกับกรมการบินพาณิชย์ กระทรวงคมนาคม

การบินไทยได้ตั้งศูนย์ซ่อมอากาศยานลำตัวกว้างแห่งที่สองขึ้นที่สนามบินอู่ตะเภา โดยศูนย์ซ่อมนี้สามารถรองรับเครื่องบิน ตระกูล Boeing 737, 747 และ 777 และเครื่องบินตระกูล Airbus A300 A330 A340

วันที่ 28 พฤศจิกายน 2551 มีการเปิดให้ใช้สนามบินอู่ตะเภา อ.บ้านฉาง จ.ระยอง ในการระบายผู้เดินทางเข้า-ออกประเทศไทย แทนท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสนามบินดอนเมืองที่ถูกคำสั่งปิดเนื่องจากการชุมนุมของกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย

วันที่ 3 มิถุนายน 2558 ได้มีการลงนามในบันทึกข้อตกลงความร่วมมือการพัฒนาท่าอากาศยานอู่ตะเภาให้เป็นท่าอากาศยานเชิงพาณิชย์ แห่งที่ 3

ความสะดวกในการบริการ (Service Convenience)

หัวใจสำคัญของการศึกษาในครั้งนี้ (Focal constructs) ได้แก่ ความสะดวกในการบริการ โดย Kelly (1958) กล่าวว่า ความสะดวกในการบริการ (Service Convenience) เกิดจากการลดเวลาและการใช้ความพยายามที่ลดลงเพื่อให้ได้มาซึ่งบริการนั้นๆ ดังนั้น ความสะดวกในการบริการจึงมีความสำคัญต่อผู้ที่มาใช้บริการมากขึ้น

Berry (2002) กล่าวว่า ความสะดวกสบายในการบริการ (Service Convenience) เป็นความรู้สึกของผู้ที่มาใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับเวลาและความรู้สึกในการใช้บริการ ซึ่งความสะดวกในการบริการสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ที่มาใช้บริการได้ โดยการใช้เวลาให้น้อยลงและใช้ความพยายามลดลงในขั้นตอนการให้บริการ

ความสะดวกในการบริการ (Service Convenience) ได้รับการนิยามไว้ว่า เวลาและความพยายามที่มีต่อผู้ที่มาใช้บริการ (Berry et al., 2002) เวลาและความพยายามเหล่านี้มีความสัมพันธ์ในทางตรงกันข้ามกับความสะดวกสบายในความคิดของผู้ที่มาใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ (Kumar et al., 1997) ซึ่งหมายความว่าถ้าหากผู้ที่มาใช้บริการต้องใช้เวลาเพิ่มขึ้นในการรอรับบริการก็จะทำให้รู้สึกว่าการดังกล่าวนี้ไม่สะดวก และผู้ที่มาใช้บริการที่ไม่ค่อยมีเวลามักจะมองหาความสะดวกในการบริการจึงทำให้เกิดความพึงพอใจ (Colwell et al., 2008)

Farquhar และ Rowley (2009) ได้ให้คำจำกัดความของความสะดวกสบายในการให้บริการตามคำตัดสินของผู้ที่มาใช้บริการตามความรู้สึกไว้ว่า การควบคุมการจัดการการใช้ประโยชน์ในเรื่องของเวลาและความพยายามเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการเข้าถึงและการใช้บริการนั้นๆ

จากคำจำกัดความข้างต้น ความสะดวกในการบริการ (Service Convenience) เป็นความรู้ถึงสะดวกของผู้ที่มาใช้บริการที่รู้สึกว่าสิ่งที่ต้องใช้เวลาและความพยายามน้อยที่สุดเพื่อการใช้บริการนั้น ถือเป็นความสะดวกในการบริการ

มิติของความสะดวกในการบริการ (Dimensions of Service Convenience)

Berry (2002) ได้ทำการตรวจสอบทั้งประหยัดเวลาและความพยายาม พบว่า ความสะดวกในการบริการมีหลายมิติ (Brown, 1990, Brown and McEnally, 1992 Berry et al., 2002 Seiders et al., 2007 Colwell et al., 2008 Farquhar and Rowley, 2009) ซึ่ง Brown (1990) ได้เสนอการวัดความสะดวกในการบริการไว้ 5 มิติ คือ 1) เวลา หมายถึง เวลาที่สะดวกสำหรับลูกค้ามากขึ้น 2) สถานที่ หมายถึง สถานที่ที่มีสะดวกสำหรับลูกค้า 3) การทำธุรกรรม หมายถึง บริษัทต่างๆ อาจทำให้ลูกค้าสามารถซื้อบริการได้ง่ายขึ้น 4) การใช้ หมายถึง บริการอาจจะทำให้สะดวกสำหรับลูกค้าที่จะใช้ 5) การดำเนินการ หมายถึง บริการมีคนอื่นให้บริการ ซึ่งสี่มิติแรกจะรองรับเรื่องอรรถประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สำหรับมิติที่ห้าเกี่ยวข้องกับดำเนินการซึ่งลูกค้าสามารถเลือกวิธีการได้ตามความต้องการใช้ในการได้รับและใช้สินค้าหรือบริการได้ ต่อมาความสะดวกในการบริการได้ถูกจัดขึ้นเป็น 5 มิติ หลังจากได้มีการศึกษาโดย Farquhar and Rowley (2009) ในเรื่องของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคทำให้เข้าใจถึงความสะดวกในการบริการได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และ Berry et al. (2002) ได้เสนอมิติของความสะดวกในการบริการไว้ 5 มิติ ได้แก่

- 1) ความสะดวกในการตัดสินใจ (Decision Convenience) หมายถึง เวลาและความพยายามในการตัดสินใจเลือกรับบริการ
- 2) ความสะดวกในการเข้าถึง (Access Convenience) หมายถึง การรับรู้ถึงเวลาและความพยายามในการเริ่มต้นการให้บริการ
- 3) ความสะดวกในการทำธุรกรรม (Transaction Convenience) หมายถึง การใช้เวลาและความพยายามในการทำธุรกรรม
- 4) ผลประโยชน์ของความสะดวก (Benefit Convenience) หมายถึง เวลาและความพยายามที่ผู้ที่มาใช้บริการต้องใช้เวลาเพื่อที่จะได้รับประโยชน์หลักของการบริการ
- 5) ความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลัง (Post-Benefit Convenience) หมายถึง การใช้เวลาและความพยายามที่รับรู้ เมื่อติดต่อกับบริษัทอีกครั้งหลังจากช่วงรับประโยชน์จากการบริการแล้ว

จากมิติของความสะดวกในการบริการ (Service Convenience) จะเห็นได้ว่า ความสะดวกในการบริการจะเกี่ยวข้องกับ “เวลา” และ “ความพยายาม” ที่ผู้ที่มาใช้บริการต้องใช้เวลาไปกับการ

ได้รับบริการ หากผู้ที่ใช้บริการใช้เวลาและความพยายามที่ลดลง นั้นหมายความว่า ผู้ที่มาใช้บริการ
 ได้รับความสะดวกในการบริการ

อย่างไรก็ตามมิติการวัดความสะดวกในการบริการก่อนหน้านี้ไม่สามารถมองเห็นภาพได้
 ชัดเจนในเรื่องทัศนคติของผู้ที่มาใช้บริการ แต่ในปัจจุบันได้มีการทดสอบทุกมิติแล้ว ดังตารางที่
 2.1 แสดงการทดสอบมิติความสะดวกในการให้บริการในรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค

ตารางที่ 2.1 การทดสอบมิติความสะดวกในการให้บริการในรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค

Stage	Yale and Venkatesh (1986)	Brown (1990)	Brown and McEnally (1992)	Berry et al.,2002	Seiders et al.,2002	Colwell et al.,2008
การรับรู้ปัญหา	การใช้เวลา			การตัดสินใจ	การตัดสินใจ	การตัดสินใจ
การค้นหาข้อมูล	การเข้าถึง	เวลา / สถานที่		การเข้าถึง	การเข้าถึง	การเข้าถึง
การประเมินทางเลือก	เหมาะสม / หลีกเลียงความไม่พอใจ			การทำธุรกรรม	การทำธุรกรรม	การทำธุรกรรม
การคัดเลือกผลลัพธ์		การเข้าซื้อกิจการ	การเข้าซื้อกิจการ	ผลประโยชน์	ผลประโยชน์	ผลประโยชน์
หลังการซื้อ		การใช้	การบริโภค	หลังการซื้อ	หลังการซื้อ	หลังได้รับผลประโยชน์
ประเภทของการศึกษา	แนวคิด	แนวคิด	แนวคิด	แนวคิด	การทดลองเชิงประจักษ์	แบบจำลอง

แหล่งที่มา: จิราภา พึ่งบางกรวย (2557)

จากตารางที่ 2.1 การทดสอบมิติความสะดวกในการให้บริการในรูปแบบการตัดสินใจของผู้บริโภค จะเห็นว่าความสะดวกในการบริการ (Service Convenience) ทั้ง 5 มิติ ได้แก่ การตัดสินใจ (Decision) การเข้าถึง (Access) การทำธุรกรรม (Transaction) ผลประโยชน์ (Benefit) และผลประโยชน์ย้อนหลัง (Post-Benefit) ได้มีการทดสอบความถูกต้องเที่ยงตรงของความสะดวกทั้ง 5 มิติ

การวัดความสะดวกในการบริการ (Measurement of Service Convenience)

การวัดความสะดวกในการบริการ (Service Convenience) ได้พัฒนามาจาก Seiders et al. (2007) และ Colwell et al. (2008) ซึ่งประกอบด้วย 5 มิติ โดยพัฒนาความสะดวกในการบริการมาจากบริบทของการซื้อป๊อปและร้านค้าปลีก ซึ่งมีข้อคำถาม 17 ข้อคำถาม เรียกว่า "SERVCON" นอกจากนี้งานวิจัยของ Colwell et al. (2008) ยังสอดคล้องกับ Seiders et al. (2007) โดยมีรายงานการทดสอบความน่าเชื่อถือของความสะดวกในการบริการ ซึ่งวิธีการวัดความสะดวกในการบริการจึงมีการวัด 2 ตัววัด โดยตัววัดความสะดวกแบบแรกเป็นตัววัดที่เรียกว่า "SERVCON" ของ Seiders (2007) และตัววัดความสะดวกแบบที่สองของ Colwell (2008) ซึ่งความน่าเชื่อถือ Cronbach's alpha ข้อคำถามของ Colwell (2008) นั้นมีระดับต่ำกว่า "SERVCON" ของ Seiders (2007) ดังตารางที่ 2.2 เปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของคำถามในแต่ละมิติของการวัดความสะดวกในการบริการ (Service Convenience)

ตารางที่ 2.2 เปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของคำถามในแต่ละมิติของการวัดความสะดวกในการบริการ (Service Convenience)

มิติความสะดวกในการบริการ	Seiders (2007)	Colwell (2008)
ความสะดวกในการตัดสินใจ (Decision Convenience)	$\alpha = 0.76$ (3 ข้อคำถาม)	$\alpha = 0.66$ (4 ข้อคำถาม)
ความสะดวกในการเข้าถึง (Access Convenience)	$\alpha = 0.83$ (4 ข้อคำถาม)	$\alpha = 0.75$ (4 ข้อคำถาม)
ความสะดวกในการทำธุรกรรม (Transaction Convenience)	$\alpha = 0.89$ (3 ข้อคำถาม)	$\alpha = 0.67$ (3 ข้อคำถาม)
ผลประโยชน์ของความสะดวก (Benefit Convenience)	$\alpha = 0.84$ 4 ข้อคำถาม	$\alpha = 0.67$ 3 ข้อคำถาม
ความสะดวกของผลประโยชน์ ย้อนหลัง (Post-Benefit Convenience)	$\alpha = 0.95$ (3 ข้อคำถาม)	$\alpha = 0.79$ (3 ข้อคำถาม)

ที่มา: Seiders et al., 2007 ; Colwell et al., 2008

จากตารางที่ 2.2 เปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของคำถามในแต่ละมิติของการวัดความสะดวกในการบริการ (Service Convenience) ผู้วิจัยได้เลือกที่จะใช้รูปแบบการวัด "SERVCON" ของ

Seiders (2007) มาใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ เนื่องจากมีค่า Cronbach's alpha ค่าความน่าเชื่อถือมากกว่าค่าถามของ Colwell (2008)

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

นิยาม และความหมาย

ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติของผู้บริโภค มีผลมาจากประสบการณ์ด้านความพึงพอใจที่ผู้บริโภคได้รับ (Kashmir, 2005)

Cronin & Taylor (1992) ความพึงพอใจ หมายถึง การที่ผู้บริโภคได้พิจารณา หรือ ประเมินผล จากการได้รับ ประสบการณ์จากการใช้สินค้า หรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง แล้วเกิดความประทับใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น

Oliver (1980) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการทางอารมณ์โดยรวม ที่รับรู้ได้ถึงความแตกต่างระหว่างความคาดหวังก่อนการบริโภค และการรับรู้ผลหลังการบริโภค

Wolman (1973) ให้ความหมายความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายตามความต้องการหรือแรงจูงใจความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติสามารถใช้ทดแทนกันได้คือ ผลของการที่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับสิ่งนั้น และทศนคติทางด้านบวกจะเป็นตัวแสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่ง ๆ นั้น ส่วนทศนคติทางด้านลบก็จะสะท้อนให้เห็นถึงความไม่พึงพอใจจากสิ่งนั้น (Vroom, 1964)

Morse (1958) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ สภาพจิตที่ปราศจากความเครียด ทั้งนี้เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์ที่มีความต้องการ เมื่อความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมด หรือ บางส่วนความเครียดก็จะลดน้อยลงความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียด และความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

แนวคิด และทฤษฎี

ความพึงพอใจ คือ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกหลังการซื้อหรือได้รับบริการ ซึ่งเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือประสิทธิภาพของสินค้า (Perceived Performance) กับการให้บริการที่คาดหวัง (Expected Performance) กรณีผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ (Product Performance) ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ (Dissatisfied Customer) แต่ถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้า หรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้าที่ตั้งไว้ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (Delighted Customer) ทั้งหมดเป็นสิ่งที่

สำคัญในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจจะเป็นการรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง
(Kotler, 1997)

Cronin, et al. (2000) กล่าวถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เกิดจากการใช้สินค้าทดลองต่อ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หากผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้าทดลองจะ ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ๆ

Kim & Lee (2011) กล่าวว่า เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการจะทำให้ลูกค้ามี ความภักดี และมีการบอกต่อ และอยากกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง ดังนั้นการบอกต่อจึงเป็นตัวบ่งชี้ หลักของความสำเร็จในอนาคตของบริษัท

ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นปัจจัยพื้นฐานทางด้านพฤติกรรมของลูกค้าในระยะยาว ใน การที่จะเลือกซื้อสินค้า หรือใช้บริการ ดังนั้น องค์กรต่าง ๆ จึงต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า อย่างเต็มกำลัง (Hunt, 1977)

ความพึงพอใจเป็นทฤษฎีความรู้สึกของมนุษย์ที่เป็นได้ทั้งทางบวก และทางลบ ซึ่งใน ทางบวกนั้นหมายถึง ความพึงพอใจซึ่งก่อให้เกิดความยินดี ความสุขใจ ส่วนในทางลบนั้นหมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วทำให้ไม่สบายใจ หรือทุกข์ใจ (Shelly, 1975)

Rhee & Ryu (2010) กล่าวว่า ความพึงพอใจ มักเกิดจากมูลค่าทางสังคมของสินค้าหรือ บริการที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติของผู้บริโภค และผู้บริโภครู้สึกพอใจในสินค้า หรือบริการ จึงได้ กลับมาใช้บริการซ้ำ

Ying et al., (2009) ทำการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการคุณค่าการ รับรู้ ความพึงพอใจของลูกค้า และความตั้งใจที่จะกลับมาซื้อซ้ำของการให้บริการโทรศัพท์มือถือ โดยมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรต้นกลาง ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการ กลับมาซื้อซ้ำ

จากการศึกษาความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติ ที่ดีส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการ เป็นความรู้สึกถูกใจ ชอบใจ มีความสุขในการได้รับ บริการ เป็นความรู้สึกเชิงบวก ซึ่งเป็นความชอบส่วนบุคคลที่เกิดจากการใช้บริการแล้วตรงกับความ คาดหวังของลูกค้าที่ตั้งไว้ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและเกิดความพึงพอใจในที่สุด จน ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกลับมาใช้บริการซ้ำ

นิยาม และความหมาย

การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง ความตั้งใจของบุคคลที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำจากบริษัทเดิมโดยขึ้นอยู่กับประสบการณ์ หรือการได้รับการปฏิบัติที่ดี และพอใจ หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับมาของแต่ละบุคคล (Hellier et al., 2003)

Zeithmal et al., (1996) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง ปฏิบัติการในการตอบสนองบางอย่างของลูกค้าที่มีความตั้งใจในการที่จะกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต

Cronin et al. (2000) กล่าวว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง การที่ลูกค้าเคยซื้อสินค้าหรือบริการแล้วเกิดความพึงพอใจ และกลับมาซื้อซ้ำ หรือใช้บริการซ้ำอีก และมีการบอกเล่าถึงคุณประโยชน์ หรือประสบการณ์ดี ๆ เกี่ยวกับสินค้า หรือบริการต่อไปยังผู้อื่น

กลับมาใช้ซ้ำ คือ ทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคเป็นผลการพัฒนามาจากการประเมินประสบการณ์ในการการบริโภคของเขาเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการบางอย่าง เกิดความพึงพอใจในสิ่งนั้น ซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นถือเป็นสารตั้งต้นของความจงรักภักดีต่อแบรนด์ เป็นผลจากการประเมินผลของลูกค้าเกี่ยวกับตัวแบรนด์สินค้า หรือบริการซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการตัดสินใจกลับมาใช้ซ้ำ (Karmer, 2005)

การกลับมาใช้บริการซ้ำ หมายถึง การมุ่งมั่นที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือซื้อซ้ำ (Oliver, 1980)

แนวคิด และทฤษฎี

ความตั้งใจ หรือเจตนาในการกลับมาใช้ซ้ำนั้นมักจะมีการยึดติดกับความมุ่งมั่นของแบรนด์ แต่มีความแตกต่างกันที่การให้ความสำคัญ ความมุ่งมั่นในแบรนด์ หมายถึง ความสัมพันธ์ หรือความรู้สึกที่ดีคล้ายคลึงกับการเป็นมิตรภาพกันระหว่างตัวสินค้า หรือบริการกับตัวของผู้บริโภคเอง โดยที่การซื้อซ้ำนั้นอาจจะสามารถอธิบายการซื้อของแบรนด์นั้นได้ว่า เป็นสินค้า หรือบริการที่ดี มีราคาถูก หรือไม่สามารถมีสินค้า หรือบริการอื่นทดแทนได้ (Kitapci, 2014)

การกลับมาใช้ซ้ำ มักเกิดจากมูลค่าทางสังคมของสินค้า หรือบริการที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติของผู้บริโภค และผู้บริโภครู้สึกพอใจในสินค้า หรือบริการนั้นจึงกลับมาใช้บริการซ้ำ (Rhee & Ryu, 2010)

ความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้าอาจมาจากการลดต้นทุน ซึ่งเป็นวิธีการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้ดี (Henkel et al., 2006)

พฤติกรรมการณ์กลับมาซื้อซ้ำมักจะมาจากยี่ตติคในตราสินค้ำ แต่มีความแตกต่างที่สำคัญระหว่างลูกค้ำ การยี่ตติคในตราสินค้ำนั้น หมายถึง ความสัมพันธ์ที่คล้ายกับความเป็นมิตรภาพของผูบรโภค ซึ่งการกลับมาซื้อซ้ำนั้นอาจจะมีสาเหตุมาจากการที่ราคาสินค้ำ หรือบริการถูกลง หรือไม่มียี่ห้ออื่น ๆ (Calik, 1997)

Zeithmal et al. (1996) กล่าวว้า ความตั้งใจที่จะเลือกใช้บริการซ้ำ หมายถึง ความสมัครใจของผูบรโภคผูบรโภคสินค้ำหรือบริการที่คงความสัมพันธ์กับร้านค้ำหรือตราสินค้ำ และกลับมาใช้สินค้ำและบริการดังกล่าวซ้ำอีกครั้งในอนาคต

การซื้อซ้ำหรือการกลับมาใช้บริการซ้ำเป็นเรื่งของทัศนคติของบุคคลที่อาจมาจากประสบการณ์ในอดีตจากการซื้อสินค้ำ หรือใช้บริการแล้วเกิดความพึงพอใจจนทำให้เกิดการตัดสินใจกลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำอีก (Anderson, Fornell & Lehmann, 1994)

จากการศึกษาสรุปได้ว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำของผูบรโภคที่มาใช้บริการ เกิดจากความพึงพอใจหลังการใช้บริการในอดีตและตัดสินใจกลับมาใช้บริการใหม่อีกครั้งหนึ่งในอนาคต

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิราภา พึ่งบางกรวย (2556) ได้ศึกษาเรื่ง แบบจำลองตามสถานการณ์ถึงผลของความสะดวกในการบริการที่มีต่อการรับรู้ในคุณค่าของลูกค้ำในบริบทของธุรกิจบริการที่เน้นประสบการณ์ มีวัตถุประสงค์ 5 ประการคือ 1. เพื่อศึกษาถึงมิติในการวัดความสะดวกในการบริการในธุรกิจบริการที่เน้นประสบการณ์ 2. ผลของความสะดวกของการบริการที่มีต่อการรับรู้ในการควบคุม 3. เพื่อขยายผลการศึกษาถึงผลของความสะดวกที่มีต่อการรับรู้ในคุณค่า 4. เพื่อศึกษา ถึงผลของการเป็นตัวแปรแทรกของการรับรู้การควบคุมระหว่างความสะดวกของการบริการกับการรับรู้ในคุณค่าของลูกค้ำ และ 5.) เพื่อศึกษาถึงผลของตัวแปรซ้อน (การปรารถนาในการควบคุม, การรับรู้ถึง ความกดดันเวลา, และความชอบความสะดวก) ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความสะดวกของบริการ และการรับรู้ถึงการควบคุม ผลการศึกษาพบว่าในธุรกิจบริการที่เน้นประสบการณ์มีมิติในการวัด 3 มิติ ได้แก่ ความ สะดวกในการเข้าถึง ความสะดวกในการทำ ธุรกิจ และผลประโยชน์ในความสะดวก จากการศึกษา พบว่าความสะดวกในการเข้าถึง และผลประโยชน์ความสะดวก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ ในการควบคุม อีกทั้งความสะดวกในการเข้าถึง และผลประโยชน์ความสะดวก มีความสัมพันธ์เชิง บวกกับการรับรู้ในคุณค่า อีกทั้งผลการศึกษาพบว่าการรับรู้ในการควบคุมเป็นตัวแปรแทรกเพียง บางส่วนระหว่างความสะดวกของการบริการกับการรับรู้ในคุณค่าของลูกค้ำ นอกจากนี้ผลการศึกษา ตัวแปรซ้อนทั้ง 3 ตัว ได้แก่ ความปรารถนาในการ

ควบคุม, การรับรู้ถึงความกดดันเวลา, และ ความชอบความสะดวก พบว่าในกลุ่มสูง ผลของความสัมพันธ์ระหว่างความสะดวกของบริการและ การรับรู้ถึงการควบคุมมีผลดีกว่าในกลุ่มต่ำ

ลาวัญย์ รัชญพันธ์ (2556) ได้ศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ที่มีต่อความไว้นื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า บริษัท สายการบินบินนิกแอร์ จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์คือ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้นื้อเชื่อใจ อันได้แก่ คุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ อันได้แก่ คุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ และความไว้นื้อเชื่อใจ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ อันได้แก่ ความไว้นื้อเชื่อใจ และความพึงพอใจของลูกค้า (4) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ อันได้แก่ ความไว้นื้อเชื่อใจ และความพึงพอใจของลูกค้า และ (5) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ ความไว้นื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าบริษัท สายการบินบินนิกแอร์ จำกัด (มหาชน) ที่พัฒนาจากแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการศึกษาแสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ดี ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 318 ที่องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 280 ค่าความน่าจะเป็น (p-value) เท่ากับ 0.058 ไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.135 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.955 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.940 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ(CFI) เท่ากับ 0.998 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.034 ค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.016 นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่าความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้าสายการบินนิกแอร์และความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าสายการบินนิกแอร์

นวลอนงค์ ผานัด (2556) ได้ศึกษาเรื่องโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ที่มีต่อความไว้นื้อเชื่อใจความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) วัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้นื้อเชื่อใจ อันได้แก่คุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ อันได้แก่คุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ และความไว้นื้อเชื่อใจ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ อันได้แก่ ความไว้นื้อเชื่อใจ และความพึงพอใจของลูกค้า (4) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ อันได้แก่ ความไว้นื้อเชื่อใจ และความพึงพอใจของลูกค้า และ (5) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ความไว้นื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการ

ซ้ำของลูกค้าบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 473.34 ที่องศาอิสระ (df) 527 ค่าความน่าจะเป็น (p-value) เท่ากับ 0.955 ไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 0.898 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.960 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.946 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.024 ค่าดัชนีค่าความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.000 และนอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

Vinita Kaura Ch. S. Durga Prasad Sourabh Sharma (2015) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพบริการ ความสะดวกสบายในการให้บริการ ความคุ้มค่าและความยุติธรรม ความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าความพึงพอใจ มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบขอบเขตคุณภาพการรับรู้ราคาและความเป็นธรรมและความสะดวกในการให้บริการมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีของลูกค้าต่อภาคการธนาคารปลีกในอินเดีย นอกจากนี้ยังศึกษาบทบาทของความพึงพอใจของลูกค้าในฐานะตัวแปรระหว่าง mediating ระหว่างมิติคุณภาพการให้บริการการรับรู้ราคาและความเป็นธรรมขนาดความสะดวกในการให้บริการและความภักดีของลูกค้า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 445 คน เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม ประชากรที่ศึกษาอยู่ในกลุ่มลูกค้ารายย่อยของธนาคารในรัฐราชสถานอินเดียซึ่งมักเข้าเยี่ยมชมสถานที่ของธนาคารเพื่อทำธุรกรรมมีบัญชีอยู่ในธนาคารอย่างน้อยสองแห่งและมีบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างน้อยหนึ่งบริการ การวิเคราะห์ความคิดเห็นและการวิเคราะห์การถดถอย ผลการวิจัย พบว่าคุณภาพของบริการ คุณภาพการรับรู้ราคา ความเป็นธรรม และความสะดวกในการให้บริการมีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีของลูกค้า นอกจากนี้ความพึงพอใจของลูกค้าทำหน้าที่เป็นตัวแปรกลางระหว่างความเป็นธรรมและความภักดีของลูกค้า

Chang and Polonsky (2011) ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของความสะดวกในการบริการที่มีผลต่อบริการหลายประเภทที่สะดวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม: บทบาทความพึงพอใจของผู้บริโภคในการตั้งถิ่นฐานของชาวไต้หวัน ซึ่งองค์กรด้านการบริการกำลังมองหาวิธีที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าของผู้บริโภคและเพื่อเพิ่มความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค องค์กรสามารถแยกแยะตัวเองได้โดยการทำให้บริการของพวกเขาใช้งานง่ายขึ้น นั่นคือสะดวกกว่าความสะดวกในการให้บริการมีความซับซ้อนและประกอบด้วย 5 ประเภทคือการตัดสินใจ การเข้าถึงการ ทำธุรกรรม ประโยชน์และความสะดวกสบายหลังได้รับประโยชน์ การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสะดวกในการให้บริการ ได้ตรวจสอบวิธีอำนวยความสะดวกประเภทนี้ ส่งผลกระทบต่อประสบการณ์และความตั้งใจของผู้บริโภค

แต่การวิจัยเรื่องนี้ ได้ทำการศึกษาในสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ กลุ่มตัวอย่างคือ ชาวไต้หวัน จำนวน 443 คน การวิจัยครั้งนี้ใช้การถดถอยเชิงพรรณนาเพื่อตรวจสอบอิทธิพลของความสะดวกสบาย 5 ประเภทต่อความตั้งใจของผู้บริโภค และเพื่อทดสอบว่าความพึงพอใจเป็นตัวกลางที่มีผลต่อความสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่าผลประโยชน์ของความสะดวกและผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวกมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการกระทำที่ดีขึ้น และความพึงพอใจเป็นส่วนหนึ่งของความสัมพันธ์ระหว่างความสะดวกในการบริการและความตั้งใจซื้อ

Wen and Ching (2011) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้โดยสารรถขนส่งสาธารณะที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจ และการมีส่วนร่วม โดยใช้โมเดลสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารจำนวน 763 คน ใช้วิธีเลือกตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจ

Ying et al. (2009) ทำการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ คุณค่าการรับรู้ ความพึงพอใจของลูกค้า และความตั้งใจที่จะกลับมาซื้อซ้ำของการให้บริการ โทรศัพท์มือถือ โดยมีความพึงพอใจเป็นตัวแปรต้นกลาง ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาซื้อซ้ำ

Ryu, Han & Kim (2008) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของร้านอาหารจานด่วนต่อคุณค่าที่รับรู้ ความพึงพอใจของลูกค้า และพฤติกรรมการซื้อของลูกค้า เก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าจำนวน 341 คน ใช้วิธีเลือกตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการซื้อซ้ำ

Colwell et al. (2008) ได้ศึกษาเรื่องความสะดวกในการบริการในบริบทของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศแคนาดา พบว่า มีความสะดวกในการบริการเพียง 3 มิติเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ความสะดวกในการตัดสินใจ ผลประโยชน์ของความสะดวกและผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก ส่วนความสะดวกในการเข้าถึงและความสะดวกในการทำธุรกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ซึ่งยังกล่าวอีกว่า ความสำคัญของความสะดวกแต่ละมิติจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับบริบทของการบริการที่นำมาศึกษา

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ความสะดวกในการบริการ ได้แก่ ความสะดวกในการตัดสินใจ ความสะดวกในการเข้าถึง ความสะดวกในการทำธุรกรรม ผลประโยชน์ของความ และความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลัง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการไป

ตามบริบท และเมื่อผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในเชิงบวกก็จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาซื้อหรือ
ใช้บริการซ้ำอีกครั้งหนึ่งในอนาคต

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่องความสะดวกในการบริการของผู้โดยสารชาวไทย ในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลที่ต้องการทำการวิจัย โดยการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง

2. ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้น ตัวอย่างที่จะใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจึงใช้วิธีคำนวณด้วยสูตรที่ไม่ทราบจำนวนประชากรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ซึ่งมีสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มประชากร
 P = สัดส่วนของประชากร
 Z = ระดับค่าความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้คือ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95
 e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 0.5

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} &= \frac{1.96^2}{4*(0.5)^2} \\ &= 384.6 \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดตัวอย่าง ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่ต้องเก็บได้อย่างน้อย 385 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงทำการเก็บข้อมูลทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง

หลังจากนั้น ในขั้นตอนของการสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจะทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้แผนการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามที่ต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ

ความสะดวกในการบริการ (Service Convenience) ซึ่งประกอบด้วย ความสะดวกในการตัดสินใจ (Decision Convenience) ความสะดวกในการเข้าถึง (Access Convenience) ความสะดวกในการทำธุรกรรม (Transaction Convenience) ผลประโยชน์ของความสะดวก (Benefit Convenience) และความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลัง (Post-Benefit Convenience)

ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator Variable) คือ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) ในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุ้งตะเกา

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ

การกลับมาใช้บริการซ้ำ (Repurchase Intention) ท่าอากาศยานนานาชาติอุ้งตะเกา

นิยามเชิงปฏิบัติ

ความสะดวกในการบริการ (Service Convenience) หมายถึง การที่ผู้มาใช้บริการรู้สึกได้ว่าใช้เวลาและความพยายามในการใช้บริการที่ลดลง และรับรู้ได้ว่ามีการบริการที่สะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยากในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุ้งตะเกา (Seiders et al., 2007) โดยทำการวัดแยกตามมิติในการวัด 5 ด้าน รายละเอียดของคำถามแต่ละมิติมี ดังนี้

ความสะดวกในการตัดสินใจ หมายถึง การที่ผู้มาใช้บริการใช้เวลาและความพยายามไม่มากในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 3.1 แสดงข้อคำถามในมิติความสะดวกในการตัดสินใจ

รหัส	คำถาม	Cronbarch' Alpha of this dimension
DC1	ท่านใช้เวลาน้อยมากในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสนามบินแห่งนี้ (ตัวเครื่องบิน เที่ยวบิน)	.891
DC2	สนามบินแห่งนี้ มีสายการบินและเส้นทางการบินตรงตามความต้องการของท่าน จึงตัดสินใจได้ง่าย	.889
DC3	สนามบินแห่งนี้มีข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจ	.892

ความสะดวกในการเข้าถึง หมายถึง การที่ผู้ที่มาใช้บริการรับรู้ถึงเวลาและความทุ่มเทในการเตรียมความพร้อมเพื่อความสะดวกที่จะให้บริการ

ตารางที่ 3.2 แสดงข้อคำถามในมิติความสะดวกในการเข้าถึง

รหัส	คำถาม	Cronbarch' Alpha of this dimension
AC1	ท่านสามารถเดินทางมาสนามบินได้สะดวกและใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก	.890
AC2	สนามบินมีที่จอดรถเพียงพอ	.894
AC3	สนามบินแห่งนี้มีท่ารถที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ	.890
AC4	สนามบินแห่งนี้เปิดตลอด 24 ชั่วโมง จึงทำให้มีความสะดวกเรื่องเวลาในการมาใช้บริการ	.891

ความสะดวกในการทำธุรกรรม หมายถึง การที่ผู้ที่มาใช้บริการใช้เวลาและความพยายามไม่มากในการทำธุรกรรมต่างๆ สำหรับท่าอากาศยานจะรวมถึงการตรวจเช็คสัมภาระ การเช็คอินด้วย ซึ่งทำให้ลูกค้าใช้บริการได้ง่าย สะดวก และรวดเร็วขึ้น

ตารางที่ 3.3 แสดงข้อคำถามในมิติความสะดวกในการทำธุรกรรม

รหัส	คำถาม	Cronbarch' Alpha of this dimension
TC1	การตรวจเช็คสัมภาระก่อนผ่านประตูทางเข้ามีความสะดวกและรวดเร็ว	.888
TC2	ท่านสามารถเช็คคินเองได้สะดวกและรวดเร็ว	.888
TC3	บริการห้องน้ำของสนามบินมีพอให้ใช้บริการ	.890

ผลประโยชน์ของความสะดวก หมายถึง การที่ผู้ที่มาใช้บริการใช้เวลาและความพยายามไม่มากเพื่อที่จะได้รับประโยชน์หลักของการบริการสนามบิน เช่น สนามบินมีเส้นทางการบินตรงตามความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการ สนามบินมีแผนผังระบุโซนต่างๆชัดเจน มีป้ายบอกทิศทาง เป็นต้น

ตารางที่ 3.4 แสดงข้อคำถามในมิติผลประโยชน์ของความสะดวก

รหัส	คำถาม	Cronbarch' Alpha of this dimension
BC1	สนามบินแห่งนี้ มีเส้นทางการบินไปยังจุดหมายปลายทางตรงตามที่ท่านต้องการ	.890
BC2	หากท่านต้องเดินทางโดยเครื่องบิน การนัดเจอผู้ร่วมเดินทางที่สนามบินแห่งนี้เป็นเรื่องง่ายและสะดวกกว่าสนามบินอื่น	.889
BC3	ทำให้ถึงจุดหมายปลายทางได้เร็วขึ้น	.888
BC4	สนามบินแห่งนี้มีแผนผังระบุโซนต่างๆและป้ายบอกทางที่ชัดเจนง่ายต่อการใช้บริการ	.887

ความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลัง หมายถึง การที่ผู้ที่มาใช้บริการใช้เวลาและความพยายามในการติดต่อกับผู้ให้บริการอีกครั้งเป็นไปได้ง่ายหลังจากการใช้บริการแล้ว เช่น การขอความช่วยเหลือหลังพบปัญหาการใช้บริการ การได้รับการแก้ไขปัญหาที่พบอย่างรวดเร็ว เป็นต้น

ตารางที่ 3.5 แสดงข้อความในมิติผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก

รหัส	คำถาม	Cronbarch' Alpha of this dimension
PBC1	มีช่องทางในการรับคำร้องเรียน/ข้อเสนอแนะที่สะดวก	.887
PBC2	หากท่านพบปัญหาหลังการใช้บริการ ท่านแน่ใจว่าจะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว	.887
PBC3	ท่านสามารถขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ได้ง่าย	.888

ความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา เป็นความรู้สึกถูกใจ ชอบใจ มีความสุขในการได้รับบริการ เป็นความรู้สึกเชิงบวก ซึ่งเป็นความชอบส่วนบุคคลที่เกิดจากการใช้บริการแล้วตรงกับความคาดหวังของลูกค้าที่ตั้งไว้ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและพึงพอใจ สนามบินนานาชาติอุตะเถา (Cronin, et al., 2010) มีข้อความ 3 ข้อดังนี้

ตารางที่ 3.6 แสดงข้อความในมิติความพึงพอใจ

รหัส	คำถาม	Cronbarch' Alpha of this dimension
SAT1	ท่านพึงพอใจที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้	.887
SAT2	ท่านมีความสุขที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้	.890
SAT3	ท่านมีความยินดีที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้	.889

การกลับมาใช้บริการซ้ำ (Repurchase Intention) หมายถึง การที่ผู้ที่มาใช้บริการได้มาใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถาแล้วเกิดความพึงพอใจ จึงทำให้ผู้ที่มาใช้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้งหนึ่ง (Anderson, et al., 1994) มีข้อความ 3 ข้อดังนี้

ตารางที่ 3.7 แสดงข้อความในมิติการกลับมาใช้บริการซ้ำ

รหัส	คำถาม	Cronbarch' Alpha of this dimension
RI1	ท่านจะกลับมาใช้บริการจากสนามบินนี้อีกครั้งถ้ามีโอกาส	.889

RI2	หากท่านต้องเดินทางโดยเครื่องบินครั้งต่อไปท่านจะเลือกใช้บริการจากสนามบินนี้	.889
RI3	ท่านจะกลับมาใช้บริการสนามบินแห่งนี้ในอนาคต	.889

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นจากทฤษฎีเรื่องความสะดวกและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและสถานภาพ ซึ่งข้อคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบมีทั้งหมด 6 ข้อ โดยลักษณะข้อคำถามเป็นคำถามแบบปลายปิด ให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว

ตอนที่ 2 แบบการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสะดวกในการให้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา แบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 17 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

เกณฑ์การให้คะแนนน้ำหนักความโดยได้แบ่งระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามบินนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5 คะแนน	มากที่สุด
4 คะแนน	มาก
3 คะแนน	ปานกลาง
2 คะแนน	น้อย
1 คะแนน	น้อยที่สุด

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแปลหาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในการแปลผลข้อมูลอันตรภาคชั้น โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,2542) ดังนี้

สูตรการหาค่าของอันตรภาคชั้น

$$\begin{aligned} \text{สูตร} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

จากการคำนวณสามารถนำมากำหนดเกณฑ์การวัดความสะดวกในการให้บริการ ได้ดังนี้

คะแนน 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความสะดวกมากที่สุด
คะแนน 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความสะดวกมาก
คะแนน 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความสะดวกปานกลาง
คะแนน 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความสะดวกน้อย
คะแนน 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความสะดวกน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา แบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 3 ข้อโดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

เกณฑ์การให้คะแนนน้ำหนักความโดยได้แบ่งระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสนามบินนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5 คะแนน	มากที่สุด
4 คะแนน	มาก
3 คะแนน	ปานกลาง
2 คะแนน	น้อย
1 คะแนน	น้อยที่สุด

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแปลหาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในการแปลผลข้อมูลอันตรภาคชั้น โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,2542) ดังนี้
สูตรการหาค่าของอันตรภาคชั้น

$$\begin{aligned} \text{สูตร} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากการคำนวณสามารถนำมากำหนดเกณฑ์การวัดความพึงพอใจ ได้ดังนี้

คะแนน 4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
-------------------	---------	------------------------

คะแนน 3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
คะแนน 2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
คะแนน 1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
คะแนน 1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา แบบสอบถามมีจำนวนทั้งสิ้น 3 ข้อ โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

เกณฑ์การให้คะแนนน้ำหนักความโดยได้แบ่งระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำสนามบินนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5 คะแนน	มากที่สุด
4 คะแนน	มาก
3 คะแนน	ปานกลาง
2 คะแนน	น้อย
1 คะแนน	น้อยที่สุด

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแปลหาค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในการแปลผลข้อมูลอันตรภาคชั้น โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,2542) ดังนี้
สูตรการหาค่าของอันตรภาคชั้น

$$\begin{aligned} \text{สูตร} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากการคำนวณสามารถนำมากำหนดเกณฑ์การวัดการกลับมาใช้บริการซ้ำ ได้ดังนี้

คะแนน 4.21 – 5.00	หมายถึง	จะกลับมาใช้บริการซ้ำมากที่สุด
คะแนน 3.41 – 4.20	หมายถึง	จะกลับมาใช้บริการซ้ำมาก
คะแนน 2.61 – 3.40	หมายถึง	จะกลับมาใช้บริการซ้ำปานกลาง
คะแนน 1.81 – 2.60	หมายถึง	จะกลับมาใช้บริการซ้ำน้อย
คะแนน 1.00 – 1.80	หมายถึง	จะกลับมาใช้บริการซ้ำน้อยที่สุด

การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

เพื่อให้เกิดความแม่นยำของเครื่องมือในการวัดสิ่งที่ต้องการจะวัดหรือสิ่งที่เครื่องมือควรจะมีวัดและคะแนนที่ได้จากเครื่องมือที่มีความตรงสูงสามารถบอกถึงสภาพที่แท้จริง และพยากรณ์ได้ถูกต้องแม่นยำ แบบสอบถามจึงต้องได้รับการตรวจสอบความถูกต้องในด้านภาษาในเชิงเนื้อหา ตรวจสอบความเที่ยงตรงและตรวจสอบความน่าเชื่อถือ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ความเที่ยงตรง (Validity)

หลังจากที่ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความสะดวกในการบริการเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและความครอบคลุมตามกรอบแนวคิดที่กำหนด และประเมินความสอดคล้องระหว่างคำถามแต่ละข้อกับนิยามศัพท์ โดยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนเท่ากับ +1 0 และ -1 หลังจากนั้น ผู้วิจัยจึงนำคะแนนผู้ที่ทรงคุณวุฒิประเมินให้มาคำนวณหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of item - Objective Congruence: IOC) โดยคำถามแต่ละข้อต้องมีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปจึงจะถือว่าข้อคำถามนั้นมีความเที่ยงตรงสามารถนำไปใช้ในเก็บข้อมูลได้ (สุวิมล ติรกานันท์, 2548) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ในภาพรวมมีค่าเท่ากับ 0.85 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด มีค่าความเที่ยงตรง (Validity) ที่สามารถนำไปใช้ได้ (รายละเอียดของค่า IOC แสดงอยู่ในภาคผนวก)

การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามต้นฉบับที่ได้พัฒนาขึ้นนั้นไปหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เป็นวิธีที่ถูกใช้ในการวัดค่าความน่าเชื่อถือที่นิยมใช้กันมากที่สุดวิธีหนึ่ง โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงของมาตรวัด ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาควรมีค่ามากกว่า .70 ขึ้นไปจึงจะสามารถนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลได้โดยมีความน่าเชื่อถือ (Hair, Black, Babin, Anderson & Tatham, 2006) และค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (Corrected Item–Total Correlation) ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.3 ขึ้นไป (Field, 2005) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.8 ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของมาตรวัด

รหัส	คำถาม	Cronbarch' Alpha of this dimension
ความสะดวกในการตัดสินใจ		.864
DC1	ท่านใช้เวลาน้อยมากในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสนามบินแห่งนี้ (ตัวเครื่องบิน เที่ยวบิน)	
DC2	สนามบินแห่งนี้ มีสายการบินและเส้นทางการบินตรงตามความต้องการของท่าน จึงตัดสินใจได้ง่าย	
DC3	สนามบินแห่งนี้มีข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจ	
ความสะดวกในการเข้าถึง		.757
AC1	ท่านสามารถเดินทางมาสนามบินได้สะดวกและใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก	
AC2	สนามบินมีที่จอดรถเพียงพอ	
AC3	สนามบินแห่งนี้มีท่าอากาศยานที่สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ	
AC4	สนามบินแห่งนี้เปิดตลอด 24 ชั่วโมง จึงทำให้มีความสะดวกเรื่องเวลาในการมาใช้บริการ	
ความสะดวกในการทำธุรกรรม		.797
TC1	การตรวจเช็คสัมภาระก่อนผ่านประตูทางเข้ามีความสะดวกและรวดเร็ว	
TC2	ท่านสามารถเช็คอินเองได้สะดวกและรวดเร็ว	
TC3	บริการห้องน้ำของสนามบินมีพอให้ใช้บริการ	
ผลประโยชน์ของความสะดวก		.857
BC1	สนามบินแห่งนี้ มีเส้นทางการบินไปยังจุดหมายปลายทางตรงตามที่ท่านต้องการ	
BC2	หากท่านต้องเดินทางโดยเครื่องบิน การนัดเจอผู้ร่วมเดินทางที่สนามบินแห่งนี้เป็นเรื่องง่ายและสะดวกกว่าสนามบินอื่น	
BC3	ทำให้ถึงจุดหมายปลายทางได้เร็วขึ้น	

มีตารางต่อ

ตารางที่ 3.8 ผลการวิเคราะห์ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของมาตรวัด (ต่อ)

รหัส	คำถาม	Cronbarch' Alpha of this dimension
BC4	สนามบินแห่งนี้มีแผนผังระบุโซนต่างๆและป้ายบอกทางที่ชัดเจนง่ายต่อการใช้บริการ	
ความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลัง		.844
PBC1	มีช่องทางในการรับคำร้องเรียน/ข้อเสนอแนะที่สะดวก	
PBC2	หากท่านพบปัญหาหลังการใช้บริการ ท่านแน่ใจว่าจะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว	
PBC3	ท่านสามารถขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ได้ง่าย	
ความพึงพอใจ		.869
SAT1	ท่านพึงพอใจที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้	
SAT2	ท่านมีความสุขที่ได้มาใช้สนามบินแห่งนี้	
SAT3	ท่านมีความยินดีที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้	
การกลับมาใช้บริการซ้ำ		.911
RI1	ท่านจะกลับมาใช้บริการจากสนามบินนี้อีกครั้งถ้ามีโอกาส	
RI2	หากท่านต้องเดินทางโดยเครื่องบินครั้งต่อไปท่านจะเลือกใช้บริการจากสนามบินนี้	
RI3	ท่านจะกลับมาใช้บริการสนามบินแห่งนี้ในอนาคต	

จากการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล พบว่า ข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ที่กำหนดคือ ตัวแปรทุกตัวมีค่าความน่าเชื่อถือ อยู่ระหว่าง .757 - .911 โดยทั้งหมดมีค่าความน่าเชื่อถือมากกว่า 0.7 ซึ่งถือว่าข้อมูลชุดนี้เชื่อถือได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

รายละเอียดของขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 ดำเนินการยื่นเรื่องกับทางมหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อออกจดหมายขออนุญาตทำวิจัย สนามบินนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง

ขั้นที่ 2 นำใบขออนุญาตที่ได้จากมหาวิทยาลัย ไปยื่นให้กับสนามบินนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง เพื่อขอเก็บข้อมูล

ขั้นที่ 3 ขอความร่วมมือจากผู้โดยสารชาวไทยที่เข้ามาใช้บริการของสนามบินนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง และแจกแบบสอบถามให้กับผู้โดยสาร เพื่อให้ผู้โดยสารได้ช่วยตอบแบบสอบถาม

ขั้นที่ 4 รวบรวมเก็บแบบสอบถาม และทำการสำรวจความถูกต้องและความครบถ้วนของแบบสอบถามที่ได้กลับมาทั้ง 400 ชุด

การวิเคราะห์ Test of Outlier

การศึกษาเรื่อง ความสะดวกในการบริการของผู้โดยสารชาวไทย ในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง ได้ทำการวิเคราะห์ค่าผิดปกติ (Outliers) โดยข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดจำนวน 400 ชุดนั้น ก่อนการทดสอบสมมติฐานจะถูกนำไปตรวจสอบหาค่าผิดปกติ เนื่องจากถ้าหากข้อมูลในงานวิจัยชิ้นนี้มีค่าผิดปกติอยู่ด้วย จะทำให้ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเกิดความผิดพลาด เมื่อได้ทำการวิเคราะห์แล้ว พบว่ามี ข้อมูลที่อยู่นอกขอบเขตที่กำหนด ผู้วิจัยจึงได้ทำการตัดค่าผิดปกติ โดยทำการตัดออกทีละค่า และทำการวิเคราะห์ซ้ำจนไม่มีค่าผิดปกติปรากฏ หลังจากตัดค่าผิดปกติออกหมดแล้วเหลือชุดข้อมูล จำนวน 393 ชุด สำหรับใช้ในการทดสอบสมมติฐานต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และนำมาบันทึกลงในระบบคอมพิวเตอร์เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้เตรียมข้อมูลสำหรับการประมวลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้ค่าสถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อใช้อธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ โดยใช้สถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ค่าร้อยละ (Percentage) โดยนำข้อมูลมาแจกแจงความถี่และนำเสนอเป็นค่าร้อยละ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามส่วนที่ 2 ถึงส่วนที่ 4 เกี่ยวกับระดับความสะดวกในการบริการ ความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้
การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่

1-6

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาวิจัยเรื่องความสะดวกในการบริการของผู้โดยสารชาวไทย ในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความสะดวกในการบริการในแต่ละมิติ เพื่อศึกษาอิทธิพลความสะดวกในการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง และเพื่อศึกษาอิทธิพลความพึงพอใจที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง โดยผู้วิจัยได้ออกแบบสอบถามเพื่อเป็นเครื่องมือในการศึกษาผู้โดยสารชาวไทยที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง จำนวน 400 คน และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการศึกษาคำแนะนำความสะดวกในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา
- 4.3 ผลการศึกษาคำแนะนำความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา
- 4.4 ผลการศึกษากลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา
- 4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานสมการการถดถอย
- 4.6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แสดงในตารางที่ 4.1 – 4.6 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	236	59
หญิง	164	41
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 เพศของผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งเพศหญิงและชาย โดยเพศชายเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดคือ จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 และตามมาด้วยเพศหญิง จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	22	5.5
21-30 ปี	230	57.5
31-40 ปี	86	21.5
41-50 ปี	48	12
51-60 ปี	11	2.8
61 ปีขึ้นไป	3	0.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า อายุที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ตามด้วยอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 อายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และน้อยที่สุด อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	230	57.5
สมรส	154	38.5
หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่	16	4
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า สถานภาพโสดมากที่สุด จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมา คือ สมรส จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และน้อยที่สุด คือ หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ปริญญาตรี	122	30.5
ปริญญาตรี	255	63.8
สูงกว่า ปริญญาตรี	23	5.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 และน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	82	20.5
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	56	14
พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน	165	41.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	92	23
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	5	1.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน มากที่สุด จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 92 คิดเป็นร้อยละ 23 นักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 82 คิดเป็นร้อยละ 20.5 น้อยที่สุดคือ ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 และอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000	57	14.3
บาท 10,001-20,000 บาท	151	37.8
20,001-30,000 บาท	92	23

30,001-40,000 บาท	40	10
มากกว่า 40,001 บาท	60	15
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 รายได้ต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีรายได้ 10,001-20,000 บาทมากที่สุด จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมา คือ 20,001-30,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23 รายได้มากกว่า 40,001 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และรายได้น้อยที่สุดคือ 30,001-40,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ

4.2 ผลการศึกษาความสะดวกในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุ้งตะเภา

ในการวิเคราะห์ความสะดวกในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุ้งตะเภา มีการวัดโดยแบ่งออกเป็น 5 มิติ ได้แก่ ความสะดวกในการตัดสินใจ ความสะดวกในการเข้าถึง ความสะดวกในการทำธุรกรรม ผลประโยชน์ของความสะดวก และความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลัง รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4.7 -4.11

ตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาความสะดวกในการตัดสินใจ (Decision Convenience)

ความสะดวกในการตัดสินใจ (DC)	X	S.D.	แปลผล
1. ใช้เวลาน้อยมากในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสนามบินแห่งนี้ (ตัวเครื่องบิน เที่ยวบิน)	3.99	0.88	สะดวกมาก
2. สนามบินแห่งนี้ มีสายการบินและเส้นทางการบินตรงตามความต้องการ จึงตัดสินใจได้ง่าย	4.07	0.86	สะดวกมาก
3. สนามบินแห่งนี้มีข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการ ทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจ	3.81	0.89	สะดวกมาก
รวม	3.95	0.67	สะดวกมาก

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาพบว่า ความสะดวกในการตัดสินใจใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุ้งตะเภา มีระดับความสะดวกในการตัดสินใจโดยรวมอยู่ในระดับสะดวกมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ($X = 3.95$, $S.D. = 0.67$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสะดวกมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ สนามบินแห่งนี้มีสายการบินและเส้นทางการบินตรงตามความต้องการ จึงตัดสินใจได้ง่าย ($X = 4.07, S.D. = 0.86$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ใช้เวลาน้อยมากในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสนามบินแห่งนี้ (ตัวเครื่องบิน เที่ยวบิน) ($X = 3.99, S.D. = 0.88$) และสนามบินแห่งนี้มีข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจ ($X = 3.81, S.D. = 0.89$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ผลการศึกษาความสะดวกในการเข้าถึง (Access Convenience)

ความสะดวกในการเข้าถึง (AC)	X	S.D.	แปลผล
4.สามารถเดินทางมาสนามบินได้สะดวกและใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก	3.90	0.91	สะดวกมาก
5.สนามบินมีที่จอดรถเพียงพอ	3.59	1.00	สะดวกมาก
6.สนามบินแห่งนี้มีทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ	3.93	0.87	สะดวกมาก
7.สนามบินแห่งนี้เปิดตลอด 24 ชั่วโมง จึงทำให้มีความสะดวกเรื่องเวลาในการมาใช้บริการ	3.92	0.84	สะดวกมาก
รวม	3.83	0.60	สะดวกมาก

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษาพบว่า ความสะดวกในการเข้าถึงของท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเกาโดยรวมอยู่ในระดับสะดวกมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ($X = 3.83, S.D. = 0.60$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสะดวกมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ สนามบินแห่งนี้มีทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ ($X = 3.93, S.D. = 0.87$) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ สนามบินแห่งนี้เปิดตลอด 24 ชั่วโมง จึงทำให้มีความสะดวกเรื่องเวลาในการมาใช้บริการ ($X = 3.92, S.D. = 0.84$) สามารถเดินทางมาสนามบินได้สะดวกและใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก ($X = 3.90, S.D. = 0.91$) และสนามบินมีที่จอดรถเพียงพอ ($X = 3.59, S.D. = 1.00$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ผลการศึกษาความสะดวกในการทำธุรกรรม (Transaction Convenience)

ความสะดวกในการทำธุรกรรม (TC)	X	S.D.	แปลผล
8.การตรวจเช็คสัมภาระก่อนผ่านประตูทางเข้ามี ความสะดวกและรวดเร็ว	3.94	0.77	สะดวกมาก
9.สามารถเช็คอินเองได้สะดวกและรวดเร็ว	4.00	0.75	สะดวกมาก
10.บริการห้องน้ำของสนามบินมีพอให้ใช้ บริการ	3.92	0.89	สะดวกมาก
รวม	3.95	0.65	สะดวกมาก

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษาความสะดวกในการทำธุรกรรมของท่าอากาศยานนานาชาติอุต๊ะเกาโดยรวมอยู่ในระดับสะดวกมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ($X = 3.95$, $S.D. = 0.65$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสะดวกมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ สามารถเช็คอินเองได้สะดวกและรวดเร็ว ($X = 4.00$, $S.D. = 0.65$) รองลงมา ได้แก่ การตรวจเช็คสัมภาระก่อนผ่านประตูทางเข้ามีความสะดวกและรวดเร็ว ($X = 3.94$, $S.D. = 0.77$) และบริการห้องน้ำของสนามบินมีพอให้ใช้บริการ ($X = 3.92$, $S.D. = 0.89$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ผลการศึกษาผลประโยชน์ของความสะดวก

ผลประโยชน์ของความสะดวก (BC)	X	S.D.	แปลผล
11.สนามบินแห่งนี้ มีเส้นทางการบินไปยัง จุดหมายปลายทางตรงตามที่ต้องการ	4.13	0.89	สะดวกมาก
12.หากต้องเดินทางโดยเครื่องบิน การนัดเจอผู้ รวมเดินทางที่สนามบินแห่งนี้เป็นเรื่องง่ายและ สะดวกกว่าสนามบินอื่น	3.88	0.80	สะดวกมาก
13.ทำให้ถึงจุดหมายปลายทางได้เร็วขึ้น	4.12	0.79	สะดวกมาก
14.สนามบินแห่งนี้มีแผนผังระบุโซนต่างๆและ ป้ายบอกทางที่ชัดเจนง่ายต่อการใช้บริการ	3.76	0.88	สะดวกมาก
รวม	3.97	0.60	สะดวกมาก

จากตารางที่ 4.10 ผลการศึกษาผลประโยชน์ของความสะดวกของท่าอากาศยานนานาชาติอุต๊ะเกาโดยรวมอยู่ในระดับสะดวกมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ($X = 3.97$, $S.D. = 0.60$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสะดวกมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ สนามบินแห่งนี้ มีเส้นทางการบินไปยังจุดหมายปลายทางตรงตามที่ต้องการ ($X = 4.13$, $S.D. = 0.89$) รองลงมา ได้แก่ ทำให้ถึงจุดหมายปลายทางได้เร็วขึ้น ($X = 4.12$, $S.D. = 0.79$) หากต้องเดินทางโดยเครื่องบิน การนัดเจอผู้ร่วมเดินทางที่สนามบินแห่งนี้เป็นเรื่องง่าย และสะดวกกว่าสนามบินอื่น ($X = 3.88$, $S.D. = 0.80$) และสนามบินแห่งนี้มีแผนผังระบุโซนต่างๆ และป้ายบอกทางที่ชัดเจนง่ายต่อการใช้บริการ ($X = 3.76$, $S.D. = 0.88$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ผลการศึกษาผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก

ความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลัง (PBC)	X	S.D.	แปลผล
15.มีช่องทางในการรับคำร้องเรียน/ข้อเสนอแนะที่สะดวก	3.61	0.90	สะดวกมาก
16.หากพบปัญหาหลังการให้บริการจะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว	3.72	0.81	สะดวกมาก
17.สามารถขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ได้ง่าย	3.87	0.80	สะดวกมาก
รวม	3.73	0.67	สะดวกมาก

จากตารางที่ 4.11 ผลการศึกษาความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลัง ของท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถาโดยรวมอยู่ในระดับสะดวกมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ($X = 3.73$, $S.D. = 0.67$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้อมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสะดวกมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ สามารถขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ได้ง่าย ($X = 3.87$, $S.D. = 0.80$) รองลงมา ได้แก่ หากพบปัญหาหลังการให้บริการจะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว ($X = 3.72$, $S.D. = 0.81$) และมีช่องทางในการรับคำร้องเรียน/ข้อเสนอแนะที่สะดวก ($X = 3.61$, $S.D. = 0.90$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา

ตารางที่ 4.12 ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา

ความพึงพอใจต่อท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา (SAT)	X	S.D.	แปลผล
1. มีความพึงพอใจที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้	4.23	0.74	พึงพอใจมากที่สุด
2. มีความสุขที่ได้มาใช้สนามบินแห่งนี้	4.07	0.80	พึงพอใจมาก
3. มีความยินดีที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้	4.21	0.73	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	4.16	0.60	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 4.12 ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถาโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ($X = 4.16$, $S.D. = 0.60$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีพึงพอใจที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้มากที่สุด ($X = 4.23$, $S.D. = 0.74$) รองลงมา ได้แก่ มีความยินดีที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้ ($X = 4.21$, $S.D. = 0.73$) และมีความสุขที่ได้มาใช้สนามบินแห่งนี้ ($X = 4.07$, $S.D. = 0.80$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา

ตารางที่ 4.13 ผลการศึกษการกลับมาใช้บริการซ้ำต่อท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา

การกลับมาใช้บริการซ้ำต่อท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา (RI)	X	S.D.	แปลผล
1. จะกลับมาใช้บริการจากสนามบินนี้อีกครั้งถ้ามีโอกาส	4.23	0.74	มากที่สุด
2. หากต้องเดินทางโดยเครื่องบินครั้งต่อไปท่านจะเลือกใช้บริการจากสนามบินนี้	4.07	0.80	มาก
3. จะกลับมาใช้บริการสนามบินแห่งนี้ในอนาคต	4.21	0.73	มากที่สุด
รวม	4.17	0.60	มาก

จากตารางที่ 4.13 ผลการศึกษการกลับมาใช้บริการซ้ำต่อท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถาโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ($X = 4.17$, $S.D. = 0.60$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การกลับมาใช้บริการซ้ำต่อท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา มากที่สุดได้แก่ จะกลับมาใช้บริการจากสนามบินนี้อีกครั้งถ้ามีโอกาส ($X = 4.23$, $S.D. = 0.74$) รองลงมา ได้แก่ จะกลับมาใช้บริการสนามบินแห่งนี้ในอนาคต ($X = 4.21$, $S.D. = 0.73$) และหากต้องเดินทางโดยเครื่องบินครั้งต่อไปท่านจะเลือกใช้บริการจากสนามบินนี้ ($X = 4.07$, $S.D. = 0.80$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานสมการการถดถอย

ก่อนที่จะทำการทดสอบสมมติฐานนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อตกลงเบื้องต้นในการใช้สมการถดถอยเชิงพหุคูณก่อน (Multiple Regression Assumption Testing) ได้แก่ 1). ความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปร (Linearity) 2). การแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality) 3). ความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Homoscedasticity) (Hair et al., 2010) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ข้อมูลทั้งหมดเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังได้วิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ (Multicollinearity) ของตัวแปรอีกด้วย โดยพิจารณาจากค่า Variance Inflation Factor (VIF.) ถ้าหากตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยนี้ไม่มีภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ จะต้องมามีค่า $VIF < 10$ (Hair et al., 2010) เมื่อทำการวิเคราะห์แล้วพบว่า มีค่า VIF. อยู่ระหว่าง 1.321 - 1.827 ซึ่งต่ำกว่า 10 จึงเป็นหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่า ในงานวิจัยชิ้นนี้ไม่เกิดภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ

จากการทดสอบเงื่อนไขตามขั้นตอนข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลชุดนี้เป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด ดังนั้นสามารถใช้ตัวแปรอิสระเหล่านี้ในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุในขั้นตอนต่อไป

ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานสมการการถดถอย

การศึกษาเรื่อง ความสะดวกในการบริการของผู้โดยสารชาวไทย ในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง มีสมมติฐาน ดังนี้

H1: ความสะดวกด้านการตัดสินใจมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัด ระยอง

H2: ความสะดวกด้านการเข้าถึงมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัด ระยอง

H3: ความสะดวกด้านการทำธุรกรรมมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัด ระยอง

H4: ผลประโยชน์ของความสะดวกมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัด ระยอง

H5: ความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลัง มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัด ระยอง

H6: ความพึงพอใจมีผลเชิงบวกต่อการใช้บริการซ้ำท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัด ระยอง

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1-5

ตัวแปร	β	t	p-value	VIF
(ค่าคงที่)	1.247	6.170	.000	
ความสะดวกในการตัดสินใจ	.062	1.517	.130	1.321
ความสะดวกในการเข้าถึง	.121	2.455	.015*	1.490
ความสะดวกในการทำธุรกรรม	.036	.761	.447	1.553
ผลประโยชน์ของความสะดวก	.228	4.238	.000*	1.827
ผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก	.263	5.612	.000*	1.733
$R^2 = 0.366$		Adjusted $R^2 = 0.358$	F = 44.774	

หมายเหตุ: ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 ผลการศึกษาพบว่า ความสะดวกในการเข้าถึง ($\beta = 0.121$, $t = 2.455$, $p\text{-value} = 0.015$) ผลประโยชน์ของความสะดวก ($\beta = 0.228$, $t = 4.238$, $p\text{-value} = 0.000$) และความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลัง ($\beta = 0.263$, $t = 5.612$, $p\text{-value} = 0.000$) มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจทำอากาศยานนานาชาติอุตะเถา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6

ตัวแปร	β	t	p-value
(ค่าคงที่)	2.318	13.238	.000
ความพึงพอใจ	.466	10.757	.000
$R^2 = .227$		Adjusted $R^2 = .226$	F = 115.716

หมายเหตุ: ตัวแปรตาม ได้แก่ การกลับมาใช้บริการซ้ำ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.15 ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจมีผลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำทำอากาศยานนานาชาติอุตะเถา ($\beta = 0.477$, $t = 10.757$, $p\text{-value} = 0.000$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ส่วนที่ 6 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.16 สรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
1. ความสะดวกด้านการตัดสินใจมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัด ระยอง	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. ความสะดวกด้านการเข้าถึงมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัด ระยอง	ยอมรับสมมติฐาน
3. ความสะดวกด้านการทำธุรกรรมมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัด ระยอง	ปฏิเสธสมมติฐาน
4. ผลประโยชน์ของความสะดวกมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัด ระยอง	ยอมรับสมมติฐาน
5. ความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลัง มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัด ระยอง	ยอมรับสมมติฐาน ยอมรับสมมติฐาน
6. ความพึงพอใจมีผลเชิงบวกต่อการใช้บริการซ้ำท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัด ระยอง	

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องความสะดวกในการบริการของผู้โดยสารชาวไทย ในการใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความสะดวกในการบริการในแต่ละมิติ เพื่อศึกษาอิทธิพลความสะดวกในการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง และเพื่อศึกษาอิทธิพลความพึงพอใจที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำทำอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาความสะดวกในการบริการของผู้โดยสารชาวไทย ในการใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง การนำเสนอผลการวิจัย แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับความสะดวกในการให้บริการทำอากาศยานนานาชาติอุตะเถา ความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติอุตะเถา และการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารชาวไทยที่มาใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติอุตะเถา ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,000-20,000 บาท

ส่วนที่ 2 ระดับความสะดวกในการให้บริการทำอากาศยานนานาชาติอุตะเถา

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสะดวกในการบริการทำอากาศยานนานาชาติอุตะเถา ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความสะดวกในการตัดสินใจ ความสะดวกในการเข้าถึง ความสะดวกในการทำธุรกรรม ผลประโยชน์ของความสะดวก และผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก โดยทุกมิติมีระดับความสะดวกอยู่ในระดับมาก โดยระดับความสะดวกที่มากที่สุด คือ ผลประโยชน์ของ

ความสะดวก รองลงมา คือ ความสะดวกในการตัดสินใจ ความสะดวกในการทำธุรกรรม ความสะดวกในการเข้าถึง และผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความพึงพอใจที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ มีความยินดีที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้ และมีความสุขที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้ ตามลำดับ

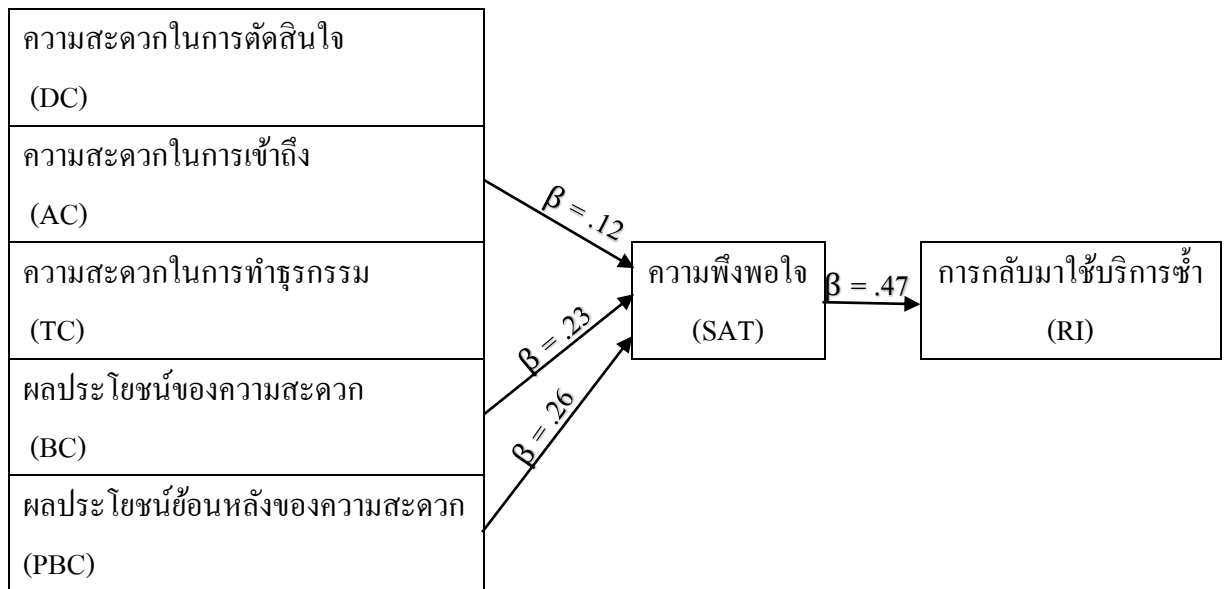
ส่วนที่ 4 การกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำต่อท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการจะกลับมาใช้บริการจากสนามบินนี้อีกครั้งถ้ามีโอกาส รองลงมา ได้แก่ การจะกลับมาใช้บริการสนามบินแห่งนี้ในอนาคต และหากต้องเดินทางโดยเครื่องบินครั้งต่อไปท่านจะเลือกใช้บริการจากสนามบินนี้ ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความสะดวกในการบริการ ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึง (Access Convenience) ผลประโยชน์ของความสะดวก (Benefit Convenience) และความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลัง (Post-Benefit Convenience) มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และความพึงพอใจมีผลเชิงบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน สามารถเขียนผลการศึกษาให้เข้าใจง่ายขึ้นดังนี้



ภาพที่ 5.1 สรุปผลการศึกษาในภาพรวม

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษการวิจัยเรื่อง ความสะดวกในการบริการของผู้โดยสารชาวไทย ในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง สามารถอภิปรายผลตามสมมติฐานในการวิจัยดังนี้

ความสะดวกในการเข้าถึงมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา พบว่า ความสะดวกในการเข้าถึงส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้ท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง แสดงว่า ยิ่งมีความสะดวกในการเข้าถึงมากขึ้นจะยิ่งส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaura et al. (2015) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพบริการความสะดวกสบายในการให้บริการ ความคุ้มค่าและความยุติธรรมความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าความพึงพอใจ พบว่าความสะดวกในการบริการมีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีของลูกค้า ซึ่งสรุปได้ว่าความสะดวกในการเข้าถึงสนามบินทำให้ผู้มาใช้บริการเข้าถึงสนามบินได้ง่ายและเร็วขึ้น อันเป็นปกติของการใช้บริการใดๆ ก็ตาม ที่ลูกค้าต้องการจะเข้าสู่กระบวนการรับบริการที่เร็วขึ้น โดยการให้บริการจะเริ่มต้นได้ก็ต่อเมื่อเข้าถึงบริการนั้นแล้ว การที่ทำอากาศยานนานาชาติอุตะเถาทำให้ลูกค้าเข้าถึงได้เร็วขึ้นก็จะได้รับบริการที่ไวขึ้นเช่นกัน

เนื่องจากการศึกษาความสะดวกของการบริการยังไม่ได้รับความนิยมนเท่าไร โดยเฉพาะการศึกษาแบบเจาะลึกโดยแยกรายมิติ ผู้วิจัยจึงตัดสินใจทำการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงลึกจากข้อมูลที่มีอยู่ เมื่อทำการศึกษาเชิงลึกเพิ่มเติมความสะดวกในการเข้าถึง พบว่า ตัวแปรที่มีนัยสำคัญมากที่สุดต่อความสะดวกในการเข้าถึง คือ สนามบินนี้เปิดตลอด 24 ชั่วโมง จึงทำให้มีความสะดวกเรื่องเวลาใช้บริการ ($\beta = 0.125, t = 3.510, p\text{-value} = 0.001$) รองลงมา ได้แก่ สนามบินแห่งนี้มีท่าอากาศยานที่สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ ($\beta = 0.098, t = 2.817, p\text{-value} = 0.005$) สนามบินมีที่จอดรถเพียงพอ ($\beta = 0.096, t = 3.392, p\text{-value} = 0.001$) และสามารถเดินทางมาสนามบินได้สะดวกและใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก ($\beta = 0.088, t = 2.760, p\text{-value} = 0.006$) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ทำให้มีความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สนามบินเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง การมีท่าอากาศยานที่สะดวกต่อการเดินทาง ใช้เวลาไม่มากในการเข้าถึง และมีที่จอดรถเพียงพอกับผู้ที่ต้องการมาใช้บริการ จะทำให้มีความสะดวกต่อการเข้าถึงสูงและส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการมาใช้บริการ สนามบินสูงสุด ยกตัวอย่างเช่น หากผู้ที่มาใช้บริการด้วยความเร่งรีบ แล้วพอมายังสนามบินไม่ต้องวนรหาที่จอดรถาน ซึ่งหมายถึงที่จอดรถมีเพียงพอต่อผู้ให้บริการ เท่ากับว่าท่าอากาศยานแห่งนี้สะดวกต่อการเข้าถึงและจากการที่ไม่ต้องวนรหาที่จอดรถจะทำให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจเป็นต้น

ผลประโยชน์ของความสะดวกมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเกา พบว่า ผลประโยชน์ของความสะดวกส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้ท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเกา จังหวัดระยอง แสดงว่า ยังมีผลประโยชน์ของความสะดวกมากขึ้น จะยิ่งส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Colwell et al. (2008) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความสะดวกของการบริการในบริบทของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศแคนาดา พบว่า มีความสะดวกในการบริการเพียง 3 มิติเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ความสะดวกในการตัดสินใจ ผลประโยชน์ของความสะดวกและผลประโยชน์ย่อยหลังของความสะดวก ในความคิดเห็นของผู้วิจัยมีความเห็นว่าสนามบินและอินเทอร์เน็ตไม่ได้เป็นบริการที่ทุกคนจำเป็นต้องใช้บริการ ซึ่งการที่คนจะมาใช้บริการสนามบินหรืออินเทอร์เน็ตนั้นจะคำนึงถึงผลประโยชน์เป็นหลัก ซึ่งถ้าหากผลประโยชน์นั้น ๆ มีความสะดวกต่อผู้ที่ต้องการใช้บริการก็จะเกิดความพึงพอใจ โดยผลประโยชน์ของความสะดวกของการใช้บริการสนามบินคือการมีสถานที่สำหรับใช้ในการเดินทางโดยเครื่องบิน เพราะถ้าหากไม่มีสนามบินให้บริการในพื้นที่ดังกล่าว จะทำให้ผู้ให้บริการเดินทางไม่สำเร็จหรือเดินทางไม่ได้

เมื่อผู้วิจัยทำการศึกษาเชิงลึกจากงานวิจัยนี้เพิ่มเติมผลประโยชน์ของความสะดวก พบว่า ตัวแปรที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อผลประโยชน์ของความสะดวก คือ ทำให้ถึงจุดหมายปลายทางได้

เร็วขึ้น ($\beta = 0.192, t = 4.921, p\text{-value} = 0.000$) รองลงมา ได้แก่ สนามบินแห่งนี้มีแผนผังระบุโซนต่างๆ และป้ายบอกทางที่ชัดเจนง่ายต่อการใช้บริการ ($\beta = 0.148, t = 4.683, p\text{-value} = 0.000$) สนามบินแห่งนี้มีเส้นทางการบินไปยังจุดหมายปลายทางตรงตามที่ต้องการ ($\beta = 0.107, t = 3.457, p\text{-value} = 0.001$) และหากต้องเดินทางโดยเครื่องบินการนัดเจอผู้ร่วมเดินทางที่สนามบินแห่งนี้เป็นเรื่องง่ายและสะดวกกว่าสนามบินอื่น ($\beta = 0.058, t = 1.521, p\text{-value} = 0.129$) จึงทำให้ผลประโยชน์ของความสะดวกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

ผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวกมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา พบว่า ผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวกส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้ท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chang & Polonsky (2012) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของความสะดวกในการบริการที่มีผลต่อบริการหลายประเภทที่สะดวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม: บทบาทความพึงพอใจของผู้บริโภคในการตัดสินใจฐานของชาวไต้หวัน พบว่าผลประโยชน์ของความสะดวกและผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการกระทำ

เนื่องจากการศึกษาความสะดวกของการบริการยังไม่ได้รับความนิยมนำมาใช้ในระดับโลก จึงทำการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงลึกจากข้อมูลที่ได้ในงานวิจัยนี้ เมื่อทำการศึกษาเชิงลึกเพิ่มเติม ผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญมากที่สุดต่อผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก คือ หากพบปัญหาหลังการใช้บริการจะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว ($\beta = 0.215, t = 5.741, p\text{-value} = 0.000$) รองลงมา ได้แก่ สามารถขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ได้ง่าย ($\beta = 0.157, t = 4.211, p\text{-value} = 0.000$) และมีช่องทางในการรับคำร้องเรียน/ข้อเสนอแนะที่สะดวก ($\beta = 0.109, t = 3.385, p\text{-value} = 0.001$) ซึ่งการใช้บริการในบริบทของสนามบินนั้น จะมีความแตกต่างจากการใช้บริการประเภทอื่นที่จะเน้นในกระบวนการหลักของการบริการ เช่น การใช้บริการร้านค้าปลีกแบบห้างสรรพสินค้า จะเน้นในกระบวนการหลัก คือ เน้นกระบวนการซื้อสินค้า แต่สำหรับผู้ใช้บริการสนามบินจะมีการใช้บริการหลัก คือ การใช้บริการเดินทางโดยสารโดยเครื่องบิน และเมื่อใช้บริการเสร็จสิ้นลงแล้ว ความสะดวกของการบริการลำดับสุดท้ายจึงจะเกิดขึ้น นั่นก็คือ ความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลัง โดยความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลังสำหรับสนามบิน ได้แก่ การรับสัมภาระคืนเมื่อลงจากเครื่อง และการติดตามสัมภาระสูญหาย ซึ่งการบริหารจัดการความสะดวกด้านนี้โดยมีการจัดเจ้าหน้าที่ให้บริการในจุดดังกล่าวอย่างเพียงพอ ก็จะสามารถรับรู้ความสะดวกด้านนี้ได้ดียิ่งขึ้น

ความพึงพอใจมีผลเชิงบวกต่อการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา จังหวัดระยอง พบว่า ความพึงพอใจส่งผลเชิงบวกต่อการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา

จังหวัดระยอง แสดงว่า ยิ่งมีความพึงพอใจมากขึ้นจะส่งผลให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของลาวัญย์ รัชญญพันธ์ (2556) ได้ศึกษาโมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ที่มีต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า บริษัท สายการบินบินนกแอร์ จำกัด (มหาชน) พบว่า ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อของลูกค้าสายการบินนกแอร์และความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าสายการบินนกแอร์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ถ้าหากเราสามารถทำให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจได้ โอกาสที่ผู้ที่มาใช้บริการจะกลับมาใช้บริการซ้ำนั้นก็จะมีมากยิ่งขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ผลที่ได้จากการศึกษาเรื่องความสะดวกในการบริการของผู้โดยสารชาวไทย ในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง ทำให้ทราบว่าความสะดวกในการบริการมีผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวจะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อธุรกิจอุตสาหกรรมการบิน ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการปรับแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนาอุตสาหกรรมการบินให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำให้มากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง ควรมุ่งเน้นให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในการเข้าถึง (Access Convenience) อันจะนำไปสู่ความสะดวกและความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องของความสะดวกในที่จอดรถ ซึ่งทางสนามบินอาจมีการจัดระเบียบในการบริหารจัดการตัวอาคารจอดรถ มีการสร้างอาคารจอดรถเพิ่มขึ้น หรืออาจจะปรับปรุงที่จอดรถเดิมขึ้นใหม่เพื่อทำให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ สำหรับทางด้านการตลาดนั้นอาจทำโปรโมชั่นราคาที่จอดรถให้กับผู้ที่มาใช้บริการบ่อยๆ อาทิเช่น บัตรสะสมคะแนนเพื่อแลกที่จอดรถฟรี เป็นต้น

2. ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง ควรเล็งเห็นถึงผลประโยชน์ของความสะดวก (Benefit Convenience) กล่าวคือสนามบินควรจะมอบการบริการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มาใช้บริการ อาทิเช่น มีเส้นทางการบินและสายการบินตามผู้ที่มาใช้บริการต้องการ มีแผนผังระบุโซนต่างๆ มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน เพื่อความสะดวกในการใช้บริการ เป็นต้น

3. ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง ควรเล็งเห็นความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลัง (Post-Benefit Convenience) มากที่สุด กล่าวคือ สนามบินควรมุ่งเน้นให้ลูกค้าสามารถขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ได้ง่าย เมื่อมีปัญหาหลังการให้บริการ ผู้ที่มาใช้บริการ

จะต้องได้รับความช่วยเหลือหรือการแก้ไขอย่างรวดเร็ว และมีช่องทางในการรับคำร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะที่สะดวกต่อผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อให้สนามบินสามารถทราบและแก้ไขเรื่องร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะได้เร็วและแก้ไขได้ทันเวลา

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้ ในเรื่องของเส้นทางและสายการบินอื่นๆที่ต้องการให้มีให้บริการ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงจากผู้ที่มาใช้บริการ ซึ่งสามารถนำมาปรับปรุงกลยุทธ์ควบคู่กับความสะดวกของการบริการได้

2. ควรมีการติดตามผลของความสะดวกของการบริการที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในสนามบินอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากหากผู้ไปใช้บริการมีพฤติกรรมหรือความต้องการเปลี่ยนแปลงไป จะได้ศึกษาและนำมาปรับปรุงวิธีการวิจัยให้มีคุณภาพและแม่นยำมากขึ้น

ทั้งนี้ เพื่อยืนยันผลการศึกษาให้ชัดเจนมากขึ้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่น และทำการศึกษาในสนามบินอื่นๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการเก็บข้อมูลให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของผู้บริโภคอย่างครบถ้วน และนำข้อมูลที่ได้ไปวางแผนพัฒนาการบริการต่อไปในอนาคตได้

บรรณานุกรม

- กัญญาณัฐ ทรัพย์บุญญากร และสิทธิศักดิ์ ทองพิลา. (2553). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจสายการบินในอนาคตในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จิราภา พึ่งบางกรวย. (2556). *แบบจำลองตามสถานการณ์ถึงผลของความสะดวกในการบริการที่มีผลต่อการรับรู้ในคุณค่าในบริบทของธุรกิจบริการที่เน้นประสบการณ์*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา. (2560). *ประวัติความเป็นมา*. เข้าถึงได้จาก :
<http://www.utapao.com/history.php>
- นวลอนงค์ พานัด. (2556). *โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ที่มีต่อ ความไว้เนื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)*. การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การขนส่งผู้โดยสารเพื่อการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- ลาวัญย์ ธัญญพันธ์. (2556). *โมเดลเชิงสาเหตุอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ และคุณค่าที่รับรู้ที่มีต่อ ความไว้เนื้อเชื่อใจ ความพึงพอใจ การบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าบริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด (มหาชน)*. การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพฯ.
- Anderson, E. W., Fornell, C. G., & Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, marketshare, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing* 58(3), 53-66.
- Berry, L. L., K. S., and Dhruv Grewal. (2002). Understanding Service Convenience. *Journal of Marketing*, 66(July 2002)(1), 1-17.
- Changsu, K., Galliers, R., Shin, N., Ryoo, J.-H., & Kim, J. (2012). Factors influencing Internet shopping value and customer repurchase intention. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(4), 374-387.
- Colwell, S.R., Aung, M., Kanetkar, V., and Holden, A.L. (2008). Toward a measure of service convenience: multiple-item scale development and empirical test. *Journal of Services Marketing*, 22(2), 160-169.

- Cronin, J.J., & Taylor, S.A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Retailing*, 69, 193-215.
- Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. T. M. (2000). Assessing the effects of quality, value, and customer satisfaction on consumer behavioural intentions in service environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218.
- Farquhar, J.D., and Rowley, J. (2009). Convenience: a services perspective, *Marketing Theory*, 9(4), 425-438.
- Harris, L. C. and Goode, M. M. H. (2004), "The Four Levels of Loyalty and the Pivotal Role of Trust: A Study of Online Service Dynamics", *Journal of Retailing*, Vol. 80 No. 2, pp. 139- 158.
- Hunt, H. K. (1977). *Conceptualization and measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction*. Cambridge, MA: n.p.
- Jones, M., and Suh, J. (2000), "Transaction specific satisfaction and overall satisfaction: An empirical analysis", *Journal of Services Marketing*, Vol. 14 No. 2/3, pp. 147-169.
- Kasmer, H. (2005). Customer relationship management, customer satisfaction study and a model for improving implementation of the maritime transport sector, systems engineering program of the U.S. prepared YTU FBE. Unpublished master's thesis, Industrial Engineering, Istanbul.
- Kelley, E. J. (1958). The Importance of Convenience in Consumer Purchasing, *Journal of Marketing*, 23, 32-38.
- Kim, T., Kim, W. G., & Kim, H.-B. (2009). The effects of perceived justice on recovery satisfaction, trust, word-of-mouth, and revisit intention in upscale hotels. *Tourism Management*, 30(1), 51-62.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Morse, N. C. (1958). *Satisfaction in the white collar job*. Michigan: University of Michigan.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Retailing*, 17(4), 460-469.
- Rhee, H. J., & Ryu, S. (2010). Effects of social values of social enterprises on attitude towards social enterprises and purchase intention: Mediating effects of Identification. *The Academy of Customer Satisfaction Management*, 14(1), 197-216.

- Ryu, K., Han, H., & Kim, T. H. (2008). The relationships among overall quick-casual restaurant image, perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 459-469.
- Seiders, K., Voss, G. B., Godfrey, A. L., and Grewal, D. (2007). SERVCON: development and validation of a multidimensional service convenience scale. *Journal of the Academic Marketing Science*, 35, 144-156.
- Shelly, M. W. (1975). *Responding to social change: Pennsylvania, downed, hutchinson*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Vinita Kaura Ch. S. Durga Prasad Sourabh Sharma , (2015),"Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33 Iss 4 pp.
- Wen, T. L. A., & Ching, F. C. (2011). Behavioral intentions of public transit passengers - The roles of service quality, perceived value, satisfaction and involvement. *Transport Policy*, 18, 318-325.
- Wolman, B. B. (1973). *Dictionary of behavioral science*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Ying, F. K., Chi, M. W., & Wei, J. D. (2009). The relationships among service quality, perceived value, customer satisfaction, and post-purchase intention in mobile value-added services. *Computers in Human Behavior*, 25(4), 887-896.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(4), 31-46.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

แบบสอบถามสำหรับงานวิจัย
เรื่องอิทธิพลของความสะดวกในการบริการที่มีผลต่อการใช้บริการข้ามหมิน
นานาชาติอุตะเถา จังหวัด ระยอง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลนำไปประกอบการศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งผลการวิจัยนี้จะนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการให้บริการของสายการบิน ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามด้วยความเป็นจริงที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้การศึกษาวิจัยครั้งนี้เกิดประสิทธิผลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสะดวกในการให้บริการทำอากาศยานนานาชาติอุตะเถา

ตอนที่ 3 แบบการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติอุตะเถา

ตอนที่ 4 แบบการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าทำอากาศยานนานาชาติอุตะเถา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามอันเป็นประโยชน์

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้

นางสาวนุชาวดี สุขพงษ์ไทย
นักศึกษาปริญญาโท คณะการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด
เพียงคำตอบเดียว

1. เพศ

- 1.) ชาย 2.) หญิง

2. อายุ

- 1.) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 2.) 21-30 ปี
 3.) 31-40 ปี 4.) 41-50 ปี
 5.) 51-60 ปี 6.) 61 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- 1.) โสด 2.) สมรส
 3.) หย่าร้าง/ หม้าย/ แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

- 1.) ต่ำกว่าปริญญาตรี 2.) ปริญญาตรี
 3.) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- 1.) นักเรียน/ นักศึกษา 2.) ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3.) พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัทเอกชน 4.) ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย
 5.) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ต่อเดือน

- 1.) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 2.) 10,001-20,000 บาท
 3.) 20,001-30,000 บาท 4.) 30,001-40,000 บาท
 5.) มากกว่า 40,001 บาท

ตอนที่ 2 แบบการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสะดวกในการให้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา

คำชี้แจง: ท่านรับรู้ต่อความสะดวกในการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา มากหรือน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมายถูก ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อเพียงคำตอบเดียว (5=เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4=เห็นด้วย 3=เฉย ๆ 2=ไม่เห็นด้วย 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง)

ความสะดวกในการบริการของ ท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ความสะดวกในการตัดสินใจ					
1. ท่านใช้เวลาน้อยมากในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสนามบินแห่งนี้ (ตัวเครื่องบิน เที่ยวบิน)					
2. สนามบินแห่งนี้ มีสายการบินและเส้นทางการบินตรงตามความต้องการของท่าน จึงตัดสินใจได้ง่าย					
3. สนามบินแห่งนี้มีข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจ					
ความสะดวกในการเข้าถึง					
4. ท่านสามารถเดินทางมาสนามบิน ได้สะดวกและใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก					
5. สนามบินมีที่จอดรถเพียงพอ					
6. สนามบินแห่งนี้มีท่าเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ					
7. สนามบินแห่งนี้เปิดตลอด 24 ชั่วโมง จึงทำให้มีความสะดวกเรื่องเวลาในการมาใช้บริการ					
ความสะดวกในการทำธุรกรรม					
8. การตรวจเช็คสัมภาระก่อนผ่านประตูทางเข้ามีความสะดวกและรวดเร็ว					
9. ท่านสามารถเช็คคินเอง ได้สะดวกและรวดเร็ว					
10. บริการห้องน้ำของสนามบินมีพอให้ใช้บริการ					

ความสะดวกในการบริการของ ท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ความสะดวกในผลประโยชน์					
11. สนามบินแห่งนี้ มีเส้นทางการบินไปยังจุดหมายปลายทางตรงตามที่ท่านต้องการ					
12. หากท่านต้องเดินทาง โดยเครื่องบิน การนัดเจอผู้ร่วมเดินทางที่สนามบินแห่งนี้ เป็นเรื่องง่ายและสะดวกกว่าสนามบินอื่น					
13. ทำให้ถึงจุดหมายปลายทางได้เร็วขึ้น					
14. สนามบินแห่งนี้ มีแผนผังระบุ โฆษณต่างๆ และป้ายบอกทางที่ชัดเจนง่ายต่อการใช้บริการ					
ความสะดวกหลังได้รับผลประโยชน์					
15. มีช่องทางในการรับคำร้องเรียน/ข้อเสนอแนะที่สะดวก					
16. หากท่านพบปัญหาหลังการใช้บริการ ท่านแน่ใจว่าจะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว					
17. ท่านสามารถขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ได้ง่าย					

ตอนที่ 3 แบบการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา

คำชี้แจง: ท่านพึงพอใจท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา มากหรือน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมายถูก ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละข้อเพียงคำตอบเดียว
 5=เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4=เห็นด้วย 3=เฉย ๆ 2=ไม่เห็นด้วย 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความพึงพอใจต่อท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ท่านพึงพอใจที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้					
2. ท่านมีความสุขที่ได้มาใช้สนามบินแห่งนี้					
3. ท่านมีความยินดีที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้					

**ตอนที่ 4 แบบการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าท่าอากาศยาน
นานาชาติอุตะเถา**

คำชี้แจง: ท่านเห็นด้วยต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา มากหรือน้อย
เพียงใดโปรดทำเครื่องหมายถูก ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดในแต่ละ
ข้อเพียงคำตอบเดียว

5=เห็นด้วยอย่างยิ่ง 4=เห็นด้วย 3=เฉย ๆ 2=ไม่เห็นด้วย 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การกลับมาใช้บริการซ้ำท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถา	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1.ท่านจะกลับมาใช้บริการจากสนามบินนี้อีกครั้งถ้ามีโอกาส					
2.หากท่านต้องเดินทางโดยเครื่องบินครั้งต่อไปท่านจะเลือกใช้ บริการจากสนามบินนี้					
3.ท่านจะกลับมาใช้บริการสนามบินแห่งนี้ในอนาคต					

ขอขอบพระคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข.

ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของเครื่องมือ

**ผลการวิเคราะห์หาค่าคะแนนความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์
(Internal Objective Congruency: IOC)**

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1

ผศ.ดร. นฤมล ชูชินปราการ
ประธานสาขาการจัดการธุรกิจและสารสนเทศ คณะการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2

ผศ.ดร.สมบัติ ชำรงสินถาวร
รองคณบดีฝ่ายบริหาร คณะการจัดการและการท่องเที่ยว / อาจารย์ประจำสาขาการตลาด
มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3

ดร. พลอย สุดอ่อน
อาจารย์กลุ่มสาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติ
มหาวิทยาลัยมหิดล

ผลการวิเคราะห์หาค่าคะแนนความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์

(Internal Objective Congruency : IOC)

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่าความ			ค่า IOC	แปลผล
	คิดเห็นของ				
	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่				
	1	2	3		
ความสะดวกในการตัดสินใจ					
1. ท่านใช้เวลาไม่น้อยมากในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสนามบินแห่งนี้ (ตัวเครื่องบิน เที่ยวบิน)	0	1	1	0.66	Pass
2. สนามบินแห่งนี้ มีสายการบินและเส้นทางการบินตรงตามความต้องการของท่าน จึงตัดสินใจได้ง่าย	0	1	1	0.66	Pass
3. สนามบินแห่งนี้มีข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการ ทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจ	1	1	1	1	Pass
ความสะดวกในการเข้าถึง					
4. ท่านสามารถเดินทางมาสนามบินได้สะดวก และใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก	1	1	1	1	Pass
5. สนามบินมีที่จอดรถเพียงพอ	1	1	1	1	Pass
6. สนามบินแห่งนี้มีท่าเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ	0	1	1	0.66	Pass
7. สนามบินแห่งนี้เปิดตลอด 24 ชั่วโมง จึงทำให้มีความสะดวกเรื่องเวลาในการมาใช้บริการ	1	1	1	1	Pass
ความสะดวกในการทำธุรกรรม					
8. การตรวจเช็คสัมภาระก่อนผ่านประตูทางเข้ามีความสะดวกและรวดเร็ว	1	1	1	1	Pass
9. ท่านสามารถเช็คอินเองได้สะดวกและรวดเร็ว	1	1	1	1	Pass
10. บริการห้องน้ำของสนามบินมีพอให้ใช้บริการ	0	1	1	0.66	Pass

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่าความ			ค่า IOC	แปลผล
	คิดเห็นของ				
	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่				
	1	2	3		
ความสะดวกในผลประโยชน์					
11. สนามบินแห่งนี้ มีเส้นทางการบินไปยัง จุดหมายปลายทางตรงตามที่ท่านต้องการ	1	1	1		Pass
12. หากท่านต้องเดินทางโดยเครื่องบิน การนัดเจอ ผู้ร่วมเดินทางที่สนามบินแห่งนี้เป็นเรื่องง่ายและ สะดวกกว่าสนามบินอื่น	0	1	1	0.66	Pass
13. ทำให้ถึงจุดหมายปลายทางได้เร็วขึ้น	1	1	1	1	Pass
14. สนามบินแห่งนี้มีแผนผังระบุโซนต่างๆและ ป้ายบอกทางที่ชัดเจนง่ายต่อการใช้บริการ	1	1	1	1	Pass
ความสะดวกหลังได้รับผลประโยชน์					
15. มีช่องทางในการรับคำร้องเรียน/ข้อเสนอแนะ ที่สะดวก	1	1	1	1	Pass
16. หากท่านพบปัญหาหลังการใช้บริการ ท่าน แน่ใจว่าจะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว	0	1	1	0.66	Pass
17. ท่านสามารถขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ ได้ง่าย	0	1	1	0.66	Pass
ความพึงพอใจ					
1. ท่านพึงพอใจที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้	1	1	1	1	Pass
2. ท่านมีความสุขที่ได้มาใช้สนามบินแห่งนี้	1	1	1	1	Pass
3. ท่านมีความยินดีที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้	1	1	1	1	Pass
การกลับมาใช้บริการซ้ำ					
1. ท่านจะกลับมาใช้บริการจากสนามบินนี้อีกครั้ง ถ้ามีโอกาส	1	1	1	1	Pass

รายการขอความคิดเห็น	ประมาณค่าความ			ค่า IOC	แปลผล
	คิดเห็นของ				
	ผู้ทรงคุณวุฒิคนที่				
	1	2	3		
2.หากท่านต้องเดินทางโดยเครื่องบินครั้งต่อไป ท่านจะเลือกใช้บริการจากสนามบินนี้	1	1	1	1	Pass
3.ท่านจะกลับมาใช้บริการสนามบินแห่งนี้ใน อนาคต	1	1	1	1	Pass
รวมค่า IOC เท่ากับ 0.85					

$$\begin{aligned}
 \text{ค่า IOC} &= 0.66 + 0.66 + 1 + 1 + 1 + 0.66 + 1 + 1 + 1 + 0.66 + 0.66 + 1 + 1 + 1 + 0.66 \\
 + & \quad 0.66 + 1 + 1 + 1 + 1 + 1 + 1 + 1 / 23 \\
 &= 0.85
 \end{aligned}$$

สรุปว่า แบบสอบถามชุดนี้มีความเที่ยงตรง (Validity) อยู่ในระดับที่สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

ภาคผนวก ค.

เอกสารขออนุญาตเข้าศึกษาข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัย

คำร้องขอมอบัตรอนุญาตบุคคลผ่านเข้า-ออก พื้นที่จำกัดการทำอากาศยานนานาชาติผู้ละเมิดฯ ระยอง-พัทยา
Application Form U-tapao Rayong-Pattaya International Airport ID restrict Area Pass

บัตรบุคคลชั่วคราว บัตรบุคคลถาวร

เขียนที่/Write at.....

วันที่/Date.....เดือน/Month..... พ.ศ./Year.....

ชื่อ-สกุล/Name.....

หมายเลขบัตรประชาชน Identification Number

เลขที่หนังสือเดินทาง Passport Number

เลขที่/ID No./Passport No.

หน่วยงาน/Employer's Name.....

ตำแหน่ง/Job Title.....

บ้านเลขที่/Address..... หมู่ที่/Moo.....

ถนน/Street..... ตำบล/District.....

อำเภอ/City..... จังหวัด/Province.....

เบอร์โทรศัพท์/Telephone No.

มีความประสงค์ขออนุญาต/Do you want to apply for?

ต่ออายุ/Renewal มีบัตร/New ID pass

บัตรหาย/บัตรชำรุด/Type of ID pass

อนุญาตบุคคลผ่านเข้า-ออก ทำอากาศยานนานาชาติผู้ละเมิดฯ

ชนิด/Type of ID pass

ถาวร/Annual

ชั่วคราว/Temporary

ตั้งแต่วันที่/Date..... เวลา/Time.....

ถึงวันที่/To..... เวลา/Time.....

เพื่อปฏิบัติหน้าที่บริเวณ/Access area.....

โดยข้าพเจ้าขอยืนยันว่าข้อมูลข้างต้นเป็นความจริง และฉันปฏิบัติตาม

ความระเบียบที่ทางการทำอากาศยานผู้ละเมิดฯกำหนดทุกประการ

I certify that all of the information above is true and correct.

I understand strictly Follow the rules.

ลงชื่อ/Signature.....ผู้ขอบัตร

ลงชื่อ/Signature.....

หมายเลขบัตรผู้ ESCORT.....

(ผู้ที่ทำหน้าที่ติดตาม ESCORT ในพื้นที่หวงห้ามหรือประทับตราขงบริษัท)

หลักฐานประกอบด้วย/Please attach documents as follow

1.สำเนาบัตรประจำตัวประชาชน หรือหนังสือเดินทาง

Copy of ID card or Passport

2.รูปถ่ายสีขนาด 1.5 นิ้ว จำนวน 1 รูป หน้าตรง ไม่สวมแว่น

การแต่งกายชุดสุภาพ ไม่เกิน 6 เดือน/A Photo size 1.5 Inch

3.สำเนามผลการตรวจประวัติอาชญากรรม/Background check

(กรณีขอบัตรชั่วคราวตั้งแต่ 1 เดือนขึ้นไป หรือในกรณีขอบัตรถาวรรายปี)

1.5 นิ้ว

สำหรับเจ้าหน้าที่เท่านั้น/For official use only

เจ้าหน้าที่ พิจารณาตรวจสอบเอกสาร และหลักฐานเรียบร้อยแล้ว

นาย/นาง/นางสาว.....

เจ้าหน้าที่ออกบัตร

ตรวจสอบ

นาย/นาง/นางสาว.....

ออก บัตรอนุญาตบุคคลชั่วคราว/ถาวร

หมายเลขบัตร.....

สำหรับผ่านเข้า-ออก ในพื้นที่จำกัด การทำอากาศยานนานาชาติ

ผู้ละเมิดฯ ระยอง-พัทยา

ไม่ออก บัตรอนุญาตบุคคลชั่วคราว/ถาวร

เนื่องจาก.....

เจ้าหน้าที่ออกบัตร กปท.

อาคารผู้โดยสาร 1.

พื้นที่หมายเลข 1./No.1

พื้นที่หมายเลข 2./No.2

พื้นที่หมายเลข 3./No.3

พื้นที่หมายเลข 4./No.4

พื้นที่หมายเลข 6./No.6

อาคารผู้โดยสาร 2.

พื้นที่หมายเลข 1./No.1

พื้นที่หมายเลข 2./No.2

พื้นที่หมายเลข 3./No.3

พื้นที่หมายเลข 4./No.4

พื้นที่หมายเลข 6./No.6

-อนุมัติ / ไม่อนุมัติ

น.อ.

ผู้อำนวยการ กองปฏิบัติการทำอากาศยานผู้ละเมิดฯ

23/07/2561

คำร้องขอมิบัตรอนุญาตรถยนต์ผ่านเข้า-ออก พื้นที่จำกัดการท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา ระยอง-พัทยา
Application Form U-tapao Rayong-Pattaya International Airport Vehicle Pass

บัตรรถยนต์ชั่วคราว บัตรรถยนต์ถาวร

เขียนที่/Write at.....
วันที่/Date..... เดือน/Month..... พ.ศ./Year.....
ชื่อ-สกุล/Name.....
เลขที่บัตรประจำตัวประชาชน/ID No.....
หน่วยงาน/Employer's Name.....
ตำแหน่ง/Job Title.....
บ้านเลขที่/Address..... หมู่ที่/Moo.....
ถนน/Street..... ตำบล/District.....
อำเภอ/City..... จังหวัด/Province.....
เบอร์โทรศัพท์/Telephone No.....
หมายเลขทะเบียน/License Plate No.....
ยานพาหนะประเภท/Type of vehicle.....
ยี่ห้อ/Brand..... สี/Color.....
รถยนต์คันดังกล่าวนี้เป็นของ/The vehicle is belonged to.....

มีความประสงค์ขออนุญาตมิบัตรยานพาหนะผ่านเข้า-ออก
Do you want your vehicle pass for?

มีบัตร/New ID pass สถานจอดอากาศยาน/Airside

บัตรหาย-ออกใหม่/Re-issue

อนุญาตยานพาหนะผ่านเข้า-ออก ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา

ชนิด/Type of ID pass

ถาวร/Annual

ชั่วคราว/Temporary

ตั้งแต่วันที่/Date..... เวลา/Time.....

ถึงวันที่/To..... เวลา/Time.....

เพื่อปฏิบัติหน้าที่บริเวณ/Access area.....

โดยข้าพเจ้าขอยืนยันว่าข้อมูลข้างต้นเป็นความจริง และยินดีปฏิบัติตามระเบียบที่ทางการท่าอากาศยานอู่ตะเภากำหนดทุกประการ

I certify that all of the information above is true and correct.

I understand strictly follow the rules.

ลงชื่อ/Signature..... ผู้ขอบัตร

หมายเหตุ : หากเป็นรถยนต์ของบริษัทฯ ขอให้หัวหน้าหน่วยงาน หรือ

ระดับ ผจก.ฝ่าย เป็นผู้ลงนามขออนุญาต/if the vehicle is on behalf

of the company please confirm or sign by authorized director

หลักฐานประกอบด้วย/Please attach document

- สำเนาใบอนุญาตขับขี่ยานพาหนะ/A copy of driving license
- สำเนารายการจดทะเบียน/A copy of vehicle registration
- สำเนารายการเสียภาษี/A copy of vehicle tax
- สำเนากรมธรรม์ประกันภัย/A copy of insurance policy
- รูปตัวรถทั้ง 4 ด้าน แลหะยานพาหนะขึ้นปฏิบัติงานในเขตการบิน

เท่านั้น/Photo of vehicle in each side (front, rear, left/right)

For operating in airside ONLY.

สำหรับเจ้าหน้าที่เท่านั้น/For official use only

เจ้าหน้าที่ พิจารณาตรวจสอบเอกสาร และหลักฐานเรียบร้อยแล้ว

นาย/นาง/นางสาว.....

เจ้าหน้าที่ออกบัตร

ตรวจสอบ รถยนต์ทะเบียน.....แล้ว

สามารถเข้าในพื้นที่ Airside ได้

ไม่สามารถเข้าในพื้นที่ Airside ได้

เนื่องจาก.....

เจ้าหน้าที่ ขตภ.กปท.

ตรวจสอบ รถยนต์ทะเบียน.....แล้ว

ออกบัตรอนุญาตรถยนต์ชั่วคราว ไม่ออกบัตรอนุญาตรถยนต์

ออกบัตรอนุญาตรถยนต์ถาวร

หมายเลขบัตร.....

เนื่องจาก.....

เจ้าหน้าที่ออกบัตร กปท.

-อนุมัติ / ไม่อนุมัติ

น.อ.

ผู้อำนวยการ กองปฏิบัติการท่าอากาศยานอู่ตะเภา

23/07/2561

ภาคผนวก ง.

เอกสารตอบรับพิจารณาบทความลงพิมพ์ในวารสารการจัดการธุรกิจ
มหาวิทยาลัยบูรพา

ที่ อว ๘๑๐๓.๓/๐๐๐๐๗



คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๙ เมษายน ๒๕๖๓

เรื่อง ตอบรับพิจารณาบทความลงพิมพ์ในวารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

เรียน นางสาวนุชาดี สุขพงษ์ไทย

ตามที่ท่านได้ส่งบทความ เรื่อง "อิทธิพลของความสะอาดในการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง" เพื่อลงพิมพ์ในวารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา นั้น กองบรรณาธิการวารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้ส่งบทความของท่านให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความแล้ว โดยให้ตีพิมพ์บทความของท่านไว้ในวารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๓) ซึ่งบรรจุอยู่ในฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กลุ่มที่ ๒ เรียบร้อยแล้ว

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรณี ทิมพันธ์ศรี)
คณบดีคณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว

ศูนย์วิจัยและบริการวิชาการ
การจัดการธุรกิจและการท่องเที่ยว
โทรศัพท์ ๐ ๓๘๓๐ ๒๓๙๗
โทรสาร ๐ ๓๘๓๙ ๓๒๖๔