

ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่เดินทางไปใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ

THAI PASSENGERS' SATISFACTION TOWARD
SUVARNABHUMI AIRPORT



วิทยานิพนธ์นี้เป็นลิขสิทธิ์ของคณะศึกษาศาสตร์และพัฒนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

สาขาศึกษาศาสตร์และการศึกษานานาชาติ

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2551

KMITL - 2008 - BU - M - 251 - 239

ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ

THAI PASSENGERS' SATISFACTION TOWARD
SUARNABHUMI AIRPORT



เลขหมู่.....
เลขทะเบียน **81303**
วัน,เดือน,ปี **10 ส.ย. 2551**

b.....
i.....

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ.2551

**THAI PASSENGERS' SATISFACTION TOWARD
SUARNABHUMI AIRPORT**



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL MANAGEMENT
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES**

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

2008

KMITL-2008-ED-M-251-238



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
COPYRIGHT 2008






ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ยกเว้นห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองวิทยานิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ
Thai Passengers' Satisfaction Toward Suvarnabhumi Airport
ชื่อนักศึกษา นางสาวรัศมี อร่ามมั่นคง
รหัสประจำตัว 49064105
ปริญญา วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา วิทยาการจัดการอุตสาหกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม รศ.อดิनुช กาญจนพิบูลย์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์		ลายมือชื่อ
ผศ.ดร.มนัส ไพบูลย์เจริญลาภ		
ผศ.ดร.จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร		
รศ.อดิनुช กาญจนพิบูลย์		
ผศ.ดร.สรรพสิทธิ์ ลิ้มนรรรัตน์		
ดร.ธีระชินภัทร งามเกษะ		

วัน/เดือน/ปี ที่สอบ 20 พฤษภาคม 2551 เวลา 14.20 น. เป็นต้นไป

สถานที่สอบ ณ ห้องเรียนปริญญาเอก คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(รศ.ดร.รวีวรรณ ชินะตระกูล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการวันที่ 30 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2551.....

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้

บริการสนามบินสุวรรณภูมิ

นักศึกษา

นางสาวรัศมี อร่ามมั่นคง

รหัสประจำตัว

49064105

ปริญญา

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชา

วิทยาการจัดการอุตสาหกรรม

พ.ศ.

2551

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผศ.ดร. จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

รศ. อติคุณ กาญจนพิบูลย์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ 2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา สาขาอาชีพ รายได้ จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ และวัตถุประสงค์การเดินทาง ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จ SPSS โดยสถิติที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ t-test และการทดสอบ One way ANOVA ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผู้ใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิชาวไทยนั้นมีระดับความพึงพอใจโดยรวมปานกลาง โดยมีระดับความพึงพอใจในด้านต่างๆ เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการบริการ ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ โดยรวม พบว่าผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลทั้ง 8 ปัจจัยแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า (1) ผู้ใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความพึงพอใจในด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2) ผู้ใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการคมนาคมเข้า-

ออกสนามบินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความพึงพอใจในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ และด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (3) ผู้ใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และมีความพึงพอใจในด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title	Thai Passengers' Satisfaction toward Suvarnabhumi Airport
Student	Ms. Ratsamee Arammankhong
Student ID.	49064105
Degree	Master of Science
Program	Industrial Management
Year	2008
Thesis Advisor	Assist. Prof. Dr. Jirasek Trimetsunton
Thesis Co-Advisor	Assoc. Prof. Atinuch Kanchanapiboon

ABSTRACT

The objectives of this research are as follows (1) To study the Thai passenger satisfactions toward Suvarnabhumi airport. (2) To study and compare between the satisfaction classified by personal factors as gender, age, marriage status, education, occupations, income, using frequency and traveling objective. The data used in this research are from questionnaires. The uses of sampling group of 400 passengers are collected by accidental sampling method. The result form questionnaires will be calculated by SPSS Program and using Percentage, Mean, Standard Deviation, t-test and One-way ANOVA relation testing and required a statistic significant in level 0.01 and 0.05. Research results can be summarized as follows.

Thai passenger satisfactions level is moderate in overall aspect including architectural and design, in-land transportation, location, service, facility and price are in order from the most to least satisfaction.

In comparison between passengers' satisfaction, classified by personal factor found that passengers' satisfaction which are different in personal factor are not differences in overall aspect. But if consider in each aspect, it was found that, (1) the passenger satisfactions which are different age are different in in-land transportation with statistical significant level of 0.05 and are different in architectural and design with statistical significant level of 0.01.(2) The passenger satisfactions which are different occupations are different in in-land transportation with statistical significant level of 0.05 and are different in location and architectural and design with statistical significant level of 0.01. (3) The passenger satisfactions which are different using frequency are

different in location with statistical significant level of 0.05 and are different in architectural and design with statistical significant level of 0.01



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดีด้วยความกรุณาและความอนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำปรึกษาอย่างดียิ่งจากบุคลากรหลายท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จิระเสกข์ ตริเมธสุนทร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และรองศาสตราจารย์อดิनुช กาญจนพิบูลย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้ให้ความกรุณาในการให้คำปรึกษาและคำแนะนำต่างๆ จนสามารถทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จลงได้อย่างสมบูรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มนต์ ไพฑูรย์เจริญลาภ ดร. ชีระชินภัทร รามเดชะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สรรพสิทธิ์ ลิ้มนรรตน์ ซึ่งเป็นซึ่งเป็นคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการช่วยให้คำปรึกษา ชี้แนะ ปรับปรุงและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ณัฐวุฒิ โรจนันันรุตติกุล รองศาสตราจารย์สังคม ลาภเจริญ คุณวีระดา เจริญสุข ร้อยตรีวินิจศักดิ์ แซ่มชื่น และคุณกฤษณ์ชัย มิตรสันติสุข ที่ได้ช่วยกรุณาสละเวลาในการตรวจความถูกต้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยตลอดจนให้คำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ดียิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดามารดาและครอบครัว ที่คอยให้กำลังใจและเป็นแรงผลักดันให้แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษา

สุดท้ายขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ธุรการ ภาควิชาภาษาและสังคม ตลอดจนบัณฑิตศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและบัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่ให้ความช่วยเหลือประสานงานและอำนวยความสะดวกในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงมีจากงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอบแต่กลุ่มบุคคลดังกล่าวข้างต้น หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้

รัศมี อร่ามมันคง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	IV
สารบัญ.....	V
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญรูป.....	IX
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	8
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	9
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	10
1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ.....	13
2.1.1 ความหมายของความพึงพอใจ.....	13
2.1.2 ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ.....	16
2.1.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ.....	18
2.1.4 ทฤษฎีความหวังในการจูงใจ.....	19
2.1.5 ความสำคัญและผลประโยชน์ที่ได้รับจากความพึงพอใจ.....	20
2.1.6 ความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค.....	22
2.1.7 การบรรลุถึงความพึงพอใจของลูกค้า.....	24
2.1.8 วิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า.....	25
2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ.....	28
2.2.1 ความสำคัญของการบริการ.....	28
2.2.2 ความหมายของการบริการ.....	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการ.....	35
2.4 ทฤษฎีและแนวความคิดการพัฒนาการบริหารงานบริการ.....	39
2.5 แนวคิดในด้านต่างๆของธุรกิจบริการ.....	41
2.5.1 แนวความคิดเกี่ยวกับสถานบริการ.....	41
2.5.2 แนวความคิดด้านราคา.....	44
2.6 ประวัติและความเป็นมาของสนามบินสุวรรณภูมิ.....	46
2.6.1 ชื่อของสนามบิน.....	47
2.6.2 ประวัติของสนามบิน.....	47
2.6.3 การก่อสร้าง.....	50
2.6.4 การคมนาคม.....	50
2.6.5 รายละเอียดสนามบิน.....	52
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	60
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	67
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย.....	67
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	67
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ.....	68
3.4 การเก็บรวบรวมเครื่องมือ.....	69
3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ.....	69
3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ.....	70
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	70
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
3.6.1 สถิติพรรณนา.....	72
3.6.2 สถิติอนุมาน.....	73
บทที่ 4 วิธีดำเนินการวิจัย.....	78
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทุกครั้งที่มีการนำไปใช้.....	78

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้ บริการสนามบินสุวรรณภูมิใน 6 ด้าน.....	82
4.2.1 ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่.....	82
4.2.2 ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ.....	85
4.2.3 ด้านการบริการ.....	86
4.2.4 ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง.....	89
4.2.5 ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก.....	90
4.2.6 ด้านราคา.....	93
4.2.7 สรุปความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการ สนามบินสุวรรณภูมิ.....	95
4.3 การวิเคราะห์เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความพึงพอใจ ของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิจำแนก ตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน	97
สมมติฐานที่ 1 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการ ใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน.....	97
สมมติฐานที่ 2 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการ ใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน.....	98
สมมติฐานที่ 3 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความ พึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน.....	101
สมมติฐานที่ 4 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความ พึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน.....	103
สมมติฐานที่ 5 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจ ในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน.....	104
สมมติฐานที่ 6 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจใน การให้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน.....	108
สมมติฐานที่ 7 ผู้โดยสารชาวไทยที่จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการต่างก็มี ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีการนำไปใช้ แตกต่างกัน.....	109

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

สมมติฐานที่ 8 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางต่างกันมี ความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน.....	112
4.4 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิด ที่ถามถึงความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุง สนามบินสุวรรณภูมิให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ.....	113
4.4.1 ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่.....	113
4.4.2 ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ.....	114
4.4.3 ด้านการบริการ.....	114
4.4.4 ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง.....	115
4.4.5 ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก.....	115
4.4.6 ด้านราคา.....	115
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	117
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	118
5.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสารชาวไทยที่เคย ใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ.....	118
5.1.2 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการ สนามบินสุวรรณภูมิในด้านต่างๆ.....	119
5.1.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้ บริการสนามบินสุวรรณภูมิจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน.....	121
5.2 อภิปรายผล.....	123
5.2.1 อภิปรายผลวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล.....	123
5.2.2 อภิปรายผลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยใน การใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิทั้ง 6 ด้าน.....	123
5.2.3 อภิปรายผลเกี่ยวกับการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานความ ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการนำ ไปใช้ ผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบิน สุวรรณภูมิจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน.....	127

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	130
5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้.....	130
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป.....	133
บรรณานุกรม.....	134
ภาคผนวก.....	138
ภาคผนวก ก แบบสอบถามประกอบงานวิจัย.....	139
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการวิจัย.....	147
ภาคผนวก ค ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์.....	149
ภาคผนวก ง ใบรับรองผลพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร ครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล.	151
ประวัติผู้เขียน.....	153

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 จำนวนผู้ใช้บริการสนามบึงดอนเมืองและสนามบึงสุวรรณภูมิในปี พ.ศ. 2547 – 2549.....	2
1.2 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านการโดยสารและขนส่งสินค้าผ่านของสนามบึงดอนเมือง สนามบึงสิงคโปร์ และสนามบึงกัวลาลัมเปอร์ในปี พ.ศ. 2548.....	5
1.3 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสนามบึงในด้านความสามารถในการรองรับผู้โดยสารค่าใช้จ่ายและค่าธรรมเนียมสนามบึง และความสะดวกรวดเร็วในการใช้สนามบึงของสนามบึงสุวรรณภูมิ สนามบึงสิงคโปร์ และสนามบึงกัวลาลัมเปอร์.....	6
3.1 รายชื่อ ตำแหน่งและสถานที่ปฏิบัติงานของผู้ทรงคุณวุฒิ.....	69
3.2 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ.....	70
3.3 สูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA.....	76
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	79
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	79
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพการสมรส.....	79
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา.....	80
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ.....	80
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้.....	81
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ.....	81
4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์การเดินทาง.....	82
4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การแปลความหมายและการจัดลำดับของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบึงสุวรรณภูมิ ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่.....	83
4.10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การแปลความหมายและการจัดลำดับของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบึงสุวรรณภูมิ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบึงสุวรรณภูมิ.....	85
4.11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การแปลความหมายและการจัดลำดับของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบึงสุวรรณภูมิ ด้านการบริการ.....	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.12	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การแปลความหมายและการจัดลำดับของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง.....89
4.13	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การแปลความหมายและการจัดของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก.....90
4.14	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การแปลความหมายและการจัดลำดับของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิด้านราคา..... 94
4.15	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การแปลความหมายและการจัดลำดับของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินในสุวรรณภูมิภาพรวม.....96
4.16	ค่าเฉลี่ยและค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีเพศต่างกันด้วยวิธี t-test.....97
4.17	ค่าเฉลี่ย และค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีอายุต่างกัน ด้วยวิธี One-way ANOVA..... 99
4.18	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีอายุที่ต่างกันในด้านการคมนาคมการเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ และด้านสถาปัตยกรรมเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD.....100
4.19	ค่าเฉลี่ยและค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันด้วยวิธี One-way ANOVA.....102
4.20	ค่าเฉลี่ย และค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีระดับการศึกษาต่างกันด้วยวิธี One-way ANOVA.....103

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.21	ค่าเฉลี่ยและค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีอาชีพต่างกันด้วยวิธี One-way ANOVA.....104
4.22	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีอาชีพต่างกันในด้านทำเลที่ตั้ง-อาคารสถานที่ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ และด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD..... 106
4.23	ค่าเฉลี่ยและค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีรายได้ต่างกันด้วยวิธี One-way ANOVA..... 108
4.24	ค่าเฉลี่ย และค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการต่างกันด้วยวิธี One-way ANOVA..... 109
4.25	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยสนามบินสุวรรณภูมิที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการต่างกันในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ และด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD..... 111
4.26	ค่าเฉลี่ย และค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีจุดประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันด้วยวิธี One-way ANOVA.....112

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า	
1.1	กรอบแนวความคิดในการวิจัยเรื่องการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้ บริการสนามบินสุวรรณภูมิ.....	9
2.1	ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ.....	16
2.2	องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ.....	18
2.3	แบบจำลองความพึงพอใจในการบริการ.....	19
2.4	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการกับการบริการ.....	30
2.5	กระบวนการบริการ.....	34
2.6	ที่ตั้งสนามบินสุวรรณภูมิ.....	47
2.7	เส้นทางเข้าสู่สนามบินสุวรรณภูมิ.....	51
2.8	แผนที่ภายในสนามบินสุวรรณภูมิ.....	53
2.9	อาคารผู้โดยสาร.....	53
2.10	แผนที่อาคารผู้โดยสารขาเข้า.....	55
2.11	แผนที่อาคารผู้โดยสารขาออก.....	55
2.12	แผนที่อาคารท่าเทียบเครื่องบิน.....	56
2.13	ประติมากรรมยักษ์จำลองที่ประดับภายในสนามบินสุวรรณภูมิ.....	57
2.14	ประติมากรรมพระนารายณ์กวนเกษียรสมุทร.....	57
2.15	งานภูมิทัศน์สวน "ชนบท" ในบริเวณส่วนอาคารผู้โดยสาร.....	58

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การคมนาคมขนส่งถือว่าเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ทั้งนี้ การคมนาคมขนส่งทางอากาศถือเป็นช่องทางหนึ่งที่สำคัญมากต่อสภาพเศรษฐกิจของประเทศไทย นโยบายที่กำหนดขึ้นจากรัฐบาลในแต่ละสมัยจึงพยายามผลักดันให้การคมนาคมขนส่งทางอากาศของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านการบินและการขนส่งทางอากาศแบบครบวงจร (Aviation hub) ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเพื่อโดยสารเชิงพาณิชย์

สนามบินสุวรรณภูมิจึงถูกสร้างขึ้นให้มีความทันสมัยและทัดเทียมกับสนามบินของประเทศเพื่อนบ้านซึ่งได้แก่ สนามบินกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย และสนามบินชางฮีประเทศสิงคโปร์ เพราะนอกเหนือจากสนามบินแห่งนี้จะเปรียบเสมือนสัญลักษณ์ของคนไทยทั่วประเทศแล้ว ศักยภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการของสนามบินจะเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะในด้านระบบโลจิสติกส์ที่จะรองรับการไหลเวียนของผู้โดยสารสินค้า และการบริการระหว่างประเทศที่จะเติบโตต่อเนื่องต่อไปในอนาคต การเปิดตัวของสนามบินสุวรรณภูมิไม่เพียงสามารถแก้ไขปัญหาคความแออัดของผู้โดยสารที่สนามบินแห่งเดิมแต่ยังได้ขยายโอกาสการรองรับภาคเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และการท่องเที่ยวที่กำลังขยายตัวของประเทศ นอกจากนี้ การลงทุนในโครงการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับสนามบินแห่งนี้ จะมีส่วนในการกระตุ้นภาคการลงทุนอันจะช่วยสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะข้างหน้า อีกทั้งยังเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน ที่จะนำไปสู่การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศในระยะยาวได้

หากพิจารณาเปรียบเทียบศักยภาพและโอกาสของสนามบินสุวรรณภูมิ ในการแข่งขันเพื่อที่จะก้าวไปสู่การเป็นศูนย์กลางทางการบินในภูมิภาค แม้ว่าในความสามารถในการรองรับผู้โดยสารของสนามบินสุวรรณภูมิจะทัดเทียมกับสนามบินขนาดใหญ่ในภูมิภาค แต่ก็ยังมีองค์ประกอบในหลายๆส่วน ที่ยังต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้วิเคราะห์เปรียบเทียบสถานะของสนามบินสุวรรณภูมิกับสนามบินที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีศักยภาพในการแข่งขันและดึงดูดผู้โดยสารได้เป็นจำนวนมาก ได้แก่ สนามบินชางฮี ประเทศสิงคโปร์ และสนามบินกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย โดยเปรียบเทียบปัจจัยที่จะมีผลต่อความสำเร็จของสนามบิน โดยมีประเด็นสำคัญสรุปได้ดังนี้ (http://www.bangkokbiznews.com/2006/10/25/m002_142222.php?news_id=142222)

1. ปริมาณผู้โดยสารและความสามารถในการรองรับผู้โดยสาร

หากเปรียบเทียบปริมาณผู้โดยสารที่เดินทางผ่านสนามบินของทั้ง 3 ประเทศ พบว่า ในปี 2548 สนามบินกรุงเทพฯ (ดอนเมือง) มีปริมาณผู้โดยสารทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ รวมทั้งสิ้น 37 ล้านคน ซึ่งมากเป็นอันดับที่ 18 ของโลก สูงกว่าสนามบินซางฮีและสนามบิน กัวลาลัมเปอร์ ส่วนในด้านความสามารถในการรองรับผู้โดยสารนั้น ปัจจุบันสนามบินสุวรรณภูมิมีศักยภาพในการรองรับผู้โดยสารมากที่สุดที่ 45 ล้านคนต่อปี ในขณะที่สนามบินซางฮีและ กัวลาลัมเปอร์สามารถรองรับผู้โดยสารได้ 44 ล้านคน/ปี และ 25 ล้านคน/ปี ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ทั้งสนามบินซางฮีและสนามบินกัวลาลัมเปอร์กำลังอยู่ในระหว่างขยายสนามบิน และคาดว่าเมื่อแล้วเสร็จในปี 2551 ทั้งสองสนามบินจะสามารถรองรับผู้โดยสารได้เพิ่มขึ้นปีละ 64 ล้านคน และ 35 ล้านคน ตามลำดับ สนามบินสุวรรณภูมิมีความสามารถเพียงพอในการรองรับจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นจากปัจจุบันได้อีกถึงประมาณร้อยละ 15 ทั้งนี้สนามบินซางฮีมีความสามารถในการรองรับผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นได้มากที่สุดถึงร้อยละ 36 ในขณะที่สนามบินกัวลาลัมเปอร์ปัจจุบันเริ่มมีปัญหาความแออัดอันเนื่องมาจากจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นถึงเกือบหนึ่งเท่าตัวนับตั้งแต่มีการเปิดใช้สนามบินในปี 2542 เป็นต้นมา ทั้งนี้ หากมองถึงโอกาสในการขยายพื้นที่สนามบินพบว่า ทั้งท่าสนามบินสุวรรณภูมิและกัวลาลัมเปอร์ มีศักยภาพในการขยายเพื่อให้รองรับผู้โดยสารได้ถึง 100 ล้านคนต่อปีในอนาคต ในขณะที่สนามบินซางฮีซึ่งติดชายทะเล การขยายพื้นที่จึงมีความยากลำบากกว่า ตรงจุดนี้เองถือเป็นข้อได้เปรียบของสนามบินสุวรรณภูมิและกัวลาลัมเปอร์ (www.bangkokbiznews.com/2006/10/25/m002_142222.php?news_id=142222)

ตารางที่ 1.1 จำนวนผู้ให้บริการสนามบินดอนเมืองและสนามบินสุวรรณภูมิในปี พ.ศ. 2547 - 2549

ปี พ.ศ.	จำนวนผู้ให้บริการสนามบินของประเทศไทย (คน)		
	สนามบินดอนเมือง	สนามบินสุวรรณภูมิ*	รวม
2547	36,222,008		36,222,008
2548	37,162,241		37,162,241
2549	30,127,849	10,888,180	41,016,029

ที่มา : <http://www.aviation.go.th>

*หมายเหตุ : สนามบินสุวรรณภูมิเริ่มเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 29 กันยายน 2549

2. การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ หากมีข้อสงสัย กรุณาติดต่อฝ่ายกฎหมาย โทร. 0-2642-4000

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติก็มีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดการใช้สนามบินและการต่อเครื่องบินไปยังจุดต่างๆ ในภูมิภาคเอเชีย ในปี 2548 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติประมาณ 11.5 ล้านคน สูงกว่าสิงคโปร์ซึ่งมีนักท่องเที่ยว 8.9 ล้านคน แต่ต่ำกว่ามาเลเซีย ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 16.4 ล้านคน ทั้งนี้ หากประเทศไทยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ตามเป้าหมายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทยจะเพิ่มขึ้น ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้มีการใช้สนามบินสุวรรณภูมิเป็นจุดหมายปลายทางหรือจุดต่อหรือ เปลี่ยนถ่ายเครื่องบินมากยิ่งขึ้น (www.bangkokbiznews.com/2006/10/25/m002_142222.php?News_id=142222)

3. การเป็นศูนย์กลางการขนส่ง

ในการตั้งเป้าหมายให้สนามบินสุวรรณภูมิเป็นศูนย์กลางการบินครบวงจร (Aviation hub) นั้น นอกจากการตั้งเป้าดึงดูดให้สายการบินให้ใช้สนามบินสุวรรณภูมิมากขึ้นเพื่อการ โดยสารเชิงพาณิชย์แล้ว การขนส่งทางอากาศก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน ในปี 2548 สนามบินกรุงเทพฯ (ดอนเมือง) มีปริมาณสินค้าผ่านสนามบิน 1.1 ล้านตัน สูงกว่าสนามบินกัวลาลัมเปอร์ที่มีปริมาณสินค้า 0.6 ล้านตัน แต่ต่ำกว่าสนามบินซางฮีที่มีปริมาณสินค้า 1.9 ล้านตัน (www.bangkokbiznews.com/2006/10/25/m002_142222.php?news_id=142222)

4. การบริหารระบบการให้บริการภายในสนามบิน

ในด้านของประสิทธิภาพในการบริหารงาน ในส่วนของท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย หรือ ทอท. มีประสบการณ์จากการบริหารสนามบินมาแล้ว แม้ว่าสนามบินสุวรรณภูมิต้องรองรับผู้โดยสารที่มากกว่าสนามบินดอนเมือง แต่มีการนำระบบบริหารและสารสนเทศ (Airport Information Management System) มาใช้เพื่อช่วยในกระบวนการบริหารสนามบินเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดในการจัดการ ซึ่งน่าจะเป็นหลักประกันว่าการจัดการสนามบินจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ในด้านการให้บริการของสนามบิน ไทยอาจต้องศึกษาประสบการณ์ของสนามบินประเทศเพื่อนบ้านอย่างสิงคโปร์และกัวลาลัมเปอร์ ซึ่งประสบความสำเร็จในฐานะสนามบินที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดของผู้ใช้บริการ โดยสนามบินสิงคโปร์ได้รับรางวัล”สนามบินยอดเยี่ยมแห่งปี 2549” ที่จัดอันดับโดย สกายแทร็กซ์ (Skytrax) ขณะที่จากการสำรวจของสภาท่าอากาศยานนานาชาติ (Airports Council International, ACI) และได้ทำการจัดอันดับความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการที่สนามบิน พบว่าสนามบินที่ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมที่สุดในโลกสี่แห่ง ได้แก่ สนามบินอินชอน (โซล) สิงคโปร์ ฮองกง และกัวลาลัมเปอร์ (www.bangkokBizNews.com/2006/10/25/m002_142222.php?news_id=142222)

5. การเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจผ่านสินค้า

สาเหตุหนึ่งที่ส่งเสริมให้มีการใช้สนามบินสิงคโปร์เป็นจุดขนถ่ายสินค้า นอกจากค่าธรรมเนียมลงจอดแล้ว ระยะเวลาในการตรวจผ่านสินค้าที่ท่าอากาศยานก็มีความสำคัญเช่นกัน ซึ่งในจุดนี้ ด้านศุลกากรของสิงคโปร์ ใช้เวลาโดยเฉลี่ยเพียง 2 วันเท่านั้นในการตรวจผ่านสินค้า ส่วนด้านศุลกากรของมาเลเซียใช้เวลาเฉลี่ยที่ 4 วัน ในขณะที่ในประเทศไทยการตรวจสินค้าผ่าน

ผ่านใช้เวลาเฉลี่ยถึง 5 วัน ดังนั้น หากประเทศไทยตั้งเป้าหมายเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ในภูมิภาค โดยมีสนามบินสุวรรณภูมิเป็นศูนย์กลางทางการบินของภูมิภาค ควรมีการเร่งพัฒนากระบวนการตรวจผ่านสินค้า และการเชื่อมโยงโครงข่ายการขนส่งทางบก ทางราง ทางน้ำ และทางอากาศให้มีความพร้อมเพื่อให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นในภูมิภาคนี้ด้วย (www.bangkokBiznews.com/2006/10/25/m002_142222.php?news_id=142222)

6. ความสะดวกสบายในการเดินทางระหว่างสนามบินกับศูนย์กลางของเมือง

เมื่อพิจารณาถึงความสะดวกสบายในการเดินทางไปกลับสนามบินสุวรรณภูมิ ในปัจจุบันยังอาจมีทางเลือกเพียงการเดินทางทางถนนเท่านั้น หากเปรียบเทียบระยะเวลาในการเดินทางระหว่างสนามบินและย่านใจกลางเมืองโดยทางรถยนต์ ของ 3 สนามบิน ได้แก่สนามบินสุวรรณภูมิ สิงคโปร์ และกัวลาลัมเปอร์ พบว่าต้องใช้เวลา 45 นาที 30 นาที และ 50 นาทีตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ทั้งสนามบินสิงคโปร์และกัวลาลัมเปอร์ปัจจุบันมีระบบรถไฟฟ้าจากสนามบินสู่ใจกลางเมือง ยกตัวอย่างเช่น การเดินทางไปกลับสนามบินกัวลาลัมเปอร์และย่านใจกลางเมืองโดยรถไฟฟ้า (KLIA Express) ใช้เวลาเพียง 28 นาทีเท่านั้น สำหรับสนามบินสุวรรณภูมิ ปัจจุบันกำลังมีการก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าสายสีแดง (แอร์พอร์ตลิงก์) เชื่อมโยงกับสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอส (สถานีพญาไท) และรถไฟฟ้าใต้ดิน (สถานีถนนเพชรบุรี) ซึ่งจะช่วยให้การเดินทางสู่สนามบินมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น แต่การก่อสร้างคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2551 (www.bangkokbiznews.com/2006/10/25/m002_142222.php?news_id=142222)

7. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามบิน

ในด้านของค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสนามบินที่สำคัญมีอยู่สองส่วนหลัก ได้แก่ (1.) ค่าธรรมเนียมการใช้สนามบินสุวรรณภูมิสำหรับผู้โดยสาร ซึ่งมีการปรับขึ้นร้อยละ 40 จาก 500 บาท เป็น 700 บาท สำหรับผู้โดยสารระหว่างประเทศ และร้อยละ 100 สำหรับผู้โดยสารในประเทศ จากเดิม 50 บาทเป็น 100 บาท และ (2.) ค่าธรรมเนียมลงจอดเครื่องบิน ปัจจุบันหากเปรียบเทียบกับสนามบินหลายๆแห่งในภูมิภาคนี้ โดยยกตัวอย่างกรณีค่าธรรมเนียมลงจอดโบอิง 747 พบว่า ค่าธรรมเนียมที่สนามบินสุวรรณภูมิอยู่ในอัตราที่สูงกว่ากัวลาลัมเปอร์ แต่ต่ำกว่าสนามบินฮ่องกงและสิงคโปร์ อย่างไรก็ตาม หลังจากวันที่ 1 เมษายน 2550 ค่าธรรมเนียมลงจอดของสนามบินสุวรรณภูมิจะปรับเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 15 หลังการปรับขึ้นแม้ว่าค่าธรรมเนียมจะยังต่ำกว่าสนามบินฮ่องกงถึงกว่าร้อยละ 100 และต่ำกว่าสนามบินสิงคโปร์ถึงกว่าร้อยละ 25 แต่ยังคงสูงกว่าสนามบินนานาชาติกัวลาลัมเปอร์กว่าร้อยละ 15 อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมาสนามบินของไทยได้มีการเก็บค่าธรรมเนียมการใช้งานด้านอื่นๆ อาทิ ค่าธรรมเนียมการใช้อาคารโดยสาร ค่าภาษี เป็นต้น หากคำนวณโดยรวมจะพบว่าค่าใช้จ่ายเหล่านี้ทำให้สนามบินสุวรรณภูมิมีค่าธรรมเนียมสูงขึ้นเมื่อเทียบกับสนามบินสิงคโปร์และกัวลาลัมเปอร์ ตรงจุดนี้เอง หากประเทศไทยตั้งเป้าเป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาค ทอท.อาจต้องพิจารณาการตั้งค่าธรรมเนียมต่างๆให้สามารถแข่งขันกับประเทศเพื่อน

บ้านได้ เพื่อดึงดูดผู้โดยสารและสายการบินให้ใช้สนามบินมากขึ้น (www.bangkokbiznews.com/2006/10/25/m002_142222.php?news_id=142222)

8. การเร่งเตรียมแผนการรองรับการเพิ่มขึ้นของผู้โดยสารในอนาคต

จากการวิเคราะห์ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ปริมาณผู้โดยสารผ่านสนามบินสุวรรณภูมิ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นถึงกว่า 45.2 ล้านคนต่อปีภายในปี 2553 หากมองว่าสนามบินสุวรรณภูมิปัจจุบันรองรับผู้โดยสารได้ 45 ล้านคนต่อปี ในอีก 4 ปีข้างหน้า ปริมาณผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นจะมากเกินความสามารถของสนามบินสุวรรณภูมิในการรองรับอย่างมีประสิทธิภาพ และจะนำมาซึ่งปัญหาความล่าช้าในการนำเครื่องลงจอด การตรวจผู้โดยสารเข้า/ออกเมือง เป็นต้น อนึ่งตามแผนปัจจุบันของภาครัฐคาดว่าจะเริ่มมีการก่อสร้างส่วนต่อขยายสนามบินสุวรรณภูมิในอีก 3-5 ปีข้างหน้า และต้องใช้เวลาก่อสร้างอีกอย่างน้อย 2- 3 ปีจึงจะแล้วเสร็จ จึงคาดว่าส่วนต่อขยายจะพร้อมเปิดให้บริการได้อย่างเร็วที่สุดในปี 2555 ซึ่งอาจจะล่าช้าหากเปรียบเทียบกับอัตราการเพิ่มของผู้โดยสารภาครัฐจึงควรเริ่มวางแผนการขยายสนามบินและดำเนินการเพื่อให้ทันต่อการเพิ่มขึ้นของปริมาณผู้โดยสารในอนาคตอีกด้วย (www.bangkokbiznews.com/2006/10/25/m002_142222.php?news_id=142222)

ตารางที่ 1.2 การเปรียบเทียบข้อมูลด้านการโดยสารและขนส่งสินค้าผ่านของสนามบินคอนเมือง สนามบินสิงคโปร์ และสนามบินกัวลาลัมเปอร์ในปี พ.ศ. 2548

การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสนามบินในปี 2548 ทางด้านการโดยสาร/ขนส่งสินค้าผ่านสนามบิน	สนามบิน คอนเมือง	สนามบิน สิงคโปร์	สนามบิน กัวลาลัมเปอร์
อันดับของสนามบินที่มีผู้โดยสารเดินทางมากที่สุด	18	25	46
ผู้โดยสารที่เดินทางผ่านสนามบิน (ล้านคน/ปี)	37.2	32.4	23.2
จำนวนผู้โดยสารระหว่างประเทศผ่านสนามบิน (ล้านคน)	28.9	32.1	14.8
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ล้านคน)	11.5	8.9	16.4
ปริมาณสินค้าขนส่งระหว่างประเทศผ่านสนามบิน (ล้านตัน)	1.1	1.9	0.6

ที่มา : www.kasikomresearch.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.3 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสนามบินในด้านความสามารถในการรองรับผู้โดยสาร ค่าใช้จ่ายและค่าธรรมเนียมสนามบิน และความสะดวกรวดเร็วในการใช้สนามบิน ของสนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินสิงคโปร์ และสนามบินกัวลาลัมเปอร์

การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสนามบิน	สนามบิน สุวรรณภูมิ	สนามบิน สิงคโปร์	สนามบิน กัวลาลัมเปอร์
ความสามารถในการรองรับผู้โดยสาร			
จำนวนสายการบินที่ใช้บริการที่สนามบิน	82	80	60
ความสามารถในการรองรับผู้โดยสารปัจจุบัน (ล้านคน/ปี)	45.0	44.0	25.0
สนามบินสามารถรองรับผู้โดยสารได้เพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน %	15%	36%	8%
ความสามารถในการรองรับผู้โดยสาร ปี 2551 (ล้านคน/ปี)	45	64	35
ความสามารถในการรองรับผู้โดยสารหากมีการขยายสนามบินถึงขีดสูงสุด (ล้านคน/ปี)	100	64	100
ค่าใช้จ่าย / ค่าธรรมเนียมสนามบิน			
ค่าธรรมเนียมลงจอดเครื่องบิน กรณี โบอิง 747 (บาท)	68,400	87,400	57,000
ค่าธรรมเนียมภาษีสนามบินสำหรับผู้โดยสารระหว่างประเทศ (บาท/คน)	700	450	352.50
ความสะดวกรวดเร็วในการใช้สนามบิน			
เฉลี่ยระยะเวลาในการตรวจผ่านสินค้าที่ด่านศุลกากร (วัน)	5	2	4
เฉลี่ยเวลาที่ใช้ในการเดินทางไป/กลับพื้นที่ย่านใจกลางเมืองโดยรถยนต์ (นาที)	45	30	50

ที่มา : www.kasikornresearch.com

สำหรับสนามบินสุวรรณภูมิ ได้ใช้งบประมาณลงทุนก่อสร้างทั้งภายในและภายนอกรวมทั้งสิ้น 150,000 ล้านบาท บนพื้นที่ 20,000 ไร่ ซึ่งใหญ่กว่าพื้นที่สนามบินดอนเมืองราว 6 เท่า ได้นำมาสู่ศักยภาพของสนามบินสุวรรณภูมิแห่งนี้ที่มีพื้นที่ใช้สอยภายในอาคารมากกว่า 570,000 ตารางเมตร ซึ่งถือว่าใหญ่กว่าสนามบินแห่งอื่น ๆ ในภูมิภาคเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นสนามบินเช็กเล็ปก๊อของฮ่องกง หรือ สนามบินชางฮีของสิงคโปร์ โดยมีขีดความสามารถในการรองรับผู้โดยสารได้กว่า 45 ล้านคนต่อปี ขีดความสามารถในการรองรับเครื่องบินได้ถึง 120 หลุมจอด มีรันเวย์ที่สามารถให้บริการเครื่องขึ้น-ลงได้พร้อมกันทันที 2 รันเวย์ ด้วยความยาวของรันเวย์ที่มากถึง 4,000

เมตร ซึ่งสามารถรองรับเครื่องบินขนาดใหญ่อย่างแอร์บัส A-380 อากาศยานขนาดใหญ่ได้อย่างไม่มีปัญหา รับเที่ยวบินได้ถึง 76 เที่ยวบิน/ชั่วโมง และ ให้บริการขนถ่ายสินค้าทางอากาศได้ 3 ล้านตัน/ปี ในทันที ทั้งยังสามารถขยายไปถึง 6 ล้านตันต่อปี กล่าวได้ว่าจะจะเป็นระบบมาตรฐานที่ทันสมัยมากที่สุดของโลกอีกแห่งหนึ่งในปัจจุบัน โดยในเอเชียมีเพียงสนามบินนานาชาติอินชอนของเกาหลีใต้เท่านั้นที่มีความทันสมัยเทียบเท่ากับสนามบินในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยประเทศไทยต้องการพัฒนาสนามบินสุวรรณภูมิให้เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งทางอากาศในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ ซึ่งรัฐบาลได้กำหนดให้โครงการดังกล่าวเป็นวาระแห่งชาติ และคาดหวังว่าจะช่วยส่งเสริมและพัฒนาความเจริญด้านเศรษฐกิจ สังคม และการท่องเที่ยวของประเทศ ในระยะแรกสามารถให้บริการขนถ่ายสินค้าได้ 3 ล้านตันต่อปี โดยให้บริการแบบเขตปลอดพิธีการศุลกากร (Free Zone) ตลอด 24 ชั่วโมง และสามารถขยายความสามารถในการให้บริการได้สูงสุดถึง 6.4 ล้านตันต่อปี อย่างไรก็ตาม ยังมีการพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการพาณิชย์ โดยการพัฒนาสาธารณูปโภคและการให้บริการอื่นๆ เช่น โรงแรม ศูนย์บริการรถเช่า ร้านค้า ศูนย์กลางค้า ภัตตาคาร สถานีเติมน้ำมัน ซึ่งรัฐบาลได้มีนโยบายในการจัดตั้งนครสุวรรณภูมิ เพื่อให้เป็นโลจิสติกส์ซิตี (Logistics City) ของประเทศไทย โดยแยกเขตลาดกระบังและบางส่วนของเขตประเวศ และบางส่วนของจังหวัดสมุทรปราการ อำเภอบางพลี แยกออกเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาค

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นนั้น ถ้าประเทศไทยสามารถสร้างให้สนามบินสุวรรณภูมิกลายเป็นศูนย์กลางทางการบินให้กับภูมิภาคเอเชียได้แล้วนั้น สนามบินสุวรรณภูมิจะเป็นสิ่งขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เดินหน้า ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านต่างๆ ได้แก่ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบิน ด้านการบริการ ด้านสถาปัตยกรรมและการออกแบบตกแต่ง ด้านสาธารณูปโภค-สิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นส่วนหนึ่งที่สร้างประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริหารระดับสูง เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์และปรับปรุงสนามบินให้รองรับความต้องการของผู้โดยสารมากยิ่งขึ้น และเพื่อวางแผนการขยายสนามบินต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ด้านการบริการ ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง ด้านสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา สาขาอาชีพ รายได้ จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ และวัตถุประสงค์การเดินทาง

1.3 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานหลัก ผู้โดยสารชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา สาขาอาชีพ รายได้ จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ และวัตถุประสงค์การเดินทาง ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 7 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้สนามบินสุวรรณภูมิต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

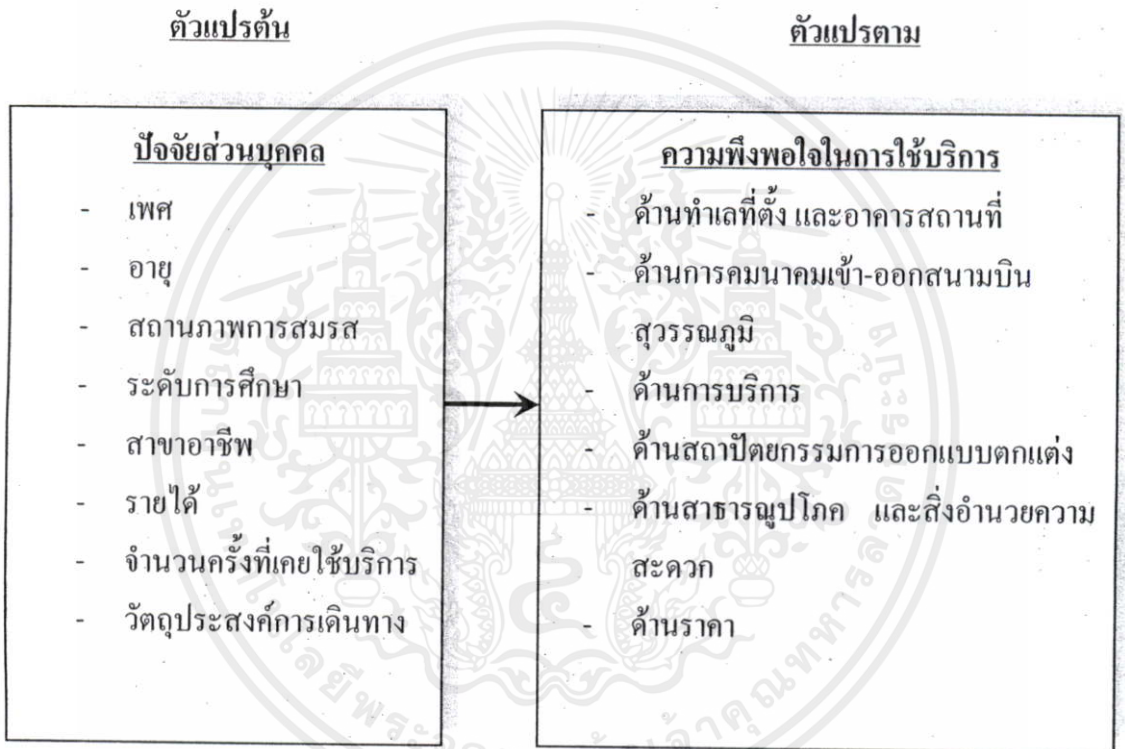
สมมติฐานที่ 8 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ” ในครั้งนี้มุ่งศึกษาผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ซึ่งมีความหลากหลายในด้านเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา สาขาอาชีพ รายได้ จำนวนครั้งที่

เคยใช้บริการ และวัตถุประสงค์ของการเดินทาง โดยศึกษาความพึงพอใจในการใช้สนามบิณสูวรรณภูมิในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านทำเลที่ตั้ง และอาคารสถานที่
2. ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบิณสูวรรณภูมิ
3. ด้านการบริการ
4. ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง
5. ด้านสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก
6. ด้านราคา



รูปที่ 1.1 กรอบแนวความคิดในการวิจัยเรื่องการศึกษาคความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบิณสูวรรณภูมิ

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบิณสูวรรณภูมิ” ในครั้งนี้มีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1.5.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบิณสูวรรณภูมิ ตั้งแต่เริ่มเปิดใช้สนามบิณสูวรรณภูมิเมื่อวันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2549 ที่ผ่านมา

1.5.2 ตัวแปรที่ศึกษา

1.5.2.1 ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- สถานภาพการสมรส
- ระดับการศึกษา
- สาขาอาชีพ
- รายได้
- จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ
- วัตถุประสงค์การเดินทาง

1.5.2.2 ตัวแปรตาม คือความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านต่างๆ ได้แก่

- ด้านทำเลที่ตั้ง และอาคารสถานที่
- ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบิณสุวรรณภูมิ
- ด้านการบริการ
- ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง
- ด้านสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก
- ด้านราคา

1.5.3 ขอบเขตเวลา ในการทำวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามเพื่อการรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย ในช่วงระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2550 เป็นต้นไป

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลต่างๆ

1.6.2 เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงทั้งด้านการบริการและสาธารณูปโภคต่างๆ เพื่อให้ตรงความต้องการของผู้โดยสารในการใช้สนามบิณมากที่สุด และเพื่อให้ทัดเทียมกับสนามบิณระดับนานาชาติของประเทศอื่นๆ

1.6.3 เพื่อเป็นแนวทางในการนำข้อมูลที่ได้ไปใช้สำหรับการแผนการขยายสนามบิณสุวรรณภูมิที่กำลังจะมีขึ้นในอนาคต ใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ดังนี้

- 1.7.1 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง สถานภาพและลักษณะส่วนตัวของบุคคล โดยประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ และวัตถุประสงค์การเดินทาง
- 1.7.2 เพศ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของบุคคล แบ่งเป็น เพศชายและเพศหญิง
- 1.7.3 อายุ หมายถึง อายุเต็มปีของผู้ใช้บริการนับถึงวันตอบแบบสอบถามการวิจัย โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มได้แก่ น้อยกว่า 25 ปี 25 – 35 ปี มากกว่า 35 – 45 ปี และมากกว่า 45 ปี
- 1.7.4 สถานภาพการสมรส หมายถึง สถานภาพการสมรสของผู้โดยสาร โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ โสด สมรส หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่
- 1.7.5 ระดับการศึกษา หมายถึง ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ใช้บริการ โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ต่ำกว่า ปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
- 1.7.6 รายได้ หมายถึง รายรับที่ผู้ใช้บริการได้รับในแต่ละเดือน รวมถึงรายได้พิเศษ แบ่งเป็น 4 กลุ่มได้แก่ รายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท รายได้ 20,000-35,000 บาท รายได้มากกว่า 35,000-50,000 บาท และรายได้มากกว่า 50,000 บาท
- 1.7.7 จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ หมายถึง จำนวนครั้งที่ผู้ใช้บริการเคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิตั้งแต่เริ่มเปิดการใช้บริการครั้งแรกในวันที่ 28 กันยายน 2549 จนถึงวันที่ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ เคยใช้บริการ 1 ครั้ง เคยใช้บริการ 2-5 ครั้ง และเคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง
- 1.7.8 วัตถุประสงค์การเดินทาง หมายถึง วัตถุประสงค์ของผู้โดยสารในการเดินทาง โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว การเดินทางเพื่อธุรกิจ และทั้งเพื่อการท่องเที่ยวและเพื่อธุรกิจ
- 1.7.9 ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบที่ผู้ใช้บริการมีต่อการให้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ
- 1.7.10 ผู้โดยสารชาวไทย หมายถึง ผู้โดยสารเครื่องบินที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิเฉพาะที่เป็นคนไทย ตั้งแต่เปิดให้บริการตั้งแต่วันที่ 29 กันยายน 2549 เป็นต้นมา
- 1.7.11 ท่าอากาศยาน หมายถึง สถานที่ตั้งสนามบินสุวรรณภูมิ
- 1.7.12 อาคารสถานที่ หมายถึง อาคารผู้โดยสารทั้งขาเข้าและขาออก อาคารและลานจอดรถ อาคารขึ้นรถโดยสาร ลานจอดเครื่องบิน ทางขึ้นเครื่องบิน (เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณี) 1.7.13 การคมนาคม หมายถึง การคมนาคมเข้าและออกสนามบินสุวรรณภูมิ โดยรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และรถโดยสารไม่ประจำทาง

1.7.14 การบริการ หมายถึง การกระทำที่แสดงออกถึงการให้ความช่วยเหลือที่มีประสิทธิภาพในการตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

1.7.15 สถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง หมายถึง การออกแบบอาคารผู้โดยสารและอาคารต่างๆภายในสนามบิน การตกแต่งทั้งภายในและภายนอกสนามบินสุวรรณภูมิ ภูมิสถาปัตย์ของสนามบินสุวรรณภูมิ

1.7.16 สาธารณูปโภค หมายถึง ระบบสาธารณูปโภคภายในสนามบินสุวรรณภูมิ ได้แก่ ระบบน้ำ ระบบไฟ ระบบปรับอากาศ และ ห้องน้ำ เป็นต้น

1.7.17 สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง เครื่องมือหรืออุปกรณ์ต่างๆที่มีไว้อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ เช่นป้ายสัญลักษณ์บอกทางแก่ผู้ใช้บริการ ที่พักผู้โดยสาร การบริการรถเข็น เป็นต้น

1.7.18 ราคา หมายถึง เงินตราที่ผู้โดยสารใช้จ่ายในการใช้บริการ ได้แก่อัตราค่าภาษีสนามบิน ค่าธรรมเนียมการจองรถ ค่ารถโดยสารไม่ประจำทาง ค่ารถลิμουซีน เป็นต้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมเนื้อหาของทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยไว้หลายแนวคิด โดยศึกษาจากตำรา เอกสาร วารสาร รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อให้สามารถกำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษาได้ครอบคลุมและชัดเจนขึ้น ซึ่งประกอบด้วยสาระสำคัญตามลำดับดังต่อไปนี้

- 2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ
- 2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ
- 2.3 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการ
- 2.4 ทฤษฎีและแนวความคิดการพัฒนากิจการบริการ
- 2.5 แนวคิดในด้านต่างๆของธุรกิจบริการ
- 2.6 ประวัติและความเป็นมาของสนามบินสุวรรณภูมิ
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

2.1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกที่รับรู้ด้วยจิตใจและอาจแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมต่างๆให้บุคคลรอบข้างได้รับรู้ การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจจึงมักมีผู้ที่พยายามจะอธิบายนิยามหรือความหมายของความพึงพอใจไว้ในแง่มุมต่างๆขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ทำการศึกษาเช่น ศึกษาในแง่ของเจตคติ แรงจูงใจ ความคาดหวัง การได้รับรางวัล และความสมดุลทางอารมณ์ โดยทั่วไปการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจมักนิยามศึกษากันในสองมิติคือ มิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job satisfaction) และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) ซึ่งในการศึกษาของผู้วิจัย เป็นการวิจัยความพึงพอใจในการรับบริการซึ่งมีผู้กล่าวถึงความหมายของความพึงพอใจที่ผู้วิจัยรวบรวมไว้ ดังนี้

ชรินี เดชจินดา (2535:14) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติ (attitude) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

อัมพร เจริญชัย (2536:25) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจ หมายถึงสิ่งที่สนองความต้องการพื้นฐาน (need) ของมนุษย์เป็นการลดความเครียดทางด้านร่างกายและจิตใจ หรืออาจเป็นสภาพของความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความสดชื่นอึดเอมใจ ตลอดจนสร้างทัศนคติทางบวกต่อบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามความพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต (2537:149-150) ได้ให้ความหมาย ความพึงพอใจว่าหมายถึง ปฏิกริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าโดยที่แสดงออกมาในลักษณะของผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมิน ซึ่งบ่งบอกผลของการประเมิน ในลักษณะเป็นด้านบวก หรือด้านลบ หรือไม่มีปฏิกริยาต่อสิ่งเร้านั้น

หลุย จำปาเทศ (2538:8) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (need) ได้บรรลุเป้าหมายพฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข สังเกตได้จากสายตา คำพูด การแสดงออก

พิทักษ์ ทรุชทิม (2538:8) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงประมาธค่า ซึ่งจะเห็นได้ว่าเกี่ยวข้องกับทัศนคติอย่างแยกไม่ออก

เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ (2540:98) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นภาวะของความพึงพอใจหรือภาวะของการมีอารมณ์ในทางบวกที่มีผลเกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินประสบการณ์ของคณาหนึ่ง สิ่งที่เขาหายไปประหวางเสนอให้กับสิ่งที่ได้รับจะเป็นรากฐานแห่งความพอใจและไม่พอใจได้

อุทัยพรรณ สุดใส (2544:7) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก หรือทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงการประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ ความรู้สึกหรือทัศนคติในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อมีความสุข ปราศจากความทุกข์ได้รับการตอบสนองอย่างสมบูรณ์ครบถ้วน หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่งต่อสิ่งนั้น แสดงให้เห็นสภาพของความพึงพอใจในสิ่งนั้นด้วย แต่ถ้าเป็นความรู้สึกที่ปราศจากความสุข มีความทุกข์ ได้รับการตอบสนองไม่สมบูรณ์ครบถ้วน หรือไม่บรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่งต่อสิ่งนั้น แสดงให้เห็นสภาพของความพึงพอใจในสิ่งนั้นด้วย แต่ถ้าเป็นความรู้สึกที่ปราศจากความสุข มีความทุกข์ ได้รับการตอบสนองไม่สมบูรณ์ ครบถ้วนหรือไม่บรรลุจุดหมายในระดับหนึ่งต่อสิ่งนั้น ก็จะมีความรู้สึกหรือทัศนคติในทางลบ แสดงให้เห็นสภาพของความไม่พึงพอใจต่อสิ่งนั้น ความพึงพอใจอาจจะเปลี่ยนแปลงไปได้ตามกาลเวลาและสถานการณ์แวดล้อมอื่นๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป

ความหมายของความพึงพอใจจากผู้ให้นิยามข้างต้นสรุปคือ ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันของบุคคลในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุข ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าบุคคลนั้นจะต้องได้รับการตอบสนองอย่างสมบูรณ์เป็นความสุขที่เกิดจากการปรับตัวของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อมได้เป็นอย่างดีระหว่างความต้องการของบุคคลกับการ

ได้รับการตอบสนองจนบรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุข ซึ่งเป็นผลทางจิตวิทยาเสรีวิทยาและสังเวคล้อม

ความพึงพอใจในการบริการ มีนักวิชาการได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในลักษณะใกล้เคียงและสัมพันธ์กับเรื่องทัศนคติ ดังนี้ คือ

วรรณิ บันเทิง (2533:66-69) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจหลังการได้รับการว่าเป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับการบริการในด้านต่างๆ ดังนี้ คือ

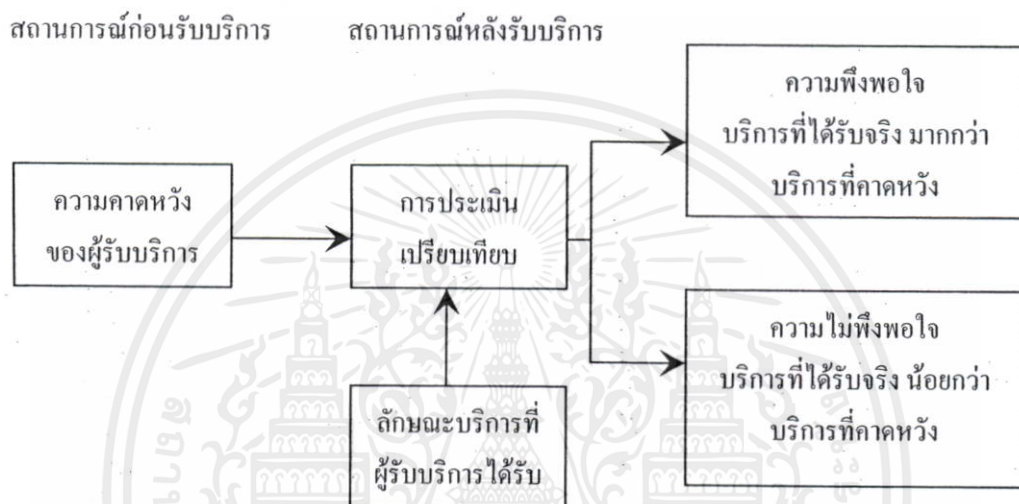
1. ด้านความสะดวกที่จะได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของการบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

สิทธิร พูลสุข (2538:23) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกแบบของมนุษย์คือความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับสามารถทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้มีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

จิตตินันท์ เคชะคุปต์ (2544:8) ได้เสนอแนวความคิดพึงพอใจในการบริการว่า

1. ความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลจากการประเมินคุณภาพของการบริการจากการรับรู้สิ่งที่ได้รับการบริการ ไม่ว่าจะ เป็นผลจากการประเมินคุณภาพของการบริการหรือการให้บริการ ในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวังเกี่ยวกับการบริการนั้น
2. ลักษณะของความพึงพอใจในการบริการ เป็นพฤติกรรมการแสดงออกในทางบวกของบุคคลที่เกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์การบริการ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น โดยมีองค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ 2 ประการ คือคุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการและคุณภาพของการบริการ
3. ความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้องกับการบริการ จะครอบคลุมความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการที่มีต่อการบริหาร ในแง่ของปัจจัยที่มีต่อความพึงพอใจ ระดับของความพึงพอใจและประเภทของความพึงพอใจ ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ

Oliver (1980:460-469) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาวะการแสดงออกที่เกิดขึ้นจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการณ้แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินกว่าความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้ามความไม่พึงพอใจ หมายถึง ภาวะการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ดังรูปที่ 2.1



รูปที่ 2.1 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ

ที่มา : จิตตินันท์ เชชะคุปต์ (2544:19)

พอสรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการรับรู้ถึงการได้รับการบริการซึ่งตรงกับที่คาดหวังของลูกค้าหลังการซื้อและการใช้บริการนั้น

2.1.2 ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ

ในธุรกิจการบริการนั้น การให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือผู้รับบริการนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการบริการ เพราะเป้าหมายสูงสุดของการบริการก็คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าชอบใจและคิดใจกลับมาใช้บริการอีกต่อไป การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการจะทำให้ตระหนักถึงคุณค่าของการสร้างและรักษาความพึงพอใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการทั้งในฐานะของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในกระบวนการบริการทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการที่ได้รับจนคิดใจและกลับมาใช้บริการอีก นำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันทางการตลาด ส่งผลให้สังคมส่วนรวมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น กล่าวได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ หากกิจการใดนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการตามความคาดหวังของลูกค้า มีผลทำให้ลูกค้าพึงพอใจต่อบริการนั้น และมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อไป คุณภาพของการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็น เช่น สถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ และบุคลิกลักษณะของพนักงานบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่น

วันชัย คำเจริญ (2542:52) ได้ให้ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ โดยแบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

1. องค์กรบริการ พยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับนำเสนอบริการที่เหมาะสม เพื่อการแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการ ผู้รับบริการย่อมได้รับการบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ได้ การดำเนินชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการในหลายๆสถานการณ์ทุกวันนี้ย่อมนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตามไปด้วย เพราะการบริการในหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวกและแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

2. ผู้ปฏิบัติงานบริการพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ ซึ่งเป็นงานที่สำคัญต่อชีวิตของเราเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิตและการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เป็นที่ยอมรับว่าความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานในแต่ละองค์กร ทั้งในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานค่าตอบแทนสวัสดิการและความก้าวหน้าในชีวิตการงาน พนักงานบริการก็ย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานของงานบริการให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้นไปในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าให้ใช้บริการต่อไป ทำให้อาชีพบริการเป็นที่รู้จักมากขึ้น

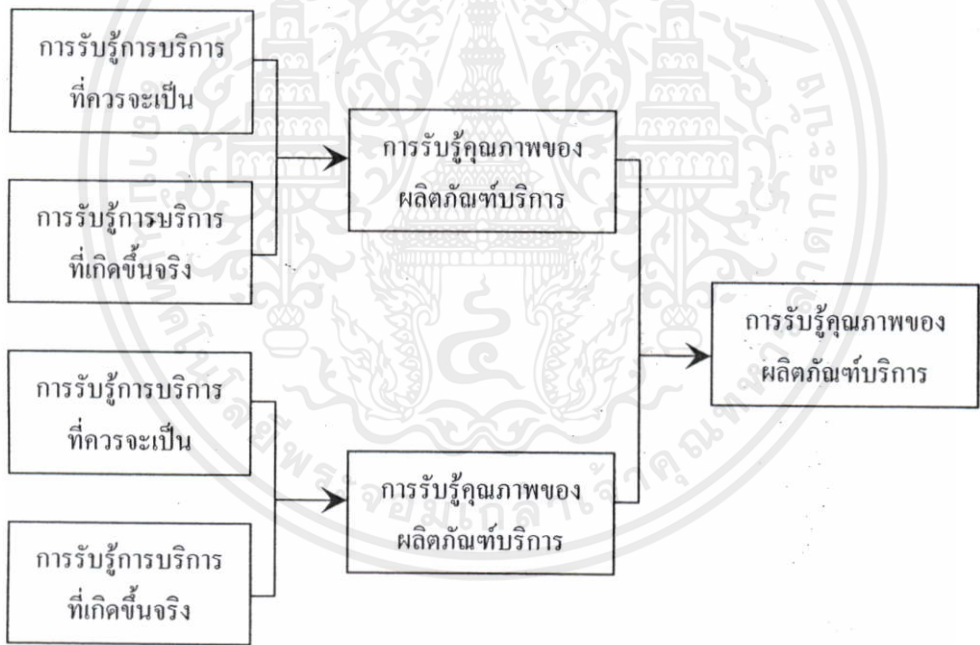
สรุปได้ว่า ความสำคัญของความพึงพอใจในการบริการ บริการที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการในการที่ทำให้องค์กรบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการได้ตระหนักถึงคุณค่าของการสร้างและรักษาความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าชอบใจและกลับมาใช้บริการอีกต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

Gronroos (1990:37-39) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณภาพบริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด จึงจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ
2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอการบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าวิธีการนำเสนอการบริการในกระบวนการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใดในด้านความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิกิริยาตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ ความรับผิดชอบต่องานการให้บริการ สื่อความหมายและปฏิบัติตนในการให้บริการ สิ่งเหล่านี้เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้ด้วยไมตรีจิตของการบริการที่แท้จริง สามารถแสดงได้ดังรูปที่ 2.2

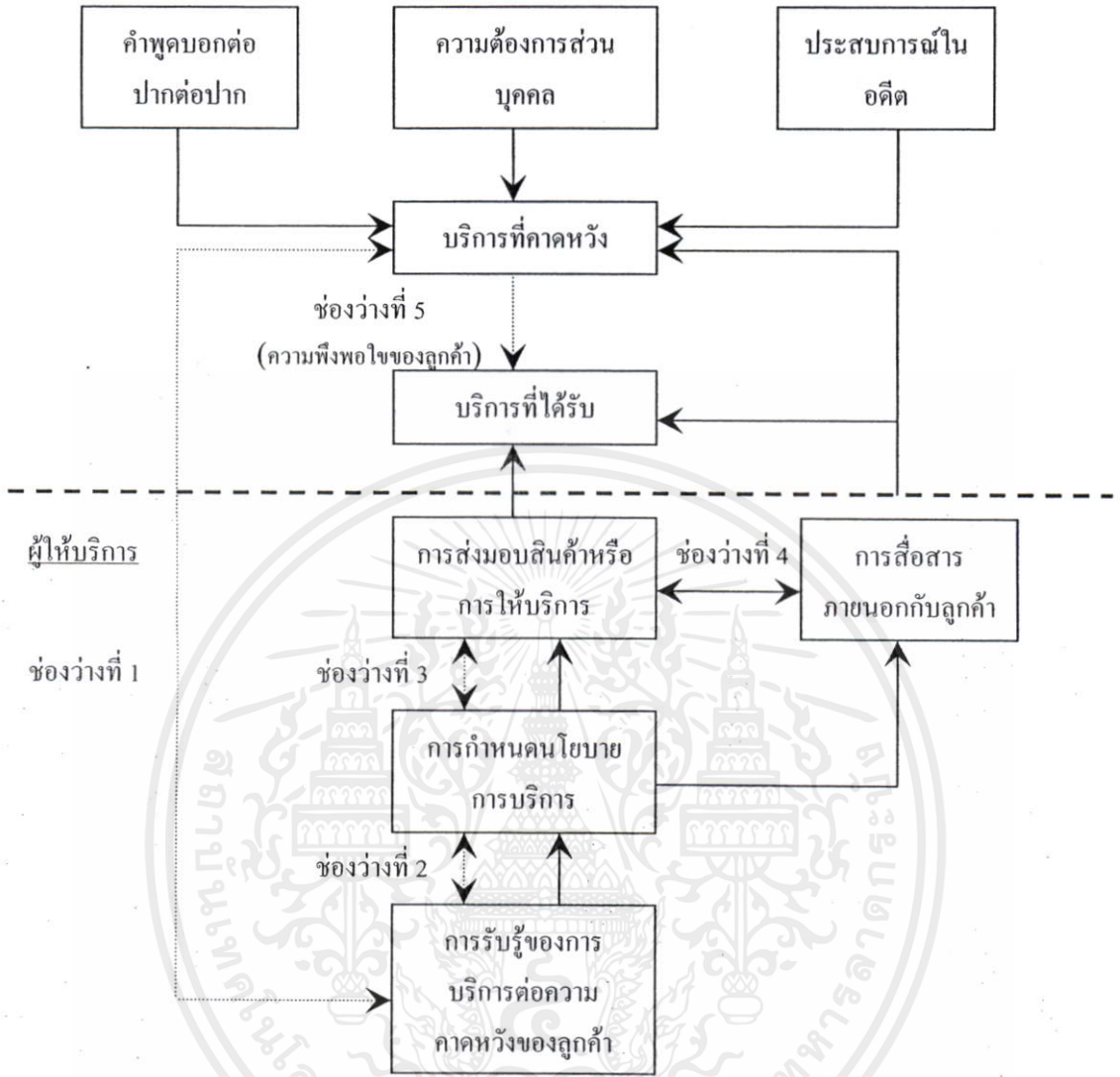


รูปที่ 2.2 องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

ที่มา : Gronroos (1990:39)

Parasuraman, et al (1985:44) ได้พัฒนา “แบบจำลองความพึงพอใจในการบริการ” ขึ้น โดยแสดงให้เห็นถึงปัจจัยต่างๆ ในกระบวนการบริการและข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อความพึงพอใจและคุณภาพของการบริการ ดังรูปที่ 2.3

ผู้รับบริการ



รูปที่ 2.3 แบบจำลองความพึงพอใจในการบริการ

ที่มา : Parasuraman, et al (1985:44)

2.1.4 ทฤษฎีความหวังในการจูงใจ

Vroom (1964:172-173) ถือว่าลูกค้าจะได้รับการกระตุ้นให้กระทำการที่สามารถบรรลุเป้าหมาย ถ้าเชื่อในคุณค่าของเป้าหมายและมองเห็นว่าจะช่วยให้บรรลุเป้าหมายได้ สำหรับทฤษฎีของวรูม (Vroom Theory) คือการจูงใจของลูกค้าที่มีต่อสิ่งที่มีคุณค่าจากผลลัพธ์ของการใช้ความพยายาม (อาจเป็นด้านบวกหรือด้านลบ) คุณด้วยความเชื่อมั่นจากการใช้ความพยายามเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย การจูงใจเป็นสิ่งที่มีความสำคัญซึ่งลูกค้าแต่ละรายกำหนดเป้าหมายและโอกาสเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น ซึ่งเป็นไปตามสมการคือ

$$\text{อำนาจ (Force)} = \text{คุณค่าความพอใจในผลลัพธ์ (Valance)} \times \text{ความคาดหวัง (Expectancy)}$$

อำนาจ (Force) เป็นจุดแข็งของการจูงใจลูกค้า คุณค่าความพอใจในผลลัพธ์ (Valance) เป็นจุดแข็งของความไม่พอใจในผลลัพธ์ ความคาดหวัง (Expectancy) เป็นความน่าจะเป็นสำหรับการกระทำเฉพาะอย่าง ซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ต้องการ เมื่อลูกค้ามีเป้าหมายเฉพาะอย่างไม่แตกต่าง คุณค่าความพอใจในผลลัพธ์เท่ากับศูนย์ ถ้าลูกค้าไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้ ผลลัพธ์คือ ไม่มีการจูงใจ นอกจากนี้ลูกค้าจะไม่มีการจูงใจให้บรรลุเป้าหมาย ถ้าความคาดหวังเป็นศูนย์หรือติดลบ อำนาจในการกระทำบางสิ่งขึ้นกับทั้งคุณค่าและความพึงพอใจในผลลัพธ์และความคาดหวัง ยิ่งไปกว่านั้น สิ่งจูงใจได้ถูกกำหนดให้บรรลุความต้องการนั้น เช่น พนักงานเต็มใจทำงานหนักเพื่อให้ได้ค่าตอบแทน สิ่งที่น่าสนใจของทฤษฎีนี้คือการระลึกถึงความสำคัญของความต้องการเฉพาะลูกค้า และการจูงใจให้เหมาะสมและเข้ากับวัตถุประสงค์ถึงลูกค้าจะมีเป้าหมายส่วนตัวที่แตกต่างจากเป้าหมายบริษัท แต่สามารถเข้ากันได้ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการจัดการโดยวัตถุประสงค์ (Management by Objective)

2.1.5 ความสำคัญและผลประโยชน์ที่ได้รับจากความพึงพอใจ

วิชัย อินทรีย์ (2544:47) กล่าวว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเรื่องที่ต้องใส่ใจเป็นอย่างยิ่ง จะสังเกตได้ว่าการบริหารจัดการในยุคปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการรีปรับระบบ (Reengineering) การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management) การบริหารคุณภาพ ISO 9000 ส่วนแต่่มุ่งเน้น ไปยังลูกค้าทั้งสิ้น (Customer Focus) เริ่มตั้งแต่ข้อกำหนดของลูกค้า (Customer Requirement) ที่จะต้องทราบ อันเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการจัดระบบขององค์กร และต้องมีการติดตาม ตรวจสอบ วัดความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อจะทราบว่า ข้อกำหนดของลูกค้าได้รับการตอบสนองครบถ้วนหรือไม่ หากลูกค้าได้รับความพึงพอใจแล้ว ก็มีได้หมายความว่า เขาจะเป็นลูกค้าตลอดไป องค์กรธุรกิจจึงต้องมีการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า ด้วยวิธีการนานา ประการ เช่น Call Center ซึ่งมีบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

ชินจิตต์ แจงเงินกิจ (2546:89-91) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นเป้าหมายขั้นต้นของการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่เป็นลูกค้าปัจจุบัน ลูกค้าคาดหวังและลูกค้าเก่าที่หายไปเนื่องจากไม่พอใจสินค้าหรือการบริการ หรือพบว่าบริษัทไม่เอาใจใส่ลูกค้าเท่าที่ควร และถ้าหากสภาพแวดล้อมในตลาดขณะนั้นมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง บริษัทต้องเสนอสิ่งที่ดีกว่าความพอใจ (More than Satisfied) หรือนำเสนอคุณค่าแก่ลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Superior Customer Value) จึงสามารถอยู่รอดในธุรกิจได้ และเมื่อลูกค้าส่งสัญญาณพอใจในสินค้าหรือบริการของบริษัทแล้ว บริษัทก็จะสามารถวางแนวทางในการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าในระดับที่ลึกซึ้งหรือเหนือขึ้นไปจากเดิม พฤติกรรมของลูกค้าที่เป็นสัญญาณแห่งความความพึงพอใจเหล่านี้ (Kotler, 2000:48) ได้แก่

1. ลูกค้าที่มีความพึงพอใจจะมีความจงรักภักดีในบริษัท และ/หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท เป็นระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น

2. ลูกค้าที่มีความพึงพอใจจะซื้อสินค้าหรือบริการจากบริษัทเพิ่มขึ้น ทั้งที่เป็นสินค้าในสายผลิตภัณฑ์เดิมที่เคยซื้อสินค้าและบริการ ในสายผลิตภัณฑ์อื่นๆของบริษัท ทำให้บริษัทมีโอกาสเสนอขายสินค้าสายผลิตภัณฑ์ออกไปมากขึ้น (Cross Selling) แก่ลูกค้าในกลุ่มนี้ได้

3. ลูกค้าที่มีความพึงพอใจจะพูดคุยชื่นชมสินค้าหรือบริการของบริษัทตลอดจนชื่อเสียงของบริษัทให้ลูกค้าและลูกค้าคาดหวังรายอื่นๆ

4. ลูกค้าที่มีความพึงพอใจจะให้ความสนใจกับตราสินค้าและแคมเปญการสื่อสารการตลาดของกลุ่มน้อยมาก เมื่อสินค้าของบริษัทหมดไปจากชั้นวางขายสินค้าในร้านที่เคยซื้อลูกค้าเหล่านี้จะหาทางออกด้วยการไปลองซื้อสินค้านี้จากร้านค้าหรือช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นที่มีอยู่ของบริษัท

5. ลูกค้าที่มีความพึงพอใจมักจะเป็นผู้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัทเพื่อให้บริษัทนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงสินค้าหรือการบริการให้ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น

6. การเสนอขายสินค้าหรือการให้บริการลูกค้าที่พอใจ ย่อมมีต้นทุนต่ำกว่าการเสนอขายหรือให้บริการกับกลุ่มลูกค้าใหม่ เนื่องจากการเสนอขายหรือการให้บริการจะมีลักษณะเป็นขั้นตอนที่ซ้ำๆ ประสิทธิภาพการต้นทุนและรายรับที่จะเกิดขึ้นสามารถทำได้ก่อนข้างแน่นอนกว่า ต้นทุนการสื่อสารกับลูกค้ากลุ่มนี้ก็จะน้อยกว่าเนื่องจากลูกค้าจะให้ความสนใจและเปิดรับต่อข่าวสารคืออยู่แล้ว ทำให้ไม่มีต้นทุนการสื่อสารที่เกินความจำเป็น

จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าไม่ได้สิ้นสุดลงตรงนั้น แต่นำผลประโยชน์ต่าง ๆ นานามาสู่อุปกรณ์และพนักงาน ลูกค้าภายนอกรวมทั้งชุมชนในที่สุด กล่าวคือ ความพึงพอใจมีความสำคัญต่อผลประโยชน์ของกลุ่มคนต่างๆ คือ

1. ผลประโยชน์ต่อองค์การ ความพึงพอใจของลูกค้าที่สูงได้ระดับ จะช่วยให้องค์การรักษาลูกค้าเก่า ในขณะที่เดียวกันก็ดึงดูดลูกค้าใหม่ด้วย ภาพลักษณ์ขององค์การ สินค้าและบริการจะเพิ่มพูนความพึงพอใจของลูกค้าจากการสำรวจของคณะกรรมการสำรวจทางการปฏิบัติจัดการปี 1989 รายงานว่า องค์ประกอบสำคัญอันดับต้นๆ ที่กีดกันบริษัทให้ปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการก็คือความพึงพอใจของลูกค้า

เมื่อปรับปรุงคุณภาพแล้ว บริษัทก็จะยิ่งแข่งกับเขาได้ การสำรวจวิจัยครั้งนี้ สินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพกับการบริการลูกค้าในอันดับต้นของวิธีที่จะชนะคู่แข่งในทางธุรกิจ ความพึงพอใจของลูกค้า สัมพันธ์กันอย่างไรก็สอดคล้องกับการเพิ่มผลผลิตของบริษัท (วารินทร์ สินสูงสุดและวันทิพย์ สินสูงสุด. 2537:63) ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้นำไปเผยแพร่ต่อสื่อ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเพิ่มผลผลิต

=

มูลค่าเพิ่ม

จำนวนลูกจ้าง

จากสมการการเพิ่มผลผลิตสามารถปรับปรุงได้ด้วยการเพิ่มมูลค่าเพิ่ม ขณะที่การว่าจ้างคงที่ เพื่อที่จะให้มูลค่าเพิ่ม บริษัทต้องพิจารณาสัดส่วนของสมการเพิ่มผลผลิตทั้งสองส่วน ส่วนแรกคือ ลดต้นทุนการซื้อวัตถุดิบและบริการ ส่วนที่สองคือเพิ่มยอดขาย

เมื่อลูกค้าภายใน ลูกจ้างของบริษัทพึงพอใจก็จะผลิตผลผลิตออกมาสูงด้วยการให้บริการ และวัตถุดิบที่ซื้อมาน้อยลง เหตุผลคืออัตราการใช้ของสินค้าจะลดลง คุณภาพของผลผลิตจะสูงขึ้นยิ่งลงทุนในธุรกิจสูงเท่าไร การฝึกอบรมและ โครงการพัฒนาทรัพยากรบุคคลทั้งหลายก็จะยิ่งช่วยให้ยอดขายของบริษัทก็จะเพิ่มขึ้น ไปตามกัน ทำให้สมการของการเพิ่มผลผลิตครบถ้วนสมบูรณ์ ดังนั้น โดยการสร้างความพึงพอใจทั้งสองฝ่ายแก่ลูกค้าภายในและลูกค้าภายนอก บริษัทจะเพิ่มมูลค่าเพิ่มอันเป็นผลให้การเพิ่มผลผลิตของบริษัทเพิ่มขึ้น

2. ผลประโยชน์ต่อผู้ปฏิบัติงาน ด้วยยอดขายที่เพิ่มขึ้นและผลผลิตที่สูงขึ้น ผู้ปฏิบัติงานก็จะได้รับผลประโยชน์โดยได้ส่วนแบ่งจากผลกำไร และในระหว่างการปฏิบัติศิลปะแห่งการสร้าง ความพึงพอใจของลูกค้า ผู้ปฏิบัติงานก็ได้พัฒนาทัศนคติของการทำงานที่ดี เช่น ความสำนึกใน คุณภาพ ความตรงต่อเวลา ความเห็นอกเห็นใจคนอื่น ทัศนคติเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ในทุก สถานการณ์

3. ผลประโยชน์ต่อลูกค้าภายนอกและชุมชน นอกจากได้รับความพึงพอใจที่สัมผัสไม่ได้ จากสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ลูกค้าภายนอกยังได้รับผลประโยชน์เพราะว่าได้คุณค่าสูงกว่า จำนวนเงิน และชุมชนยังได้รับประโยชน์เมื่อองค์การดำเนินกิจกรรมที่คืนกำไรสู่ชุมชน

ลูกค้าที่มีความพึงพอใจเหล่านี้เองที่เป็นสินทรัพย์ที่มีค่าที่องค์การต้องรักษาไว้ Peack, et. Al. (1999:47) ชี้ให้เห็นว่าการรักษาลูกค้าปัจจุบันไว้ได้ ทำให้ความสามารถในการทำกำไรของ บริษัทเพิ่มขึ้นอันเป็นผลมาจากยอดขายที่เข้ามาอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขาย ให้ลูกค้ากลุ่มนี้มีแนวโน้มลดลง

2.1.6 ความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค

การจะบรรลุถึงความพึงพอใจของลูกค้า ลำดับแรกต้องค้นหาว่าลูกค้าต้องการอะไร แล้วก็ ตอบสนองตามความต้องการนั้นๆ แม้ลูกค้าต่างคนจะแตกต่างกัน มีระดับความสำคัญและระดับ ความต้องการแตกต่างกัน (วารินทร์ สตินสูงสุด และวันทิพย์ สตินสูงสุด, 2537:32-35) คือ

1. โครงเค้าแห่งความต้องการสินค้าและบริการ อย่างน้อยที่สุดลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับ สินค้าที่ตรงกับความต้องการของเขาโดยไม่บกพร่องไม่ว่าทางใดทั้งสิ้น ความต้องการนั้นเป็น มาตรฐานทางอุตสาหกรรมที่สำนักงานมาตรฐานสินค้ากำหนดไว้ ความต้องการที่ลูกค้าระบุไว้ก็ ต้องบริการให้ลูกค้าได้ครบคล้ายคังหน่วยงานสำรวจต้องหาข้อมูลมาให้ได้ตามวัตถุประสงค์ของ ลูกค้า

2. ราคาแข่งขัน ความพึงพอใจของลูกค้าผูกติดอยู่กับราคาสินค้าและบริการด้วยเช่นกัน เช่น สินค้าและบริการ 2 ชนิดที่มีคุณภาพเท่ากัน ลูกค้าจะเลือกซื้ที่ราคาต่ำกว่า ในด้านตรงกันข้าม ถ้าสินค้าหรือบริการ 2 ชนิดที่มีคุณภาพแตกต่างกัน ลูกค้ายินดีจ่ายราคาสูงขึ้นสำหรับคุณภาพสูงกว่า สำหรับลูกค้า ราคานั้นเป็นส่วนแข่งขัน โดยการสำรวจของคณะกรรมการเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ รายงานว่า 66 เปอร์เซ็นต์ ให้คะแนนคุณภาพของสินค้าและบริการว่ามีความสำคัญมากกว่าราคา

3. คุณภาพและความเชื่อถือได้ ลูกค้าต้องการสินค้าที่มีใช้สวยงามแต่ยังต้องการใช้อย่างคุ้มค่าและทนทาน ลูกค้าคาดหวังที่จะได้รับบริการที่เชื่อถือได้และคุณภาพสูง

4. การส่งมอบ วิธีการส่งมอบสินค้าหรือบริการที่ไ้ได้นานระยะเวลาหนึ่ง ลูกค้าหวังจะได้รับบริการหลังการขายที่ดี ลูกค้าอยากได้รับความมั่นใจว่า ถ้าเขาจำเป็นต้องความช่วยเหลือขึ้นมาก็ต้องได้รับการช่วยเหลือในทันที

ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการก็เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งผู้บริโภคจะมีการประเมินผลลัพธ์ที่ได้จากการซื้อเปรียบเทียบกับความคาดหวัง ถ้าผลลัพธ์ตรงกับที่คาดหวังไว้ ผู้บริโภคก็จะได้รับความพึงพอใจ หนึ่งความต้องการมีรากฐานมาจากจิตใจสำนึกในตัวผู้บริโภคแต่ละคน เมื่อผู้บริโภคจะพยายามหาหนทางที่จะตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งอับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ (วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. 2547 : 64 -67)

1. ความต้องการด้านร่างกาย
2. ความต้องการความปลอดภัย
3. ความต้องการความยอมรับ (ความรัก)
4. ความต้องการการยกย่อง-นับถือ
5. ความต้องการความสำเร็จในชีวิต

สำหรับเรื่องความคาดหวังของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคจะมีความคาดหวังต่อบริการแต่ละประเภทต่างกัน โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริโภค ดังนี้

1. ความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (Personal Needs) ลูกค้าแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะตัว มีพฤติกรรม และอยู่ในสภาพการณ์ที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ลูกค้าแต่ละรายอาจมีความต้องการพื้นฐานที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งความต้องการพื้นฐานนี้อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำหน้าที่กำหนดระดับความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจบริการ

2. ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) แบ่งออกเป็น

- ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าเก่าที่เคยมาใช้บริการ กล่าวคือ “แต่ก่อนลูกค้าเคยได้รับบริการอย่างไร ปัจจุบันและในอนาคตลูกค้าก็คาดหวังว่าจะต้องได้รับบริการอย่างนั้น”
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ประสบการณ์จากการใช้บริการของกลุ่มแข่งขัน กล่าวคือ ลูกค้านางรายอาจเคยใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่นในคลาตามาก่อน ลูกค้าก็จะนำระดับการให้บริการนั้นมาตั้งเป็นความคาดหวังต่อผู้ให้บริการรายใหม่ที่ตนกำลังจะไปใช้บริการ

3. การสื่อสารถึงลูกค้าในรูปแบบต่างๆ (Communication) แบ่งออกเป็น

การสื่อสารทางการตลาดสู่ผู้บริโภค การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย รวมถึงการสื่อสารทางการตลาดรูปแบบอื่นๆ ที่ไปถึงตัวผู้บริโภค ได้แสดงบทบาทสำคัญในการสร้างความคาดหวังขึ้นในใจของผู้บริโภค

การสื่อสารจากองค์กรประกอบภายในองค์กร แบ่งออกเป็น

- อัตราค่าบริการ ปัจจุบันนี้มีอิทธิพลอย่างยิ่งสำหรับผู้บริโภคในการกำหนดระดับความคาดหวังที่มีต่อธุรกิจบริการ ซึ่งลูกค้าย่อมต้องมีความคาดหวังสูงสำหรับบริการที่มีอัตราค่าบริการที่สูง และมีความคาดหวังต่ำต่อบริการที่มีอัตราค่าบริการที่ต่ำ

- การตกแต่งสถานที่ทั้งภายในและภายนอก สิ่งอำนวยความสะดวก และอุปกรณ์ในการให้บริการ ปัจจัยเหล่านี้ก็มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคเช่นกัน ซึ่งแน่นอนว่าสถานบริการที่หรูหรา มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และอุปกรณ์ที่ทันสมัย จะส่งผลให้ระดับความคาดหวังที่ลูกค้ามีต่อบริการสูงขึ้นตามไปด้วย

4. ปัจจัยทางสถานการณ์ (Situational Factors) กล่าวคือ สถานการณ์หรือจังหวะโอกาสที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดระดับความคาดหวังของลูกค้า

5. ลูกค้าบอกกันแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth Communication) การที่ลูกค้ามีการสื่อสารถึงกันเองเกี่ยวกับบริการทั้งในทางที่ดีและในทางที่ไม่ดี ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความคาดหวัง

2.1.7 การบรรลุถึงความพึงพอใจของลูกค้า

เพื่อช่วยให้บรรลุถึงความพอใจของลูกค้า ทุกคนในองค์กรต่างมีบทบาทไม่ว่าจะเป็นตัวแทนบริษัท ลูกจ้าง ผู้ปฏิบัติงานหรือลูกค้าสามารถมีส่วนช่วยให้บรรลุถึงความพึงพอใจได้ดังนี้

1. ปรัชญาความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อความเป็นเลิศในการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ บริษัทจะต้องยึดมั่นในปรัชญานี้ โดยการบรรจุอยู่ในพันธกิจหรือวัตถุประสงค์ของบริษัทก่อน ควรจะสื่อสารเรื่องความสำคัญของการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้แก่ลูกจ้างทุกคนได้รับรู้และเข้าใจ ตั้งแต่ระดับบนถึงระดับล่าง เพื่อทุกคนได้มีส่วนร่วมในคำมั่นสัญญา ทุกคนจะได้เข้าใจว่า ความมุ่งมั่นในการทำงานถึงที่สุดแล้วขึ้นอยู่กับความสามารถของพวกตนที่จะช่วยบริษัทสนองตอบความต้องการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

2. ความคาดหวังและความต้องการของลูกค้า ก่อนทำการปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทจะต้องค้นหาความคาดหวังและความต้องการของลูกค้าก่อน เช่น บริษัทอุตสาหกรรม

สามารถลงมือสำรวจก่อนการผลิตกับทั้งจัดตั้งหน่วยรับเสียงสะท้อนกลับที่จะรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับสินค้า ด้วยเสียงสะท้อนกลับ ที่มอดอกแบบผลิตภัณฑ์สามารถออกแบบสินค้าให้ตรงตามความประสงค์ของลูกค้า

คณะสำรวจการปฏิบัติการบริหารของคณะกรรมการเพิ่มผลผลิตแห่งสิงคโปร์ 1989 ระบุว่า บริษัทต่างๆ ร้อยละเจ็ดสิบห้าตระหนักถึงเสียงสะท้อนกลับดังกล่าวว่า เป็นวิถีทางสำคัญในการทำยุทธศาสตร์การตลาดของตนเข้มแข็งขึ้น ในอีกด้านหนึ่ง บริษัทที่ลงมือให้ความพึงพอใจแก่ลูกค้า โดยไม่รู้ถึงความชอบพอของลูกค้า อาจจะไล่ลูกค้าที่มีอยู่และลูกค้าสำคัญก็ได้

3. การกำหนดมาตรการและมาตรฐานความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อชี้นำให้ผู้ปฏิบัติงานบรรลุถึงความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทควรตั้งมาตรฐานและปฏิบัติงานให้ถึงมาตรฐานที่วางไว้นั้น

4. การนิเทศแก่ผู้ปฏิบัติงาน ถ้าผู้ปฏิบัติงานพึงพอใจ การส่งผ่านความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าก็ง่ายขึ้น การทำการปฐมนิเทศที่มีประสิทธิภาพเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานรู้สึกมีความสำคัญและต้อนรับด้วยความยินดี ผู้ปฏิบัติงานจะนำความรู้สึกเช่นนี้ไปทำให้ลูกค้ามีความสำคัญและต้อนรับด้วยความยินดี การปฐมนิเทศยังเป็นเวลาที่จะถ่ายทอดปรัชญาของบริษัท ความพึงพอใจของลูกค้าแก่ผู้ปฏิบัติงานอีกด้วย

5. การฝึกอบรม นอกจากรับสมัครคนให้ถูกต้องเหมาะสมแล้ว บริษัทยังจะเป็นที่ฝึกฝนผู้ปฏิบัติงานซ้ำแล้วซ้ำอีก การฝึกอบรมช่วยให้ลูกจ้างหรือผู้ปฏิบัติงานมีความรู้และมีประสิทธิภาพในการทำงานและยังช่วยพัฒนาทักษะในการรับใช้ลูกค้าอีกด้วย

6. การมีส่วนร่วมของพนักงาน บริษัทควรให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในทุกด้าน เช่น ในการจัดตั้งมาตรฐานดัชนีความพึงพอใจของลูกค้า ลูกจ้างมีส่วนร่วมในการชี้ชัดแก่บริษัท

7. การยอมรับนับถือ ในการโน้มน้าวให้ผู้ทำงานเป็นผู้ยึดลูกค้าเป็นหลัก คนที่สนับสนุนการปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้า ควรได้รับการยอมรับนับถือ อาจจะอยู่ในรูปคำพูด รางวัล หรือการปรับตำแหน่ง

2.1.8 วิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า

องค์การที่ดีจำเป็นต้องหมั่นติดตามความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา (กิตติ บุญนาค. 2541 : 51-54) และดำเนินการอย่างเป็นระบบ มีแบบแผนในการประเมินที่เหมาะสม ซึ่งกรอบแนวคิดที่สำคัญที่ควรใช้ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ควรประกอบไปด้วยหลักการ 10 ข้อดังนี้

1. ผู้บริหารระดับสูงสุดและบุคลากรในองค์กรต้องใจกว้าง และยอมรับว่าการประเมินความพึงพอใจจากลูกค้าเป็นเรื่องจำเป็น

2. การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ถ้าเป็นไปได้ควรกระทำจากหน่วยงานภายนอกองค์กร เพราะคณะผู้วิจัยจำเป็นต้องปราศจากความเกรงใจในการนำเสนอผลการประเมิน มิฉะนั้นแล้ว การวิจัยอาจไม่น่าเชื่อถือ แต่ในบางองค์กรหน่วยวิจัยค่อนข้างมีความจะเป็นอิสระสูง ก็อาจใช้หน่วยงานวิจัยภายในเป็นผู้ประเมินก็ได้

3. องค์กรจะต้องกำหนดมิติของการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าให้ครอบคลุมทุกมิติที่ต้องการทราบ ซึ่งอย่างน้อยที่สุดควรครอบคลุมมิติต่างๆ ดังนี้

- มิติด้านการประสานงาน มีความคล่องตัวมากน้อยเพียงใด ความกระฉับกระเฉงเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ มีความล่าช้า รวดเร็วเพียงใด ฯลฯ

- มิติด้านระบบงาน มีความซับซ้อนหรือไม่ ลูกค้าพอใจแค่ไหน ในระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับระบบงานภายใน ฯลฯ

- มิติด้านมนุษยสัมพันธ์ และอัธยาศัย การพูดจา และสามารถชี้แจงต่อลูกค้าได้

- มิติด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ สินค้ามีคุณภาพตรงกับข้อตกลงหรือข้อกำหนดหรือไม่ อายุการใช้งานเป็นอย่างไร เหมาะสมแค่ไหน ฯลฯ

- มิติด้านการบริการหลังการขาย เรื่องนี้สำคัญมาก ควรติดตามลูกค้าว่าหลังซื้อไปแล้วความพอใจเป็นอย่างไร อยากให้ช่วยอะไร อยากให้ปรับปรุงอะไร ฯลฯ

4. หน่วยงานวิจัย ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า จะต้องใช้ระเบียบวิธีการวิจัยให้มีหลักการที่ถูกต้องและเหมาะสม นักบริหารระดับสูงของไทย หรือแม้แต่เจ้าขององค์กรภาคเอกชน มักไม่ทราบว่า มีระเบียบวิธีการวิจัย ตั้งแต่ในเรื่องของการทบทวนวรรณกรรม ตัวแปรอิสระ ตัวแปรตาม การสุ่มตัวอย่าง การสร้างมาตรวัดที่ถูกต้อง การใช้สถิติที่เกี่ยวข้อง การแปรผลข้อมูล ฯลฯ หากนักบริหารระดับสูงไม่สนใจในสิ่งเหล่านี้ อาจทำให้ผลของการวิจัยไม่น่าเชื่อถือ

5. หน่วยงานวิจัยต้องนำเสนอข้อเสนอเค้าโครงการวิจัยให้แก่ผู้บริหารระดับสูง หรือระดับกลางขององค์กรได้พิจารณาก่อน โดยการนำเสนอจะต้องมีเอกสารประกอบ มีการอธิบาย โดยคณะผู้วิจัยจะต้องนำเสนอให้เป็นรูปธรรม เพื่อให้ผู้บริหารเกิดความมั่นใจในคุณค่าของงานวิจัย ความพึงพอใจของลูกค้า รวมทั้งผู้บริหารอาจมีข้อเสนอแนะปรับปรุงข้อเสนอโครงการวิจัยนั้นๆ ด้วย ถ้ามีก็ต้องกำหนดให้ปรับปรุงแก้ไข ก่อนลงมือประเมินผลในภาคสนาม

6. การรักษาวเวลาของการประเมินผลจะต้องทันเวลา คณะผู้วิจัยต้องพยายามรักษาแผนของเวลา โดยเฉพาะการรายงานผลของการวิจัย เพราะองค์กรต้องเอาผลของความพึงพอใจของลูกค้าไปกำหนดนโยบายแผนงาน โครงการแนวปฏิบัติใหม่ๆ เพื่อให้ทันต่อการแข่งขัน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

7. คณะผู้วิจัยจะต้องทำบทที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะให้องค์กร ได้รับทราบด้วยนักวิจัยที่ดี เมื่อได้ผลของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์แล้ว จำเป็นอย่าง

ยี่งที่จะต้องจัดทำข้อเสนอแนะให้แก่องค์กรด้วยว่า เรื่องอะไรบ้างที่ความจะปรับปรุงแก้ไข และควรจะดำเนินการปรับปรุงแก้ไขอย่างไร จึงจะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้

8. ผู้บริหารระดับต่างๆขององค์กร จะต้องไม่เอาผลของการวิจัยไปสร้างความขัดแย้งแต่ควรนำเอาไปใช้ในเชิงสร้างสรรค์ บ่อยครั้งที่นักบริหารในองค์กร ไม่ค่อยยอมรับความจริงในผลการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า อาจทำให้เกิดการโต้แย้งซึ่งตรงนี้ต้องอาศัยเหตุผลแบบประนีประนอมและใจเย็นซึ่งกันและกันพอควร

9. การจัดทำแนวทางการปรับปรุงแก้ไขเพื่อพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้า ต้องอาศัยการระดมความคิดเห็นจะเป็นสิ่งที่ดีที่สุด แต่ต้องอย่าหลงประเด็นหรือลืมนำว่าลูกค้าต้องการอะไรแน่

10. การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ต้องกระทำอย่างน้อยที่สุดปีละหนึ่งครั้ง เว้นแต่องค์กรนั้นๆอยู่ในภาวะที่ต้องแข่งขันกับภายนอกแรงมาก ก็อาจจะประเมินมากกว่าหนึ่งครั้งได้ แต่ต้องไม่ทำให้ลูกค้าเกิดความรำคาญจนเกินไป

เครื่องมือในการติดตามและการวัดความพึงพอใจของลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541: 47-48) เป็นวิธีการที่จะติดตาม วัดและค้นหาความต้องการของลูกค้าโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า บริษัทที่ยึดปรัชญาหรือแนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) ที่มุ่งความต้องการของลูกค้าจะมีจุดมุ่งหมายที่การสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีปัจจัยที่ต้องคำนึงคือ

1. วิธีการสร้างความพึงพอใจจะทำโดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือการเพิ่มบริการและจุดเด่นให้ลูกค้าซึ่งสิ่งนี้จะมีผลทำให้กำไรของบริษัทลดลง
2. บริษัทจะต้องสามารถสร้างกำไร โดยวิธีใดวิธีหนึ่ง เช่น ลงทุนมากขึ้นหรือมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ถือว่ามีผลกระทบทั้งรายได้และต้นทุนของบริษัท

วิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า สามารถทำได้โดยวิธีต่างๆดังนี้

1. ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and suggestion systems) เป็นการหาข้อมูลของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของ บริษัท ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงาน รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆที่ธุรกิจนิยมใช้ ได้แก่ ธนาคาร โรงแรม โรงพยาบาล ภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า ฯลฯ ธุรกิจเหล่านี้ใช้เพื่อรับความคิดเห็นของลูกค้า

2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction surveys) ในกรณีนี้จะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เครื่องมือที่ใช้มากคือการวิจัยตลาด วิธีนี้บริษัทจะต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า โดยทั่วไปแล้วลูกค้าไม่สนใจจะเลือกวิธีแรก ลูกค้าส่วนใหญ่จะเปลี่ยนไปซื้อผู้ขายรายอื่นแทนที่จะแนะนำ ดิชม ให้บริษัทซึ่งเป็นผลทำให้บริษัทต้องสูญเสียลูกค้า เทคนิคต่างๆที่ใช้สำรวจความพึงพอใจของลูกค้าคือ

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การให้คะแนนความพึงพอใจของลูกค้า (Rating Customer Satisfaction) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยอยู่ในรูปของการให้คะแนน เช่น ไม่พอใจอย่างยิ่ง ไม่พอใจ ไม่แน่ใจ พอใจ พอใจอย่างยิ่ง

- การถามโดยตรงกับลูกค้าว่าได้รับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์และบริการหรือไม่อย่างไร

- การถามให้ลูกค้าระบุปัญหาจากการใช้ผลิตภัณฑ์ การบริการและเสนอแนะประเด็นต่างๆ ที่จะแก้ไขปัญหาที่เรียกว่า การวิเคราะห์ปัญหาของลูกค้า (Problem analysis)

- เป็นการถามลูกค้าเพื่อให้คะแนนคุณสมบัติต่างๆและการทำงานของผลิตภัณฑ์ เรียกว่าเป็นการให้คะแนนการทำงานของผลิตภัณฑ์ (Product performance rating) วิธีนี้จะช่วยให้ทราบถึงจุดอ่อนจุดแข็งของผลิตภัณฑ์

- เป็นการสำรวจความตั้งใจในการซื้อซ้ำของลูกค้า (Repurchase intention)

3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย (Ghost shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพ ให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่งชั้นพร้อมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป (Lost customer analysis) ในกรณีนี้จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น เช่น บริษัท IBM ได้ใช้กลยุทธ์นี้เพื่อทราบถึงสาเหตุต่างๆ ที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนแปลง เช่น ราคาสูงเกินไป บริการไม่ดีพอ ผลิตภัณฑ์ไม่น่าเชื่อถือ รวมทั้งอาจจะศึกษาถึงอัตราการสูญเสียลูกค้าด้วย

2.2 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการบริการ

2.2.1 ความสำคัญของการบริการ

การประกอบธุรกิจในปัจจุบัน คุณภาพของสินค้าแต่เพียงอย่างเดียวมิได้ประกันความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจเช่นที่ผ่านมา เพราะตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในสายตาของผู้บริโภคนับวันจะไม่แตกต่างกัน ด้วยความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการและเทคโนโลยีเกี่ยวกับการผลิตที่ใกล้เคียงกัน และสินค้าที่เสนอขายในตลาดมิให้เลือกซื้อตามความพอใจมากขึ้น ผู้บริโภคสมัยใหม่จึงหันมาพิจารณาและให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการควบคู่ไปด้วย ทำให้ผู้ประกอบการและฝ่ายบริหารธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใด จำเป็นต้องหันมาให้ความสนใจพิเศษกับการบริการลูกค้ามากยิ่งขึ้นเพื่อให้ธุรกิจดำรงอยู่และเจริญก้าวหน้าต่อไป ด้วยเหตุนี้การบริการได้เข้ามามีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินงานในวงการธุรกิจนี้เป็นอย่างมาก ธุรกิจซื้อขายสินค้าทั่วไปหลายประเภทได้เพิ่มแผนกบริการเพื่อดูแลจัดการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่างๆแก่ลูกค้าโดยเฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นการบริการก่อนการขาย

การบริการระหว่างการขาย และการบริการหลังการขาย ทั้งยังมีการประกอบธุรกิจบริการที่มุ่งขาย บริการเป็นสินค้าหลักแพร่หลายมากขึ้น จะเห็นได้ว่าภาพพจน์ของธุรกิจสมัยใหม่ได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่มุ่งเพียงขายสินค้าที่ผลิตได้ให้หมดไป เป็นการมองถึงความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคและหาทางตอบสนองความพอใจให้แก่ลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น (จิตคณันท์ เดชะคุปต์. 2544:5)

2.2.2. ความหมายของการบริการ

การบริการ (service) มีความหมายอยู่ 2 ระดับ ได้แก่ความหมายในระดับพฤติกรรม (behavior approach) และความหมายในระดับสถาบัน (institutional approach) ดังชุมชนะ รุ่งปัจฉิม และคณะ.2538:181

ความหมายในระดับพฤติกรรมเป็นการมุ่งพิจารณาถึงการบริการในฐานะที่เป็นกระบวนการในการปฏิบัติหรือลงมือกระทำในเรื่องหนึ่งเรื่องใดโดยมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ในแง่นี้การบริการจึงเป็นการพบปะสังสรรค์หรือการที่การกระทำระหว่างกันของผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ซึ่งเป็นความหมายที่เน้นความสำคัญของการบริการในฐานะที่เป็นกิจกรรมที่มีการเคลื่อนไหว (motion activity)

ความหมายในระดับสถาบัน เป็นการมุ่งพิจารณาถึงการบริการในฐานะที่เป็นการประกอบธุรกิจบริการหรืออุตสาหกรรมบริการ (service industry) ซึ่งถือว่าเป็นสถาบันทางสังคมสถาบันหนึ่ง (service as a social institution) ซึ่งมีบทบาทและหน้าที่ต่อสังคมในด้านต่างๆ (social function) ตามลักษณะการจัดแบ่งหมวดหมู่ของการบริการออกตามประเภทหรือกลุ่มของกิจกรรมที่มีส่วนสัมพันธ์ ซึ่งในแง่นี้การบริการตามความหมายที่สองจะมีขอบเขตกว้างกว่าในความหมายแรก หรืออีกนัยหนึ่งอาจกล่าวได้ว่าการบริการตามความหมายในระดับพฤติกรรมเป็นเพียงส่วนหนึ่งของความหมายระดับสถาบัน

ปลายฝัน สุขารมย์ (2536:12) กล่าวว่า บริการ หมายถึง การกระทำที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ การให้ความช่วยเหลือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

สมชาย กิจยรรยง (2537:42) กล่าวถึง การบริการเป็นกระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อผู้อื่น ดังนั้นผู้ที่ทำให้บริการจึงควรมีคุณสมบัติที่สามารถจะอำนวยความสะดวกและทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข

พจนานุกรมฉบับ Student Dictionary ของ The American Heritage (1994:864) ได้ให้ความหมายของคำว่าบริการ (service) ว่าหมายถึงการทำงานหรืออาชีพทำเพื่อบุคคลอื่น

โดยสรุปแล้ว การบริการหมายถึงกิจกรรมที่บุคคลได้ปฏิบัติเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความจำเป็นของลูกค้าและทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ

ประเภทของการบริการ จากการให้ความหมายข้างต้นจะเห็นได้ว่า ธุรกิจบริการนั้นมากมาย แขนงนอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว เป็นต้นว่า การบริการด้านการเงินธนาคาร การบริการบัญชี

การบริการด้านกฎหมาย การบริการทางการศึกษา การบริการด้านความบันเทิง อย่างไรก็ตามบรรดาธุรกิจบริการเหล่านั้น ซึ่ง ชูษณะ รุ่งปัจฉิมและคณะ (2538:181) ได้จำแนกความแตกต่างโดยคำนึงถึงเป้าหมายของการบริการเป็นสำคัญแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

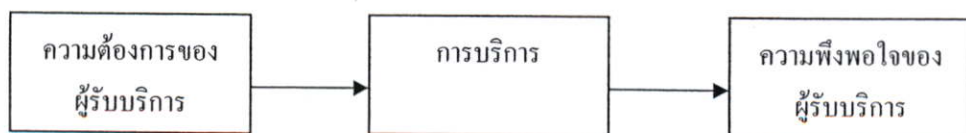
1. การบริการทางด้านธุรกิจ (business service) ซึ่งหมายถึง การบริการที่มีลักษณะการดำเนินงานในเชิงธุรกิจมุ่งแสวงหากำไรเป็นสำคัญ การบริการในลักษณะนี้มักจะอยู่ภายใต้การดำเนินงานขององค์กรบริษัทและห้างร้านของเอกชน เช่น การบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ การบริการเคเบิลทีวี เป็นต้น

2. การบริการสาธารณะ (public service) ซึ่งหมายถึง การบริการที่มีลักษณะการดำเนินการโดยระบบราชการมุ่งประโยชน์สุขและสวัสดิภาพของประชาชนในสังคมเป็นสำคัญ การบริการในลักษณะนี้ได้แก่ การบริการของหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐ เช่น การบริการสาธารณสุข การบริการสังคมสงเคราะห์ เป็นต้น

องค์ประกอบของการบริการ อุตสาหกรรมบริการนั้นมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลในหลายฝ่ายซึ่งต่างฝ่ายก็มีความสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดการบริการ ชูษณะ รุ่งปัจฉิมและคณะ (2538:181) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบสำคัญของการบริการว่าประกอบไปด้วย 3 ส่วนคือ

1. ผู้ให้บริการ ซึ่งในที่นี้หมายถึง ทั้งองค์กรที่ประกอบธุรกิจบริการและบุคลากรหรือพนักงานที่ทำหน้าที่ในการให้บริการ
2. กระบวนการในการให้บริการ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือการให้บริการ
3. ผู้รับบริการ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ก็ยังมีความแตกต่างกันไปตามประเภทของการบริการ ยกตัวอย่างในเรื่องผู้รับบริการ หากเป็นการบริการสาธารณะ ผู้รับบริการก็มักหมายถึงประชาชนทั่วไป ในขณะที่การบริการทางด้านธุรกิจก็จะหมายถึงเฉพาะผู้ที่มาซื้อบริการนั้นๆ

ซึ่งสอดคล้องกับที่ ชูษณะ รุ่งปัจฉิมและคณะ (2438:193) ที่ได้เปรียบเทียบให้เห็นว่าความต้องการของผู้รับบริการเปรียบเทียบกับปัจจัยนำเข้า (input) ที่ผู้ประกอบการจะต้องเอาใจใส่และคำนึงถึงอย่างมาก โดยการให้สิ่งที่ดีที่สุดแก่พวกเขาเพื่อให้พวกเขา กลับออกไป พร้อมด้วยความสุขและความพึงพอใจ (output) อันจะนำมาซึ่งความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจนั้น ดังรูปที่ 2.4



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่รูปที่ 2.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการกับการบริการ ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มา : ชูษณะ รุ่งปัจฉิมและคณะ (2538:193) และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากเงื่อนไขทางสังคมที่มีภาวะการแข่งขันในการบริการอย่างรุนแรงในปัจจุบันจึงมีปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องต่อการบริการ ดังเช่น ชูษณะ รุ่งปัจฉิมและคณะ. (2538:188) ได้สรุปว่าเนื่องจากในปัจจุบันเป็นยุคที่เราเรียกว่ายุคโลกาภิวัตน์หรือยุคไร้พรมแดนที่การเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเกิดขึ้นในประเทศใดหรือภูมิภาคหนึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อประเทศอื่นและภูมิภาคอื่นด้วย ดังนั้นปัจจัยเหล่านี้จึงไม่ได้ดำรงอยู่โดยลำพังแต่กลับจะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันตามลักษณะของประเภทปัจจัยอยู่ตลอดเวลา

รัชยา กุลวานิชไชยนันท์ (2535:13-15) ได้กล่าวว่างานบริการต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 3 ประการ คือ

1. คุณภาพของทรัพยากร ต้องเลือกใช้ภาษา สัญลักษณ์ต้องสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจกันได้เป็นอย่างดี เลือกสรรแล้วว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้และมีคุณภาพ
2. คุณภาพของบุคคลของบุคลากรผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องมีความรอบรู้ในการบริการนั้นเป็นอย่างดี
3. การสื่อสาร เช่น การสื่อสารระหว่างผู้ใช้บริการ แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ

ลักษณะของการบริการ หมายถึงการกระทำที่แสดงถึงการให้ความช่วยเหลือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ในส่วนของภาครัฐที่จะให้บริการต่อประชาชน พร้อมทั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้แล้วเสร็จโดยเร็ว เป็นลักษณะของผู้ให้บริการที่ดี

Carson (1963:12-14) ได้อธิบายลักษณะการบริการที่พบอยู่เสมอ คือ

1. จุดมุ่งหมายของการบริการ คือการให้บริการประชาชนโดยทั่วไป ซึ่งยากที่จะวัดประสิทธิภาพ และผลสำเร็จในรูปของดัชนี หรือตัวเลขแห่งผลกำไรทางเศรษฐกิจได้
2. มีการให้บริการที่สลับซับซ้อนและมีการปฏิบัติที่ยุ่งยากสับสน จนทำให้ผู้บริหารราชการในระดับสูง ต้องรับผิดชอบในผลที่จะต้องปฏิบัติจนถูกประชาชน โจมตีอยู่เสมอ
3. ผู้บริหารราชการจะต้องปฏิบัติราชการตามที่กฎหมายกำหนดไว้ และปฏิบัติราชการนอกเหนือไปจากระเบียบข้อบังคับที่กำหนดไว้ไม่ได้ อันทำให้เกิดความล่าช้าอยู่เสมอ
4. ผู้บริหารราชการสามารถใช้ดุลพินิจในการตัดสินใจได้น้อย ความเป็นอิสระในการบริหารมีจำกัดในทางกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ มติคำสั่งต่างๆ ได้ จำกัดทางเลือกของผู้บริหารราชการอยู่ตลอดเวลา การที่ผู้บริหารราชการตกอยู่ในภาวะเช่นนี้ เพราะต้องปฏิบัติตามนโยบายและแนวทางของฝ่ายการเมือง โดยเคร่งครัดรวมถึงการให้มีเสถียรภาพทางความมั่นคงปลอดภัยของประเทศด้วย
5. การบริหารราชการมักอยู่ในความสนใจของประชาชนโดยทั่วไป มีผู้ให้การวิพากษ์วิจารณ์ รวมถึงพยายามที่จะ โคนล้มผู้ที่ปฏิบัติตามระเบียบ คำสั่งที่เคร่งครัดอยู่เสมอ

Bertram (อ้างในเจริญ แก้วพรรณนา. 2542:12) พบว่าธรรมชาติของการบริการมีลักษณะ 4 ประการ คือ

1. มีลักษณะเป็นกิจกรรม การบริการมีลักษณะที่เป็นนามธรรมและมีการเคลื่อนไหวการบริการเป็นกิจกรรมของประชาชน เช่น ครู หมอ นักบริหาร เป็นต้น โดยมี “หน้าที่” หรือ “งาน” เป็นตัวชี้บ่งถึงชนิดของกิจกรรม การบริการเป็นการเคลื่อนไหวของคนหรือสิ่งของจากที่หนึ่ง ไปยังอีกที่หนึ่ง แต่หลังจากที่บริการถูกส่งออกไปแล้ว มันจะไม่มีมีการเคลื่อนไหวอีก ขณะที่มีการส่งมอบบริการจะมีการตรวจสอบไปด้วย สำหรับการตรวจสอบทำได้โดยการสังเกตพฤติกรรมหรือผลที่ได้หลังจากการให้บริการ
2. มีลักษณะที่ไม่จีรังยั่งยืน การบริการเมื่อเกิดขึ้นจะสูญหายไปทันทีทันใดแม้บางครั้งการให้บริการจะถูกกำหนดเป็นช่วงระยะเวลาสั้นบ้าง ยาวบ้าง แต่ทันทีที่มีการส่งมอบบริการมักจะถูกบริโภคไปในทันทีทันใด
3. มีการติดต่อสัมพันธ์กับผู้บริการ เนื่องจากการบริการมีลักษณะที่ไม่จีรังยั่งยืนดังนั้นการบริการจึงไม่สามารถอยู่อย่างโดดเดี่ยว จะต้องมียุทธศาสตร์ของการติดต่อกับผู้รับบริการที่มีความต้องการตรงกับบริการนั้นๆ ถ้าไม่มีลูกค้าหรือผู้บริการ เช่น ในกรณีของครูกับห้องเรียนที่ว่างเปล่านั้นไม่เรียกว่าการบริการ
4. มีขอบเขตที่ไม่ชัดเจน เป็นเรื่องยากที่จะค้นพบขอบเขตของการบริการ เนื่องจากการบริการเป็นกิจกรรม จึงมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง ทำให้เห็นไม่ชัดถึงจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุด ดังนั้นเมื่อถึงเวลาสิ้นสุดการให้บริการจะพบว่าบริการอาจถูกทำให้สำเร็จเสร็จสิ้นไปเพียงบางส่วนเท่านั้น

หลักการสำคัญของการบริการลูกค้าที่ควรปฏิบัติทั้งในองค์การของรัฐบาลและเอกชนควรยึดหลักการปฏิบัติดังนี้

1. การติดต่อเฉพาะงาน (specificity) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างลูกค้ากับหน่วยงาน จะจำกัดเฉพาะเรื่องงานเท่านั้น พนักงานไม่ควรนำเรื่องส่วนตัวนอกเหนือจากหน้าที่มาเกี่ยวข้องด้วย
2. การปฏิบัติโดยเสมอภาคเท่าเทียมกัน (universality) หมายความว่าพนักงานจะต้องปฏิบัติต่อลูกค้าโดยความเป็นธรรม ไม่ถือเอาเชื้อชาติ เช่น การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง ใครมาก่อนได้รับบริการก่อน
3. การวางตนเป็นกลาง (affective neutrality) หมายถึงพนักงานจะต้องให้บริการลูกค้าโดยไม่เอาอารมณ์ส่วนตัวเข้ามายุ่งเกี่ยวกับงาน ปฏิบัติงานด้วยเหตุผล และใช้หลักการความถูกต้อง ไม่ขู่ตะคอก หรือหาเหตุชวนวิวาทกับลูกค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รัชยา กุลวานิชไชยนันท์ (2535:14-15) กล่าวถึงหลักการบริการที่ดี คือ

1. ความเชื่อถือได้ (reliability) ประกอบด้วย
 - ความสม่ำเสมอ
 - ความพึงพอใจ
2. การตอบสนอง (responsiveness) ประกอบด้วย
 - ความเต็มใจที่จะให้บริการ
 - ความพร้อมที่จะให้บริการและการอุทิศเวลา
 - ความต่อเนื่องในการติดต่อ
 - ปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี
3. ความสามารถ (competence) ประกอบด้วย
 - ความสามารถในการให้บริการ
 - ความสามารถในการสื่อสาร
 - ความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
4. การเข้าถึงบริการ (access) ประกอบด้วย
 - ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการหรือรับบริการได้สะดวก ระเบียบ ขั้นตอนไม่ควรมากมายซับซ้อนเกินไป
 - ผู้ใช้บริการใช้เวลารอคอยน้อย
 - เวลาที่ให้บริการเป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับผู้ใช้บริการ
 - อยู่ในสถานที่ที่ผู้ให้บริการติดต่อได้สะดวก
5. ความสุภาพอ่อนโยน (courtesy) ประกอบด้วย
 - การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ
 - ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
 - ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (communication) ประกอบด้วย
 - มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ
 - มีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการ
7. ความซื่อสัตย์ (credibility) คุณภาพของพนักงานบริการ มีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
8. มีความมั่นคง (security) ได้แก่ ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมืออุปกรณ์
9. ความเข้าใจ (understanding) ประกอบด้วย
 - การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ
 - การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
 - การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

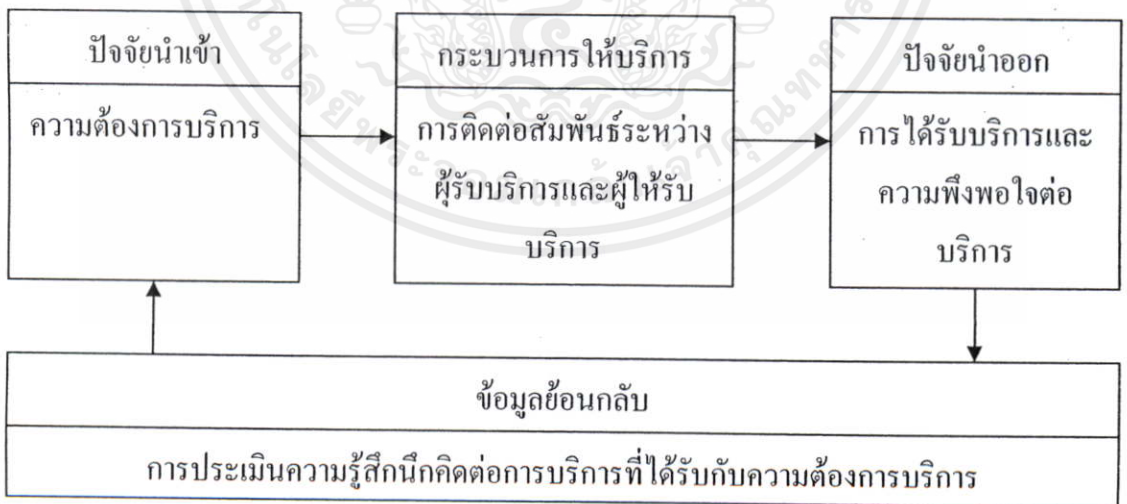
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น ลิขสิทธิ์เป็นของเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. การสร้างสิ่งเร้าที่จับต้องได้ (tangibility) ประกอบด้วย

- การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ให้พร้อมสำหรับให้บริการ
- การเตรียมอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ
- การจัดสถานที่ที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

อาจกล่าวได้ว่าการให้บริการเป็นหน้าที่สำคัญในการบริหารงานของภาครัฐ โดยเฉพาะในลักษณะงานที่ต้องมีการติดต่อสัมพันธ์กับประชาชนหรือผู้รับบริการโดยตรงโดยหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการมีหน้าที่ในการส่งต่อการบริการให้แก่ผู้รับบริการ

ซูซีย์ สมิตธิไกร (2537:7-11) ได้เสนอความเห็นว่าการบริการเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบเป็นขั้นตอนเช่นเดียวกับการดำเนินกิจกรรมอื่นๆ ในวงการธุรกิจนั้นคือมีองค์ประกอบของปัจจัยนำเข้ากระบวนการ ปัจจัยนำออก และข้อมูลย้อนกลับ โดยเริ่มต้นจากลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความต้องการบริการ (ปัจจัยนำเข้า) ความต้องการนี้เองเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้รับบริการพยายามค้นหาบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวให้ได้ ผู้รับบริการจึงจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการเพื่อแสดงความต้องการของตัวเองออกมาให้เกิดความรับรู้และมีการดำเนินการในอันที่จะสนองตอบความต้องการนั้น (กระบวนการให้บริการ) ซึ่งในท้ายที่สุดผู้รับบริการจะได้รับบริการอย่างใดอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ (ปัจจัยนำออก) ผลที่เกิดขึ้นจากการบริการที่ได้รับจะส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้รับบริการความพึงพอใจในทางบวกหรือทางลบได้ ขึ้นอยู่กับว่าความต้องการของผู้รับบริการ ได้ถูกสนองความต้องการหรือไม่เพียงใด (ข้อมูลย้อนกลับ) ดังรูปที่ 2.5



รูปที่ 2.5 กระบวนการบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ที่มา : ซูซีย์ สมิตธิไกร (2537:7-11)

2.3 ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการให้บริการ

กุลชน ธนาพงศ์ธร (2536:34) ได้ให้ความเห็นในเรื่องหลักการให้บริการที่ดี มีหลักการคือ

1. ให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของคนส่วนใหญ่
2. ให้บริการโดยยึดหลักความสม่ำเสมอ
3. ให้บริการโดยยึดหลักความเสมอภาค
4. ให้บริการโดยยึดหลักความประหยัด
5. ให้บริการโดยยึดหลักความสะดวก
6. ให้บริการโดยยึดหลักความสะอาด

หลักการให้บริการแบบครบวงจรหรือการพัฒนาการให้บริการในเชิงรุก จะต้องเป็นไปตามหลักการซึ่งอาจเรียกง่าย ๆ ว่าหลักการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจร ดังนี้

1. ยึดการตอบสนองความจำเป็นของประชาชนเป็นเป้าหมาย การบริการของรัฐในเชิงรับ จะเน้นการให้บริการตามระเบียบแบบแผนและมีลักษณะที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการดังนี้คือ

- 1.1 ข้าราชการมีทัศนคติว่าการให้บริการจะเริ่มต้นก็ต่อเมื่อ มีผู้มาติดต่อขอรับบริการ มากกว่าที่จะมองว่าตนมีหน้าที่ที่จะต้องจัดบริการให้แก่ราษฎรตามสิทธิประโยชน์ที่เขาควรจะได้รับ

- 1.2 การกำหนดระเบียบปฏิบัติและการใช้ดุลยพินิจของข้าราชการ มักเป็น ไปเพื่อสงวนอำนาจในการใช้ดุลยพินิจของหน่วยงาน หรือปกป้องตัวข้าราชการเอง มีลักษณะที่เน้นการควบคุม มากกว่าการส่งเสริม การคิดต่อราชการจึงต้องใช้เอกสารหลักฐานต่างๆ เป็นจำนวนมากและต้องผ่านการตัดสินใจหลายขั้นตอน ซึ่งบางครั้งเกินกว่าความจำเป็น

- 1.3 จากการที่ราชการมองว่าตนมีอำนาจในการใช้ดุลยพินิจและมีกฎระเบียบเพื่อเป็นเครื่องมือที่ปกป้องการใช้ดุลยพินิจของตน ทำให้ข้าราชการจำนวนไม่น้อยมีทัศนคติในลักษณะของเจ้าขุนมูลนายในฐานะที่ตนมีอำนาจที่จะบันดาลผลได้ผลเสียแก่ประชาชน การดำเนินความสัมพันธ์ จึงเป็นไปในลักษณะที่ไม่เท่าเทียมกัน และนำไปสู่ปัญหาต่างๆ เช่น ความไม่เต็มที่จะให้บริการ รู้สึกไม่พอใจ เมื่อราษฎรแสดงความเห็นโต้แย้ง เป็นต้น

ดังนั้นเป้าหมายแรกของการจัดบริการแบบครบวงจร คือ การมุ่งประโยชน์ของประชาชน ผู้รับบริการทั้งผู้ที่มาติดต่อและมาขอรับบริการและผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการเป็นสำคัญ ซึ่งมีลักษณะดังนี้ คือ

- 1.3.1 ข้าราชการจะต้องถือว่า การให้บริการเป็นภาระหน้าที่ที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องโดยจะต้องพยายามจัดบริการให้ครอบคลุม ผู้ที่อยู่ในข่ายที่ควรจะได้รับบริการทุกคน

- 1.3.2 การกำหนดระเบียบ วิธีปฏิบัติ และการใช้ดุลยพินิจ จะต้องคำนึงถึงสิทธิประโยชน์ของผู้รับอย่างสะดวกและรวดเร็ว และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.3 ข้าราชการจะต้องมองผู้มารับบริการว่ามีฐานะและศักดิ์ศรีเท่าเทียมกับตน มีสิทธิที่จะรับรู้ให้ความเห็น หรือโต้แย้งด้วยเหตุผลได้อย่างเต็มที่

2. ความเร็วในการให้บริการ สังคมปัจจุบันเป็นสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงต่างๆ อย่างรวดเร็ว และมีการแข่งขันกับสังคมอื่นๆ อยู่ตลอดเวลาในขณะที่ปัญหาพื้นฐานของระบบราชการคือ ความล่าช้าที่เกิดจากความจำเป็นตามลักษณะของการบริหารราชการเพื่อประโยชน์ส่วนรวมแห่งรัฐ แต่ในหลายส่วนความล่าช้าของระบบราชการเป็นเรื่องที่สามารถแก้ไขได้ เช่น ความล่าช้าที่เกิดจากการปิดภาระในการตัดสินใจ ความล่าช้าที่เกิดจากการกระจายอำนาจ หรือเกิดจากการกำหนดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น หรือความล่าช้าที่เกิดขึ้นเพราะขาดการพัฒนางาน หรือนำเทคโนโลยีที่ไม่เหมาะสมมาใช้ เป็นต้น ปัญหาที่ตามมาคือ ระบบราชการถูกมองว่าเป็นอุปสรรคสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้า และเป็นตัวถ่วงในระบบการแข่งขันเสรี ดังนั้นระบบราชการจำเป็นจะต้องตั้งเป้าหมายในอนาคตที่จะพัฒนาการให้บริการให้มีความรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งอาจกระทำได้ใน 3 ลักษณะ คือ

2.1 การพัฒนาราชการ ให้มีทัศนคติ มีความรู้ ความสามารถ เพื่อให้เกิดความชำนาญ มีความกระตือรือร้น และกล้าตัดสินใจในเรื่องที่ทำอยู่ในอำนาจตน

2.2 การกระจายอำนาจ หรือมอบอำนาจให้มากขึ้น และปรับปรุงระเบียบวิธีการทำงานให้มีขั้นตอนและใช้เวลาในการให้บริการให้เหลือน้อยที่สุด

2.3 การพัฒนาเทคโนโลยีต่างๆที่จะทำให้สามารถให้บริการให้เร็วขึ้น

อนึ่ง การพัฒนาความรวดเร็วในการให้บริการเป็นเรื่องที่สามารถกระทำได้ทั้งขั้นตอนก่อนการให้บริการซึ่ง ได้แก่ การวางแผน การเตรียมการต่างๆ ให้พร้อมที่จะให้บริการและนำการบริการไปสู่ผู้สมควรที่จะได้รับบริการเป็นการล่วงหน้า เพื่อป้องกันปัญหาหรือความเสียหาย เช่น การแจกจ่ายน้ำสำหรับหมู่บ้านที่ประสบภัยแล้ง หน่วยราชการไม่จำเป็นที่จะต้องรอให้มีการร้องขอ แต่อาจนำน้ำไปแจกจ่ายให้แก่หมู่บ้านเป้าหมายล่วงหน้าได้เลย การพัฒนาความรวดเร็วในขั้นตอนให้บริการ เมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการ และการพัฒนาความรวดเร็ว ในขั้นตอนภายหลังการให้บริการ เช่น การรายงาน การติดตามผล การจัดเก็บเอกสารต่างๆ เป็นต้น เพื่อให้วงจรของการให้บริการสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างรวดเร็ว ตัวอย่างเช่น การให้บริการในการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชน ซึ่งจะต้องมีการจัดส่งเอกสารหลักฐานให้ส่วนกลางเพื่อจัดทำบัตรการแจ้งย้ายปลายทาง ซึ่งสำนักทะเบียนปลายทางจะต้องรอการยืนยันหลักฐานทางการทะเบียนจากสำนักทะเบียนต้นทาง เป็นต้น

3. การให้บริการจะต้องเสร็จสมบูรณ์ เป้าหมายของการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจรอีกประการหนึ่งก็คือความสำเร็จสมบูรณ์ของการให้บริการ ซึ่งหมายถึงการเสร็จสมบูรณ์ตามสิทธิประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะต้องได้รับ โดยที่ผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อบ่อยครั้งนักซึ่งลักษณะ

ที่ดีของการให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์ก็คือ การบริการที่แล้วเสร็จในการติดต่อเพียงครั้งเดียวหรือไม่เกิน 2 ครั้ง

นอกจากนี้ การให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์ ยังหมายถึงความพยายามที่จะให้บริการในเรื่องอื่นๆ ที่ผู้มาติดต่อขอรับบริการสมควรจะได้รับด้วย แม้ว่าผู้มาขอรับบริการจะไม่ได้ขอรับบริการในเรื่องนั้นก็ตาม แต่ถ้าเห็นว่าเป็นสิทธิประโยชน์ของผู้รับบริการก็ควรที่จะให้คำแนะนำและพยายามให้บริการในเรื่องนั้นๆ ด้วย เช่น มีผู้มาขอคัดสำเนาทะเบียนบ้าน หากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการพบว่าบัตรประจำตัวประชาชนของผู้นั้นหมดอายุแล้ว ก็ดำเนินแกการจัดทำบัตรประจำตัวประชาชนใหม่เป็นต้น

4. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความกระตือรือร้นในการให้บริการเป็นเป้าหมายที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ในการพัฒนาการให้บริการเชิงรุก ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนบางส่วนยังมีความรู้สึกว่าการติดต่อขอรับบริการจากทางราชการเป็นเรื่องที่ยุ่งยาก และเจ้าหน้าที่ไม่ค่อยเต็มใจที่ให้บริการ ดังนั้นจึงมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการบริการของรัฐและต่อเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งนำไปสู่ปัญหาของการสื่อสารทำความเข้าใจ ดังนั้น หากเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการพยายามให้บริการด้วยความกระตือรือร้นแล้ว ก็จะทำให้ผู้มารับบริการเกิดทัศนคติที่ดี ยอมรับฟังเหตุผล คำแนะนำต่างๆ มากขึ้น และเต็มใจที่จะมารับบริการในเรื่องอื่นๆ อีก นอกจากนี้ ความกระตือรือร้นในการให้บริการยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริการนั้นเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีความสมบูรณ์ ซึ่งจะนำไปสู่ความเชื่อถือศรัทธาของประชาชนในที่สุด

5. การให้บริการด้วยความถูกต้องสามารถตรวจสอบได้ การพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจรนั้น ไม่เพียงแต่จะต้องให้บริการที่เสร็จสมบูรณ์เท่านั้น แต่จะต้องมีความถูกต้องชอบธรรมทั้งในแง่ของนโยบายและระเบียบแบบแผนของทางราชการและถูกต้องในเชิงศีลธรรมจรรยาด้วย ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การใช้ดุลยพินิจของข้าราชการเป็นสำคัญ เช่น ในกรณีที่มีผู้มาขออนุญาตมี และใช้อาวุธปืน นายทะเบียนจะต้องมีการสอบสวนข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความประพฤติและความจำเป็นของผู้รับบริการด้วย หรือในกรณีที่มีผู้มาขอจดทะเบียนหย่า แม้ว่านายทะเบียนจะสามารถดำเนินการให้ได้ตามประสงค์ แต่ในแง่ศีลธรรมจรรยาแล้ว ก็ควรจะมีการพูดจาไถ่เกลี้ย พูดจากับคู่สมรสเสียก่อน ดังนั้นการใช้ดุลยพินิจให้บริการประชาชนจึงต้องเป็นไปอย่างถูกต้องและสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งการตรวจสอบความถูกต้องโดยผู้บังคับบัญชา หรืออาจเป็นการตรวจสอบจากภายนอก ซึ่งที่สำคัญก็คือ ศีลธรรม และจรรยาทางวิชาชีพของตัวข้าราชการเอง

6. ความสุภาพอ่อนน้อม เป้าหมายอีกประการหนึ่งของการพัฒนาการให้บริการแบบครบวงจร คือ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อประชาชนผู้มาติดต่อขอรับบริการด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ซึ่งจะทำให้ผู้มารับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อทางราชการ อันจะส่งผลให้การสื่อสารทำความเข้าใจระหว่างกันเป็นไปได้อย่างขึ้น ความสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการนั้น จะเกิดขึ้นได้ก็โดยการ

พัฒนาทัศนคติของข้าราชการให้เข้าใจว่าตนมีหน้าที่ในการให้บริการ และเป็นหน้าที่ที่มีความสำคัญ รวมทั้งมีความรู้สึกเคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีของผู้ที่มาขอรับบริการ

7. ความเสมอภาคการให้บริการแบบครบวงจร จะต้องถือว่าข้าราชการมีหน้าที่ที่จะต้องให้บริการประชาชนโดยเสมอภาค ซึ่งจะต้องเป็นไปตามเงื่อนไขดังนี้

- การให้บริการจะต้องเป็นไปภายใต้ระเบียบแบบแผนเดียวกัน และได้รับผลที่สมบูรณภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ไม่ว่าผู้รับบริการจะเป็นใครก็ตาม หรือเรียกว่าความเสมอภาคในการบริการให้บริการ

- การให้บริการจะต้องคำนึงถึง ความเสมอภาคในโอกาสที่จะได้รับบริการด้วย ทั้งนี้ เพราะประชาชนบางส่วนของประเทศ เป็นกลุ่มบุคคลที่มีข้อจำกัด ในเรื่องความสามารถในการที่จะติดต่อขอรับบริการจากภาครัฐ เช่น มีรายได้น้อย ขาดความเข้าใจหรือข้อมูลข่าวสารที่เพียงพออยู่ในพื้นที่ห่างไกลทุรกันดาร เป็นต้น ดังนั้นการจัดบริการของทางราชการจะต้องคำนึงถึงคนกลุ่มนี้ด้วย โดยจะต้องพยายามนำบริการไปให้ผู้รับบริการตามสิทธิประโยชน์ที่คาดจะได้รับ เช่น การจัดบริการหน่วยเคลื่อนที่ต่างๆ การลดเงื่อนไขในการรับบริการให้เหมาะสมกับความสามารถของผู้รับบริการเช่น การออกบัตรสงเคราะห์ในการรักษาพยาบาลให้แก่ผู้มีรายได้น้อย การเรียกเก็บค่าปรับในอัตราที่ต่ำที่สุดตามที่กฎหมายกำหนด เมื่อเห็นว่าผู้รับบริการไม่เจตนาที่เล็งการปฏิบัติ ตามกฎหมาย แต่เป็นเพราะขาดข้อมูลข่าวสาร เป็นต้น ซึ่งอาจเรียกความเสมอภาคนี้ว่าความเสมอภาคที่จะได้รับบริการที่จำเป็นจากรัฐ (อภิชัย พรหมพิทักษ์กุล. 2540:15-20)

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาการให้บริการเชิงรุกแบบครบวงจร หรือ Package Service เป็นการให้บริการที่มีเป้าหมายที่จะให้ประชาชนได้รับบริการที่ควรจะได้รับอย่างครบถ้วนสมบูรณ์ มีความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มุ่งที่จะให้บริการในเชิงส่งเสริมและสร้างความสัมพันธ์และสร้างทัศนคติที่ดีระหว่างผู้ให้บริการและผู้มารับบริการ ตลอดจนเป็นการให้บริการที่มีความถูกต้องชอบธรรม สามารถตรวจสอบได้ และสร้างความเสมอภาคทั้งในการให้บริการและในการที่จะได้รับบริการจากรัฐ

การให้บริการของรัฐนั้นจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

1. ให้บริการที่เป็นที่พึงพอใจแก่สมาชิกสังคม ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่วัดได้หรือให้คำจำกัดความยาก แต่อาจกล่าวได้อย่างกว้างๆ ถึงองค์ประกอบที่ทำให้เกิดความพึงพอใจที่ดี

2. ให้บริการที่เท่าเทียมแก่สมาชิกสังคม

3. ให้บริการในเวลาที่เหมาะสม

4. ให้บริการโดยคำนึงถึงความมากน้อย คือให้บริการไม่มายหรือน้อยเกินไป

5. ให้บริการโดยมีการปรับปรุงให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คิดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การให้บริการ โดยมีความรับผิดชอบต่อประชาชน เป็นค่านิยมพื้นฐานสำหรับการบริการราชการในสังคมประชาธิปไตย จะต้องทำหน้าที่ภายใต้การชี้นำทางการเมืองจากตัวแทนประชาชน และต้องสามารถให้บริการที่มีลักษณะสนองตอบต่อมิตินหาชนต้องมีความยืดหยุ่นที่จะปรับเปลี่ยนลักษณะงาน หรืองานให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงได้มากที่สุด

การให้บริการเป็นสิ่งที่ทุกคนในองค์กรควรร่วมกันปฏิบัติ ไม่ใช่ของผู้ใดผู้หนึ่งเราควรร่วมกันพัฒนาให้ได้คุณภาพ ไม่จำเป็นต้องจบการศึกษาที่ดี แต่ประสบการณ์และความชำนาญในงานก็สามารถทำงานให้เกิดคุณภาพที่ดีได้ การให้บริการควรยึดหลัก “ยิ้มไว้ก่อนและปลุกกรักปรับทุกข์” ถึงแม้งานให้บริการแก่ผู้ใช้บริการโดยตรงจะไม่ใช่งานในหน้าที่ของทุกคน แต่ควรเป็นภารกิจร่วมกันเพื่อพัฒนาองค์กรให้มีทิศทางเติบโตที่ดียิ่งขึ้น (ประวิวัฒน์ อุตตุมโทย์. 2540:14)

จึงอาจสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง การกระทำที่แสดงถึงการปฏิบัติการให้ความช่วยเหลือที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ในส่วนของภาครัฐที่จะให้บริการต่อประชาชน พร้อมทั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้แล้วเสร็จโดยรวดเร็ว และลักษณะของผู้ให้บริการที่ดีควรมีบุคลิกภาพสุภาพ อ่อนน้อมเป็นกันเอง เพื่อสร้างภาพพจน์ให้เป็นที่พึงพอใจต่อผู้มารับบริการและกลับมาใช้บริการอีก

2.4 ทฤษฎีและแนวความคิดการพัฒนากิจการบริการงานบริการ

แนวความคิดการพัฒนากิจการบริการออกเป็น 2 ลักษณะ สามารถแบ่งเป็นแนวความคิดการพัฒนากิจการบริการแบบดั้งเดิมและแบบสมัยใหม่ ซึ่งมีสาระโดยสังเขปดังนี้

1. แนวความคิดการพัฒนากิจการบริการงานแบบดั้งเดิม แนวคิดนี้จะเน้นที่การเพิ่มกำไรให้แก่องค์กร เป็นสำคัญด้วยความคิด วิธีการ แนวทางในการปฏิบัติจะถูกกำหนดมาจากผู้บริหารระดับสูงขององค์กร (Top-Down assignment) ผู้อำนวยการหรือผู้จัดการเป็นผู้กำหนดทิศทางกฎระเบียบแนวปฏิบัติ พนักงานมีหน้าที่คือปฏิบัติตามที่ถูกต้องกำหนดไว้ แนวคิดแบบดั้งเดิมนี้อาจมองคุณภาพว่าเป็นสิ่งที่ต้องแลกเปลี่ยนเชิงธุรกิจ

2. แนวความคิดการพัฒนากิจการบริการแบบสมัยใหม่ จุดเน้นของการให้บริการแนวใหม่จะอยู่ที่คุณภาพของการบริการ ความเชื่อถือได้ของการให้บริการจัดส่ง (service delivery) มีความยืดหยุ่นในการผลิตการให้บริการ ให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคลขององค์กร ไม่ถือว่าเป็นต้นทุนที่ต้องเสียสินทรัพย์ไปในการรับเข้าทำงานแต่เน้นที่ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นเป้าหมายสำคัญของความอยู่รอด ความรุ่งเรืองในธุรกิจ ทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้บริหารบริการจะมุ่ง “เอาใจผู้รับบริการเป็นสำคัญ” โดยทั่วไปแล้วผู้ปฏิบัติกับผู้คิดริเริ่มเป็นคนๆ เดียวกัน ผู้บริหารให้ความสำคัญต่อนวัตกรรมสิ่งใหม่ๆ ที่จะสามารถช่วยปรับปรุงระบบการบริการขององค์กรให้ดีขึ้น ดังนั้นจึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับการฝึกอบรมและการพัฒนาเป็นอันมาก

ผู้ทำงานบริการในยุคปัจจุบันพึงให้ความสำคัญกับองค์ประกอบ 3 ประการ ดังนี้

1. ค่านิยมของผู้รับบริการ (Customer value) ผู้ทำงานบริการควรมีความรู้และความเข้าใจว่าผู้รับบริการมีข้อกำหนดมีความต้องการ มีความคาดหวังอะไรบ้าง คำว่า “คุณภาพของการบริการ” ที่ผู้รับบริการมองหาคืออะไร “ความดีกว่า - สะดวกและรวดเร็วกว่า - ราคาถูกกว่า” สามารถตอบสนองผู้รับบริการในทุกๆ โอกาส ผู้บริหารจะแสวงหากลยุทธ์เสริมสร้างคุณค่าของการบริการในสายตาของผู้รับบริการผ่านการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเสนอผลประโยชน์ที่ผู้รับบริการจะได้รับจากการใช้บริการคุ้มกับราคาหรือต้นทุนที่ผู้รับบริการต้องแลกเปลี่ยน

ผู้บริหารการบริการแนวใหม่จะถือว่าคุณค่าเกิดจากองค์ประกอบหลายประการคุณค่าเป็นผลมาจากคุณภาพของบริการที่เพิ่มขึ้น ขณะที่ใช้เวลาดลดลงและต้นทุนต่ำ นอกจากนั้นคุณค่าของผู้รับบริการยังสามารถพิจารณาได้จากคุณภาพการวัดประเมินกลุ่มเป้าหมาย การปรับท่วงท่าลีลาการทำธุรกิจ การออกแบบสินค้าและบริการ

2. การจัดระบบขององค์การบริการ (Organization system) ผู้บริการจะใช้ปัจจัยนำเข้าทรัพยากรต่างๆ ที่องค์การมี และกระบวนการต่างๆ ของการบริหารใช้เทคโนโลยีข่าวสารข้อมูล ตลอดจนการตัดสินใจเข้าช่วยส่งเสริมคุณค่าของผู้รับบริการให้ตรงกับความต้องการผู้บริหารจะเข้ามาเกี่ยวข้องมีแผนเพื่อการปรับปรุงพัฒนาความรู้ความเข้าใจของทิศทางที่พึงเปลี่ยนแปลงการมีพันธะผูกพันต่อการดำเนินการ พนักงานจะได้รับการเพิ่มอำนาจให้ปฏิบัติงานในการตัดสินใจแก้ไข ปัญหาต่างๆ แม้จะมีความคิดเห็นขัดแย้งกันในเรื่องของการงานแต่ก็สามารถผลักดันให้งานประสบความสำเร็จได้โดยมีปัญหาระหว่างบุคคลน้อยลง ลดสภาพความสัมพันธ์แบบชนะ - แพ้ให้ปรากฏมีน้อยที่สุด มีการติดต่อกันระหว่างสาขาน พนักงานให้รับรู้กลยุทธ์ของผู้บริหารในแนวทางเดียวกัน การสื่อสารในองค์การทำได้อย่างทั่วถึง

3. จะเน้นการคิดและปฏิบัติ (Creation and performance) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงในการให้บริการที่ดีกว่าเดิม ความแปลกใหม่เป็นที่ประทับใจจะไม่รอให้เกิดความจำเป็นแล้วจึงให้มีความเปลี่ยนแปลงปรับปรุง แต่จะคิดคาดคะเนแสวงหาแนวคิดปฏิบัติจากบุคคลที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะจากผู้รับบริการ เปิดรับฟังคำชี้แนะความต้องการจากพนักงานและผู้รับบริการอยู่เสมอ การตัดสินใจจะไม่ถือคนว่ามีอำนาจตามตำแหน่งแต่จะรับฟังตามความรู้และประสบการณ์มากกว่า ไม่เน้นการกำกับควบคุมแต่จะเป็นผู้ให้แนวทางกว้างๆ ในการปฏิบัติการให้บริการ

แนวคิดการบริการที่มีคุณภาพ (Total Quality Management : TQM) ค่านิยมของ TQM มีว่า Total มีความหมายว่าสมาชิกขององค์การทุกคน ทุกฝ่าย และทุกระดับขององค์การต่างก็มุ่งไปที่คุณภาพ (Quality) หมายถึง ความเป็นเลิศ (Excellence) ในทุกแง่มุมของ องค์การและการบริหาร (Management) หมายถึง การมุ่งสู่คุณภาพเป็นผลมาจากกระบวนการบริหารคุณภาพซึ่งเริ่มต้นจากกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์และครอบคลุม ไปถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารการเงิน และอื่นๆ เขามีความเห็นว่าได้รวมนิยามของคุณภาพต่างๆ ในอดีต

เอาไว้ทั้งหมด แต่มีความเหนือกว่าและเป็นกระบวนการปรับปรุงที่ไม่มีที่สิ้นสุด (ธงชัย วงศ์ชัย สุวรรณ. 2540:142)

หลักการบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์กร มีดังต่อไปนี้

1. คุณภาพต้องการความร่วมมือจากบุคลากรทั้งหมด
2. คุณภาพต้องการผู้ร่วมงานที่มีคุณภาพสูง
3. คุณภาพจะต้องเป็นที่ยอมรับโดยลูกค้า
4. คุณภาพสะท้อนถึงกิจกรรมของบริษัททั้งหมด ไม่ใช่เฉพาะแต่ผลิตภัณฑ์ของบริษัท
5. คุณภาพต้องมีการปรับปรุงให้ดีขึ้นตลอดเวลา
6. การปรับปรุงคุณภาพต้องการให้มีผลกระทบที่สูงขึ้นอย่างเป็นได้ชัด
7. คุณภาพไม่ได้ทำให้ต้นทุนเพิ่มขึ้นเสมอไป (หลังจากคำนึงถึงผลได้และค่าใช้จ่ายที่

รอบคอบ) (นฤดล ชูบุญ. 2538:17)

จุดสำคัญของ TQM ประการหนึ่งคือ การมองเห็นความสัมพันธ์ภายในองค์กรในลักษณะของกระบวนการ (Process) โดยเฉพาะ ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดส่ง (Supplier) และลูกค้า (Customer) ทั้งภายในและภายนอกองค์กร (ธงชัย วงศ์ชัยสุวรรณ. 2540:154)

ในการบริหารองค์กรแบบ TQM ประกอบด้วย

1. สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า
2. มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจและรับผิดชอบต่อสังคม
3. ให้การศึกษาและพัฒนาบุคลากรตลอดเวลา
4. ทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมในการสร้างคุณภาพ
5. ให้ความสำคัญแก่กระบวนการ
6. กระบวนการถัดไปคือลูกค้าซึ่งลูกค้าของบริษัทแบบ TQM มิใช่เพียงแค่ผู้ซื้อสินค้าหรือ

บริการของบริษัทเท่านั้น หากแต่ยังหมายถึงเพื่อนร่วมงานที่อยู่กระบวนการถัดไปซึ่งรับเอาผลงานของเราไปจัดการต่อด้วย บางครั้งเราเรียกว่าลูกค้าประเภทนี้ว่า “ลูกค้าภายใน” (วีรพจน์ ลือประสิทธิ์กุล. 2541:8)

2.5 แนวความคิดด้านต่างๆของธุรกิจบริการ

2.5.1 แนวความคิดเกี่ยวกับสถานบริการ

ทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ถือได้ว่าเป็นการสร้างความรู้สึกรับรองใจต่อการให้บริการเป็นด่านแรก เมื่อผู้ใช้บริการไม่สามารถจับต้องผลประโยชน์หลักของการบริการได้ จึงหันไปให้ความสำคัญกับสิ่งที่สามารถเห็นหรือสัมผัสได้ในธุรกิจบริการ และใช้สิ่งที่สัมผัสได้นั้นเป็นตัวประเมินคุณภาพทั้งก่อนและหลังการใช้บริการ ดังนั้นการเลือกทำเลที่ตั้งและการออกแบบอาคาร

สถานที่นั้นจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยมีองค์ประกอบของสถานบริการดังนี้ (วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. 2547 :197-203)

1. การตกแต่งภายนอก
 - รูปลักษณ์ภายนอก
 - ป้ายสัญลักษณ์ภายนอก
 - ที่จอดรถ
 - ภูมิทัศน์
 - สภาพแวดล้อมรอบๆสถานบริการ
2. การตกแต่งภายใน
 - รูปลักษณ์ภายใน
 - อุปกรณ์การให้บริการ
 - ป้ายสัญลักษณ์ภายใน
 - ผังร้านค้า
 - บรรยากาศ/อุณหภูมิ/กลิ่น/เสียง

สถานบริการจึงหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่ผู้ใช้บริการสามารถเห็นหรือสัมผัสได้ในธุรกิจบริการ องค์ประกอบเหล่านี้มีอิทธิพลต่อประสบการณ์ผู้บริโภคจะได้รับเมื่อเข้ามาใช้บริการ แต่อย่างไรก็ตามบริการแต่ละประเภทอาจจะมีองค์ประกอบเหล่านี้แตกต่างกันตามความจำเป็นและความเหมาะสม ซึ่งการออกแบบสถานบริการนั้นมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในแง่ของการเลือกใช้บริการ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และพฤติกรรมอื่นๆอีกมากมาย และมีผลต่อพนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้ายิ่งด้วย เนื่องจากสภาพแวดล้อมในการทำงานจะมีผลต่อผลิตภาพ แรงจูงใจ และความพึงพอใจของพนักงานให้บริการ ดังนั้นผู้บริหารธุรกิจบริการนอกจากจะต้องออกแบบสถานบริการให้เป็นທີ່พึงพอใจของลูกค้าแล้ว จะต้องให้เป็นທີ່พึงพอใจและกระตุ้นการทำงานของพนักงานให้บริการไปพร้อมๆกันด้วย

รูปแบบของสถานบริการมีความจำเป็นอย่างมากน้อยต่างกันขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการกำหนดกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจบริการนั้นๆ โดยอาศัยหลักเกณฑ์สองประการเป็นพื้นฐานในการจัดแบ่ง คือ

1. กลุ่มผู้ใช้งานสถานบริการ รูปแบบสถานบริการจะแตกต่างกันออกไปตามผู้ที่เข้ามาใช้งาน ลักษณะบริการที่ลูกค้าบริการตัวเองนั้น ลูกค้าจะผ่านกระบวนการให้บริการทุกอย่างด้วยตัวเองเกือบทั้งหมด โดยอาจมีพนักงานให้บริการมาเกี่ยวข้องในบางกระบวนการแต่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น สำหรับบริการลักษณะนี้การออกแบบสถานบริการต้องให้ความสำคัญกับ 1) การออกแบบให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย 2) ออกแบบให้ลูกค้ามีความพอใจและสะดวกในการใช้บริการ

2. ความซับซ้อนของขั้นตอนการให้บริการ การออกแบบสถานบริการนอกจากจะได้รับอิทธิพลจากกลุ่มผู้ใช้งานแล้ว ยังได้รับอิทธิพลจากลักษณะความซับซ้อนของขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการด้วย บริการบางประเภทไม่ยุ่งยากซับซ้อน ใช้พื้นที่น้อย มีอุปกรณ์เพียงไม่กี่ประเภท ซึ่งการออกแบบสถานบริการก็จะไม่มีความยุ่งยาก

ในทางกลับกันมีธุรกิจบริการหลายประเภทที่สถานบริการมีความซับซ้อนมาก เต็มไปด้วยอุปกรณ์ แบบฟอร์มเอกสารให้ลูกค้ากรอกมากมาย ดังนั้นการออกแบบสถานบริการในลักษณะนี้จำเป็นต้องให้ความสำคัญทั้งในด้านการตลาดและด้านการปฏิบัติงานซึ่งเป็นเรื่องที่ยากที่สุดสำหรับการออกแบบสถานบริการ

สถานบริการนั้นมีบทบาทและความสำคัญทางการตลาดอย่างมาก โดยมีบทบาทที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. เป็นบรรจุกณฑ์สำหรับบริการ สถานบริการและองค์ประกอบที่จับต้องได้อื่นๆ ในธุรกิจบริการ ทำหน้าที่เสมือนหนึ่งเป็นบรรจุกณฑ์ที่ห่อหุ้มธุรกิจบริการไว้ หนึ่ง สำหรับบรรจุกณฑ์ที่ห่อหุ้มสินค้าจะทำหน้าที่แสดงภาพลักษณ์ของตัวสินค้า และช่วยกระตุ้นอารมณ์รวมถึงความรู้สึกของลูกค้าให้เกิดการซื้อ ดังนั้น ตัวสถานบริการและองค์ประกอบอื่นๆ ก็ทำหน้าที่เช่นเดียวกันไม่เพียงเท่านั้น สถานบริการยังเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างความคาดหวังขึ้นในใจของผู้บริโภคอีกด้วย เมื่อเป็นเช่นนี้สำหรับลูกค้าแล้ว สถานบริการจะเป็นปัจจัยสำคัญในการพิจารณาเลือกใช้บริการจากสถานบริการที่ไม่เคยเข้าไปใช้บริการมาก่อน และสำคัญสำหรับธุรกิจบริการรายใหม่ในตลาดที่ต้องการสร้างตำแหน่งทางการตลาดหรือภาพลักษณ์ของตนเองให้ชัดเจนในสายตาผู้บริโภค แต่อย่างไรก็ดีเป็นที่น่าเสียดายอย่างยิ่งที่ธุรกิจบริการหลายๆ แห่งไม่ใส่ใจ ไม่ลงทุนกับการออกแบบ และสร้างสรรค์สถานบริการของตนเอง ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจที่จำหน่ายสินค้า ธุรกิจเหล่านั้นจะมีการลงทุนในการวิจัยและออกแบบบรรจุกณฑ์อย่างมากมาย

2. อำนวยความสะดวก สถานบริการและองค์ประกอบที่จับต้องได้อื่นๆ ในธุรกิจบริการ ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ รวมถึงอำนวยความสะดวกกับพนักงานที่ให้บริการลูกค้าด้วย การออกแบบสถานบริการมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อประสิทธิภาพของขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการ ถ้าสถานบริการมีการออกแบบเป็นอย่างดี จะช่วยให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีและพนักงานก็จะมีความสุขในการทำงาน แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าออกแบบสถานบริการไม่ดี ก็จะส่งผลให้ทั้งลูกค้าและพนักงานรู้สึกหงุดหงิดและไม่พึงพอใจ ตัวอย่างเช่นสนามบินบางแห่งที่มีการออกแบบไม่ดี มีป้ายสัญลักษณ์ให้ข้อมูลต่างๆ น้อย มีที่นั่งน้อย ไม่มีร้านอาหาร ห้องน้ำไม่สะอาด สิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้ผู้โดยสารไม่พึงพอใจ และพนักงานที่ให้บริการอยู่ภายในสนามบินนั้นก็รู้สึกไม่พึงพอใจและขาดแรงจูงใจในการทำงานตามด้วย

3. สร้างความแตกต่าง การสร้างความแตกต่างและการวางตำแหน่งทางการตลาดเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจบริการ ทั้งนี้ การออกแบบสถานบริการและการเลือกใช้อุปกรณ์ที่จับต้อง

ได้อื่นๆ สามารถช่วยให้ธุรกิจบริการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งและแสดงตำแหน่งทางการตลาดที่ชัดเจน ไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อีกด้วย ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงการตกแต่งทั้งภายในและภายนอก รวมถึงการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบต่างๆของสถานบริการ จึงมักถูกทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ของการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งทางการตลาด (repositioning) และเปลี่ยนแปลงกลุ่มเป้าหมาย

2.5.2 แนวความคิดด้านราคา

สิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543:120-121) กล่าวว่า ราคา หมายถึงเป็นจำนวนเงินที่บุคคลจ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการ ดังนั้น ลักษณะของราคา ก็คือราคาเป็นมูลค่าของสินค้าและบริการและราคาเป็นจำนวนเงินและ (หรือ) สิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ กล่าวคือราคาเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนสินค้า ฉะนั้นราคาของผลิตภัณฑ์และบริการจึงหมายถึงมูลค่าของผลิตภัณฑ์นั้นหนึ่งหน่วยในรูปของตัวเงิน ความสำคัญของราคาจะแยกพิจารณาเป็น 2 ประเด็นคือ ความสำคัญของราคาที่มีต่อธุรกิจ และความสำคัญของราคาที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ

1. ความสำคัญของราคาต่อธุรกิจ ราคาเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดความต้องการซื้อของมนุษย์ ดังนั้น ราคาจึงทำให้เกิดรายได้จากการขาย โดยนำเอาราคาคูณกับปริมาณการขายสินค้าหรือบริการนั้น และเมื่อนำรายได้มาจากการขายสินค้าลบด้วยต้นทุน และค่าใช้จ่ายทั้งสิ้นแล้ว ผลลัพธ์คือกำไร ราคาจึงมีความสำคัญต่อความอยู่รอดของธุรกิจ นอกจากนี้ ราคายังเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการแข่งขัน และการได้มาซึ่งส่วนครอบครองตลาดธุรกิจด้วย

2. ความสำคัญของราคาต่อระบบเศรษฐกิจ ราคาในระบบเศรษฐกิจจะเป็นราคาตลาด (Market Price) ของสินค้าหรือบริการ ซึ่งกำหนดโดยผู้ซื้อทั้งสิ้นและผู้ขายทั้งสิ้นของสินค้านั้น ราคาจึงเป็นตัวกำหนดพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อการจัดสรรปัจจัยการผลิตและทรัพยากรต่างๆ เช่น แรงงาน ที่ดิน ทุน และผู้ประกอบการ ซึ่งราคาของปัจจัยการผลิตเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้ผลิตในการตัดสินใจซื้อและลงทุนในการผลิตสินค้าใดๆ ดังนั้นราคาจึงเป็นกลไกในการกำหนดทิศทางการลงทุนของระบบเศรษฐกิจ และการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต

ปัจจัยที่ส่งผลให้การตั้งราคาบริการแตกต่างจากการตั้งราคาสินค้า มีดังนี้ (วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. 2547 : 209-215)

1. ธรรมชาติของผลิตภัณฑ์บริการ บริการเป็นพฤติกรรม การกระทำ และการปฏิบัติงาน ไม่ใช่สิ่งของที่จับต้องได้ ทำให้เป็นเรื่องยากที่ผู้บริหารธุรกิจบริการจะคำนวณต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ซึ่งไม่เหมือนสินค้าที่เราสามารถระบุถึงต้นทุนด้านแรงงาน วัตถุดิบในการผลิต เวลาเดินเครื่องจักร และต้นทุนการขนส่งได้โดยง่าย ดังนั้น ถ้าไม่มีความเข้าใจในเรื่องของต้นทุนการให้บริการดีพอ ก็ยากที่จะกำหนดราคาค่าบริการให้เหมาะสม เจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. อัตราส่วนของต้นทุนคงที่สูงกว่าต้นทุนผันแปร บริการเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยแรงงานในการให้บริการลูกค้าและต้องลงทุนมหาศาลในการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure) ส่งผลให้ธุรกิจบริการมีต้นทุนผันแปรสูงกว่าบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายสินค้า แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจบริการจะมีต้นทุนผันแปรสำหรับการบริการลูกค้าแต่ละรายต่ำมาก

3. บริการมีความไม่แน่นอน สินค้าสามารถวัดเป็นหน่วยได้ง่าย แต่บริการถูกวัดเป็นหน่วยได้ยากกว่า อีกทั้งการกำหนดว่าควรจะใช้อะไรเป็นหลักเกณฑ์ในการตั้งราคาค่าบริการก็เป็นเรื่องยากเช่นกัน และดูเหมือนว่าการผลิตบริการแต่ละหน่วยผู้ให้บริการมักจะมี ต้นทุนการผลิตที่ไม่แน่นอน ไม่เพียงเท่านั้นคุณค่าที่ผู้บริโภคแต่ละคนจะได้รับจากบริการก็อาจไม่เท่ากันด้วย ซึ่งสองปัจจัยนี้ส่งผลให้การตั้งราคาบริการเป็นเรื่องยาก

สำหรับธุรกิจบริการที่การบริโภคกับการผลิตเกิดขึ้นพร้อมๆกัน กล่าวคือ “ลูกค้าต้องมีส่วนร่วมกับผู้ให้บริการในการผลิตบริการ” ส่งผลให้ธุรกิจบริการไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพบริการก่อนส่งมอบให้ลูกค้า ยิ่งไปกว่านั้น ความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นจากอารมณ์และความรู้สึกของลูกค้า และพนักงานให้บริการ ยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจบริการมีความยากลำบากในการควบคุมคุณภาพ และยากลำบากในการให้บริการที่เป็นมาตรฐานแก่ลูกค้า ซึ่งหมายความว่าลูกค้าอาจจ่ายค่าบริการในราคาเท่าเดิมแต่ได้รับคุณภาพและคุณค่าของบริการที่แตกต่างกัน ในทางตรงกันข้ามลูกค้าอาจถูกเก็บค่าบริการแตกต่างกันจากการให้บริการแบบเดียวกันได้

4. ลูกค้าประเมินคุณภาพบริการได้ยากก่อนการซื้อ การให้บริการเป็นประสบการณ์ไม่ใช่สินค้าที่จับต้องได้ อีกทั้งหลายกระบวนการได้ถูกซ่อนไว้ในระบบปฏิบัติการส่วนหลัง ซึ่งไม่เหมือนการซื้อสินค้าที่ลูกค้าจ่ายเงินแล้วจะได้สินค้ามาเป็นเจ้าของ

5. ความสำคัญของปัจจัยด้านเวลา ในธุรกิจบริการเวลามักจะทำให้เกิดคุณค่า ในหลายๆครั้งลูกค้าเต็มใจที่จะจ่ายเงินเพิ่มให้กับบริการที่ส่งมอบในเวลาที่ถูกค้าต้องการ และอีกหลายๆครั้งที่ลูกค้าอาจเลือกบริการที่ส่งมอบได้รวดเร็วแม้ว่าจะต้องจ่ายเพิ่มก็ตาม แต่อย่างไรก็ดี การเพิ่มความเร็วในการส่งมอบบริการอาจหมายถึงต้นทุนการให้บริการที่เพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการจ่ายค่าจ้างล่วงเวลาแก่พนักงาน การให้บริการ หรือการใช้อุปกรณ์ส่งมอบบริการที่แพงขึ้น

6. บริการสามารถถูกส่งมอบได้ทางช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ การใช้ช่องทางจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันเพื่อส่งมอบบริการประเภทเดียวกันอาจกระทบต่อต้นทุนและการประเมินคุณค่าบริการของลูกค้า

วัตถุประสงค์ในการตั้งราคาสำหรับธุรกิจบริการ

1. มุ่งเน้นที่รายรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังเป็นลิขสิทธิ์ของเจ้าของ และต้องทำกิจแจ้งเข้าระบบสารสนเทศที่ควรนำไปใช้

- บวกส่วนเพิ่มเข้าไปให้มากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ เพื่อให้กิจการได้กำไรสูงสุด

- ไม่ได้แสวงหากำไรสูงสุด แต่ตั้งเป้าหมายกำไรเอาไว้ และพยายามตั้งราคาเพื่อบรรลุเป้าหมายนั้น

2.7 ครอบคลุมต้นทุน

- ครอบคลุมต้นทุนทั้งหมด (ต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร)
- ครอบคลุมต้นทุนผันแปรทั้งหมด

2. มุ่งเน้นที่การปฏิบัติการ

- มีการเปลี่ยนแปลงราคาอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากเราต้องทำให้อุปสงค์และอุปทานที่มีต่อบริการมีความสมดุลอย่างสม่ำเสมอ (ซึ่งจะทำให้บริการใช้ความสามารถในการให้บริการ (productive capacity) ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด)

3. มุ่งเน้นที่ผู้ใช้บริการ

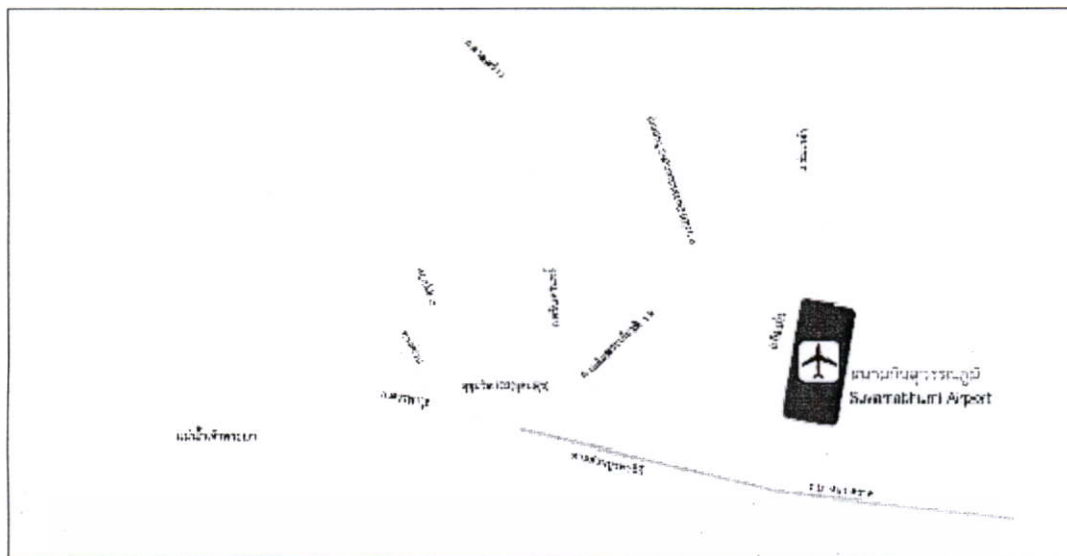
- จำนวนผู้ใช้บริการสูงสุด (ใช้วิธีนี้ได้ก็ต่อเมื่อธุรกิจบริการต้องไม่มีข้อจำกัดด้านความสามารถในการให้บริการ)
- ตระหนักถึงความแตกต่างด้านกำลังซื้อของลูกค้าในแต่ละส่วนตลาด
- เสนอวิธีในการชำระค่าบริการ ซึ่งมีส่วนสนับสนุนให้ลูกค้าสามารถซื้อได้มากขึ้น (เช่น การให้เครดิต)

ประวัติและความเป็นนามบัตรสุวรรณภูมิ

สนามบินสุวรรณภูมิ หรือท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ (ชื่อเดิม: สนามบินหนองงูเห่า) ตั้งอยู่ที่ ถนนบางนา-ตราด กม. 15 ตำบลราชาเทวะ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ แสดงในรูปที่ 2.6 ห่างจากศูนย์กลางกรุงเทพมหานครประมาณ 25 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 32 กิโลเมตร สนามบินสุวรรณภูมิเปิดใช้งานวันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2549 โดยใช้งานแทนสนามบินดอนเมือง

สนามบินสุวรรณภูมิในปัจจุบันนี้สามารถรองรับผู้โดยสารได้ 45 ล้านคน/ปี และสามารถขยายได้สูงสุด 100 ล้านคน/ปี รับการสัญจรทางการบินได้มากถึง 76 เที่ยวบินต่อชั่วโมง สามารถขยายได้สูงสุด 112 เที่ยวบินต่อชั่วโมง การขนถ่ายสินค้า 1.46 ล้านตันต่อปี และสามารถขยายได้สูงสุด 6.40 ล้านตันต่อปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.6 ที่ตั้งสนามบินสุวรรณภูมิ

ที่มา : www.noomsaotours.com

2.6.1 ชื่อของสนามบิน

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าพระราชทานนามท่าอากาศยานสากลกรุงเทพฯ แห่งที่ 2 ว่า “ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” ซึ่งมีความหมายว่า “แผ่นดินทอง” เมื่อวันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2543 และเสด็จพระราชดำเนินทรงประกอบพิธีวางศิลาฤกษ์อาคารผู้โดยสาร ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2545

ชื่อสากลของสนามบินสะกดตามการถ่ายตัวสะกดภาษาสันสกฤต ว่า "Suvarnabhumi" แทนที่การเขียนทับศัพท์ตามระบบราชบัณฑิตยสถาน ว่า "Suwannaphum"

2.6.2 ประวัติของสนามบิน

ในยุคเริ่มต้นของการวางแผนพัฒนาครั้งใหญ่ของประเทศ เมื่อปี พ.ศ. 2503 รัฐบาลของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ กระทรวงมหาดไทยได้ว่าจ้างบริษัทลิซฟีลด์ แห่งสหรัฐอเมริกา ศึกษาและวางแผนเมืองกรุงเทพฯ ในอนาคต และได้รายงานผลการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาท่าอากาศยานว่า กรุงเทพฯควรมีสนามบินพาณิชย์แห่งใหม่อีกแห่งหนึ่ง นอกเหนือจากสนามบินดอนเมือง โดยมีเหตุผลที่จะแยกสนามบินพาณิชย์ของพลเรือนออกจากสนามบินของทหารอากาศ กระทรวงคมนาคมได้ทำการสำรวจและศึกษาแล้วมีความเห็นว่า บริเวณหนองงูเห่า พื้นที่ตำบลบางโจลง ตำบลราชาเทวะ และตำบลหนองปรือ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีความเหมาะสม ซึ่งก็ได้รับความเห็นชอบจากรัฐบาล และประชาชนคนไทยก็เริ่มได้ยินชื่อ “สนามบินหนองงูเห่า” ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ได้มีการออกพระราชกฤษฎีการวม 2 ฉบับ และพระราชบัญญัติอีก 1 ฉบับ เพื่อการ

เวนคืนที่ดินสำหรับการจัดสร้างสนามบินพาณิชย์แห่งใหม่สามารถรวบรวมที่ดินไว้ทั้งสิ้น 19,251 ไร่ ใช้เวลาในการดำเนินงานเวนคืนและจ่ายเงินทดแทนรวมทั้งสิ้นถึง 14 ปี

ครั้นต่อมาในปี พ.ศ. 2520 รัฐบาลของท่านพลเอกเกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ เป็นนายกรัฐมนตรี พลเอกสุรกิจ มัยลาภ เป็นรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม ได้ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษา แทมส์ (Tippetts Abbott McCarthy Stration) มาทำการศึกษาก่อนการลงทุนเรื่องการสร้างสนามบินพาณิชย์แห่งใหม่ โดยกำหนดให้พิจารณาคัดเลือกสถานที่อื่นๆ ที่เหมาะสมด้วย นอกเหนือไปจากบริเวณหนองงูเห่า ซึ่งในการกำหนดพื้นที่ครั้งแรก มีบริเวณที่เหมาะสม 7 แห่งด้วยกัน คือ

1. บริเวณพื้นที่อำเภอลาดหลุมแก้ว และอำเภอลาดบัวหลวง เขตจังหวัดปทุมธานี ต่อกับจังหวัดอยุธยา
2. บริเวณพื้นที่ด้านทิศใต้ของอำเภอ ไทรน้อย เขตจังหวัดนนทบุรีต่อกับจังหวัดนครปฐม
3. บริเวณคอนเมือง
4. บริเวณพื้นที่ด้านทิศเหนือของเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร
5. บริเวณหนองงูเห่า
6. บริเวณพื้นที่ด้านทิศเหนือของอำเภอบางบัว จังหวัดสมุทรปราการ
7. บริเวณด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ของอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ผลการคัดเลือกพื้นที่ครั้งที่ 2 คงเหลือพื้นที่ 3 แห่งที่เหมาะสมคือ บริเวณไทรน้อย คอนเมือง และหนองงูเห่า

ผลการคัดเลือกพื้นที่ครั้งที่ 3 คงเหลือพื้นที่เพียง 2 แห่ง คือ คอนเมือง กับหนองงูเห่า และเมื่อผลการพิจารณาครั้งสุดท้าย เมื่อปี พ.ศ. 2521 บริเวณหนองงูเห่าก็ได้รับการพิจารณาว่าเป็นสถานที่ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการก่อสร้างสนามบินพาณิชย์แห่งใหม่ ซึ่งใช้เวลาในการพิจารณาไปถึง 19 ปี

ภายหลังจากมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2523 ซึ่งตรงกับสมัย ฯพณฯ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ เป็นนายกรัฐมนตรี กระทรวงคมนาคมก็เริ่มเดินหน้าสำรวจขุดเขยสิ่งปลูกสร้างและพืชผลของประชาชนในพื้นที่หนองงูเห่า รวมทั้งทำการศึกษาและเตรียมงานเพื่อการก่อสร้างต่อไป จนกระทั่งถึงปีพ.ศ. 2526 กระทรวงคมนาคมก็ได้รับอนุมัติให้ทำการว่าจ้าง บริษัท NACO มาทำการศึกษาและจัดทำแผนแม่บทของท่าอากาศยานแห่งใหม่ โดยยึดเอาหนองงูเห่าเป็นพื้นที่ก่อสร้าง แต่ในระหว่างที่บริษัท NACO กำลังศึกษาอยู่นั้นเอง ประเทศก็เกิดวิกฤติใหญ่ทางเศรษฐกิจเริ่มจากปัญหาต้นทุนเหตุมาจากราคาน้ำมันในตลาดโลกราคาสูงขึ้น กระทรวงคมนาคมจึงได้เสนอแนวความคิดเปลี่ยนแปลงการก่อสร้างท่าอากาศยานแห่งใหม่จากที่หนองงูเห่ามาดำเนินการขยายท่าอากาศยานคอนเมืองไปทางทิศตะวันตกแทน โดยได้ขอรับความช่วยเหลืออย่างไม่มีข้อผูกพันใดๆ จากรัฐบาลสหรัฐอเมริกาและรัฐบาลฝรั่งเศส คือบริษัท TAMS (Tippetts Abbott McCarthy Stration) จากสหรัฐอเมริกา และบริษัท ADP (Aéroport de Paris) จากฝรั่งเศส มาศึกษาความ

เป็นไปได้ระหว่างปี 2527 – 2528 ซึ่งต่อมาคณะกรรมการพิจารณากลับกรองเปรียบเทียบได้สรุปผลการศึกษาจากบริษัททั้ง 3 นี้ว่า “ท่าอากาศยานดอนเมืองมีขีดความสามารถรองรับปริมาณการจราจรทางอากาศได้จนถึงปี 2543 เป็นอย่างน้อย จึงเห็นสมควรที่จะปรับปรุงสนามบินดอนเมืองในเขตพื้นที่ปัจจุบัน เพื่อให้ใช้งานได้อย่างเต็มที่สุด ก่อนที่จะทำการก่อสร้างท่าอากาศยานแห่งใหม่ โครงการหนองงูเห่า จึงถูกลดความสำคัญลงอีกครั้งหนึ่งและค่อยๆ จางหายไปจากความสนใจของผู้คนในที่สุด

แต่ในทางตรงกันข้ามประเทศเพื่อนบ้านของเรากลับได้ใช้ประโยชน์จากการที่ประเทศไทยงดทำการสร้างสนามบินพาณิชย์แห่งใหม่ ไปดำเนินการสร้างสนามบินในประเทศของตนอย่างรีบเร่ง เพื่อจะเป็นศูนย์กลางทางการบินในภูมิภาคนี้ เช่น ฮองกง ได้มีการสร้างสนามบินพาณิชย์แห่งใหม่ขึ้นแทน สนามบินโกตดิวัวร์ ซึ่งผู้โดยสารยอมรับว่า “เป็นสนามบินที่ดีที่สุดในเอเชีย” ในปี ค.ศ. 2001 ส่วนลำดับที่ 2 คือสนามบินนานาชาติที่กัวลาลัมเปอร์ มาเลเซีย และสนามบินที่เคยเป็นที่ 1 มาหลายครั้ง คือสนามบินซางงี สิงคโปร์ คราวนี้ตกลงไปเป็นอันดับ 3 จึงเห็นได้ว่า สนามบินที่กัวลาลัมเปอร์ และสิงคโปร์ เป็นคู่แข่งที่กำลังจะแย่งชิงความเป็นศูนย์กลางการบินแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

อัตราการเพิ่มของผู้โดยสารที่นิยมใช้เครื่องบินเป็นพาหนะเดินทางเมื่อปี พ.ศ. 2544 ได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 9 ทำให้สนามบินดอนเมืองมีความคับแคบและคับคั่งที่เครื่องบินทำการขึ้น-ลงมากยิ่งขึ้น บางครั้งเครื่องบินโดยสารที่บินมาจากยุโรป ไม่สามารถลงแวะจอดได้ น้ำมันบนเครื่องบินก็มีเหลือน้อย นักบินจึงจำเป็นต้องตัดสินใจ นำเครื่องบินไปลงจอดที่สนามบินที่ประเทศสิงคโปร์แทน เพราะมีความคล่องตัวมากกว่า รัฐบาลไทยจึงต้องเร่งสร้างสนามบินหนองงูเห่าเพื่อป้องกันสายการบินต่างๆ จะบินไปลงที่สนามบินซางงีแทน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อประเทศไทยในหลายๆ ด้าน อาทิ เศรษฐกิจการค้า และการท่องเที่ยว

คณะรัฐมนตรีชุดที่ 30 ของ ฯพณฯ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ได้เห็นว่า สนามบินมีความสำคัญต่อการส่งเสริมและพัฒนาความเจริญด้านเศรษฐกิจ สังคม การท่องเที่ยว และด้านอื่นของประเทศเป็นอย่างมาก รัฐบาลจึงกำหนดให้การก่อสร้างสนามบินสุวรรณภูมิเป็นวาระแห่งชาติ ซึ่งทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมกันดำเนินการแบบบูรณาการ เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมาย การก่อสร้างจึงได้เริ่มต้นในเดือน มกราคม พ.ศ. 2545

สนามบินแห่งใหม่นี้ได้เปิดทดลองใช้ในเช้าวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2549 โดยมีสายการบินภายในประเทศ 6 สายการบินร่วมทดลอง ได้แก่ การบินไทย นกแอร์ ไทยแอร์เอเชีย บางกอกแอร์เวย์ พีบีแอร์ และ โอเรียนท์ไทย โดยมีจำนวนผู้โดยสาร 4,800 คน จาก 24 เที่ยวบิน โดยพ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น ได้เดินทางจากสนามบินดอนเมืองมายังสนามบินสุวรรณภูมิ นอกจากนี้รัฐบาลคาดว่าจะได้รับการรับรองจากกรมการขนส่งทางอากาศ ภายใต้มาตรฐานนานาชาติที่ออกโดยองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) และสมาคมการขนส่งทาง

อากาศระหว่างประเทศ (IATA) เพื่อเปิดใช้ในทางพาณิชย์อย่างเป็นทางการ ในวันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2549

2.6.3 การก่อสร้าง

สถาปนิกผู้ออกแบบอาคาร คือ เฮลมุด ยาน์ชวออเมริกัน-เยอรมัน และบริษัทเมอร์ฟี-ยาคัน สำนักงานใหญ่ที่ชิคาโก ซึ่งแบบอาคารสนามบินได้ถูกปรับเปลี่ยน ขนาดอาคาร และวัสดุจากแบบเดิมไปในหลายส่วน เช่น เพิ่มการประดับยักษ์ และสถาปัตยกรรมไทยเพิ่มเข้าไปโดยสถาปนิกชาวไทย

รายชื่อบริษัทที่ร่วมก่อสร้างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

สถาปนิก : เมอร์ฟี/ยาคัน (Murphy / Jahn)

ประสานงาน : ACT

ผู้จัดการ โครงการ : TAMS/Earth Tech

วิศวกร : Werner Sobek Ingenieure (โครงสร้าง)
Transsolar Energietechnik (สภาพแวดล้อม)
Martin/Martin (โครงสร้างตัวอาคาร)
John A. Martin & Associates (โครงสร้างคอนกรีต)
Flack + Kurtz (งานระบบ)

ที่ปรึกษา : AIK - Yann Kersalé (ระบบแสง)

BNP (ระบบกระเป่า)

ผู้รับเหมา : ITO Joint

คอนกรีต - อิตาลี-ไทย

หลังคา - B&O Hightex

สแตนเลส - Thapanin

ระบบกระเป่า - คาวาซากิ

2.6.4 การคมนาคม

สนามบินสุวรรณภูมิมีทางเข้าออกทั้งหมด 6 เส้นทาง โดย 5 เส้นทางสำหรับรถยนต์ รถแท็กซี่ รถโดยสารขนส่งมวลชนกรุงเทพ และรถโดยสารแอร์พอร์ตเอกซ์เพรส จากทาง (1) ถนนกรุงเทพ-ชลบุรีสายใหม่ (2) ถนนร่มเกล้า และ ถนนกิ่งแก้ว (3) ถนนบางนา-ตราดและทางพิเศษบูรพาวิถี (4) ถนนอ่อนนุช และ (5) ถนนกิ่งแก้ว โดยเส้นทางที่ (6) เป็นเส้นทางสำหรับรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล สายพญาไท - มีนบุรี - สุวรรณภูมิ วิ่งเข้าสู่อาคารผู้โดยสาร ที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง ดังรูปที่ 2.7



รูปที่ 2.7 เส้นทางเข้าสู่สนามบินสุวรรณภูมิ

ที่มา : www.noomsaotours.com

- ทิศเหนือ เป็นเส้นทางยกระดับ ขนาด 8 ช่องจราจร เชื่อมกับถนนกรุงเทพ-ชลบุรีสายใหม่ (มอเตอร์เวย์) เข้าสู่อาคารผู้โดยสาร
- ทิศใต้ เป็นถนนขนาด 4 ช่องจราจร เชื่อมกับถนนบางนา-ตราดและทางด่วนบูรพาวิถี
- ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นถนนขนาด 4 ช่องจราจร เชื่อมกับถนนอ่อนนุช
- ทิศตะวันตก เป็นถนนขนาด 4 ช่องจราจร เชื่อมกับถนนกิ่งแก้ว
- ทิศตะวันตกเฉียงเหนือ เป็นถนนขนาด 6 ช่องจราจร เชื่อมกับทางยกระดับจากถนนร่วมเกล้าและถนนกิ่งแก้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าของ บริษัท นูมซ่าทัวร์ จำกัด ไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์อื่นใดได้
 สำหรับรถส่วนบุคคล มีอาคารจอดรถ 2 อาคารรับรองได้ 5,000 คัน สำหรับการจอดรถ
 ไว้ที่ลานจอดรถที่มีพื้นที่กว้างขวางและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วนที่อาคารไปใช้
 ระยะสั้น และลานกว้างขนาดใหญ่สำหรับการจอดรถระยะยาวโดยจะมีรถชัตเติลบัส (Shuttle Bus)
 บริการ

รถแท็กซี่สามารถเข้าส่งผู้โดยสารที่จุดจอดขาออกที่ชั้น 4 และสามารถจอดรอรับผู้โดยสารได้ที่ชั้น 2 สำหรับรอรับผู้โดยสารขาเข้า

รถโดยสารของขนส่งมวลชนกรุงเทพ จะบริการในราคาปกติเพิ่มอีก 10 บาท เมื่อเข้า-ออก บริเวณพื้นที่ของท่าอากาศยาน โดยมีบริการทั้งหมด 11 เส้นทาง โดยจุดหมายปลายทางอยู่ที่บางกะปิ แสปี้แลนด์ อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ คลองเตย จังหวัดสมุทรปราการ 2 เส้นทาง (แบ่งเป็นเส้นทางผ่านถนนสุขุมวิท และเส้นทางผ่านถนนศรีนครินทร์) รังสิต 3 เส้นทาง (แบ่งเป็น เส้นทางผ่านถนนรามอินทรา เส้นทางผ่านถนนวิภาวดีรังสิต และเส้นทางผ่านถนนรังสิต-นครนายก) สถานีขนส่งผู้โดยสารสายใต้ (ใหม่) และห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัล สาขาพระราม 2

รถโดยสารแอร์พอร์ตเอกซ์เพรสบริการในราคาไม่เกิน 150 บาท มีบริการทั้งหมด 4 เส้นทาง โดยจุดหมายปลายทางอยู่ที่สีลม บางลำพู ถนนวิฑู และหัวลำโพง

รถเมล์ปรับอากาศ ที่เดินทางเข้าสู่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ประกอบด้วย

- รถเมล์ปรับอากาศสาย 549 เส้นทาง บางกะปิ มินบุรี สนามบินสุวรรณภูมิ
- รถเมล์ปรับอากาศสาย 550 เส้นทาง แสปี้แลนด์ สนามบินสุวรรณภูมิ
- รถเมล์ปรับอากาศสาย 551 เส้นทาง อนุสาวรีย์ชัย สนามบินสุวรรณภูมิ
- รถเมล์ปรับอากาศสาย 552 เส้นทาง รถไฟฟ้าอ่อนนุช สนามบินสุวรรณภูมิ
- รถเมล์ปรับอากาศสาย 552A เส้นทาง สมุทรปราการ สนามบินสุวรรณภูมิ ผ่านถนนสุขุมวิท
- รถเมล์ปรับอากาศสาย 553 เส้นทาง สมุทรปราการ สนามบินสุวรรณภูมิ ผ่านถนนศรีนครินทร์
- รถเมล์ปรับอากาศสาย 554 เส้นทาง รังสิต สนามบินสุวรรณภูมิ

2.6.5 รายละเอียดสนามบิน

สนามบินสุวรรณภูมิ มีพื้นที่ประมาณ 20,000 ไร่หรือ 32 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่ที่ถนนบางนา-ตราดกม. 15 อยู่ในเขตตำบลราชาเทวะ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งอยู่ห่างจากใจกลางกรุงเทพมหานคร 25 กิโลเมตร ประกอบไปด้วยส่วนหลัก ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.8 แผนที่ภายในสนามบินสุวรรณภูมิ

ที่มา : www.noomsaotours.com

1. ระบบทางวิ่ง ทางขับ และลานจอดอากาศยาน

ทางวิ่ง มี 2 เส้น กว้างเส้นละ 60 เมตร ยาว 3,700 เมตร และ 4,000 เมตร ห่างกัน 2,200 เมตร มีทางขับขนานกับทางวิ่งทั้ง 2 เส้น ให้บริการขึ้น-ลง ของอากาศยานได้พร้อมกัน และเมื่อพัฒนาจนสมบูรณ์แล้ว จะมีทางวิ่งทั้งหมด 4 เส้น เป็นทางวิ่งข้างละ 2 เส้นขนานกัน และมีหลุมจอดอากาศยาน มีจำนวน 120 หลุมจอด (จอดประชิดอาคาร 51 หลุมจอด และจอดระยะไกลอีก 69 หลุมจอด) รวมถึงหลุมจอดอากาศยานขนาดใหญ่ไว้ด้วย จำนวน 5 หลุมจอด

2. อาคารผู้โดยสาร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
รูปที่ 2.9 อาคารผู้โดยสาร
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
ที่มา : www.noomsaotours.com

อาคารผู้โดยสารเป็นอาคารเดี่ยว ช่วงกว้าง ไม่มีเสากลางอาคาร มีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 563,000 ตร.ม. มี 8 ชั้น รวมชั้นใต้ดิน มีรายละเอียดแต่ละชั้น(ตามแผน) ดังต่อไปนี้

- ชั้น 1 สถานีรถโดยสาร (Bus Lobby)
- ชั้น 2 ห้องโถงรับผู้โดยสารขาเข้า (Arrivals) ห้องโถงรับกระเป๋า และสัมภาระ สุลกากร และจุดตรวจหนังสือเดินทางสำหรับผู้โดยสารขาเข้า
- ชั้น 3 จุดนัดพบและร้านค้าต่างๆ พื้นที่ปฏิบัติงานของหน่วยราชการ
- ชั้น 4 ห้องโถงผู้โดยสารขาออก (Departures) สุลกากร และจุดตรวจหนังสือเดินทางสำหรับผู้โดยสารขาออก
- ชั้น 5 สำนักงานบริษัทการบินไทย และกลุ่มสายการบินพันธมิตร สตาร์ อัลไลแอนซ์ (Star Alliance)

- ชั้น 6 ภัตตาคาร
- ชั้น 7 ที่ชมทัศนียภาพ
- ชั้นใต้ดิน สถานีรถไฟ

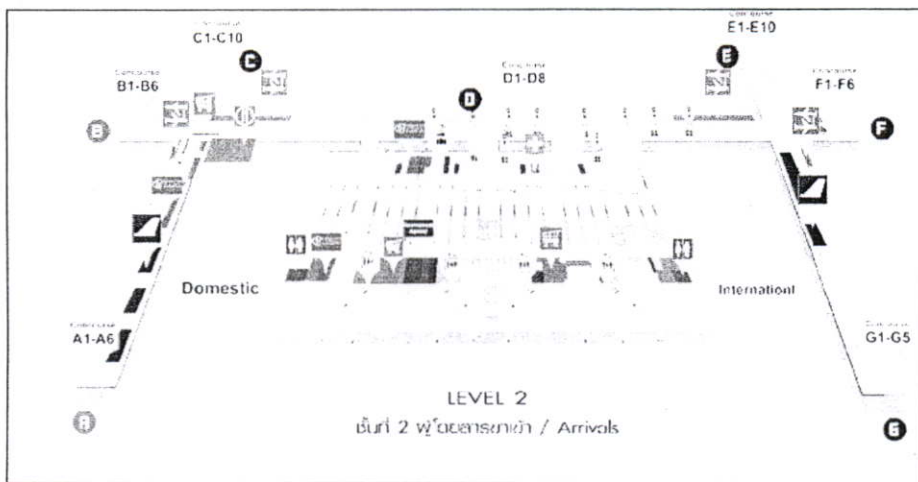
อาคารผู้โดยสารตั้งอยู่ทางทิศเหนือของสนามบิน รองรับผู้โดยสารได้ 45 ล้านคนต่อปี ภายในอาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น

- ช่องทางเข้า-ออกของผู้โดยสาร 120 ประตู
- จุดตรวจบัตรโดยสาร 360 ช่อง
- จุดตรวจหนังสือเดินทาง ขาเข้า 124 จุด, ขาออก 72 จุด
- จุดตรวจศุลกากร ขาเข้า 32 ช่อง, ขาออก 8 ช่อง
- เครื่องมือตรวจรักษาความปลอดภัย 61 เครื่อง
- สายพานรับ-ส่งกระเป๋า 20 เส้น
- ระบบเก็บสัมภาระระหว่างประเทศ 3,440 ใบ และภายในประเทศ 720 ใบ

มีระบบรักษาความปลอดภัยแบบ 100% Hold Baggage In-line Screening System รวมทั้งมี สถานีรถไฟ (Airport the link) สายพญาไท-มักกะสัน-สนามบินสุวรรณภูมิอยู่ใต้อาคารซึ่งได้ก่อสร้างแล้วเป็นบางส่วน มีอาคารผู้โดยสารนานาชาติและภายในร่วมกัน ระยะทางเดินต่อเครื่อง ระหว่างสายการบินภายในและภายนอก มีความยาวเฉลี่ยราว 800-1000 เมตร ระยะไกลสุดราว 3000 เมตร

2.1 อาคารผู้โดยสารขาเข้า

ตั้งอยู่บริเวณชั้น 2 ของอาคารผู้โดยสาร โดยจะแยกสัดส่วนสำหรับผู้โดยสารจากภายในประเทศและจากต่างประเทศอย่างชัดเจน มีจุดตรวจสำหรับตรวจคนเข้าเมือง (ตม.) ทั้งสิ้น 124 จุด มีช่องทางออกจากอาคารผู้โดยสารทั้งสิ้น 3 ประตู ได้แก่ ประตู A, B และ C

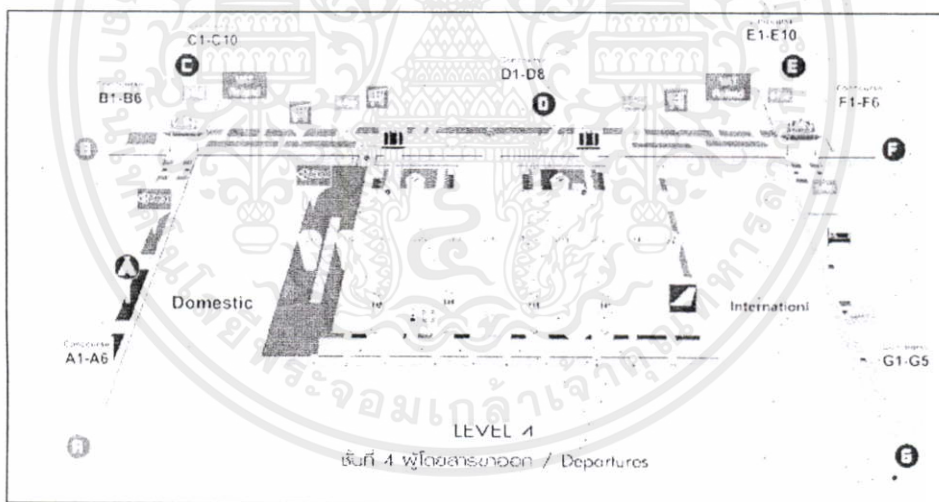


รูปที่ 2.10 แผนที่อาคารผู้โดยสารขาเข้า

ที่มา : www.noomsaotours.com

2.2 อาคารผู้โดยสารขาออก

อาคารผู้โดยสารขาออกจะตั้งอยู่บริเวณชั้น 4 ของอาคารผู้โดยสาร มีจุดตรวจบัตรโดยสารทั้งสิ้น 360 จุด



รูปที่ 2.11 แผนที่อาคารผู้โดยสารขาออก

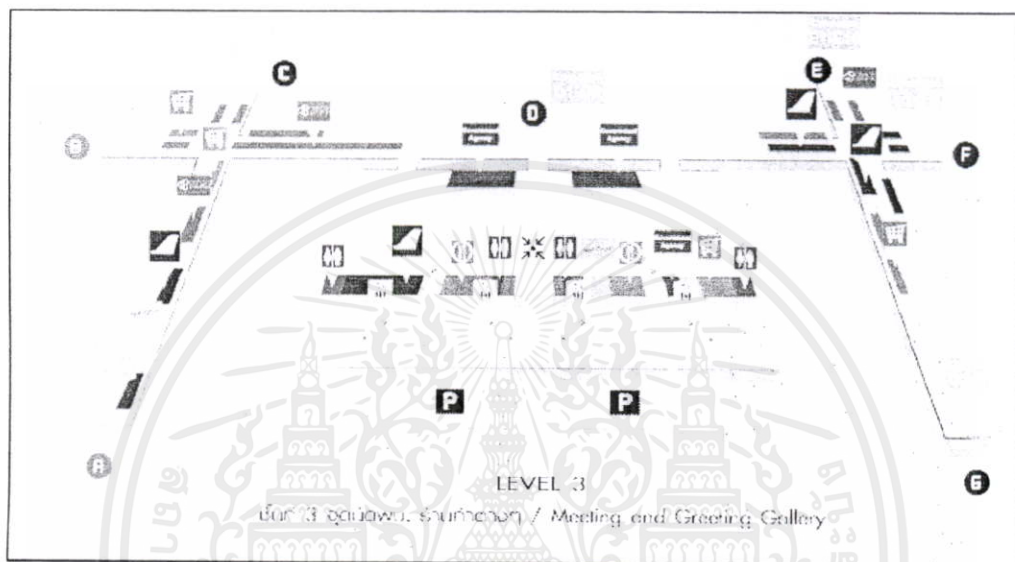
ที่มา : www.noomsaotours.com

3. อาคารท่าเทียบเครื่องบิน (Concourse)

มีท่าเทียบ 51 จุด 5 จุดสามารถรองรับเครื่องบินขนาดใหญ่ เช่น Airbus A-380 ได้ และมีหลุมจอดระยะไกล 69 หลุม มีลักษณะสถาปัตยกรรมทันสมัย หลังการปรับปรุงรูปแบบโครงสร้างโค้ง

นอกจากการจอดเทียบท่าแล้วสามารถจอดที่ท่ากลางลานได้ รวมแล้วสามารถรองรับเครื่องบินได้
ราว 120 ลำ มีทั้งหมด 4 ชั้น ได้แก่

- ชั้น 1 ส่วนบริการ
- ชั้น 2 ส่วนบริการผู้โดยสารขาเข้า
- ชั้น 3 ส่วนบริการผู้โดยสารขาออกและทางเดินเชื่อมต่อชั้น 2 และชั้น 4
- ชั้น 4 ส่วนบริการผู้โดยสารขาออก



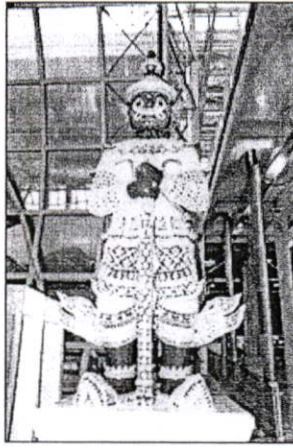
รูปที่ 2.12 แผนที่อาคารท่าเทียบเครื่องบิน

ที่มา : www.noomsaotours.com

4. งานศิลปะภายในสนามบิน

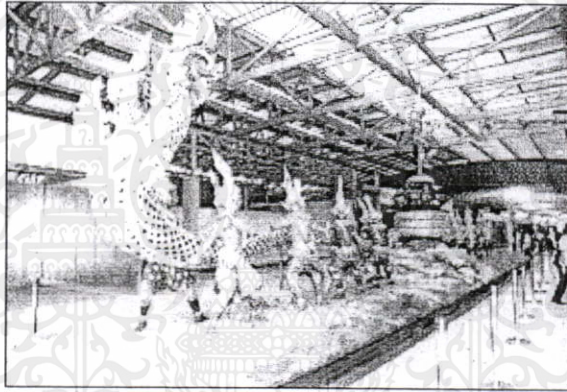
ได้มีการติดตั้งผลงานศิลปะไทย ทั้งจิตรกรรมและประติมากรรม ประดับหลายชั้นภายใน
และภายนอกอาคารของสนามบินสุวรรณภูมิ มูลค่ารวมกันทั้งสิ้นกว่า 100 ล้านบาท เช่น
ประติมากรรมจำลองยักษ์จากวัดพระศรีรัตนศาสดาราม (ดังรูปที่ 2.13) จำนวน 12 คน โดยมีชื่อว่า
ทศกัณฐ์ สหัสเดชะ อัศกรมมาลา จักรวรรดิ อินทรชิต มังกรกัณฐ์ ไมยราพ สุริยาภพ ทศคีรีวัน ทศ
คีรีธร วิรุณจำบัง วิรุณหก ประติมากรรมพระนารายณ์กวนเกษียรสมุทร (ดังรูปที่ 2.14) มูลค่า 48
ล้านบาท ภาพจิตรกรรมฝาผนังจำลอง ของศิลปินที่มีชื่อเสียงของไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 2.13 ประติมากรรมยักษ์จำลองที่ประดับภายในสนามบินสุวรรณภูมิ

ที่มา : www.noomsaotours.com



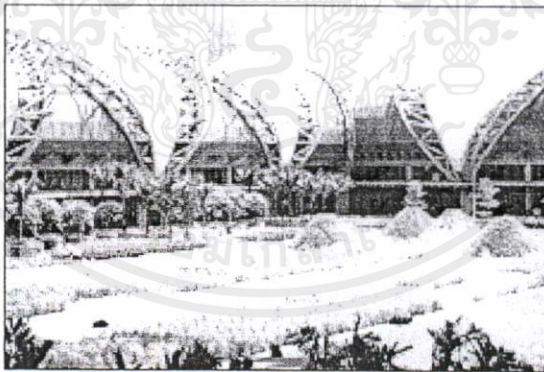
รูปที่ 2.14 ประติมากรรมพระนารายณ์กวนเกษียรสมุทร

ที่มา : www.noomsaotours.com

5. งานภูมิทัศน์

งานออกแบบภูมิทัศน์โดยรอบสนามบิน และภายในส่วนเปิดโล่งของอาคารผู้โดยสาร นั้น มีลักษณะเป็นไทย เดิมออกแบบโดย ปีเตอร์ วอล์กเกอร์ (Peter Walker) ภูมิสถาปนิกชาวอเมริกัน วอล์กเกอร์ระบุว่า ภูมิทัศน์ถนนภายในสนามบินสุวรรณภูมินั้น ประกอบด้วยงานภูมิทัศน์ขนาดใหญ่ที่สามารถรับรู้ได้แม้จากรถที่กำลังแล่น ส่วนภูมิทัศน์ภายในท่าอากาศยาน ได้ออกแบบให้เป็นงานภูมิทัศน์ภายในสนามบินขนาดใหญ่ (แบบ monumental garden) 2 สวน ขนาดพื้นที่ถึงแปลงละ 135 x 108 ตารางเมตร ตามแบบเดิมนั้นมีแนวความคิดหลักสองแนวคิด คือ สวน "เมือง" เป็นสวนน้ำพุประดับด้วยกระเบื้อง ประติมากรรมรูปทรงเจดีย์ และน้ำพุ และ สวน "ชนบท" ใช้หญ้าท้องถิ่น และต้นไม้ตัดแต่งรูปฝูงช้าง

ในเวลาต่อมา เพื่อให้สอดคล้องกับงบประมาณและสามารถรองรับการขยายตัวในอนาคต ใน พ.ศ. 2545 ได้มีการเปลี่ยนแปลงแบบใหม่โดยกลุ่มภูมิสถาปนิกและทีมที่ปรึกษาชาวไทย คือ RPU Design Group ภายใต้การนำของสำนักงานออกแบบระพี ภูมิสถาปนิกที่ร่วมกำหนดแนวทางการออกแบบภูมิทัศน์เมื่อ พ.ศ. 2537 (มีสำนักงาน ดี เอส บี แอสโซซิเอตส์ เป็นผู้นำกลุ่มในขณะนั้น) ทั้งนี้ยังคงแนวคิดหลักของสวนเมืองและชนบทอยู่ (ดังรูปที่ 2.15) แต่ได้ปรับแนวความคิดในชั้นรายละเอียดและเนื้อหาใหม่ โดย "สวนเมือง" ได้อาศัยคติความเชื่อของไทย ตั้งแต่สมัยโบราณ เช่น ความเชื่อเรื่องระบบภูมิจักรวาล อันมีเขาพระสุเมรุเป็นศูนย์กลาง (ตามที่ปรากฏในผังเมืองและวัดโบราณต่างๆ) เรื่องการเลือกทำเลในการตั้งเมืองใกล้น้ำ (อารยชนชาวน้ำ) การใช้เส้นสายที่ปรากฏในจิตรกรรมไทย ตลอดจนการกำหนดให้มีประติมากรรมประดับต่างๆ เช่น หงส์ เรือเอกชัยเหิรหาว เรือดั่ง และประติมากรรมหลักขนาดใหญ่กลางพื้นที่ (สัญลักษณ์แทนเขาพระสุเมรุ) ซึ่งยังไม่ได้สร้างเนื่องจากปัญหาบางประการ ส่วน "สวนชนบท" ได้ใช้ลักษณะภูมิประเทศของไทยเป็นแนวคิด ประกอบด้วย ชายทะเล ป่าชายเลน แม่น้ำลำคลอง เรือกสวนไร่นา และกลุ่มเทือกเขาสูงต่ำคดหลั่นกัน มีภูเขาทองเป็นประธาน ในส่วนประติมากรรมได้ใช้ฝูงนกเป็นกลุ่มๆ ที่สามารถไหวได้ตามแรงลม โดยทั้งสองสวนจะสื่อถึงความเป็นไทย (ในภาษาปัจจุบัน) และมีรูปแบบทันสมัยเพื่อให้กลมกลืนกับรูปแบบอาคารสนามบินได้อย่างไม่ขัดเจน มีความยืดหยุ่นรองรับการขยายตัวของอาคารผู้โดยสารได้ และการออกแบบองค์ประกอบและพืชพันธุ์ต่างๆ ได้คำนึงถึงเรื่องการควบคุมจำนวนนกภายในสนามบินด้วย



รูปที่ 2.15 งานภูมิทัศน์สวน "ชนบท" ในบริเวณส่วนอาคารผู้โดยสาร

ที่มา : www.noomsaotours.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. อาคารจอดรถ

อาคารจอดรถมี 2 อาคาร แต่ละอาคารสูง 5 ชั้น เชื่อมต่อกับอาคารผู้โดยสาร สามารถรองรับรถยนต์ได้ถึง 5,000 คัน นอกจากนี้ยังมีที่จอดรถบริเวณอื่นๆ รวมทั้งหมดกว่า 15,677 คัน

7. ระบบสาธารณูปโภค

- ระบบปรับอากาศภายใน เป็นระบบที่ประหยัดพลังงาน โดยใช้ระบบการกระจายความเย็นจากพื้นอาคาร ที่เรียกว่า “ระบบพื้นหล่อเย็นร่วมกับระบบหมุนเวียนอากาศ” โดยมีฐานแนวความคิดจากการปรับอากาศด้วยการแบ่งชั้นระบบความเย็น ซึ่งจะทำให้อากาศด้านล่างเย็นแต่เมื่อสูงขึ้นจะอุ่น โดยความเย็นจะอยู่ในระดับจากพื้นจนถึง 3 เมตร จากนั้นอากาศก็จะเริ่มอุ่น ให้ความเย็นที่เหมาะสมกับคนที่ระดับ 2.4 เมตรจากพื้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริเวณที่แสงแดดส่องถึง ระบบปรับปริมาณอากาศสามารถปรับให้สัมพันธ์กับจำนวนคนที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อลดภาระของระบบปรับอากาศ

- ระบบแสงสว่างจะออกแบบให้ส่องขึ้นด้านบนแล้วให้แสงสว่างสะท้อนลงมา (Indirect Light) ทำให้มีแสงนุ่มนวลขึ้นและลดความร้อนที่เกิดจากดวงไฟ และทำให้ประหยัดพลังงาน

- ระบบน้ำประปาเชื่อมต่อกับระบบประปาของการประปานครหลวง และมีถังน้ำประปาสำรองขนาด 40,000 ลูกบาศก์เมตร ซึ่งสามารถสำรองน้ำประปาไว้ใช้ได้ 2 วัน

- ระบบป้องกันน้ำท่วม มีการสร้างเขื่อนดินสูง 3.5 เมตร กว้าง 70 เมตร โดยรอบพื้นที่ท่าอากาศยานเป็นระยะทาง 23.5 กิโลเมตร และมีอ่างเก็บน้ำภายใน 6 แห่ง และสถานีสูบน้ำ 2 แห่ง ซึ่งสามารถรองรับน้ำได้ 3.2 ล้านลูกบาศก์เมตร

- สถานีแปลงไฟฟ้าย่อย เป็นสถานีแปลงไฟฟ้าเพื่อลดแรงดันไฟฟ้าจาก 115 กิโลโวลต์ ให้เหลือ 24 กิโลโวลต์ มีจำนวน 2 สถานี เพื่อจ่ายไฟฟ้าให้แก่ทุกระบบภายในท่าอากาศยาน

- ระบบบำบัดน้ำเสีย สามารถบำบัดน้ำเสียได้ 16,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน

- ระบบจัดเก็บกากของเสีย มีสถานีจัดเก็บขยะ 8 สถานี เป็นถังเก็บขนาด 20 ลูกบาศก์เมตร สามารถกำจัดกากของเสียได้ประมาณ 100 ตันต่อวัน

8. ระบบบริการคลังสินค้า

คลังสินค้านี้มีพื้นที่ให้บริการประมาณ 568,000 ตารางเมตร และมีการให้บริการแบบเขตปลอดพิธีการศุลกากร (Free Zone) ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งรองรับสินค้าได้ 3 ล้านตันต่อปี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. ระบบอื่นๆ

- อาคารให้บริการพัสดุภัณฑ์ด่วน มีหลุมจอดอากาศยานที่มีลำตัวกว้าง 2 หลุมจอดและหลุมจอดอากาศยาน 10 หลุม

- ระบบโภชนาการ สามารถผลิตอาหารให้แก่สายการบินต่างๆ ได้ 100,000 ชุดต่อวัน

- โรงซ่อมบำรุงอากาศยาน มีจำนวน 4 โรง แต่ละโรงสามารถจอดอากาศยานขนาดใหญ่ได้จำนวน 2 ลำ และมีทางขับเข้าสู่ลานจอดอากาศยานใหญ่ได้อีก 12 หลุม สามารถจอดอากาศยานขนาดใหญ่ เช่น แอร์บัส เอ 380 ได้

- ศูนย์ควบคุมการจราจรทางอากาศ มีหอบังคับการบินที่สูงที่สุดในโลก (132.2 เมตร) ที่พร้อมไปด้วยระบบวิทยุสื่อสารการบิน ระบบติดตามอากาศยานเขตประชิดสนามบินและระบบติดตามอากาศยานภาคพื้นดิน รวมทั้งระบบนำร่องอากาศยานที่ทันสมัย

- โรงแรมภายในสนามบินมีอยู่ 2 แห่ง ตั้งอยู่ด้านหน้าอาคารผู้โดยสาร ในระยะแรกมีจำนวน 600 ห้อง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

- ศูนย์รถเช่า เป็นศูนย์บริการรถเช่าซึ่งมีพื้นที่จอดรถยนต์และที่จอดรถโดยสารขนาดใหญ่ประมาณ 200 คัน

- สถานีบริการน้ำมัน 2 แห่ง ให้บริการน้ำมันแก่รถยนต์ทั่วไป

- สถานีดับเพลิงและกู้ภัย จำนวน 3 สถานี พร้อมลานจอดรถของสถานีหลัก 100 คัน สถานีย่อย 12 คัน

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พีรช ชอนตะวัน (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัท สีไทยสยามเพ้นท์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพสินค้า ราคา การส่งมอบสินค้า และการบริการ โดยมีการกำหนดขอบเขตการศึกษาและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Stratified Random Sampling จำนวน 64 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ผลการศึกษาโดยใช้ค่าสถิติในรูปร้อยละและค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่า

1. ด้านข้อมูลทั่วไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้บริหารระดับต้น จำนวนร้อยละ 39.1 รองลงมาเป็นผู้บริหารระดับกลาง จำนวน 32.8 และเป็นผู้บริหารระดับสูงจำนวนร้อยละ 28.1 และแยกออกเป็นลูกค้ากลุ่ม Automotive Group จำนวนร้อยละ 46.9 และลูกค้ากลุ่ม Industrial Group จำนวนร้อยละ 53.1 ในการซื้อผลิตภัณฑ์สีของลูกค้า นอกเหนือจากทางบริษัทแล้วลูกค้าจะมีการซื้อผลิตภัณฑ์สีมาจากบริษัทอื่นที่ปอนเพนท์ บริษัทเคเอ็นที และคูปองท์เพ้นท์ ทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ลูกค้าของบริษัทมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และการบริการของบริษัทโดยเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 เมื่อแยกพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้ง 4 ปัจจัย พบว่า อันดับที่ 1 ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านราคา โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 อันดับที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการส่งมอบสินค้า โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 อันดับที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการให้บริการ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 อันดับที่ 4 ความพึงพอใจของลูกค้าในด้านคุณภาพของสินค้า โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88

3. ปัญหาต่างๆที่เกี่ยวข้อง ปัญหาที่เกี่ยวกับคุณภาพสินค้าส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับภาชนะบรรจุมีการแตกร้าวตามตะเข็บ ภาชนะบรรจุภัณฑ์เป็นสนิมและไม่มีการควบคุม Shade สีที่ดี ปัญหาเกี่ยวกับราคาสินค้าที่พบ จะเป็นเรื่องของ การปรับราคาที่สูงมากเกินไป โดยเฉพาะกับลูกค้ากลุ่ม Industrial Group ปัญหาเกี่ยวกับการส่งมอบสินค้า ที่พบส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับเรื่อง ไม่มีการแจ้งให้ลูกค้าทราบ เมื่อไม่สามารถจัดส่งสินค้าได้ มีการจัดส่งสินค้าผิดสถานที่ที่กำหนดไว้ และการจัดส่งสินค้าไม่ทันตามกำหนดระยะเวลา ในช่วงเวลาเปิดรับสินค้าของแผนกคลังสินค้า ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการ พบว่าลูกค้าส่วนมากต้องการให้มีการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นบ่อยๆ ในคุณภาพสินค้าให้จบสิ้นไปเลย การรับเข้ามาแก้ปัญหาที่รวดเร็วเมื่อได้รับแจ้ง และควรให้คำแนะนำแก่ลูกค้าทุกครั้ง เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น

อภิญญา มาลีวรรณ (2540 : บทคัดย่อ) วิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของผู้แทนจำหน่ายเครื่องจักรกลการเกษตร ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ และเพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนาปรับปรุงบริการ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่เกษตรกร โดยทั่วไป และการวิจัยระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ โดยภาพรวมพบว่า ลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ อยู่ในระดับสูงทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ 1) ด้านพนักงาน 2) ด้านการบริการก่อนการขาย 3) ด้านการบริการหลังการขาย 4) ด้านสถานที่ประกอบการ ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ภูมิฐานะ ระยะเวลาคุ้นเคยผูกพันกับร้านค้าและสาเหตุการตัดสินใจเข้ารับบริการ

ดวงดาว จารุสุวรรณภูมิ (2541 : บทคัดย่อ) วิจัยเรื่องความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายของผลิตภัณฑ์สีผง บริษัท ทีโอเอ (ประเทศไทย) จำกัด ตามทัศนคติของลูกค้าที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในด้านการบริการหลังการขาย สำหรับผลิตภัณฑ์สีผงของทางบริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด และใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพในงาน

บริการ พฤติกรรมหลังการขาย ความพึงพอใจของลูกค้า การรักษาลูกค้าและการตลาดเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี โดยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบุคลากรที่ให้บริการหลังการขาย การตอบสนองและความรวดเร็วในการให้บริการหลังการขาย การปฏิบัติงานของการให้บริการหลังการขาย และการบริการทั่วไป โดยศึกษาจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการ ได้รับการบริการหลังการขายที่ทำงานอยู่ในหน่วยงานต่างๆของบริษัทลูกค้า ใช้แบบสำรวจเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการเก็บตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จำนวน 50 ตัวอย่าง จากลูกค้าของบริษัท จำนวน 10 บริษัท โดยมีข้อสรุปทางการศึกษาดังนี้

ความเชื่อถือของลูกค้าที่ต่อบริษัทโดยรวมอยู่ในระดับดี ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการบริการหลังการขายของผลิตภัณฑ์สีผง บริษัททีโอเอ เฟ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก อันดับที่ 1 เป็นความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบุคลากรที่ให้บริการหลังการขาย อยู่ในระดับพึงพอใจมาก อันดับที่ 2 เป็นความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการปฏิบัติงานของการให้บริการหลังการขาย อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก อันดับที่ 3 เป็นความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการตอบสนอง และความรวดเร็วในการให้บริการหลังการขายอยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง อันดับที่ 4 เป็นความพึงพอใจในการบริการทั่วไป อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง

ดังนั้นในการบริการหลังการขาย สิ่งที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้นั้น จะต้องประกอบด้วย การให้บริการที่มีคุณภาพ มีความสะดวกและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว โดยบุคลากรจะมีส่วนสำคัญที่สุดสำหรับการให้บริการ ดังนั้นจะต้องมีการฝึกอบรมพัฒนาและจงใจบุคลากรอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ประภาส เพ่งเพ (2542 : บทคัดย่อ) วิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้ส่งออกในการให้บริการตรวจสินค้าส่งออกของสำนักงานศุลกากรท่าอากาศยานกรุงเทพ กรณีศึกษาส่วนการส่งออกฝ่ายตรวจสินค้าขาออกที่ 1 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยภูมิหลัง ลักษณะการส่งออก และความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับของผู้ส่งออกฯ ด้านพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ฯ ด้านสิ่งแวดล้อมในการให้บริการ และด้านการประสานงานระหว่างหน่วยงานในคลังสินค้า ผลการวิจัยพบว่ามีผู้ส่งออกมีความสัมพันธ์ส่วนตัวกับเจ้าหน้าที่ ในฐานะเป็นคนรู้จักแต่ไม่คุ้นเคยเป็นส่วนตัว มีสถานภาพเป็นผู้แทนจำหน่ายเรือรับจ้างผู้อื่นส่งออก และมีสภาพการดำเนินธุรกิจส่งออกในรูปแบบ ห้างหุ้นส่วนจำกัดนิติบุคคล ความพึงพอใจในการให้บริการตรวจสินค้าส่งออกทั้ง 3 ด้าน คือ ผู้ส่งออก มีความพึงพอใจด้านพฤติกรรมเจ้าหน้าที่สูงสุด และมีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมในการให้บริการต่ำสุด สำหรับด้านพฤติกรรมเจ้าหน้าที่ ปัจจัยที่ผู้ส่งออกมีความพึงพอใจสูงสุดในเรื่องความเรียบร้อยในการแต่งกาย ด้านสิ่งแวดล้อมในการให้บริการ ปัจจัยที่ผู้ส่งออกมีความพึงพอใจความเพียงพอของโกดังสูงสุด และด้านการประสานงานระหว่างหน่วยงานในคลังสินค้า ปัจจัยที่มีความพึงพอใจคือความรวดเร็วในการตรวจสินค้าสูงสุด

จรรยา นุญสุยา (2543 : บทคัดย่อ) วิจัยเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัทหลักทรัพย์ เอกธำรง เกจิไธำ จำกัด (มหาชน) สาขาสุรินทร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการให้เป็นที่พอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า

1. ความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง เมื่อแยกเป็นด้านพบว่าลูกค้าที่มีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านพนักงาน และการบริการ รองลงมาคือ ด้านอาคารสถานที่ และน้อยที่สุดคือด้านข้อมูลสื่อสาร
2. ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ได้แก่ สถานภาพสมรส รูปแบบการซื้อขายประเภทหลักทรัพย์ที่นิยมซื้อขาย วงเงินที่ได้รับอนุมัติ
3. ปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ วัตถุประสงค์ในการลงทุน ความถี่ในการไปห้องค้าแตกต่างกัน ระยะถือครองหลักทรัพย์

จักรเทพ เจริญลาภนพรัตน์ (2544 : บทคัดย่อ) วิจัยเรื่องความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการให้บริการของบริษัทสามารถวิสาหกรรมการจำกัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการให้บริการของบริษัทสามารถวิสาหกรรมการจำกัด 2) เพื่อศึกษาถึงแนวทางแก้ไขการบริการให้ตัวแทนจำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้รับความพึงพอใจมากขึ้น 3) เพื่อนำผลการวิจัยไปพัฒนาปรับปรุงบริการของการจัดจำหน่ายและบริการหลังการขายของบริษัทสามารถวิสาหกรรมการ จำกัด ตลอดจนการนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจบริการของการจัดจำหน่ายและบริการหลังการขายที่มีลักษณะดำเนินงานคล้ายคลึงกัน ประชากรที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 44 ราย โดยแบ่งประชากรตามรูปแบบของการจดทะเบียนการค้า ประเภทของการจัดจำหน่าย และความถี่ในการติดต่อกับบริษัท โดยกำหนดขอบเขตของการศึกษาการบริการตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อสินค้า จนถึงการบริการหลังการขาย ได้แก่ การดำเนินการสั่งซื้อ บรรจุกฎหมายของสินค้า การจัดส่งสินค้า การบริการหลังการขาย และปัจจัยทางด้านการตลาด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์การกระจายของข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS Version 10.0

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจแต่ละด้าน คือการดำเนินการสั่งซื้อ บรรจุกฎหมายของสินค้า การจัดส่งสินค้า การบริการหลังการขาย ผลดีภักดิ์ ราคา และการส่งเสริมการจัดจำหน่ายของตัวแทนจำหน่ายที่มีรูปแบบของการจดทะเบียนการค้า ประเภทของการจัดจำหน่าย และความถี่ในการติดต่อกับบริษัทที่ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนแนวทางแก้ไขการ

บริการให้ตัวแทนจำหน่ายได้รับความพึงพอใจ ควรจัดการบริการหลังการขายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยลดระยะเวลาของการบริการซ่อมแซมและการจัดหาสินค้าใหม่แทนที่สินค้าที่ชำรุด

ชนินทร์ เพชรไทย (2544: บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ทั้งในด้านการดำเนินธุรกิจและการให้บริการ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นลูกค้าธนาคารพาณิชย์ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 6 กลุ่ม คือกลุ่มลูกค้าสถาบันการเงิน กลุ่มข้าราชการ กลุ่มสื่อมวลชน กลุ่มนักวิชาการ และกลุ่มนักธุรกิจภาคเศรษฐกิจ โดยผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มธนาคารพาณิชย์ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มธนาคารเอกชนไทย กลุ่มธนาคารที่ต่างชาติถือหุ้น และกลุ่มธนาคารของรัฐ

ความพึงพอใจในด้านการให้บริการของธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเป็นประเด็นต่างๆ คือความพึงพอใจในด้านคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจในด้านบริการหน้าเคาน์เตอร์ ความพึงพอใจในเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน และความพึงพอใจในด้านสถานที่ ส่วนความคิดเห็นที่มีต่อการดำเนินธุรกิจของธนาคารพาณิชย์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งเป็นความคิดเห็นด้านการดำเนินงานของธนาคาร และความคิดเห็นด้านความมั่นคงของธนาคาร โดยนำค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้จากการสำรวจมาทดสอบทาง t-test หากค่าเฉลี่ยสูงกว่า 3.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติถือว่ามีความพึงพอใจสูง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มลูกค้าทั้ง 6 กลุ่ม มีความพึงพอใจต่อธนาคารพาณิชย์กลุ่มธนาคารเอกชนไทย กลุ่มธนาคารที่ต่างชาติถือหุ้น และกลุ่มธนาคารของรัฐ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับสูง

คารณี พูนวัฒนาพงษ์ (2544: บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน คีดี วัฒนา อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน คีดี วัฒนา และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยใช้กรอบความคิดด้านกลยุทธ์ ส่วนผสมการตลาด 4P's คือสินค้า ราคา การจัดจำหน่าย และส่งเสริมการตลาด ผลการวิจัยพบว่า

1. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน คีดี วัฒนา โดยส่วนรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านสินค้าและด้านราคา ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน คีดี วัฒนา จำแนกตามเพศที่ต่างกัน พบว่าความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน คีดี วัฒนา ที่มีอายุต่างกันพบว่ามี ความพึงพอใจโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณารายด้าน

พบว่าด้านสินค้าและการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน ดีดี วัฒนา ที่มีอาชีพต่างกัน พบว่า

4.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านดีดี วัฒนา จำแนกตามอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่ พบว่านักเรียน นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่าบุคคลทั่วไป

4.2 ความพอใจของผู้ใช้บริการร้าน ดีดี วัฒนา ที่มีอาชีพต่างกัน ในด้านสินค้า สถานที่ มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านดีดี วัฒนา ที่มีอาชีพต่างกัน ในด้านราคามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบเป็นรายคู่พบว่า นักเรียน นักศึกษา มีความพึงพอใจมากกว่าบุคคลทั่วไป ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้าน ดีดี วัฒนา ที่มีอาชีพต่างกัน ในด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สติมา สุจริตตนีขจรศรี (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าองค์กรที่มีต่อบริษัทตัวแทนขายคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลยี่ห้อคอมแพค มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าองค์กรในด้านสินค้าและการบริการต่อบริษัทตัวแทนขายคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลยี่ห้อคอมแพค โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่ ลูกค้าระดับองค์กร จำนวน 141 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน One-way ANOVA จากการศึกษาพบว่าลูกค้าองค์กรส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของตัวแทนขายคอมพิวเตอร์ยี่ห้อคอมแพคโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ความพึงพอใจคุณลักษณะของสินค้าในด้านคุณภาพ และเงื่อนไขในช่วงเวลาระยะรับประกันคุณภาพในระดับมาก ส่วนด้านการคิดค่าบริการครั้งละ 1,000 บาท หลังหมดระยะรับประกันมีความพึงพอใจในระดับน้อย และด้านปัจจัยประเภทธุรกิจแตกต่างกัน ผู้มีอำนาจตัดสินใจแตกต่างกัน และจำนวนพนักงานในองค์กรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อตัวแทนขายไม่แตกต่างกัน

อรุณี สุขเรือง (2546: บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี ใน 5 ด้าน คือด้านการบริการทั่วไป ด้านการบริการฝากถอนเงิน ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านอาคารสถานที่ และเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี จำแนกตามตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน

สถานภาพ ระดับการศึกษา ประเภทที่ใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ และ ประเภทเงินฝาก

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้ำที่มาใช้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) สาขาเพชรบุรี รวมทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม มาตรฐานส่วนประเมินค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ำที่มีเพศ อายุ รายได้ต่อเดือน สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา ระยะเวลาที่ใช้บริการ ประเภทที่ใช้บริการ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ และประเภทเงินฝากต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคาร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสาร ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ กลุ่มตัวอย่างจะใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 400 คน จากผู้โดยสารที่พักอยู่บริเวณอาคารผู้โดยสารของสนามบินสุวรรณภูมิจำนวน 200 คน และทำการส่งแบบสอบถามทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (อีเมล) จำนวน 200 คน โดยการสุ่มตัวอย่างจะเริ่มทำการสุ่มในเดือนมกราคม ถึงปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2551 จนกระทั่งสามารถทำการสุ่ม กลุ่มตัวอย่างได้ครบตามจำนวนคือ 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นเอง โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา สาขาอาชีพ รายได้ และจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ รวมทั้งสิ้น 8 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านต่างๆ 6 ด้าน โดยเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543:107-108) โดยกำหนดคะแนนไว้ 5 ระดับดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	ค่านำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ
มากที่สุด	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 5 คะแนน
มาก	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 4 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 3 คะแนน
น้อย	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 2 คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้ค่าคะแนนเป็น 1 คะแนน

แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านต่างๆทั้งสิ้น 6 ด้าน มีดังต่อไปนี้

1. ด้านทำเลที่ตั้ง และอาคารสถานที่ ประกอบด้วยข้อ
2. ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ประกอบด้วยข้อ
3. ด้านการบริการ ประกอบด้วยข้อ
4. ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง ประกอบด้วยข้อ
5. ด้านสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วยข้อ
6. ด้านราคา ประกอบด้วยข้อ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการในด้านต่างๆ 6 ด้าน ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายเปิด

3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและตรวจสอบเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

3.3.1 จัดพิมพ์แบบสอบถาม ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 3 ตอน รายละเอียดดังได้กล่าวข้างต้นและนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ตรวจสอบและแนะนำ เพื่อการแก้ไขและปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสม

3.3.2 นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้วไปตรวจสอบความเที่ยงตรง และความเหมาะสม โดยขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน (ดังตารางที่ 3.1) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และภาษาที่ใช้ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

3.3.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ และปรับปรุงแก้ไข แล้ว นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ให้พิจารณาความ สมบูรณ์อีกครั้ง เพื่อความสมบูรณ์ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ตารางที่ 3.1 รายชื่อ ตำแหน่งและสถานที่ปฏิบัติงานของผู้ทรงคุณวุฒิ

รายชื่อ	ตำแหน่ง	สถานที่ปฏิบัติงาน
1. อาจารย์ฉัตรวุฒิ โรจนันันรุตติกุล	อาจารย์ประจำภาควิชา ภาษาและสังคม	คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. รศ. สังคม ลาภเจริญ	อาจารย์ประจำภาควิชา บริหารการศึกษา	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
3. คุณวีระดา เจริญสุข	หัวหน้าฝ่ายต้อนรับ ภาคพื้นดิน	สายการบินอียิปต์ สนามบินสุวรรณภูมิ
4. ร.ต.วินิจศักดิ์ แซ่มชื่น	รองสารวัตรตรวจคนเข้า เมือง	กองตรวจคนเข้าเมือง สนามบินสุวรรณภูมิ
5. คุณกฤษณ์ชัย มิตรสันติสุข	วิศวกรอาวุโส	ฝ่ายเน็ตเวิร์ค (Network) บริษัทสามารถคอมเทค (มหาชน) จำกัด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะค้นหาข้อมูล โดยจะใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบคือ

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

3.4.1.1 นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพแล้ว ไปแจกให้แก่ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้สนามบินสุวรรณภูมิ โดยทำการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองและรอรับคืน และส่งแบบสอบถามทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (อีเมล) ให้กับผู้ที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ตั้งแต่วันที่เดือนมกราคม 2551 เป็นต้นไป

3.4.1.2 หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์

3.4.1.3 นำผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลไปวิเคราะห์

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการ ค้นคว้า รวบรวม จากงานวิจัย บทความ วารสาร เอกสารการสัมมนา สถิติในรายงานต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นส่วนประกอบในเนื้อหาและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างนำมาแจกแจงความถี่ หากค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการพรรณนาข้อมูล

แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นการวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามบิณสูวรรณภูมิในด้านต่าง ๆ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าของตัวแปรมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยแบ่งระดับปัญหาเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (พงวรรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 107-108)

ระดับค่าเฉลี่ย 4.200 — 5.000 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ระดับความความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับค่าเฉลี่ย 3.400 — 4.199 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ระดับความความพึงพอใจมาก

ระดับค่าเฉลี่ย 2.600 — 3.399 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ระดับความความพึงพอใจปานกลาง

ระดับค่าเฉลี่ย 1.800 — 2.599 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ระดับความความพึงพอใจน้อย

ระดับค่าเฉลี่ย 1.000 — 1.799 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ ระดับความความพึงพอใจน้อยที่สุด

การกำหนดการกระจายของข้อมูลใช้เกณฑ์ตีความหมายดังนี้

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.000 — 0.999 หมายถึง ระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก
ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตั้งแต่ 1.000 เป็นต้นไป หมายถึง ระดับความพึงพอใจแตกต่างกันมาก

ตารางที่ 3.2 สมมติฐานการวิจัยและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานหลัก ผู้โดยสารชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา สาขาอาชีพ รายได้ จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ และวัตถุประสงค์การเดินทางที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสูวรรณภูมิแตกต่างกัน	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน	t-test
สมมติฐานที่ 2 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 3 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 4 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 5 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 6 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 7 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 8 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน	One-way ANOVA

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ

3.6.1 สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่นำมาใช้บรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากกลุ่มประชากรที่นำมาศึกษา ได้แก่

3.6.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามส่วนที่ 1 ในเรื่องเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนที่คำนวณ}}{\text{จำนวนทั้งหมด}} \times 100 \quad (3.2)$$

3.6.1.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ใช้สำหรับแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ใช้สำหรับวิเคราะห์ความพึงพอใจในด้านต่างๆของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ โดยใช้สูตรสำหรับข้อมูลที่จัดกลุ่มเป็นชั้นคะแนน (Group Data) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543:137-142)

$$\bar{X} = \frac{\sum \bar{X}}{n} \quad (3.3)$$

เมื่อ	\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง
	n	หมายถึง	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม
	$\sum \bar{X}$	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

3.6.1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สำหรับการวิเคราะห์และแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ ร่วมกับค่าเฉลี่ยในแบบสอบถามตอนที่ 2 เพื่อแสดงถึงลักษณะการกระจายของคะแนน โดยใช้สูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2543 : 143)

$$S.D = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}} \quad (3.4)$$

เมื่อ	S.D.	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
	X	หมายถึง	คะแนนแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสาร หมายถึง จำนวนของข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6.2 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สรุปถึงปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการในด้านต่างๆ

3.6.2.1 การวิเคราะห์โดยวิธี t-test ใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรต้น 2 กลุ่ม (Independent t-test) คือ เพศของผู้ใช้บริการ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540 :162-163)

โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. เปลี่ยนสมมติฐานวิจัยเป็นสมมติฐานสถิติ
2. สมมติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ

$H_0 : \mu_1 = \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน

$H_1 : \mu_1 \neq \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกัน

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ

กรณีที่ 1 เมื่อ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

$$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}} \quad (3.5)$$

เมื่อ

$$S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2} \quad (3.6)$$

$$S_i^2 = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n_i - 1} \quad (3.7)$$

กรณีที่ 2 เมื่อ $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

$$t = \frac{(\bar{X}_1 - \bar{X}_2) - (\mu_1 - \mu_2)}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}} \quad (3.8)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$$\text{โดยมี } df, v = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}} \quad (3.9)$$

4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ $= \alpha$

ถ้าค่า t ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า t จากตารางที่ $df = n_1 + n_2 - 2$ หรือ V หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า t มากกว่าค่า t ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า $\mu_1 \neq \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า t ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า t จากตารางที่ $df = n_1 + n_2 - 2$ หรือ V แล้วแต่กรณี หรือถ้ามีค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่า $\mu_1 = \mu_2$ หรือค่าเฉลี่ยของประชากรที่ 1 และ 2 ไม่แตกต่างกัน

การทดสอบ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

การที่จะเลือกใช้สูตรกรณีที่ 1 หรือ 2 นั้น จำเป็นต้องทดสอบว่า $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$ หรือไม่ โดยทำการทดสอบโดยใช้ F-test ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

สมมติฐานสถิติ

$$H_0 : \sigma_1^2 = \sigma_2^2$$

$$H_0 : \sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$$

สถิติที่ใช้ทดสอบ

$$F = \frac{S_1^2}{S_2^2} \text{ เมื่อ } S_1 > S_2, \quad df = (n_1 - 1), (n_2 - 1) \quad (3.10)$$

$$\text{หรือ } F = \frac{S_2^2}{S_1^2} \text{ เมื่อ } S_2 > S_1, \quad df = (n_2 - 1), (n_1 - 1) \quad (3.11)$$

เอกสารนี้เป็น **การตัดสินใจ** งานไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณี **เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ $= \alpha$** และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (n_1 - 1), (n_2 - 1)$ หรือ $df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$ แล้วแต่กรณี จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (n_1 - 1), (n_2 - 1)$ หรือ $df = (n_2 - 1), (n_1 - 1)$ แล้วแต่กรณี จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่า $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

3.6.2.2 การวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA (Analysis of variance) ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกัน (Independent Sample) คือ และวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้สูตร One-way ANOVA

ขั้นตอนการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA มีดังต่อไปนี้

1. เปลี่ยนสมมุติฐานวิจัยเป็นสมมุติฐานสถิติ
2. สมมุติฐานสถิติที่ใช้ทดสอบ โดยวิธี One-way ANOVA คือ

H_0 : ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกัน

หรือ

$H_0 : \mu_1 = \mu_2 = \dots = \mu_k$

$H_1 : \mu_i \neq \mu_j$, เมื่อ $i \neq j$

; $i, j = 1, 2, \dots, k$

3. สถิติที่ใช้ทดสอบ (บุญชม ศรีสะอาด 2535: 116)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w} \quad (3.12)$$

สูตรสำหรับการวิเคราะห์ค่าต่างๆ ดังแสดงในตารางที่ 3.3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.3 สูตรการวิเคราะห์โดยวิธี One-way ANOVA

Source of Variation	Degree of freedom	Sum Square	Mean Square	F
Between Groups	$k - 1$	$SS_b = \sum_{j=1}^k \frac{T_j^2}{n_j} - \frac{T^2}{n}$	$MS_b = \frac{SS_b}{k - 1}$	$F = \frac{MS_b}{MS_w}$
Within Group	$n - k$	$SS_w = SS_T - SS_b$	$MS_w = \frac{SS_w}{n - k}$	
Total	$n - 1$	$SS_T = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij}^2 - \frac{T^2}{n}$		

เมื่อ k คือจำนวนกลุ่ม
 n คือ ขนาดตัวอย่างทั้งหมด
 n_j คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ j
 T_j คือ ผลรวมของคะแนนทุกตัวในกลุ่มตัวอย่างที่ j
 T คือผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 x_{ij} คือ คะแนนแต่ละตัว

4. การตัดสินใจ

เมื่อกำหนดระดับนัยสำคัญ $= \alpha$

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k - 1), (n - k)$ หรือ ถ้าโปรแกรมให้ค่า p-value ซึ่งเป็นค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มตัวอย่างที่จะมีค่า F มากกว่าค่า F ที่คำนวณได้ ถ้าค่า p-value มีค่าน้อยกว่า α จะปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 นั่นคือยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยของประชากรอย่างน้อยสองประชากรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับเมื่อเปรียบเทียบกับค่า F จากตารางที่ $df = (k - 1), (n - k)$ หรือ ถ้ามีค่า p-value มากกว่าหรือเท่ากับ α จะยอมรับ H_0 นั่นคือยอมรับว่า ค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร k กลุ่มไม่แตกต่างกัน

3.6.2.3 การวิเคราะห์ Least Significant Difference (LSD) ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่กรณีที่ F-test ในการวิเคราะห์ One-way ANOVA มีนัยสำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในงานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น ยกเว้นหากมีการคิดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. กำหนดระดับนัยสำคัญ α

2. คำนวณค่า LSD จากสูตร

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}, n-k} \sqrt{MS_w \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)} \quad (3.13)$$

เมื่อ $t_{\frac{\alpha}{2}, n-k}$ คือค่าที่ได้จากตาราง t ที่ $df. = n - k$ ที่ $\frac{\alpha}{2}$

n_i คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ i

n_j คือ ขนาดตัวอย่างของกลุ่มตัวอย่างที่ j

3. คำนวณค่า $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$ เมื่อ $i \neq j ; i, j = 1, 2, \dots, k$

เมื่อ \bar{X}_i คือค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ i

\bar{X}_j คือค่าเฉลี่ยของคะแนนในกลุ่มตัวอย่างที่ j

4. การตัดสินใจ

ถ้าค่า $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$ ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่า LSD หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ถ้าค่า $|\bar{x}_i - \bar{x}_j|$ ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับค่า LSD หมายความว่าค่าเฉลี่ยของประชากรคู่ที่นำมาเปรียบเทียบนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญหรือไม่แตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิโดยการแจกแบบสอบถามไปยังผู้ที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญแล้วรื้อกลับด้วยตนเองจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง และทั้ง 400 ตัวอย่างนี้ตอบคำถามได้ครบถ้วนและสมบูรณ์ จึงใช้ข้อมูลจำนวนนี้ในการวิจัยและผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล จะแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา สาขาอาชีพ รายได้ จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ และวัตถุประสงค์การเดินทาง

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ด้านการบริการ ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง ด้านสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา

4.3 การวิเคราะห์เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน

4.4 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิดที่ถามถึงความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงสนามบินสุวรรณภูมิให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา สาขาอาชีพ รายได้ จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ และวัตถุประสงค์การเดินทาง โดยมีการนำเสนอในรูปของตารางประกอบคำบรรยายดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	220	55.0
หญิง	180	45.0
รวม	400	100.0

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิจำนวนทั้งสิ้น 400 คนจำแนกตามเพศ แสดงในตารางที่ 4.1 พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 และเพศหญิงมีจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 25 ปี	36	9.0
25-35 ปี	265	66.2
มากกว่า 35-45 ปี	72	18.0
มากกว่า 45 ปี	27	6.8
รวม	400	100.0

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิจำนวนทั้งสิ้น 400 คนจำแนกตามอายุ แสดงในตารางที่ 4.2 พบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 35-45 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ลำดับต่อมาเป็นกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 45 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	263	65.8
สมรส	129	32.2
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	8	2.0
รวม	400	100.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับงานวิจัยเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้เพื่อการอื่นใด
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิจำนวนทั้งสิ้น 400 คน จำแนกตามสถานภาพการสมรส แสดงในตารางที่ 4.3 พบว่าส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาคือมีสถานภาพสมรสจำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.2 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	44	11.0
ปริญญาตรี	250	62.5
สูงกว่าปริญญาตรี	106	26.5
รวม	400	100.0

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิจำนวนทั้งสิ้น 400 คน จำแนกตามระดับการศึกษา แสดงในตารางที่ 4.4 พบว่าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และมีระดับการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสาขาอาชีพ

สาขาอาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักศึกษา	21	5.2
พนักงานบริษัทเอกชน	292	73.0
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	33	8.3
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	40	10.0
อื่นๆ	14	3.5
รวม	400	100.0

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิจำนวนทั้งสิ้น 400 คน จำแนกตามสาขาอาชีพ แสดงในตารางที่ 4.5 พบว่าส่วนใหญ่มีสาขาอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาคือมีสาขาอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ลำดับต่อมามีสาขาอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน

33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ลำดับต่อมามีสาขาอาชีพนักศึกษากำหนดจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และสาขาอาชีพอื่นๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 20,000 บาท	111	27.8
20,000 – 35,000 บาท	142	35.4
มากกว่า 35,000 – 50,000 บาท	84	21.0
มากกว่า 50,000 บาท	63	15.8
รวม	400	100.0

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการสนามบิณสูวรรณภูมิจำนวนทั้งสิ้น 400 คนจำแนกตามรายได้แสดงในตารางที่ 4.6 พบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 20,000 -35,000 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4 รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาท จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ลำดับต่อมาเป็นกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 35,000-50,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 เป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ

จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	154	38.5
2-5 ครั้ง	175	43.8
มากกว่า 5 ครั้ง	71	17.7
รวม	400	100.0

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการสนามบิณสูวรรณภูมิจำนวนทั้งสิ้น 400 คนจำแนกตามจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการแสดงในตารางที่ 4.7 พบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เคยใช้บริการ 2-5 ครั้ง จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาคือกลุ่มที่เคยใช้บริการ 1 ครั้ง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 และกลุ่มที่เคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้งจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 เป็นลำดับสุดท้ายรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวัตถุประสงค์การเดินทาง

วัตถุประสงค์การเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อการท่องเที่ยว	192	48.0
เพื่อธุรกิจ	113	28.2
เพื่อการท่องเที่ยวและธุรกิจ	95	23.8
รวม	400	100.0

จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิจำนวนทั้งสิ้น 400 คนจำแนกตามวัตถุประสงค์การเดินทางแสดงในตารางที่ 4.8 พบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่วัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมาคือกลุ่มที่วัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อธุรกิจจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 และกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวและธุรกิจ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 เป็นลำดับสุดท้าย

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิใน 6 ด้าน

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิจำนวน 400 คนใน 6 ด้าน โดยวิเคราะห์ข้อมูลเป็นภาพรวมและเป็นรายชื่อในแต่ละด้านได้ผลการศึกษาดังนี้

4.2.1 ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ที่มีดังนี้

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การแปลความหมายและการจัดลำดับของระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่

ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่	n = 400		ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ทำเลที่ตั้งของสนามบินสุวรรณภูมิซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ	3.428	0.942	มาก	5
2. ทำเลที่ตั้งของแต่ละอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิ	3.438	0.826	มาก	4
3. ขนาดและพื้นที่อาคารผู้โดยสารในส่วนขาเข้ามีความเหมาะสมต่อปริมาณผู้ให้บริการ	3.488	0.832	มาก	1
4. ขนาดและพื้นที่อาคารผู้โดยสารในส่วนขาออกมีความเหมาะสมต่อปริมาณผู้ให้บริการ	3.480	0.819	มาก	2
5. พื้นที่อาคารและลานจอดรถมีความเหมาะสม และพอเพียง	3.470	0.858	มาก	3
6. การเชื่อมต่อระหว่างอาคารจอดรถและอาคารผู้โดยสารมีความสะดวก	3.348	0.833	ปานกลาง	6
7. ขนาดและพื้นที่อาคารสำหรับขึ้นรถโดยสารสาธารณะและรถแท็กซี่ (Bus Terminal)	3.163	0.885	ปานกลาง	8
8. ทำเลที่ตั้งร้านค้าที่ให้บริการ	3.135	0.874	ปานกลาง	9
9. ทางเชื่อมต่อบนอาคารไปยังทางขึ้นเครื่องบิน (Gate)	3.230	0.815	ปานกลาง	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.353	0.863	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.353 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.863 เมื่อพิจารณาถึงระดับความพึงพอใจในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ที่เป็นรายชื่อ พบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจโดยเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ขนาดและพื้นที่อาคารผู้โดยสารในส่วนขาเข้ามีความเหมาะสมต่อปริมาณผู้ให้บริการ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ

3.488 และและผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.832

ลำดับที่ 2 ขนาดและพื้นที่อาคารผู้โดยสารในส่วนขาออกมีความเหมาะสมต่อปริมาณผู้ให้บริการ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.480 และและผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.819

ลำดับที่ 3 พื้นที่อาคารและลานจอดรถมีความเหมาะสมและพอเพียง ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.470 และและผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.858

ลำดับที่ 4 ท่าเลที่ตั้งของแต่ละอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.438 และและผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.826

ลำดับที่ 5 ท่าเลที่ตั้งของสนามบินสุวรรณภูมิที่ตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.428 และและผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.942

ลำดับที่ 6 การเชื่อมต่อระหว่างอาคารจอดรถและอาคารผู้โดยสารมีความสะดวก ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.348 และและผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.833

ลำดับที่ 7 ทางเชื่อมต่ออาคารไปยังทางขึ้นเครื่องบิน (Gate) ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.230 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.815

ลำดับที่ 8 ขนาดและพื้นที่อาคารสำหรับขึ้นรถโดยสารสาธารณะและรถแท็กซี่ (Bus Terminal) ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.163 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.885

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 9 ทำเลที่ตั้งร้านค้าที่ให้บริการ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.135 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.874

4.2.2 ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิมี่ดังนี้

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การแปลความหมายและการจัดลำดับของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ

ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ	n = 400		ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. การเดินทางเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิโดยทางรถยนต์มีความสะดวกและรวดเร็ว	3.623	0.841	มาก	1
2. การเดินทางระหว่างอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิสะดวก และรวดเร็ว	3.350	0.767	ปานกลาง	2
ค่าเฉลี่ยรวม	3.486	0.816	มาก	

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.486 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.816 เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจในด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิเป็นรายชื่อ พบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีความพึงพอใจโดยเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 การเดินทางเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิโดยทางรถยนต์มีความสะดวกและรวดเร็ว ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.623 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.841

ลำดับที่ 2 การเดินทางระหว่างอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิสะดวกและรวดเร็ว ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.350

และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.767

4.2.3 ด้านการบริการ

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านการบริการมีดังนี้

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การแปลความหมายและการจัดลำดับของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิด้านการบริการ

ด้านการบริการ	n = 400		ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. การตรวจค้นกระเป๋าและสัมภาระด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย สะดวกและรวดเร็ว	3.240	0.851	ปานกลาง	5
2. จำนวนช่องทางการเช็คอินของสายการบินที่ท่านเคยใช้บริการเพียงพอ	3.338	0.834	ปานกลาง	2
3. การเช็คอินของสายการบินต่างๆมีความสะดวกและรวดเร็ว	3.280	0.814	ปานกลาง	3
4. การบริการรับฝากกระเป๋า และสัมภาระมีความสะดวกและรวดเร็ว	3.128	0.796	ปานกลาง	9
5. การตรวจหนังสือเดินทางและตรวจบัตรโดยสารเครื่องบินสะดวกและรวดเร็ว	3.251	0.801	ปานกลาง	4
6. การขึ้นเอกสารแก่กองตรวจคนเข้าเมือง (ตม.) มีความสะดวกและรวดเร็ว	3.202	0.821	ปานกลาง	6
7. การบริการด้านศุลกากร	3.134	0.701	ปานกลาง	8
8. การบริการแลกเปลี่ยนเงินตรามีความสะดวกรวดเร็วและเพียงพอ	3.349	0.799	ปานกลาง	1
9. การบริการเรียกรถแท็กซี่ และจำนวนแท็กซี่มีความเพียงพอ	3.109	0.939	ปานกลาง	10
10. การบริการรถรับส่งระหว่างอาคาร (Shuttle Bus)	2.897	0.815	ปานกลาง	13
11. การบริการรถโดยสารประจำทาง	2.857	0.820	ปานกลาง	14
12. จำนวนร้านค้าสินค้าปลอดภาษีเพียงพอ	3.074	0.807	ปานกลาง	11

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ด้านการบริการ	n = 400		ระดับ ความพึงพอใจ	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
13. จำนวนร้านค้าขายอาหารและเครื่องดื่ม เพียงพอ	2.938	0.813	ปานกลาง	12
14. ความสุภาพ การเอาใจใส่และการบริการ ของเจ้าหน้าที่	3.189	0.795	ปานกลาง	7
ค่าเฉลี่ยรวม	3.165	0.795	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านการบริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.165 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.795 เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจในด้านการบริการเป็นรายข้อ พบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีความพึงพอใจโดยเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 การบริการแลกเปลี่ยนเงินตรา มีความสะดวกรวดเร็วและเพียงพอ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.349 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.799

ลำดับที่ 2 จำนวนช่องทางการเช็คอินของสายการบินที่ท่านเคยใช้บริการเพียงพอ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.338 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.834

ลำดับที่ 3 การเช็คอินของสายการบินต่างๆ มีความสะดวกและรวดเร็ว ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.280 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.814

ลำดับที่ 4 การตรวจหนังสือเดินทางและตรวจบัตรโดยสารเครื่องบินสะดวกและรวดเร็ว ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.251 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.801

ลำดับที่ 5 การตรวจค้นกระเป๋าและสัมภาระด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย สะดวกและรวดเร็ว ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.240

และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.851

ลำดับที่ 6 การยื่นเอกสารแก่กองตรวจคนเข้าเมือง (ตม.) มีความสะดวกและรวดเร็ว ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.202 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.821

ลำดับที่ 7 ความสุภาพ การเอาใจใส่และการบริการของเจ้าหน้าที่ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.189 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.795

ลำดับที่ 8 การบริการด้านศุลกากร ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.134 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.701

ลำดับที่ 9 การบริการรับฝากกระเป๋า และสัมภาระมีความสะดวกและรวดเร็ว ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.128 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.796

ลำดับที่ 10 การบริการเรียกรถแท็กซี่ และจำนวนแท็กซี่มีความเพียงพอ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.109 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.939

ลำดับที่ 11 จำนวนร้านค้าสินค้าปลอดภาษีเพียงพอ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.074 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.807

ลำดับที่ 12 จำนวนร้านค้าขายอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.938 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.813

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.4 ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งมีดังนี้

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การแปลความหมายและการจัดลำดับของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง

ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง	n = 400		ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. การวางผังของสนามบินสุวรรณภูมิ	3.480	0.965	มาก	6
2. การออกแบบตกแต่งภายนอกอาคารผู้โดยสาร	3.670	0.969	มาก	1
3. การออกแบบตกแต่งภายในอาคารผู้โดยสาร	3.550	0.937	มาก	4
4. การออกแบบแต่ละอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิ	3.533	0.928	มาก	5
5. การออกแบบถนนทางเข้าและภายในสนามบินสุวรรณภูมิ	3.565	0.926	มาก	2
6. การออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมของสนามบินสุวรรณภูมิ	3.555	0.905	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	3.559	0.957	มาก	

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.559 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.957 เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจในด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งเป็นรายชื่อ พบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีความพึงพอใจโดยเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 การออกแบบตกแต่งภายนอกอาคารผู้โดยสาร ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.670 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.969

ลำดับที่ 2 การออกแบบถนนทางเข้าและภายในสนามบินสุวรรณภูมิ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.565 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละ

คนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.926

ลำดับที่ 3 การออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมของสนามบิณสุวรรณภูมิ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.555 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.905

ลำดับที่ 4 การออกแบบตกแต่งภายในอาคารผู้โดยสาร ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.550 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.937

ลำดับที่ 5 การออกแบบแต่ละอาคารภายในสนามบิณสุวรรณภูมิ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.533 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.928

ลำดับที่ 6 การวางผังของสนามบิณสุวรรณภูมิ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.480 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.965

4.2.5 ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิในด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกมีดังนี้

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การแปลความหมายและการจัดลำดับของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก	n = 400		ระดับ ความพึงพอใจ	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
1. แสงสว่างภายในอาคารผู้โดยสาร อาคารจอดรถ อาคารขึ้นรถโดยสาร และถนนภายในสนามบิณเพียงพอ	3.505	0.749	มาก	1
2. ห้องน้ำสะอาด	2.968	0.753	ปานกลาง	13
3. จำนวนห้องน้ำเพียงพอ	2.633	0.737	ปานกลาง	16

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

ด้านสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก	n = 400		ระดับ ความพึงพอใจ	ลำดับ ที่
	\bar{X}	S.D.		
4. ระบบปรับอากาศภายในอาคารผู้โดยสาร เพียงพอ	3.240	0.871	ปานกลาง	5
5. ป้ายบอกทางต่างๆภายในอาคารผู้โดยสาร	3.100	0.804	ปานกลาง	9
6. ป้ายบอกทางต่างๆสำหรับการเดินทางเข้าสู่ สนามบิน	3.245	0.813	ปานกลาง	4
7. ที่พักผู้โดยสารเพียงพอ	3.008	0.905	ปานกลาง	11
8. ห้องสุขาบุหรี	2.976	0.899	ปานกลาง	12
9. ห้องพยาบาล	2.842	0.846	ปานกลาง	15
10. สายพานและการลำเลียงกระเป๋ามีความ สะดวกรวดเร็ว	2.875	0.909	ปานกลาง	14
11. จำนวนบันไดเลื่อน ทางเดินเลื่อน และลิฟท์ มีเพียงพอ	3.203	0.744	ปานกลาง	6
12. โทรทัศน์แสดงข้อมูลเที่ยวบิน	3.200	0.823	ปานกลาง	7
13. จอแสดงสถานะของแต่ละเที่ยวบินขาเข้า และขาออก	3.268	0.802	ปานกลาง	3
14. รถเข็นกระเป๋าจำนวนเพียงพอ	3.345	0.753	ปานกลาง	2
15. การแสดงแผนที่ภายในอาคาร โดยสาร	3.080	0.731	ปานกลาง	10
16. จำนวนเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ	3.140	0.746	ปานกลาง	8
ค่าเฉลี่ยรวม	3.115	0.871	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.115 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.871 เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจในด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นรายชื่อ พบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีความพึงพอใจโดยเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 แสงสว่างภายในอาคารผู้โดยสาร อาคารจอดรถ อาคารขึ้นรถโดยสารและถนนภายในสนามบินเพียงพอ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.505 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.749

ลำดับที่ 11 ที่พักผู้โดยสารเพียงพอ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.008 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.905

ลำดับที่ 12 ห้องสุขาบุหรี ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.976 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.899

ลำดับที่ 13 ห้องน้ำสะอาด ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.968 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.753

ลำดับที่ 14 สายพานและการลำเลียงกระเป๋า มีความสะดวกรวดเร็ว ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.875 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.909

ลำดับที่ 15 ห้องพยาบาล ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.842 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.846

ลำดับที่ 16 จำนวนห้องน้ำเพียงพอ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.633 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.737

4.2.6 ด้านราคา

ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านราคามีดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การแปลความหมายและการจัดลำดับของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิด้านราคา

ด้านราคา	n = 400		ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. อัตราค่าภาษีสนามบินสำหรับการเดินทางภายในประเทศ	2.818	0.721	ปานกลาง	3
2. อัตราค่าภาษีสนามบินสำหรับการเดินทางระหว่างประเทศ	2.808	0.753	ปานกลาง	4
3. ค่าธรรมเนียมการจอดรถ	2.590	0.916	น้อย	8
4. ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่จัดจำหน่ายตามร้านค้าต่างๆภายในอาคารโดยสาร	2.615	0.961	ปานกลาง	7
5. ราคาสินค้าภายในร้านปลอดภาษี	2.828	0.787	ปานกลาง	2
6. อัตราค่าโดยสารรถประจำทาง	2.993	0.806	ปานกลาง	1
7. อัตราค่าโดยสารลิμουซีน	2.731	0.866	ปานกลาง	5
8. อัตราค่าโดยสารรถแท็กซี่	2.689	0.879	ปานกลาง	6
ค่าเฉลี่ยรวม	2.735	0.845	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านราคาอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 2.735 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.845 เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจในด้านราคาเป็นรายชื่อพบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีความพึงพอใจโดยเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 อัตราค่าโดยสารรถประจำทาง ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.993 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.806

ลำดับที่ 2 ราคาสินค้าภายในร้านปลอดภาษี ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.828 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.787

ลำดับที่ 3 อัตราค่าภาษีสนามบินสำหรับการเดินทางภายในประเทศ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.818 และผู้โดยสารชาวไทย

แต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.721

ลำดับที่ 4 อัตราค่าภาษีสนามบินสำหรับการเดินทางระหว่างประเทศ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.808 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.753

ลำดับที่ 5 อัตราค่าโดยสารลิμουซีน ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.731 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.866

ลำดับที่ 6 อัตราค่าโดยสารรถแท็กซี่ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.689 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.879

ลำดับที่ 7 ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่จัดจำหน่ายตามร้านค้าต่างๆภายในอาคาร โดยสารผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.615 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.961

ลำดับที่ 8 ค่าธรรมเนียมการจอดรถ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจน้อย โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.590 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.916

4.2.7 สรุปความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ

จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านต่างๆทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ด้านการบริการ ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง ด้านสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา ในภาพรวมแสดงได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การแปลความหมายและการจัดลำดับของความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในภาพรวม

ความพึงพอใจ	n = 400		ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
	\bar{X}	S.D.		
1. ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่	3.353	0.863	ปานกลาง	3
2. ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ	3.486	0.816	มาก	2
3. ด้านการบริการ	3.165	0.795	ปานกลาง	4
4. ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง	3.559	0.957	มาก	1
5. ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.115	0.871	ปานกลาง	5
6. ด้านราคา	2.735	0.845	ปานกลาง	6
ค่าเฉลี่ยรวม	3.185	0.875	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมของทุกข้อมีค่าเท่ากับ 3.185 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.875 เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจในภาพรวมเป็นรายข้อพบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีความพึงพอใจโดยเรียงลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.559 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.957

ลำดับที่ 2 ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.486 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.816

ลำดับที่ 3 ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.353 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.863

ลำดับที่ 4 ด้านการบริการ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.165 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.795

ลำดับที่ 5 ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.115 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมี

ระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.871

ลำดับที่ 6 ด้านราคา ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลางโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.735 และผู้โดยสารชาวไทยแต่ละคนมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.845

4.3 การวิเคราะห์เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน

การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน โดยมีสมมติฐานวิจัยดังนี้

สมมติฐาน ผู้โดยสารชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา สาขาอาชีพ รายได้ จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ และวัตถุประสงค์การเดินทางต่างกั นมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานวิจัยย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีเพศต่างกัน ด้วยวิธี t-test

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจแยกตามเพศ		p-value
	ชาย n=220	หญิง n=180	
1. ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่	3.367	3.335	0.281
2. ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบิน สุวรรณภูมิ	3.507	3.461	0.261
3. ด้านการบริการ	3.183	3.140	0.165
4. ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง	3.577	3.537	0.319
5. ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.119	3.112	0.456
6. ด้านราคา	2.737	2.754	0.394
ความพึงพอใจโดยรวม	3.199	3.172	0.267

จากตารางที่ 4.16 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิระหว่างผู้โดยสารชาวไทยที่มีเพศต่างกัน ด้วยวิธี t-test พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.267 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยเพศชายและเพศหญิง มีค่าเท่ากับ 3.199 และ 3.172 ตามลำดับ

เมื่อทำการพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ด้านการบริการ ด้านสถาปัตยกรรม การออกแบบตกแต่ง ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.281 0.261 0.165 0.319 0.456 และ 0.394 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ด้านการบริการ ด้านสถาปัตยกรรม การออกแบบตกแต่ง ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยเพศชายและเพศหญิง ในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ที่มีค่าเท่ากับ 3.367 และ 3.335 ตามลำดับ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิมีค่าเท่ากับ 3.507 และ 3.461 ตามลำดับ ด้านการบริการมีค่าเท่ากับ 3.183 และ 3.140 ตามลำดับ ด้านสถาปัตยกรรม การออกแบบตกแต่งมีค่าเท่ากับ 3.577 และ 3.537 ตามลำดับ ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเท่ากับ 3.119 และ 3.112 ตามลำดับ และด้านราคามีค่าเท่ากับ 2.737 และ 2.754 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบิณสูวรรณภูมิที่มีอายุต่างกัน ด้วยวิธี One-way ANOVA

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจแยกตามอายุ				p-value
	น้อยกว่า 25 ปี n = 36	25 – 35 ปี n = 265	มากกว่า 35 – 45 ปี n = 72	มากกว่า 45 ปี n = 27	
1. ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่	3.321	3.315	3.469	3.457	0.129
2. ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบิณสูวรรณภูมิ	3.556	3.457	3.424	3.852	0.035*
3. ด้านการบริการ	3.157	3.171	3.207	3.144	0.919
4. ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง	3.288	3.468	3.778	4.223	0.000**
5. ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.069	3.121	3.117	3.129	0.960
6. ด้านราคา	2.815	2.776	2.654	2.579	0.228
ความพึงพอใจโดยรวม	3.151	3.175	3.225	3.2522	0.641

หมายเหตุ * หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบิณสูวรรณภูมิระหว่างผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกัน ด้วยวิธี One-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.641 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสูวรรณภูมิไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อายุ 25-35 ปี อายุมากกว่า 35-45 ปี และอายุมากกว่า 45 ปี มีค่าเท่ากับ 3.151 3.175 3.225 และ 3.2522 ตามลำดับ

เมื่อทำการพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบในแต่ละด้านคือ ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการบริการ ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.129 0.919 0.960 และ 0.228 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสูวรรณภูมิไม่แตกต่างกันอย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อายุ 25-35 ปี อายุมากกว่า 35-45 ปี และอายุมากกว่า 45 ปี ในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ มีค่าเท่ากับ 3.321 3.315 3.469 และ 3.457 ตามลำดับ ด้านการบริการมีค่าเท่ากับ 3.157 3.171 3.207 และ 3.144 ตามลำดับ ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเท่ากับ 3.069 3.121 3.117 และ 3.129 ตามลำดับ และด้านราคามีค่าเท่ากับ 2.815 2.776 2.654 และ 2.579 ตามลำดับ

เมื่อทำการพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบในด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อายุ 25-35 ปี อายุมากกว่า 35-45 ปี และอายุมากกว่า 45 ปี มีค่าเท่ากับ 3.556 3.457 3.424 และ 3.852 ตามลำดับ

เมื่อทำการพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบในด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี อายุ 25-35 ปี อายุมากกว่า 35-45 ปี และอายุมากกว่า 45 ปี มีค่าเท่ากับ 3.288 3.468 3.778 และ 4.223 ตามลำดับ

กรณีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่ค่า p-value น้อยกว่า 0.05 หรือ 0.01 จะใช้วิธี LSD หรือ Least Significant Difference เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีอายุที่ต่างกันในการคมนาคมการเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ และด้านสถาปัตยกรรมเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

ความพึงพอใจ	อายุ	กลุ่มที่	p- value			
			1	2	3	4
ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ	น้อยกว่า 25 ปี	1	-	0.428	0.358	0.098
	25 – 35 ปี	2	-	-	0.724	0.006**
	มากกว่า 35– 45 ปี	3	-	-	-	0.007**
	มากกว่า 45 ปี	4	-	-	-	-
ด้านสถาปัตยกรรมและการออกแบบตกแต่ง	น้อยกว่า 25 ปี	1	-	0.208	0.003**	0.000**
	25 – 35 ปี	2	-	-	0.004**	0.000**
	มากกว่า 35– 45 ปี	3	-	-	-	0.015*
	มากกว่า 45 ปี	4	-	-	-	-

หมายเหตุ * หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบิณสุวรรณภูมิ พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุ 25-35 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 35-45 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกันในกลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบด้านสถาปัตยกรรมและการออกแบบตกแต่ง พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 35-45 ปี และอายุมากกว่า 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 35-45 ปี และอายุมากกว่า 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 35-45 ปี มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกันในกลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันด้วยวิธี One-way ANOVA

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจแยกตามสถานภาพการสมรส			p-value
	โสด n = 263	สมรส n = 129	หย่า/หม้าย/ แยกกันอยู่ n = 8	
1. ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่	3.312	3.435	3.375	0.109
2. ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ	3.472	3.497	3.813	0.399
3. ด้านการบริการ	3.170	3.195	3.019	0.578
4. ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง	3.461	3.709	4.375	0.051
5. ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.096	3.184	3.168	0.068
6. ด้านราคา	2.727	2.823	2.742	0.071
ความพึงพอใจโดยรวม	3.161	3.249	3.023	0.086

จากตารางที่ 4.19 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้โดยสารชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน ด้วยวิธี one-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.086 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีสถานภาพโสด สมรส และหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ มีค่าเท่ากับ 3.161 3.249 และ 3.023 ตามลำดับ

เมื่อทำการพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบในแต่ละด้านคือ ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ด้านการบริการ ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.109 0.399 0.578 0.051 0.068 และ 0.071 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในแต่ละด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีสถานภาพโสด สมรส หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ ในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ที่มีค่าเท่ากับ 3.312 3.435 และ 3.375 ตามลำดับ ด้านการคมนาคมเข้า-ออก

สนามบิณสูวรรณภูมิมีค่าเท่ากับ 3.472 3.497 และ 3.813 ตามลำดับ ด้านการบริการมีค่าเท่ากับ 3.170 3.195 และ 3.019 ตามลำดับ ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งมีค่าเท่ากับ 3.461 3.709 และ 4.375 ตามลำดับ ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเท่ากับ 3.096 3.184 และ 3.168 ตามลำดับ และด้านราคามีค่าเท่ากับ 2.727 2.823 และ 2.742 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 4 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสูวรรณภูมิแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบิณสูวรรณภูมิที่มีระดับการศึกษาต่างกันด้วยวิธี One-way ANOVA

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจแยกตามระดับการศึกษา			p-value
	ต่ำกว่าปริญญาตรี n = 44	ปริญญาตรี n = 250	สูงกว่าปริญญาตรี n = 106	
1. ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่	3.497	3.340	3.326	0.173
2. ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบิณสูวรรณภูมิ	3.705	3.436	3.514	0.060
3. ด้านการบริการ	3.290	3.164	3.153	0.239
4. ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง	3.758	3.510	3.591	0.172
5. ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.298	3.118	3.036	0.089
6. ด้านราคา	2.824	2.784	2.619	0.058
ความพึงพอใจโดยรวม	3.329	3.180	3.142	0.051

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้โดยสารชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ด้วยวิธี one-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.051 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสูวรรณภูมิไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเท่ากับ 3.329 3.180 และ 3.142 ตามลำดับ

เมื่อทำการพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบในแต่ละด้านคือ ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ด้านการบริการ ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา พบว่า ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.173 0.060 0.239 0.172 0.089 และ 0.058 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในแต่ละด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี ในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ มีค่าเท่ากับ 3.497 3.340 และ 3.326 ตามลำดับ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิมีค่าเท่ากับ 3.705 3.436 และ 3.514 ตามลำดับ ด้านการบริการมีค่าเท่ากับ 3.290 3.164 และ 3.153 ตามลำดับ ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งมีค่าเท่ากับ 3.758 3.510 และ 3.591 ตามลำดับ ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเท่ากับ 3.298 3.118 และ 3.036 ตามลำดับ และด้านราคามีค่าเท่ากับ 2.824 2.784 และ 2.619 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 5 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีสาขาอาชีพต่างกันด้วยวิธี One-way ANOVA

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจแยกตามสาขาอาชีพ					p-value
	นักศึกษา n = 21	พนักงาน บริษัท เอกชน n = 292	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ n = 33	ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว n = 40	อื่นๆ n = 14	
1. ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่	3.334	3.297	3.430	3.591	3.689	0.002**
2. ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ	3.667	3.413	3.621	3.737	3.714	0.015*
3. ด้านการบริการ	3.061	3.179	3.121	3.232	3.201	0.694
4. ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง	3.508	3.443	3.833	3.846	4.571	0.000**

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจแยกตามสาขาอาชีพ					p-value
	นักศึกษา n = 21	พนักงาน บริษัท เอกชน n = 292	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ n = 33	ค้าขาย/ ธุรกิจ ส่วนตัว n = 40	อื่นๆ n = 14	
5. ด้านสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก	2.962	3.125	3.072	3.179	3.062	0.613
6. ด้านราคา	2.666	3.062	2.687	2.775	2.775	0.201
ความพึงพอใจโดยรวม	3.097	3.171	3.197	3.305	3.285	0.268

หมายเหตุ * หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพต่างกันด้วยวิธี one-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.268 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพนักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และสาขาอาชีพอื่นๆ มีค่าเท่ากับ 3.097 3.171 3.197 3.305 และ 3.285 ตามลำดับ

เมื่อทำการพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบในแต่ละด้านคือ ด้านการบริการ ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.694 0.613 และ 0.201 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ามีความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพ นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และสาขาอาชีพอื่นๆ ในด้านการบริการมีค่าเท่ากับ 3.061 3.179 3.121 3.232 และ 3.201 ตามลำดับ ในด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเท่ากับ 2.962 3.125 3.072 3.179 และ 3.062 ตามลำดับ ในด้านราคามีค่าเท่ากับ 2.666 3.062 2.687 2.775 และ 2.775 ตามลำดับ

เมื่อทำการพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพต่างกันมี

ความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพนักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และสาขาอาชีพอื่นๆ มีค่าเท่ากับ 3.334 3.297 3.430 3.591 และ 3.689 ตามลำดับ

เมื่อทำการพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบในด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบิณสุวรรณภูมิ พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพนักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และสาขาอาชีพอื่นๆ มีค่าเท่ากับ 3.334 3.297 3.430 3.591 และ 3.689 ตามลำดับ

เมื่อทำการพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบในด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพนักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และสาขาอาชีพอื่นๆ มีค่าเท่ากับ 3.508 3.443 3.833 3.846 และ 4.571 ตามลำดับ

กรณีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิที่ค่า p-value น้อยกว่า 0.05 หรือ 0.01 จะใช้วิธี LSD หรือ Least Significant Difference เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิที่มีสาขาอาชีพต่างกันในด้านทำเลที่ตั้ง-อาคารสถานที่ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบิณสุวรรณภูมิ และด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD

ความพึงพอใจ	สาขาอาชีพ	กลุ่มที่	p- value				
			1	2	3	4	5
ด้านทำเลที่ตั้ง- อาคารสถานที่	นักศึกษา	1	-	0.762	0.517	0.074	0.054
	พนักงานบริษัทเอกชน	2	-	-	0.175	0.001**	0.007**
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3	-	-	-	0.200	0.128
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	4	-	-	-	-	0.553
	อื่นๆ	5	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	สาขาอาชีพ	กลุ่มที่	p- value				
			1	2	3	4	5
ด้านการคมนาคม เข้า-ออกสนามบิน สุวรรณภูมิ	นักศึกษา	1	-	0.553	0.816	0.707	0.844
	พนักงานบริษัทเอกชน	2	-	-	0.106	0.006**	0.116
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3	-	-	-	0.480	0.677
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	4	-	-	-	-	0.915
	อื่นๆ	5	-	-	-	-	-
ด้านสถาปัตยกรรม การตกแต่ง	นักศึกษา	1	-	0.722	0.147	0.118	0.000**
	พนักงานบริษัทเอกชน	2	-	-	0.008**	0.003**	0.000**
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3	-	-	-	0.945	0.004**
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	4	-	-	-	-	0.004**
	อื่นๆ	5	-	-	-	-	-

หมายเหตุ * หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพอื่นๆ และสาขาอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพต่างกันในกลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพต่างกันในกลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ สาขาอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว และสาขาอาชีพอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพนักศึกษา สาขาอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน สาขาอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และสาขาอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึง

พอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพต่างกันในกลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจในการใช้บริการ สนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการ สนามบินสุวรรณภูมิต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีรายได้ต่างกันด้วยวิธี One-way ANOVA

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจแยกตามรายได้				p-value
	ต่ำกว่า 20,000 บาท n = 111	20,000 – 35,000 บาท n = 142	มากกว่า 35,000 – 50,000 บาท n = 84	มากกว่า 50,000 บาท n = 63	
1. ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่	3.420	3.295	3.334	3.389	0.294
2. ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ	3.558	3.436	3.500	3.452	0.567
3. ด้านการบริการ	3.188	3.164	3.210	3.124	0.730
4. ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง	3.563	3.534	3.503	3.680	0.610
5. ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.126	3.121	3.135	3.058	0.835
6. ด้านราคา	2.779	2.795	2.691	2.638	0.315
ความพึงพอใจโดยรวม	3.208	3.178	3.190	3.161	0.901

จากตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิระหว่างผู้โดยสารชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันด้วยวิธี one-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.901 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท รายได้ 20,000 – 35,000

บาท รายได้มากกว่า 35,000 – 50,000 บาท และรายได้มากกว่า 50,000 บาท มีค่าเท่ากับ 3.208 3.178 3.190 และ 3.161 ตามลำดับ

เมื่อทำการพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบในแต่ละด้านคือ ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ด้านการบริการ ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.294 0.567 0.730 0.610 0.835 และ 0.315 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีรายได้ที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในแต่ละด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท รายได้ 20,000 – 35,000 บาท รายได้มากกว่า 35,000 – 50,000 บาท และรายได้มากกว่า 50,000 บาท ในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ มีค่าเท่ากับ 3.420 3.295 3.334 และ 3.389 ตามลำดับ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิมีค่าเท่ากับ 3.558 3.436 3.500 และ 3.452 ตามลำดับ ด้านการบริการมีค่าเท่ากับ 3.188 3.164 3.210 และ 3.124 ตามลำดับ ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งมีค่าเท่ากับ 3.563 3.534 3.503 และ 3.680 ตามลำดับ ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเท่ากับ 3.126 3.121 3.135 และ 3.058 ตามลำดับ และด้านราคามีค่าเท่ากับ 2.779 2.795 2.691 และ 2.638 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 7 ผู้โดยสารชาวไทยที่จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการต่างกัน ด้วยวิธี One-way ANOVA

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ แยกตามจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ			p-value
	1 ครั้ง n = 154	2 – 5 ครั้ง n = 175	มากกว่า 5 ครั้ง n = 71	
1. ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่	3.443	3.319	3.238	0.018*
2. ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ	3.555	3.434	3.464	0.291
3. ด้านการบริการ	3.190	3.166	3.161	0.875
4. ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง	3.719	3.471	3.425	0.008**

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ แยกตามจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ			p-value
	1 ครั้ง n = 154	2 – 5 ครั้ง n = 175	มากกว่า 5 ครั้ง n = 71	
5. ด้านสาธารณูปโภคและสิ่ง อำนวยความสะดวก	3.174	3.095	3.038	0.176
6. ด้านราคา	2.821	2.697	2.694	0.164
ความพึงพอใจโดยรวม	3.248	3.157	3.124	0.060

หมายเหตุ * หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้โดยสารชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการต่างกันด้วยวิธี one-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.060 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการ 1 ครั้ง เคยใช้บริการ 2-5 ครั้ง และเคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้งมีค่าเท่ากับ 3.248 3.157 และ 3.124 ตามลำดับ

เมื่อทำการพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบในแต่ละด้านคือ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ด้านการบริการ ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา พบว่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.291 0.875 0.176 และ 0.164 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่ามีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการ 1 ครั้ง เคยใช้บริการ 2-5 ครั้ง และเคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง ในด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ มีค่าเท่ากับ 3.555 3.434 และ 3.464 ตามลำดับ ในด้านการบริการมีค่าเท่ากับ 3.190 3.166 และ 3.161 ตามลำดับ ในด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเท่ากับ 3.174 3.095 และ 3.038 ตามลำดับ และในด้านราคามีค่าเท่ากับ 2.821 2.697 และ 2.694 ตามลำดับ

เมื่อทำการพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการ 1 ครั้ง เคยใช้บริการ 2-5 ครั้ง และเคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง มีค่าเท่ากับ 3.443 3.319 และ 3.238 ตามลำดับ

เมื่อทำการพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบในด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการ 1 ครั้งเคยใช้บริการ 2-5 ครั้ง และเคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง มีค่าเท่ากับ 3.719 3.471 และ 3.425 ตามลำดับ

กรณีมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่ค่า p-value น้อยกว่า 0.05 หรือ 0.01 จะใช้วิธี LSD หรือ Least Significant Difference เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการต่างกัน ดังแสดงในตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยสนามบินสุวรรณภูมิที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการต่างกันในด้านทำเลที่ตั้ง-อาคารสถานที่ และด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD

ความพึงพอใจ	จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ	กลุ่มที่	p-value		
			1	2	3
ด้านทำเลที่ตั้ง อาคารสถานที่	1 ครั้ง	1	-	0.039	0.009**
	2-5 ครั้ง	2	-	-	0.286
	มากกว่า 5 ครั้ง	3	-	-	-
ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง	1 ครั้ง	1	-	0.007**	0.013*
	2-5 ครั้ง	2	-	-	0.692
	มากกว่า 5 ครั้ง	3	-	-	-

หมายเหตุ * หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 ผลการเปรียบเทียบด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการ 1 ครั้ง มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการต่างกันในกลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกันทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการเปรียบเทียบด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการ 1 ครั้ง มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการ 2-5 ครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการต่างกันในกลุ่มอื่นๆ มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 8 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและค่า p-value ของการทดสอบความแตกต่างของการทดสอบความแตกต่างความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิที่มีจุดประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันด้วยวิธี One-way ANOVA

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจแยกตามจุดประสงค์การเดินทาง			p-value
	เพื่อการท่องเที่ยว n = 192	เพื่อธุรกิจ n = 113	เพื่อการท่องเที่ยวและเพื่อธุรกิจ n = 95	
1. ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่	3.342	3.423	3.288	0.190
2. ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ	3.539	3.438	3.436	0.358
3. ด้านการบริการ	3.165	3.198	3.165	0.823
4. ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง	3.564	3.564	3.428	0.136
5. ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก	3.128	3.093	3.117	0.861
6. ด้านราคา	2.768	2.685	2.767	0.509
ความพึงพอใจโดยรวม	3.191	3.199	3.161	0.795

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้โดยสารชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางที่ต่างกันด้วยวิธี one-way ANOVA พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.795 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางที่

ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อท่องเที่ยว เพื่อธุรกิจ และทั้งสองวัตถุประสงค์ มีค่าเท่ากับ 3.191 3.199 และ 3.161 ตามลำดับ

เมื่อทำการพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบในแต่ละด้าน คือด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ด้านการบริการ ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา พบว่าค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.190 0.358 0.823 0.136 0.861 และ 0.509 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าผู้โดยสารชาวไทยวัตถุประสงค์การเดินทางที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในแต่ละด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อท่องเที่ยว เพื่อธุรกิจ และเพื่อทั้งสองวัตถุประสงค์ ในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ที่มีค่าเท่ากับ 3.342 3.423 และ 3.288 ตามลำดับ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิมีค่าเท่ากับ 3.539 3.438 และ 3.436 ตามลำดับ ด้านการบริการมีค่าเท่ากับ 3.165 3.198 และ 3.165 ตามลำดับ ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งมีค่าเท่ากับ 3.564 3.564 และ 3.428 ตามลำดับ ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเท่ากับ 3.128 3.093 และ 3.117 ตามลำดับ และด้านราคามีค่าเท่ากับ 2.768 2.685 และ 2.767 ตามลำดับ

4.4 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิดที่ถามถึงความคิดเห็นทั่วไปเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงสนามบินสุวรรณภูมิให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ได้เสนอแนะข้อคิดเห็นในด้านต่างๆ ดังนี้

4.4.1 ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่

- ระยะทางจากอาคารผู้โดยสาร (Terminal) ถึงทางออกขึ้นเครื่องบิน (Gate) ก่อนข้างไกลต้องใช้เวลานาน ไปขึ้นเครื่องเป็นเวลานานถึงแม้จะมีสายพานเลื่อนแล้วก็ตาม จึงควรสร้างรถไฟฟ้าระหว่างอาคารผู้โดยสาร ไปจนถึงทางออกขึ้นเครื่องเพื่อรับส่งรับส่งผู้โดยสารจากอาคารผู้โดยสารไปยังทางออกขึ้นเครื่องบินให้เหมือนกับสนามบินนานาชาติแห่งอื่นๆ

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ขนาดและพื้นที่อาคารผู้โดยสารขาเข้า-ขาออกค่อนข้างแออัดไม่เพียงพอต่อปริมาณผู้ใช้บริการ ควรจัดสรรพื้นที่สำหรับเช็คอินสายการบินที่มีผู้ใช้บริการมารวมไว้กับสายการบินที่มีผู้ใช้บริการน้อยเพื่อลดความแออัดของผู้โดยสารในบริเวณพื้นที่เดียวกัน
- บางพื้นที่ที่ยังไม่เปิดให้บริการ ควรจัดทำป้ายบอกและใช้อุปกรณ์กันเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย

4.4.2 ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ

- การเปิดให้บริการก่อนกำหนด และบางส่วนอยู่ในระหว่างการก่อสร้างจึงส่งผลกระทบต่อปัญหาจราจรโดยรอบสนามบิน ควรเร่งสร้างถนน สะพานหรือการขนส่งทางบกต่างๆ ให้เสร็จเร็วขึ้น เพื่อแก้ปัญหาการจราจรโดยรอบ
 - ควรเร่งการสร้าง Airport link หรือรถไฟฟ้าจากในเขตเมืองเข้าสู่สนามบินเพื่อเพิ่มช่องทางการเดินทางเข้าสู่สนามบิน และลดเวลาเดินทางจากใจกลางเมืองได้
 - การเดินทางระหว่างอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิไม่สะดวก เนื่องจากรถโดยสารภายในสนามบินไม่เพียงพอ ควรเพิ่มรถโดยสารภายในสนามบินให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ
 - รถโดยสารประจำทางไม่เพียงพอและไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ควรเพิ่มปริมาณสายรถประจำทางให้เพียงพอและครอบคลุมทุกพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และบริเวณหัวเมืองใหญ่ในแต่ละภาคของประเทศ
 - ผู้โดยสารส่วนใหญ่ยังสับสนเมื่อเดินทางเข้าและออกสนามบิน เนื่องจากป้ายบอกทางต่างๆ น้อยและไม่ชัดเจน ทำให้สับสนและเสียเวลาอย่างมากเมื่อเข้าเส้นทางผิด ควรเพิ่มป้ายนำทางและเพิ่มรายละเอียดให้เข้ามายิ่งขึ้น

4.4.3 ด้านการบริการ

- แท็กซี่บริการผู้โดยสารค่อนข้างผูกขาด และมักจะรับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติมากกว่าชาวไทย เพราะได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่า การทำอากาศยานจึงควรจัดอบรมและหมั่นคอยตรวจตราผู้ให้บริการแท็กซี่เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และทำโทษเมื่อฝ่าฝืนข้อกำหนด
- พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการไม่ควรเลือกปฏิบัติ ควรมีความเท่าเทียมกันในการบริการ และควรเพิ่มการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการที่เป็นคนให้มากยิ่งขึ้น
- การฝากกระเป๋าหรือการรอรับกระเป๋าใช้เวลานาน ควรเร่งกระบวนการโหลดกระเป๋าให้เร็วขึ้น โดยการเมื่อเครื่องบินเข้ามาจอดที่ท่าเทียบเครื่องบิน พนักงานจึงควรเตรียมรถเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ ให้พร้อม เพื่อจะได้ไม่เสียเวลาในการคอยกระเป๋า และการจัดกระเป๋า ควรใช้สายพานลำเลียงเพื่อความรวดเร็ว

- จำนวนช่องการเช็คอินผู้โดยสารขาเข้าไม่เพียงพอต่อปริมาณผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการต้องรอเช็คอินเป็นเวลานาน เมื่อถึงเวลาเช็คอินผู้โดยสารควรเปิดบริการเช็คอินก่อนถึงเวลากำหนดเพื่อจะได้กระจายจำนวนผู้โดยสาร
- ควรเพิ่มระบบประชาสัมพันธ์แบบอิเล็กทรอนิกส์ภายในอาคารผู้โดยสาร เพื่อสร้างความเข้าใจของผู้ให้บริการให้มากยิ่งขึ้น และควรจัดทำหลายภาษา
- บางกรณีผู้ให้บริการน้อย แต่บางกรณีผู้ให้บริการค่อนข้างหนาแน่น สนามบินควรจัดการให้สมดุลเพื่อลดความหนาแน่น แออัดแก่ผู้ให้บริการ

4.4.4 ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง

- การออกแบบตกแต่งภายในสวยงาม แต่ควรเพิ่มสถาปัตยกรรมความเป็นไทยให้มากกว่านี้
- ควรออกแบบงานภูมิทัศน์ให้สวยงาม และให้ดูร่มรื่น เช่น เพิ่มการปลูกต้นไม้ใหญ่ บริเวณถนนหรือทางเข้าสนามบิน

4.4.5 ด้านสาธารณสุขโลกและสิ่งแวดล้อม

- ห้องน้ำที่ให้บริการมีน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการและไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ไม่สะอาด อับชื้น วัสดุที่ใช้ไม่ได้คุณภาพและไม่แข็งแรง ภายในอาคารผู้โดยสารไม่ค่อยสะอาด ควรเพิ่มปริมาณห้องน้ำและห้องอาบน้ำ และให้มีครอบคลุมทุกพื้นที่ และเพิ่มการรักษาความสะอาด เจ้าหน้าที่การทำอากาศยานควรหมั่นตรวจตราห้องน้ำและความสะอาดอยู่เสมอ
- ป้ายบอกทางต่างๆภายในอาคารผู้โดยสารไม่เพียงพอ ไม่ชัดเจน และเข้าใจยาก ควรเพิ่มสัญลักษณ์เพื่อให้เข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้น
- ควรเพิ่มที่นั่งพักผู้โดยสารบริเวณอาคารผู้โดยสารให้เพียงพอต่อปริมาณผู้โดยสาร
- ร้านอาหารมีปริมาณน้อย และภายในร้านอาหารมีพื้นที่เล็ก ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ควรเพิ่มร้านค้า ร้านอาหารและจัดสรรพื้นที่ให้เป็นระเบียบ

4.4.6 ด้านราคา

- อัตราค่าธรรมเนียมการใช้สนามบินอยู่ในเกณฑ์สูง เมื่อเทียบกับรายได้ของคนในประเทศ ควรศึกษาถึงค่าธรรมเนียมที่เหมาะสมสำหรับค่าครองชีพในประเทศไทย และให้เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ หรือปรับปรุงการให้บริการให้เหมาะสมกับราคาที่ตั้งไว้
- ราคาของอาหารและเครื่องดื่มต่างๆ มีราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับค่าครองชีพและเศรษฐกิจของประเทศไทย และควรปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับราคา และควรเพิ่มพื้นที่ให้กับร้านอาหารราคาถูกให้มากกว่านี้

- การเพิ่มราคาของแท็กซี่หรือรถโดยสารประจำทางเมื่อใช้บริการจากสนามบินสุวรรณภูมิ ควรลดราคาค่าคงที่การเรียกแท็กซี่ภายในสนามบิน ซึ่งปัจจุบันเรียกเก็บเพิ่มจากค่าแท็กซี่ 50 บาท



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวโดยสรุปถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยประกอบด้วยข้อเสนอสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและปรับปรุงสนามบิณสุวรรณภูมิ

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ 2 ประการคือ

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิในด้านต่างๆ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบิณสุวรรณภูมิ ด้านการบริการ ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง ด้านสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา

2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบิณสุวรรณภูมิจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ และวัตถุประสงค์การเดินทาง

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้คือแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา สาขาอาชีพ รายได้ และจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ รวมทั้งสิ้น 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการด้านต่างๆ รวมทั้งสิ้น 55 ข้อ

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการในด้านต่างๆ 6 ด้าน ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายเปิด

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้แก่ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้สนามบิณสุวรรณภูมิ โดยทำการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองและรอรับคืน และส่งแบบสอบถามทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (อีเมล) จากนั้นตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับ และได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยได้แยกออกเป็น 3 ตอนดังต่อไปนี้

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ

5.1.1.1 เพศ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.0 และ 45.0 ตามลำดับ ของกลุ่มตัวอย่าง

5.1.1.2 อายุ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 25-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.3 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 35-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.0 ของกลุ่มตัวอย่าง ลำดับต่อมาเป็นกลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.0 ของกลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.8 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.1.3 สถานภาพการสมรส ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 65.8 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือมีสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 32.2 ของกลุ่มตัวอย่าง และมีสถานภาพหย่า/หม้าย/แยกกันอยู่คิดเป็นร้อยละ 2.0 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.1.4 ระดับการศึกษา ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 62.5 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือมีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 26.5 ของกลุ่มตัวอย่าง และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 11.0 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.1.5 อาชีพ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 73.0 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคืออาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 10.0 ของกลุ่มตัวอย่าง ลำดับต่อมามีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 8.3 ของกลุ่มตัวอย่าง ลำดับต่อมามีอาชีพนักศึกษาคิดเป็นร้อยละ 5.3 ของกลุ่มตัวอย่างและมีอาชีพอื่นๆคิดเป็นร้อยละ 3.5 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.1.6 รายได้ ผู้ใช้บริการที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 20,000 -35,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 35.4 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 27.8 ของกลุ่มตัวอย่าง ลำดับต่อมาเป็นกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 35,000-50,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 21.0 ของกลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มที่รายได้มากกว่า 50,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 15.8 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.1.7 จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เคยใช้บริการ 2-5 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 43.8 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือกลุ่มที่เคยใช้บริการ 1 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 38.5 ของกลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มที่เคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 17.7 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.1.8 วัตถุประสงค์การเดินทาง ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ พบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่วัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 48.0 ของกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือกลุ่มที่วัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 28.2 ของกลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวและธุรกิจคิดเป็นร้อยละ 23.8 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.2 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านต่างๆ

ในภาพรวมผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ในด้านต่างๆ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ด้านการบริการ ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา พบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับความพึงพอใจมาก 2 ด้าน ได้แก่ ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งเป็นลำดับที่ 1 และด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ เป็นลำดับที่ 2 และมีระดับความพึงพอใจปานกลาง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่เป็นลำดับที่ 3 ด้านการบริการเป็นลำดับที่ 4 ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นลำดับที่ 5 และด้านราคาเป็นลำดับสุดท้าย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจโดยเรียงลำดับดังนี้

5.1.2.1 ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก คือ การออกแบบตกแต่งภายนอกอาคารผู้โดยสารเป็นลำดับที่ 1 การออกแบบถนนทางเข้าและภายในสนามบินสุวรรณภูมิเป็นลำดับที่ 2 การออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมของสนามบินสุวรรณภูมิเป็นลำดับที่ 3 การออกแบบตกแต่งภายในอาคารผู้โดยสารเป็นลำดับที่ 4 การออกแบบแต่ละอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิเป็นลำดับที่ 5 และการวางผังของสนามบินสุวรรณภูมิเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.2.2 ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก คือ การเดินทางเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิโดยทางรถยนต์มีความสะดวกและรวดเร็ว เป็นลำดับที่ 1 และ การเดินทางระหว่างอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิสะดวกและรวดเร็ว เป็นลำดับสุดท้าย

5.1.2.3 ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก ได้แก่ ขนาดและพื้นที่อาคารผู้โดยสารในส่วนขาเข้ามีความเหมาะสมต่อปริมาณผู้ให้บริการเป็นลำดับที่ 1 ขนาดและพื้นที่อาคารผู้โดยสารในส่วนขาออกมีความเหมาะสมต่อปริมาณผู้ให้บริการเป็นลำดับที่ 2 พื้นที่อาคารและลานจอดรถมีความเหมาะสมและพอเพียงเป็นลำดับที่ 3 และทำเลที่ตั้งของแต่ละอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิเป็นลำดับที่ 4 ทำเลที่ตั้งของสนามบินสุวรรณภูมิซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการเป็นลำดับที่ 5 และผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่ การเชื่อมต่อระหว่างอาคารจอดรถและอาคารผู้โดยสารมีความสะดวก เป็นลำดับที่ 6 ทางเชื่อมต่ออาคารไปยังทางขึ้นเครื่องบินเป็นลำดับที่ 7 ขนาดและพื้นที่อาคารสำหรับขึ้นรถโดยสารสาธารณะและรถแท็กซี่เป็นลำดับที่ 8 และทำเลที่ตั้งร้านค้าที่ให้บริการเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.2.4 ด้านการบริการ ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่ การบริการแลกเปลี่ยนเงินตรามีความสะดวกรวดเร็วและเพียงพอเป็นลำดับที่ 1 จำนวนช่องทางการเช็คอินของสายการบินเพียงพอเป็นลำดับที่ 2 การเช็คอินของสายการบินต่างๆมีความสะดวกและรวดเร็วเป็นลำดับที่ 3 การตรวจหนังสือเดินทางและตรวจบัตรโดยสารเครื่องบินสะดวกและรวดเร็วเป็นลำดับที่ 4 การตรวจค้นกระเป๋าและสัมภาระด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย สะดวกและรวดเร็วเป็นลำดับที่ 5 การขึ้นเอกสารแก่กองตรวจคนเข้าเมือง (ตม.) มีความสะดวกและรวดเร็วเป็นลำดับที่ 6 ความสุภาพ การเอาใจใส่และการบริการของเจ้าหน้าที่เป็นลำดับที่ 7 การบริการด้านศุลกากรเป็นลำดับที่ 8 การบริการรับฝากกระเป๋าเป็นลำดับที่ 9 การบริการเรียกรถแท็กซี่และจำนวนแท็กซี่มีความเพียงพอเป็นลำดับที่ 10 จำนวนร้านค้าสินค้าปลอดภาษีเพียงพอเป็นลำดับที่ 11 และจำนวนร้านค้าขายอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.2.5 ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก ได้แก่ แสงสว่างภายในอาคารผู้โดยสาร อาคารจอดรถ อาคารขึ้นรถโดยสารและถนนภายในสนามบินเพียงพอเป็นลำดับที่ 1 และผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่ รถเข็นกระเป๋ามีจำนวนเพียงพอเป็นลำดับที่ 2 จอแสดงสถานะของแต่ละเที่ยวบินขาเข้าและขาออกเป็นลำดับที่ 3 ป้ายบอกทางต่างๆสำหรับการเดินทางเข้าสู่สนามบินเป็นลำดับที่ 4 ระบบปรับอากาศภายในอาคารผู้โดยสารเพียงพอเป็นลำดับที่ 5 จำนวนบันไดเลื่อน ทางเดินเลื่อนและลิฟท์มีเพียงพอเป็นลำดับที่ 6 โทรทัศน์แสดงข้อมูลเที่ยวบินเป็นลำดับที่ 7 จำนวนเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติเป็นลำดับที่ 8 ป้ายบอกทางต่างๆภายในอาคารผู้โดยสารเป็นลำดับที่ 9 การแสดงแผนที่ภายในอาคารโดยสารเป็นลำดับที่ 10 ที่พักผู้โดยสารเพียงพอเป็นลำดับที่ 11 ห้องสูบบุหรี่เป็นลำดับที่ 12 ห้องน้ำสะอาดเป็นลำดับที่ 13 สายพานและการลำเลียงกระเป๋าที่มีความสะดวกรวดเร็วเป็นลำดับที่ 14 ห้องพยาบาลเป็นลำดับที่ 15 และห้องน้ำสะอาดเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.2.6 ด้านราคาผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ได้แก่ อัตราค่ารถโดยสารประจำทางเป็นลำดับที่ 1 ราคาสินค้าภายในร้านปลอดภาษีเป็นลำดับที่ 2 อัตราค่าภาษี

สนามบินสำหรับการเดินทางภายในประเทศเป็นลำดับที่ 3 อัตราค่าภาษีสนามบินสำหรับการเดินทางระหว่างประเทศเป็นลำดับที่ 4 อัตราค่าโดยสารสัมภาระเป็นลำดับที่ 5 อัตราค่าโดยสารรถแท็กซี่เป็นลำดับที่ 6 ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่จัดจำหน่ายตามร้านค้าต่างๆภายในอาคารผู้โดยสารเป็นลำดับที่ 7 และผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจน้อย ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการจอดรถเป็นลำดับสุดท้าย

5.1.3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน

สมมติฐานหลัก ผู้โดยสารชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา สาขาอาชีพ รายได้ จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ และวัตถุประสงค์การเดินทางต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิทั้ง 6 ด้านไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่าในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการบริการ ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคา ผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกัน ส่วนในด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ และสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้โดยสารชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิทั้ง 6 ด้านไม่แตกต่างกัน และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานวิจัยที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาผลการทดสอบเปรียบเทียบเป็นรายด้าน พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิทั้ง 6 ด้านไม่แตกต่างกัน

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ” สามารถนำผลมาอภิปรายได้ดังนี้

5.2.1 อภิปรายผลวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 55.0 ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าโดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-35 ปีคิดเป็นร้อยละ 66.3 ของกลุ่มตัวอย่าง มีสถานภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 65.8 ของกลุ่มตัวอย่าง มีระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 62.5 ของกลุ่มตัวอย่าง มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 73.0 ของกลุ่มตัวอย่าง มีรายได้ระหว่าง 20,000 -35,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 35.4 เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ 2-5 ครั้งคิดเป็นร้อยละ 43.8 ของกลุ่มตัวอย่าง และมีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 48.0 ของกลุ่มตัวอย่าง

5.2.2 อภิปรายผลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิทั้ง 6 ด้าน

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในภาพรวม พบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 3.185 โดยสามารถแจกแจงลงไปเป็นรายละเอียดของแต่ละด้านได้ดังนี้

5.2.2.1 ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้มีค่าเท่ากับ 3.559 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 ขนาดและพื้นที่อาคารผู้โดยสารในส่วนขาเข้ามีความเหมาะสมต่อปริมาณผู้ให้บริการ ลำดับที่ 2 ขนาดและพื้นที่อาคารผู้โดยสารในส่วนขาออกมีความเหมาะสมต่อปริมาณผู้ให้บริการ ลำดับที่ 3 พื้นที่อาคารและลานจอดรถมีความเหมาะสมและพอเพียง ลำดับที่ 4 ทำเลที่ตั้งของแต่ละอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิ ลำดับที่ 5 ทำเลที่ตั้งของสนามบินสุวรรณภูมิซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ และผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลางได้แก่ ลำดับที่ 6 การเชื่อมต่อระหว่างอาคารจอดรถและอาคารผู้โดยสารมีความสะดวก ลำดับที่ 7 ทางเชื่อมต่ออาคารไปยังทางขึ้นเครื่องบิน ลำดับที่

8 ขนาดและพื้นที่อาคารสำหรับชั้นรถโดยสารสาธารณะและรถแท็กซี่ และทำเลที่ตั้งร้านค้าที่ให้บริการเป็นลำดับสุดท้าย

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณารายชื่อนั้นจะเห็นว่า ขนาดและพื้นที่อาคารผู้โดยสารในส่วนขาเข้าและขาออกมีความเหมาะสมต่อปริมาณผู้ให้บริการ พื้นที่อาคารและลานจอดรถมีเหมาะสมและพอเพียงต่อปริมาณผู้ใช้งาน ทำเลที่ตั้งของอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิ และทำเลที่ตั้งของสนามบินสุวรรณภูมิอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื่องจากสนามบินสุวรรณภูมินั้นสามารถรองรับผู้โดยสารได้มากถึง 45 ล้านคน/ปี และกำลังทำการขยายสนามบินเพื่อรองรับผู้โดยสารมากถึง 100 ล้านคน/ปี ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับสนามบินคอนเมืองแล้ว จะเห็นว่าสนามบินสุวรรณภูมิมีขนาดใหญ่กว่าสนามบินคอนเมืองอย่างมาก ผู้โดยสารชาวไทยจึงมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมากเมื่อได้มีการเปรียบเทียบกับสนามบินคอนเมือง

5.2.2.2 ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้มีค่าเท่ากับ 3.486 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 การเดินทางเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิโดยทางรถยนต์มีความสะดวกและรวดเร็ว และลำดับที่ 2 การเดินทางระหว่างอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิสะดวกและรวดเร็ว

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ในด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื่องจากการเดินทางเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมินั้นสามารถเดินทางได้ทางรถยนต์ถึง 5 เส้นทางและมีทางเชื่อมต่อจากทางด่วนพิเศษหรือแอร์พอร์ตเอกซ์เพรส และกำลังดำเนินการก่อสร้างเส้นทางสำหรับรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนจากใจกลางเมืองกรุงเทพฯ เข้าสู่อาคารผู้โดยสารโดยตรง สำหรับการเดินทางภายในสนามบินสุวรรณภูมินั้นมีรถโดยสารบริการรับส่งไปยังอาคารต่างๆภายในสนามบิน และมีป้ายบอกทางไปสนามบินสุวรรณภูมิตั้งแต่เขตปริมณฑลของกรุงเทพฯ ทำให้สามารถเดินทางเข้าสู่สนามบินสุวรรณภูมิได้ง่าย

5.2.2.3 ด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้มีค่าเท่ากับ 3.165 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 การบริการแลกเปลี่ยนเงินตรา มีความสะดวกรวดเร็วและเพียงพอ ลำดับที่ 2 จำนวนช่องทางการเช็คอินของสายการบินที่ท่านเคยใช้บริการเพียงพอ ลำดับที่ 3 การเช็คอินของสายการบินต่างๆมีความสะดวกและรวดเร็ว ลำดับที่ 4 การตรวจหนังสือเดินทางและตรวจบัตรโดยสารเครื่องบินสะดวกและรวดเร็ว ลำดับที่ 5 การตรวจค้นกระเป๋าและสัมภาระด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย สะดวกและรวดเร็ว ลำดับที่ 6 การขึ้นเอกสารแก่กอง

ตรวจคนเข้าเมือง (ตม.) มีความสะดวกและรวดเร็ว ลำดับที่ 7 ความสุภาพ การเอาใจใส่และการบริการของเจ้าหน้าที่ ลำดับที่ 8 การบริการด้านศุลกากร ลำดับที่ 9 การบริการรับฝากกระเป๋า ลำดับที่ 10 การบริการเรียกรถแท็กซี่และจำนวนแท็กซี่ที่มีความเพียงพอ ลำดับที่ 11 จำนวนร้านค้าสินค้าปลอดภาษีเพียงพอ และจำนวนร้านค้าขายอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอเป็นลำดับสุดท้าย

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ในด้านการบริการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นเนื่องจากผู้โดยสารส่วนใหญ่มักจะคาดหวังการบริการที่สะดวก รวดเร็ว ใช้เวลาในการรอคอยน้อย และการเอาใจใส่ดูแลของเจ้าหน้าที่ และยังเห็นว่าไม่แตกต่างจากการบริการที่สนามบินดอนเมือง จึงมีความรู้สึกพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งความพึงพอใจนั้นจะเกิดขึ้นได้เมื่อการบริการที่ได้รับนั้นมากกว่าความคาดหวังของผู้โดยสารหรือผู้ใช้บริการ

5.2.2.4 ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้มีค่าเท่ากับ 3.559 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมากโดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 การออกแบบตกแต่งภายนอกอาคารผู้โดยสาร ลำดับที่ 2 การออกแบบถนนทางเข้าและภายในสนามบินสุวรรณภูมิ ลำดับที่ 3 การออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมของสนามบินสุวรรณภูมิ ลำดับที่ 4 การออกแบบตกแต่งภายในอาคารผู้โดยสาร ลำดับที่ 5 การออกแบบแต่ละอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิ และการวางผังของสนามบินสุวรรณภูมิเป็นลำดับสุดท้ายและเป็นลำดับสุดท้าย

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ ในด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเป็นเนื่องจากการออกแบบตกแต่งภายในสนามบินสุวรรณภูมินั้นมีสวยงาม และทันสมัย ใช้พื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการจัดสรรส่วนต่างๆอย่างเป็นระเบียบ ทั้งยังมีศิลปะวัฒนธรรมความเป็นไทยแฝงอยู่ อีกทั้งการวางผังสนามบินยังคำนึงถึงสาธารณูปโภคต่างๆ รวมทั้งภูมิทัศน์ที่สวยงามเมื่ออยู่โดยรอบสนามบินสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นการร่วมมือกันออกแบบสนามบินระหว่างชาวไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับวีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547 : 197-203) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ท่าอากาศยานและอาคารสถานที่ถือได้ว่าเป็นการสร้างความรู้สึกพึงพอใจต่อการให้บริการเป็นด่านแรก เมื่อผู้ใช้บริการไม่สามารถจับต้องผลประโยชน์หลักของการบริการได้ จึงหันไปให้ความสำคัญกับสิ่งที่สามารถเห็นหรือสัมผัสได้ในธุรกิจบริการ

5.2.2.5 ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้มีค่าเท่ากับ 3.115 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจมาก ได้แก่ ลำดับที่ 1 แสงสว่างภายในอาคารผู้โดยสาร อาคารจอดรถ อาคารขึ้นรถโดยสาร และถนนภายในสนามบินเพียงพอ และผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลาง โดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ลำดับที่ 2 รถเข็นกระเป๋าที่มีจำนวน

เพียงพอ ลำดับที่ 3 จอแสดงสถานะของแต่ละเที่ยวบินขาเข้าและขาออก ลำดับที่ 4 ป้ายบอกทางต่างๆสำหรับการเดินทางเข้าสู่สนามบิน ลำดับที่ 5 ระบบปรับอากาศภายในอาคารผู้โดยสารเพียงพอ ลำดับที่ 6 จำนวนบันไดเลื่อน ทางเดินเลื่อนและลิฟท์มีเพียงพอ ลำดับที่ 7 โทรทัศน์แสดงข้อมูลเที่ยวบิน ลำดับที่ 8 จำนวนเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ ลำดับที่ 9 ป้ายบอกทางต่างๆภายในอาคารผู้โดยสาร ลำดับที่ 10 การแสดงแผนที่ภายในอาคารโดยสาร ลำดับที่ 11 ที่พักผู้โดยสารเพียงพอ ลำดับที่ 12 ห้องสูบบุหรี่ ลำดับที่ 13 ห้องน้ำสะอาด ลำดับที่ 14 สายพานและการลำเลียงกระเป๋าที่มีความสะดวกรวดเร็ว ลำดับที่ 15 ห้องพยาบาล และห้องน้ำสะอาดเป็นลำดับสุดท้าย

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในเรื่องของแสงสว่างภายในสนามบินทั้งภายในอาคารผู้โดยสาร ถนนหนทางต่างๆ และบริเวณที่จอดรถ ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื่องจากสนามบินสุวรรณภูมิคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้บริการเป็นหลัก และการออกแบบแสงสว่างภายในอาคารผู้โดยสารนั้น จะออกแบบให้ส่องขึ้นด้านบนแล้วให้แสงสว่างสะท้อนลงมา (Indirect Light) ทำให้มีแสงนุ่มนวลขึ้นและลดความร้อนที่เกิดจากดวงไฟ และทำให้ประหยัดพลังงาน ส่วนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่อยู่ในระดับปานกลางนั้นผู้โดยสารยังเห็นว่าไม่แตกต่างจากสนามบินดอนเมือง

5.2.2.6 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่ได้มีค่าเท่ากับ 2.735 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจปานกลางโดยเรียงลำดับได้ดังนี้ ลำดับที่ 1 อัตราค่ารถโดยสารประจำทาง ลำดับที่ 2 ราคาสินค้าภายในร้านปลอดภาษี ลำดับที่ 3 อัตราค่าภาษีสนามบินสำหรับการเดินทางภายในประเทศ ลำดับที่ 4 อัตราค่าภาษีสนามบินสำหรับการเดินทางระหว่างประเทศ ลำดับที่ 5 อัตราค่าโดยสารลิμουซีน ลำดับที่ 6 อัตราค่าโดยสารรถแท็กซี่ ลำดับที่ 7 ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่จัดจำหน่ายตามร้านค้าต่างๆภายในอาคารผู้โดยสาร และผู้โดยสารชาวไทยมีระดับความพึงพอใจน้อย ได้แก่ ค่าธรรมเนียมการจอดรถ เป็นลำดับสุดท้าย

เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านราคามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื่องจากราคายังสูงเกินไปเมื่อเทียบกับคุณภาพของสินค้าและบริการที่ได้รับ และไม่เหมาะสมกับค่าครองชีพของคนไทย ซึ่งสอดคล้องกับจิตตินันท์ เจริญกุล (2544:19) ที่ได้กล่าวไว้ว่าความพึงพอใจนั้นจะเกิดขึ้นเมื่อมีการเปรียบเทียบกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการและเป็นความรู้สึกในทางบวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.3 อภิปรายผลเกี่ยวกับการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน พบว่า

5.2.3.1 เพศ ผู้โดยสารชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านก็พบว่า ผู้โดยสารชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิทั้ง 6 ด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับคาร์ณี พูนวัฒนาพงษ์ (2544: บทคัดย่อ) ที่ได้กล่าวไว้ว่าผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าดีดี วัฒนา จำแนกตามเพศที่ต่างกัน พบว่าความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื่องจากการให้บริการในสนามบินสุวรรณภูมินั้นมีความเท่าเทียมกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง

5.2.3.2 อายุ ผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านก็พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการบริการ ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านราคาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื่องจากการให้บริการในสนามบินสุวรรณภูมิในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการบริการ ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคานั้น มิได้ให้บริการเฉพาะเจาะจงไปที่ผู้โดยสารชาวไทยกลุ่มอายุใดอายุหนึ่งจึงไม่เห็นความแตกต่างความพึงพอใจ

แต่เมื่อพิจารณาในด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินและด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในนั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับคาร์ณี พูนวัฒนาพงษ์ (2544: บทคัดย่อ) ที่กล่าวว่าผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าดีดี วัฒนา ที่มีอายุต่างกันพบว่ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ในด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ พบว่ามีกลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 45 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างกับกลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุ 25-35 ปี และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 35 ปี – 45 ปีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื่องจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 45 ปีส่วนใหญ่มักจะไม่ได้เดินทางโดยลำพัง มีการว่าจ้างรถรับส่งหรือญาติพี่น้องหรือบุคคลอื่นๆให้ไปรับ-ส่งทำให้ได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ

เมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ในด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง พบว่ากลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 45 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี กลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 25 ปี – 35 ปี และกลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 35 ปี – 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ กลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างจากกลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 35 – 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และกลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุ 25 – 35 ปี มีความพึงพอใจแตกต่างจากกลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่มีอายุมากกว่า 35 ปี – 45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื่องจากในด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งนั้น เนื่องจากในแต่ละช่วงอายุของผู้โดยสารชาวไทยจะนิยมชมชอบในด้านศิลปะ และสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งนั้นแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับค่านิยมในยุคนั้นๆ จึงทำให้มีความพึงพอใจในงานศิลปะนั้นแตกต่างกัน

5.2.3.3 สถานภาพการสมรส ผู้โดยสารชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านก็พบว่า ผู้โดยสารชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิทั้ง 6 ด้านไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเนื่องจากการบริการในสนามบินสุวรรณภูมินั้นมีความเท่าเทียมกันในทุกสถานภาพการสมรส

5.2.3.4 ระดับการศึกษา ผู้โดยสารชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านก็พบว่า ผู้โดยสารชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิทั้ง 6 ด้านไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าเนื่องจากการบริการในสนามบินสุวรรณภูมินั้นมีความเท่าเทียมกันในทุกระดับการศึกษา และมีการใช้ภาษาไทยควบคู่ภาษาอังกฤษ รวมทั้งสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อสื่อความหมายต่างๆ ให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

5.2.3.5 สาขาอาชีพ ผู้โดยสารชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านก็พบว่า ผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในด้านการบริการ ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านราคาไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคาร์ณี พูนวัฒนาพงษ์ (2544: บทคัดย่อ) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าดีดี วัฒนา จำแนกตามอาชีพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แต่เมื่อพิจารณาใน 3 ด้านที่เหลือ พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจ ในด้านคมนาคมเข้าออกสนามบินสุวรรณภูมิแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านทำเลที่ตั้งอาคารสถานที่ และด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าประสบการณ์จากการทำงาน สภาพแวดล้อมที่ได้รับทำให้มีค่านิยมในการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน จึงทำให้มีความพึงพอใจในด้านคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ ด้านทำเลที่ตั้งอาคารสถานที่ และด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งนั้นแตกต่างกันซึ่งผู้โดยสารชาวไทยที่มีอาชีพอื่นๆ ซึ่งได้แก่ อาชีพแม่บ้าน พนักงานหรือข้าราชการที่ปลดเกษียณ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าอาชีพอื่นๆ ในทั้ง 3 ด้าน ซึ่งมักจะเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเป็นครอบครัวจึงมีความพึงพอใจทั้ง 3 ด้านในระดับสูง โดยจะเห็นว่ามีความสะดวกสบายในการเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิเนื่องจากมีรถสาธารณะไว้คอยบริการ และมีทางเข้า-ออกหลายเส้นทาง สามารถเดินทางเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิได้ง่าย และสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งสนามบินนั้นสวยงามและทันสมัย

เมื่อทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่พบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีอาชีพค้าขาย หรือธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอื่นๆ ในด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิพบว่าพนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว และในด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งพบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่มีสาขาอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีอาชีพนักศึกษา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพข้าราชการหรือวิสาหกิจ และอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัทที่มีความพึงพอใจแตกต่างจากผู้โดยสารที่มีอาชีพข้าราชการหรือวิสาหกิจ และอาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนส่วนใหญ่มักจะใช้ประสบการณ์ที่ได้มาจากการเดินทางในครั้งต่างๆ มาเปรียบเทียบกับสนามบินที่เคยใช้บริการเช่นสนามบินชางฮี ประเทศสิงคโปร์ สนามบินอินชอน ประเทศเกาหลี จึงมีความพึงพอใจแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่มีอาชีพอื่นๆ ในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่ ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิและด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งซึ่งทั้ง 3 ด้านนี้เป็นรูปธรรมสามารถจับต้องหรือสัมผัสได้ง่าย

5.2.3.6 รายได้ ผู้โดยสารชาวไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านก็พบว่า ผู้โดยสารชาวไทยที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิทั้ง 6 ด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า เนื่องจากการบริการในสนามบินสุวรรณภูมินั้นมีความเท่าเทียมกัน

5.2.3.7 จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการ ผู้โดยสารชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านก็พบว่า ผู้โดยสารชาวไทยที่มีจำนวนครั้งที่เคยใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และในด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการเพียง 1 ครั้งจะมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจทั้ง 2 ด้านนี้สูงกว่าผู้ที่เคยใช้บริการมากกว่า 1 ครั้ง เนื่องจากการเดินทางครั้งแรกยังไม่ได้ใช้สนามบินในทุกๆ ส่วน และยังรู้สึกตื่นเต้นในการเดินทางมากกว่า และตื่นตากับสถาปัตยกรรมการออกแบบที่ดูสมัยใหม่ จึงยังรู้สึกพึงพอใจเมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวัง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณี สุขเรือง (2546:บทคัดย่อ) พบว่าลูกค้าที่มีระยะเวลาการใช้บริการต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารรายด้านต่างกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายกลุ่มพบว่าผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการ 1 ครั้งมีความพึงพอใจแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง ในด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่และผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการ 1 ครั้งมีความพึงพอใจแตกต่างจากผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการมากกว่า 1 ครั้งในด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการเดินทางเป็นครั้งแรกจะทำให้ยังไม่คุ้นเคยกับสนามบินสุวรรณภูมิและจะใส่ใจในการเดินทางมากจึงมีความพึงพอใจแตกต่างจากผู้โดยสารที่เคยใช้บริการมากกว่า 1 ครั้ง

5.2.3.8 วัตถุประสงค์การเดินทาง ผู้โดยสารชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านก็พบว่า ผู้โดยสารชาวไทยที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิทั้ง 6 ด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวและการเดินทางเพื่อธุรกิจนั้น ผู้โดยสารชาวไทยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิไม่แตกต่างกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัยครั้งนี้

จากผลการวิจัยพบว่าผู้โดยสารชาวไทยส่วนใหญ่รู้สึกพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในระดับปานกลาง ซึ่งมีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น ได้แก่ ให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.1.1 ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่

- ระยะทางจากอาคารผู้โดยสาร (Terminal) ถึงทางออกขึ้นเครื่องบิน (Gate) ก่อนขึ้นไกลต้องใช้เวลาเดินไปขึ้นเครื่องเป็นเวลานานถึงแม้จะมีสายพานเลื่อนแล้วก็ตาม จึงควรสร้างรถไฟฟ้าระหว่างอาคารผู้โดยสาร ไปจนถึงทางออกขึ้นเครื่องเพื่อรับส่งผู้โดยสารจากอาคารผู้โดยสาร ไปยังทางออกขึ้นเครื่องบินให้เหมือนกับสนามบินนานาชาติแห่งอื่นๆ

- ขนาดและพื้นที่อาคารผู้โดยสารขาเข้า-ขาออกก่อนขึ้นแออัดไม่เพียงพอต่อปริมาณผู้ใช้บริการ ควรจัดสรรพื้นที่สำหรับเช็คอินสายการบินที่มีผู้ใช้บริการมารวมไว้กับสายการบินที่มีผู้ใช้บริการน้อยเพื่อลดความแออัดของผู้โดยสาร ในบริเวณพื้นที่เดียวกัน

- บางพื้นที่ที่ยังไม่เปิดให้บริการ ควรจัดทำป้ายบอกและใช้อุปกรณ์กันเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย

5.3.1.2 ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ

- การเปิดให้บริการก่อนกำหนด และบางส่วนอยู่ในระหว่างการก่อสร้างจึงส่งผลกระทบต่อปัญหาจราจร โดยรอบสนามบิน ควรเร่งสร้างถนน สะพานหรือการขนส่งทางบกต่างๆ ให้เสร็จเร็วขึ้น เพื่อแก้ปัญหาการจราจร โดยรอบ

- ควรเร่งการสร้าง Airport link หรือรถไฟฟ้าจากในเขตเมืองเข้าสู่สนามบิน เพื่อเพิ่มช่องทางการเดินทางเข้าสู่สนามบิน และลดเวลาเดินทางจากใจกลางเมืองได้

- การเดินทางระหว่างอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิไม่สะดวก เนื่องจากรถโดยสารภายในสนามบินไม่เพียงพอ ควรเพิ่มรถโดยสารภายในสนามบินให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

- รถโดยสารประจำทางไม่เพียงพอและไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ควรเพิ่มปริมาณสายรถประจำทางให้เพียงพอและครอบคลุมทุกพื้นที่ของกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และบริเวณหัวเมืองใหญ่ในแต่ละภาคของประเทศ

- ผู้โดยสารส่วนใหญ่ยังสับสนเมื่อเดินทางเข้าและออกสนามบิน เนื่องจากป้ายบอกทางต่างๆ มีน้อยและไม่ชัดเจน ทำให้สับสนและเสียเวลาอย่างมากเมื่อเข้าเส้นทางผิด ควรเพิ่มจำนวนป้ายบอกทางและเพิ่มรายละเอียดให้เข้ามามากยิ่งขึ้น

5.3.1.3 ด้านการบริการ

- แท็กซี่บริการผู้โดยสารก่อนขึ้นผู้โดยสาร และมักจะรับนักเดินทางที่เป็นชาวต่างชาติมากกว่าชาวไทย เพราะได้รับค่าตอบแทนที่สูงกว่า การทำอากาศยานจึงควรจัดอบรมและหมั่นคอยตรวจตราผู้ให้บริการแท็กซี่เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง และทำโทษเมื่อฝ่าฝืนข้อกำหนด

- พนักงานหรือเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ ไม่ควรเลือกปฏิบัติ ควรมีความเท่าเทียมกันในการบริการ และควรเพิ่มการเอาใจใส่ผู้ใช้บริการที่เป็นคนให้มากยิ่งขึ้น

- การฝากกระเป๋าหรือการรอรับกระเป๋าใช้เวลานาน ควรเร่งกระบวนการโหลดกระเป๋าให้เร็วขึ้น โดยการเมื่อเครื่องบินเข้ามาจอดที่ท่าเทียบเครื่องบิน พนักงานจึงควรเตรียมรถ เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆให้พร้อม เพื่อจะได้ไม่เสียเวลาในการคอยกระเป๋า และการจัดกระเป๋าควรใช้สายพานลำเลียงเพื่อความสะดวกเร็ว

5.3.1.4 ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง

- การออกแบบตกแต่งภายในสวยงาม แต่ควรเพิ่มสถาปัตยกรรมความเป็นไทยให้มากกว่านี้ และควรออกแบบงานภูมิทัศน์ให้สวยงามและดูร่มรื่น

5.3.1.5 ด้านสาธารณสุขโรคและสิ่งอำนวยความสะดวก

- ห้องน้ำที่ให้บริการมีน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการและไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ไม่สะอาด อับชื้น วัสดุที่ใช้ไม่ได้คุณภาพและไม่แข็งแรง ภายในอาคารผู้โดยสารไม่ค่อยสะอาด ควรเพิ่มปริมาณห้องน้ำและห้องอาบน้ำ และให้มีครอบคลุมทุกพื้นที่ และเพิ่มการรักษาความสะอาด เจ้าหน้าที่การทำอากาศยานควรหมั่นตรวจตราห้องน้ำและความสะอาดอยู่เสมอ

- ป้ายบอกทางต่างๆภายในอาคารผู้โดยสารไม่เพียงพอ ไม่ชัดเจน และเข้าใจยาก ควรเพิ่มสัญลักษณ์เพื่อให้เข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้น

- ควรเพิ่มที่นั่งพักผู้โดยสารบริเวณอาคารผู้โดยสารให้เพียงพอต่อปริมาณผู้โดยสาร

- ร้านอาหารมีปริมาณน้อย และภายในร้านอาหารมีพื้นที่เล็ก ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ควรเพิ่มร้านค้า ร้านอาหารและจัดสรรพื้นที่ให้เป็นระเบียบ

5.3.1.6 ด้านราคา

- อัตราค่าธรรมเนียมการใช้สนามบินอยู่ในเกณฑ์สูง เมื่อเทียบกับรายได้ของคนในประเทศ ควรศึกษาถึงค่าธรรมเนียมที่เหมาะสมสำหรับค่าครองชีพในประเทศไทย และให้เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ หรือปรับปรุงการให้บริการให้เหมาะสมกับราคาที่ตั้งไว้

- ราคาของอาหารและเครื่องดื่มต่างๆ มีราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับค่าครองชีพและเศรษฐกิจของประเทศไทย และควรปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับราคา และควรเพิ่มพื้นที่ให้กับร้านอาหารราคาถูกให้มากกว่านี้

- การเพิ่มราคาของแท็กซี่หรือรถโดยสารประจำทางเมื่อใช้บริการจากสนามบินสุวรรณภูมิ ควรลดราคาค่าแท็กซี่ที่เรียกแท็กซี่ภายในสนามบิน ซึ่งปัจจุบันเรียกเก็บเพิ่มจากค่าแท็กซี่ 50 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า -
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารสนามบินสุวรรณภูมิที่เป็นชาวต่างชาติ และอาจจะเปรียบเทียบความพึงพอใจของสนามบินสุวรรณภูมิกับสนามบินประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่สนามบินกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซียและสนามบินชางฮี ประเทศสิงคโปร์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเร่งพัฒนาคุณภาพการบริการของสนามบินสุวรรณภูมิให้สามารถแข่งขันกับสนามบินในระดับนานาชาติ

5.3.2.2 ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงความพึงพอใจของผู้บริหารสายการบินที่ใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ เนื่องจากเมื่อมีสายการบินเพิ่มมากขึ้น จะทำให้ดึงดูดผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น หรือเป็นจุดศูนย์กลางทางการบินและเปลี่ยนถ่ายผู้โดยสาร (Transit) มากยิ่งขึ้น

5.3.2.3 ควรศึกษาเพิ่มเติมถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศทั้งที่เป็นในรูปบริษัท ห้างร้านหรือเป็นผู้ใช้บริการรายย่อยต่างๆ ไป โดยเพิ่มตัวแปรตามในเรื่องการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ จำนวนที่เคยใช้บริการขนส่งระหว่างประเทศเป็นต้น หรือการบริการของศุลกากร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กิตติ บุญนาค. 2541. “วัดความพึงพอใจของลูกค้า.” BCM บิซิเนส คอมพิวเตอร์ แมกกาซีน. 10(113) : 51-54.
- กุลธน ธนาพงศธร. 2536. การบริหารงานบุคคล เอกสารการสอนชุดวิชา 32340 หน่วยที่ 6-16 สาขาวิทยาการจัดการ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จริยา บุญสุยา. 2543. “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของบริษัทหลักทรัพย์เอกธำรง เคจีไอ จำกัด (มหาชน) สาขาสุรินทร์.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สาขาการจัดการพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จักรเทพ เจริญลาภนพรัตน์. 2544. “ความพึงพอใจของตัวแทนจำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการให้บริการของบริษัทสามารถวิศวกรรม จำกัด” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- จิตตินันท์ เศษะคุปต์. 2544. จิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 1-8. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. กรุงเทพฯ : อรุณการพิมพ์.
- จิตตินันท์ เศษะคุปต์ และคณะ. 2544. จิตวิทยาการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เจริญ แก้วพรรณนา. 2542. “ความคิดเห็นของประชาชนผู้มารับบริการที่มีต่อการให้บริการโทรศัพท์ของสำนักงานบริการโทรศัพท์ ศึกษาเฉพาะกรณีฝ่ายโทรศัพท์นครหลวงที่ 4.” วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนินทร์ เพชรไทย. 2544. “ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อธนาคารพาณิชย์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.” ปัญหาพิเศษปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ชรีณี เศษจินดา. 2535. “ความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อศูนย์บริการกำจัดกากอุตสาหกรรมแขวงแสมคำเขต บางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล
- ชินจิตต์ แจ้งเจนกิจ. 2546. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เลิฟแอนด์ลิฟ.
- ชุษณะ รุ่งปัจฉิมและคณะ. 2538. จิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 8-15. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เอกสารนี้ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
- ชูชัย สมบัติไกร. 2537. การวิเคราะห์ความต้องการในการฝึกอบรมจากมุมมองของลูกค้าเพิ่มผลผลิต.

- ดวงดาว จารุสุวรรณภูมิ. 2541. “การศึกษาความพึงพอใจในด้านการบริการหลังการขายของผลิตภัณฑ์สีผง บริษัททีโอเอ เฟ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด ตามทัศนคติของลูกค้า.” ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ดารณี พูนวัฒนาพงษ์. 2544. “ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านคิดี วัฒนา อำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว.” งานนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เทพพนม เมืองแมน และสวิง สุวรรณ. 2540. พฤติกรรมองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย วงศ์ชัยสุวรรณ. 2540. วิทยาการบริหารสำหรับนักบริหารมืออาชีพในยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์.
- นฤตล ชูบุญ. 2538. “อีกรุ่นหนึ่งของ Total Quality Management”. *Qualitytime*.
- ประภาส เพ่งเพ. 2542. “ความพึงพอใจของผู้ส่งออกในการบริการตรวจสอบสินค้าส่งออกสำนักงานศุลกากรท่าอากาศยานกรุงเทพฯ: กรณีศึกษาส่วนการส่งออกฝ่ายตรวจสอบสินค้าออกที่ 1.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม) สาขาการจัดการพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ประวัฒน์ อุดดูโมทย์. 2540. เทคนิคก้าวล้ำหน้าด้านบริการสารสนเทศองค์กรโทรศัพท์แห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร : กองการพิมพ์องค์การ โทรศัพท์แห่งประเทศไทย.
- ปลายฝัน สุขารมย์. 2536. สร้างกาบริการให้เป็นเลิศ. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต. 2537. “แนวความคิดและการวิจัยเรื่องความพึงพอใจงานบริการสาธารณสุข” หมออนามัย.
- พีรยศ ชอนตะวัน. 2540. “การวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์สีของบริษัท สีไทยสยาม เฟ้นท์ จำกัด.” ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- รัชยา กุลวานิชไชยนันท์. 2535. “ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางแพทย์ ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” ภาคนิพนธ์, มหาวิทยาลัยเกริก.
- วรรณิ์ บันเทิง และคณะ. 2533. “งานวิจัยความพึงพอใจของผู้คลอดต่อบริการพยาบาลของนิสิตพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.” ภาควิชาการพยาบาลแม่และเด็ก คณะพยาบาลศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า และเด็ก คณะพยาบาลศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุทัยพรรณ สุกใส. 2544. “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย จังหวัดชลบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Carson, J.J. 1963. **Public Administration in Modern Societies**. New York : McGraw Hill Book.

Gronroos, Christian. 1990. **Service Management and Marketing**. Lexington, MA : Lexington Books.

<http://rirs3.royin.go.th/dictionary.asp>

<http://th.wikipedia.org/wiki>

http://www.kasikornresearch.com/kr/search_detail.jsp?id=7337&cid=16-94k

<http://www.noomsaotours.com/ExZone/suvarnabhumi/suvarnabhumi1.asp>

Kotler, P. 2000. **Marketing Management**. 10th ed. New York : Prentice-Hall.

Millet, J.D 1954. **Management in the Public Service : The Quest for Effective Performance**. New York : McGraw Hill Book.

Oliver, R.L. 1980. “A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decision.” **Journal of Marketing Research**.

Parasuraman, A. Berry, L.L., and Zeithaml, V.A. 1985. “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for future Research.” **Journal of Marketing Research**.

Peack, et. al. 1999. **Relationship Marketing : Strategy and Implementation**. Oxford : Bullerworth Heinemann.

Vroom, W.H 1964. **Working and Motivation**. New York : Wiley and Sons.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามประกอบงานวิจัย

เรื่อง

ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นการวิจัยเพื่อประกอบวิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ

ดังนั้นจึงขอความร่วมมือของท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ตามความจริงทุกประการ ข้อมูลที่ท่านตอบจะเก็บเป็นความลับ และจะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านและหน่วยงานของท่านแต่อย่างใด เนื่องจากข้อมูลที่น่าเสนอในผลงานวิจัยจะนำเสนอในภาพรวม มิได้เสนอเป็นรายบุคคลและจะใช้ข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น

แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านต่างๆ

ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามปลายเปิด เพื่อรับข้อมูล ข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะอื่นๆที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงสนามบินต่อไป

การตอบแบบสอบถามนี้ ขอความกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ เนื่องจาก ถ้าตอบไม่ครบเพียงข้อใดข้อหนึ่งจะทำให้การวิเคราะห์แบบสอบถามไม่สมบูรณ์ และขอให้ท่านตอบตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ขอขอบพระคุณอย่างสูงในความร่วมมือ

นางสาวรัศมี อร่ามมั่นคง

ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถาม

ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องสี่เหลี่ยมตามสถานภาพให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด เพียงข้อเดียว (ยกเว้นระบุเป็นอย่างอื่น)

1. เพศ

 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

 1) น้อยกว่า 25 ปี 2) 25 – 35 ปี 3) มากกว่า 35 – 45 ปี 4) มากกว่า 45 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

 1) ต่ำกว่า ปริญญาตรี 2) ปริญญาตรี 3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพการสมรส

 1) โสด 2) สมรส 3) หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่

5. อาชีพ

 1) นักศึกษา 2) พนักงานบริษัทเอกชน 3) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 4) ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว 5) อื่นๆ (ระบุ))

6. รายได้ในการทำงานต่อเดือน (เงินเดือนหรือค่าจ้างเท่านั้น)

 1) ต่ำกว่า 20,000 บาท 2) 20,000 - 35,000 บาท 3) มากกว่า 35,000 – 50,000 บาท 4) มากกว่า 50,000 บาท

7. จำนวนครั้งที่เคยใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิตั้งแต่เริ่มเปิดให้บริการวันที่ 28 กันยายน 2549

 1) เคยใช้บริการ 1 ครั้ง 2) เคยใช้บริการ 2 – 5 ครั้ง 3) เคยใช้บริการมากกว่า 5 ครั้ง

8. วัตถุประสงค์การเดินทาง

 1) เพื่อการท่องเที่ยว 2) เพื่อธุรกิจ 3) เพื่อการท่องเที่ยวและเพื่อธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิใน
ด้านต่างๆ**

คำชี้แจง กรุณาพิจารณาข้อความต่อไปนี้และเติมเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความพึงพอใจและความรู้สึกที่แท้จริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว ถ้าในคำถามใดไม่เคยใช้บริการให้เติมเครื่องหมายในช่อง “ไม่เคยใช้บริการ” โดยพิจารณาตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

คำถาม	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคย ใช้ บริการ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
ด้านทำเลที่ตั้งและอาคารสถานที่						
1. ทำเลที่ตั้งของสนามบินสุวรรณภูมิซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดสมุทรปราการ						
2. ทำเลที่ตั้งของแต่ละอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิ						
3. ขนาดและพื้นที่อาคารผู้โดยสารในส่วนขาเข้ามีความเหมาะสมต่อปริมาณผู้ให้บริการ						
4. ขนาดและพื้นที่อาคารผู้โดยสารในส่วนขาออกมีความเหมาะสมต่อปริมาณผู้ให้บริการ						
5. พื้นที่อาคารและลานจอดรถมีความเหมาะสมและพอเพียง						
6. การเชื่อมต่อระหว่างอาคารจอดรถและอาคารผู้โดยสารมีความสะดวก						
7. ขนาดและพื้นที่อาคารสำหรับขึ้นรถโดยสารสาธารณะและรถแท็กซี่ (Bus Terminal)						
8. ทำเลที่ตั้งร้านค้าที่ให้บริการ						
9. ทางเชื่อมต่ออาคารไปยังทางขึ้นเครื่องบิน (Gate)						
ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ						
10. การเดินทางเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิโดยทางรถยนต์มีความสะดวก รวดเร็ว						
11. การเดินทางระหว่างอาคารภายในสนามบินสุวรรณภูมิสะดวก และรวดเร็ว						

คำถาม	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคย ใช้ บริการ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
ด้านการบริการ						
12. การตรวจค้นกระเป๋าและสัมภาระด้วย เครื่องมือที่ทันสมัย สะดวกและรวดเร็ว						
13. จำนวนช่องทางการเช็คอินของสายการบินที่ ท่านเคยใช้บริการเพียงพอ						
14. การเช็คอินของสายการบินต่างๆมีความ สะดวกและรวดเร็ว						
15. การบริการรับฝากกระเป๋า และสัมภาระมี ความสะดวกและรวดเร็ว						
16. การตรวจหนังสือเดินทางและตรวจบัตร โดยสารเครื่องบินสะดวกและรวดเร็ว						
17. การขึ้นเอกสารแก่กองตรวจคนเข้าเมือง (ตม.) มีความสะดวกและรวดเร็ว						
18. การบริการด้านศุลกากร						
19. การบริการแลกเปลี่ยนเงินตรามีความสะดวก รวดเร็วและเพียงพอ						
20. การบริการเรียกรถแท็กซี่ และจำนวนแท็กซี่มี ความเพียงพอ						
21. การบริการรถรับส่งระหว่างอาคาร (Shuttle Bus)						
22. การบริการรถโดยสารประจำทาง						
23. จำนวนร้านค้าสินค้าปลอดภาษีเพียงพอ						
24. จำนวนร้านค้าขายอาหารและเครื่องดื่ม เพียงพอ						
25. ความสุภาพ การเอาใจใส่และการบริการของ เจ้าหน้าที่						
เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์สนามบินสุวรรณภูมิศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้						
- เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย						

คำถาม	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคย ใช้ บริการ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
- เจ้าหน้าที่จำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบินต่างๆ						
- เจ้าหน้าที่เช็คอินของสายการบินต่างๆ						
- เจ้าหน้าที่กองตรวจคนเข้าเมือง (ตม.)						
- เจ้าหน้าที่ประจำเกต (Gate) ของสายการบินต่างๆ						
- เจ้าหน้าที่ตรวจเช็คกระเป๋าและสัมภาระ						
- เจ้าหน้าที่ตรวจค้นอาวุธและวัตถุระเบิด						
- พนักงานขายสินค้าในร้านค้าปลีก						
ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง						
26. การวางผังของสนามบินสุวรรณภูมิ						
27. การออกแบบตกแต่งภายนอกอาคาร ผู้โดยสาร						
28. การออกแบบตกแต่งภายในอาคารผู้โดยสาร						
29. การออกแบบแต่ละอาคารภายในสนามบิน สุวรรณภูมิ						
30. การออกแบบถนนทางเข้าและภายใน สนามบินสุวรรณภูมิ						
31. การออกแบบภูมิสถาปัตยกรรมของสนามบิน สุวรรณภูมิ						
ด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก						
32. แสงสว่างภายในอาคารผู้โดยสาร อาคารจอดรถ อาคารขึ้นรถโดยสาร และถนนภายใน สนามบินเพียงพอ						
33. ห้องน้ำสะอาด						
34. จำนวนห้องน้ำเพียงพอ						
35. ระบบปรับอากาศภายในอาคารผู้โดยสาร เพียงพอ						
36. ป้ายบอกทางต่างๆภายในอาคารผู้โดยสาร						

คำถาม	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคย ใช้ บริการ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	
37. ป้ายบอกทางต่างๆสำหรับการเดินทางเข้าสู่ สนามบิน						
38. ที่พักผู้โดยสารเพียงพอ						
39. ห้องสูบบุหรี่						
40. ห้องพยาบาล						
41. สายพานและการลำเลียงกระเป๋ามีความ สะดวกรวดเร็ว						
42. จำนวนบันไดเลื่อน, ทางเดินเลื่อน และลิฟท์ มีเพียงพอ						
43. โทรทัศน์แสดงข้อมูลเที่ยวบิน						
44. จอแสดงสถานะของแต่ละเที่ยวบินขาเข้าและ ขาออก						
45. รถเข็นกระเป๋าที่มีจำนวนเพียงพอ						
46. การแสดงแผนที่ภายในอาคารโดยสาร						
47. จำนวนเครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ						
ด้านราคา						
48. อัตราค่าภาษีสนามบินสำหรับการเดินทาง ภายในประเทศ						
49. อัตราค่าภาษีสนามบินสำหรับการเดินทาง ระหว่างประเทศ						
50. ค่าธรรมเนียมการจอดรถ						
51. ราคาอาหารและเครื่องดื่มที่จัดจำหน่ายตาม ร้านค้าต่างๆภายในอาคารโดยสาร						
52. ราคาสินค้าภายในร้านปลอดภาษี						
53. อัตราค่าโดยสารรถประจำทาง						
54. อัตราค่าโดยสารลิμουซีน						
55. อัตราค่าโดยสารรถแท็กซี่						

ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะของผู้โดยสารในใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิในด้านต่างๆ

1. ด้านทำเลที่ตั้ง และอาคารสถานที่

2. ด้านการคมนาคมเข้า-ออกสนามบินสุวรรณภูมิ

3. ด้านการบริการ

4. ด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบตกแต่ง

5. ด้านสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก

6. ด้านราคา

“ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามอย่างครบถ้วน
และตรงตามความจริง”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 0757

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๒๑ กุมภาพันธ์ 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

สิ่งที่ส่งมาด้วย

1. ประกาศผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ฉบับ
2. แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ด้วย นางสาวรัชนี อร่ามมั่นคง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุดมศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ” โดยมี ผศ.ดร.จิระเสกข์ ศรีเมธสุนทร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อดิษฐ์ กาญจนพิบูลย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม และได้รับอนุมัติหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์แล้ว เมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2550 คณะกรรมการอุดมศึกษา จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวรัชนี อร่ามมั่นคง เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้

ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิระเสกข์ ศรีเมธสุนทร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

ติดต่อนักศึกษา โทร.081-803-5911

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ประกาศบัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
เรื่อง ผลการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการพิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม ขอประกาศรายชื่อหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการอุตสาหกรรม ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการดังนี้

นางสาวรัศมี อร่ามมันคง รหัสประจำตัว 49064105 ให้ทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการสนามบินสุวรรณภูมิ (Studying of Thai Passengers Satisfaction Toward Suvarnabhumi Airport)" โดยมี ศศ.ดร.จิระเสกข์ ศรีเมธสุนทร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ รศ.อดิษฐ์ กาญจนพิบูลย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ซึ่งได้รับอนุมัติเมื่อวันที่ 6 ธันวาคม 2550

ทั้งนี้ให้นักศึกษาค้นคว้าและเขียนวิทยานิพนธ์ โดยปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ให้เสร็จสิ้นภายในเวลาที่กำหนดในระเบียบของบัณฑิตวิทยาลัย

ประกาศ ณ วันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2551

(รศ.ดร.อิทธิพล แจ่มจัด)

รองคณบดี ปฏิบัติราชการแทน

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ง

ใบรับรองผลพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม สจล.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม งานบริการทางวิชาการและวิจัย โทร. 3720,3722

ที่ ศธ 0524.04(8)/ 212

วันที่ 12 พฤษภาคม 2551

เรื่อง รับรองผลการพิจารณาบทความเพื่อตีพิมพ์ในวารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม สจล.

เรียน คุณรัศมี อร่ามมันคง

ตามที่ท่านได้ส่งบทความ “เรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยในการใช้บริการ สนามบินสุวรรณภูมิ” เพื่อตีพิมพ์ลงในวารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรมนั้น ทางกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ ได้พิจารณาแล้วว่าบทความของท่านสามารถตีพิมพ์ในวารสารดังกล่าว ได้ในปีที่ 7 ปีการศึกษา 2551

จึงเรียนมาเพื่อทราบ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประเสริฐ เคนพันธ์)

บรรณาธิการ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวรัศมี อร่ามมั่นคง
วันเดือนปีเกิด	1 พฤศจิกายน 2522
ประวัติการศึกษา	2543 วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาเคมีอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประสบการณ์การทำงาน	
พ.ศ. 2543 - 2545	ตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายผลิต บริษัท ไทยเอเชีย จำกัด
พ.ศ. 2545 - 2549	ตำแหน่งหัวหน้าฝ่ายผลิต บริษัท เอสซีโลว์แมนูแฟกเจอร์ริง (ประเทศไทย) จำกัด
พ.ศ. 2549 - ปัจจุบัน	ตำแหน่งวิศวกรคุณภาพซัพพลายเออร์ บริษัท เจนเนอรัลมอเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้