

การรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
นานาชาติ



บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

SERVICE QUALITY PERCEPTIONS OF DONMUANG INTERNATIONAL AIRPORT AFFECTING
INTERNATIONAL TOURISTS' SATISFACTIONS

Miss Ariyaporn Tangsritanawong



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science Program in Sports Science

Faculty of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2015

Copyright of Chulalongkorn University

| | |
|---------------------------------|--|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์ | การรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ |
| โดย | นางสาวอริยาภรณ์ ตั้งศรีธนาวงศ์ |
| สาขาวิชา | วิทยาศาสตร์การกีฬา |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก | ดร.โสเมฤทัย สุนธยาธร |

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต

.....คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทிரารณ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิจิต คณิงสุขเกษม)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ดร.โสเมฤทัย สุนธยาธร)

.....กรรมการ
(ดร.กุลพิชญ์ โภไคยอุดม)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ดร.กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์)

อริยาภรณ์ ตั้งศรีธนาวงศ์ : การรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ (SERVICE QUALITY PERCEPTIONS OF DONMUANG INTERNATIONAL AIRPORT AFFECTING INTERNATIONAL TOURISTS' SATISFACTIONS) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ดร.โสมฤทัย สุนธยารช, 89 หน้า.

จากการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานดอนเมืองที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติและเพื่อเปรียบเทียบ เพศ อายุ และถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวนานาชาติจำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยมีค่าความตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ 0.90 และมีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.87 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติทดสอบหาค่าสถิติโดยการทดสอบค่าที (T-test) การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova) และการทดสอบสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) โดยตั้งนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวนานาชาติโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$, S.D.= 0.87) ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติต่อท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองโดยรวมพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, S.D.= 0.85) และเมื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบิน ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน ด้านร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน ด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยานด้านระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยาน ด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป และด้านระบบตรวจคนเข้า/ออกเมืองและระบบศุลกากร มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มี เพศ อายุ และถิ่นพำนักที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองที่ไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย การรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบิน ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน ด้านร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน ด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยานด้านระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยาน ด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป และด้านระบบตรวจคนเข้า/ออกเมืองและระบบศุลกากร มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ และนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มี เพศ อายุ และถิ่นพำนักที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองที่ไม่แตกต่างกัน

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา

ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2558

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5778419339 : MAJOR SPORTS SCIENCE

KEYWORDS: AIRPORT / SERVICE QUALITY / SATISFACTION / INTERNATIONAL TOURISTS

ARIYAPORN TANGSRITANAWONG: SERVICE QUALITY PERCEPTIONS OF DONMUANG
INTERNATIONAL AIRPORT AFFECTING INTERNATIONAL TOURISTS' SATISFACTIONS.

ADVISOR: SOMRUTHAI SOONTAYATRON, Ph.D., 89 pp.

The purpose of this research was to explore service quality perceptions of Donmuang International Airport affecting international tourists' satisfactions and compare between gender, age and resident of international tourists affecting their satisfactions .. This research collected data from 400 international tourists at Donmuang International Airport by using questionnaires with IOC of 0.90 and coefficient alpha equal of 0.87. This study also applied statistical data analysis with the determination of patterns in the data such as Percentage, Frequency, Standard Deviation and Mean. The inferential statistics include t-test, One-Way ANOVA and Multiple Linear Regression with statistically significance at 0.05.

The overall result, service quality perceptions of international tourists' at Donmuang International Airport is in high level ($\bar{x} = 3.72$, S.D.= 0.87) and the international tourists' satisfactions of Donmuang International Airport is also in high level ($\bar{x} = 3.83$, S.D.= 0.85). The hypothesis testing indicated that service quality perceptions of international tourists had affected to international tourists' satisfactions including Airport Access and Travel within the Airport, Airport Services and Facilities, Airport Restaurant/ Dining Facilities, Airport Shopping Facilities, Airport Security Services, Airport Environment, and Airport Immigrations and Custom Services In addition, significant different groups of gender, age, resident of international tourists had no influenced on satisfactions.

In summary, the findings showed that service quality perceptions of international tourists had affected to international tourists' satisfactions in part of Airport Access and Travel within the Airport, Airport Services and Facilities, Airport Restaurant/ Dining Facilities, Airport Shopping Facilities, Airport Security Services, Airport Environment, and Airport Immigrations and Custom Services. Additionally, significant different groups of gender, age, residents of international tourists had no influenced on satisfactions.

Field of Study: Sports Science

Student's Signature

Academic Year: 2015

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้เพราะได้รับความกรุณา ช่วยเหลือเป็นอย่างดีโดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์ ดร. โสมฤทัย สุนทรยาธร อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อคิดเห็นต่างๆในงานวิจัยนี้ มาโดยตลอด ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภโคยอุดม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตร์ชัย อาจารย์ ดร.อัจฉราลักษณ์ วิเศษ และอาจารย์ วศิณาน์ สุวรรณสิทธิ์

ขอขอบพระคุณครอบครัว บิดา มารดา พี่น้องที่คอยให้กำลังใจ สนับสนุนและให้ความช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทุกท่านที่สละเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมาช่วยในการตอบแบบสอบถาม

สารบัญ

หน้า

| | |
|--|----|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | จ |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ฉ |
| สารบัญ..... | ช |
| สารบัญตาราง..... | 1 |
| บทที่ 1..... | 4 |
| บทนำ..... | 4 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 4 |
| วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... | 5 |
| สมมติฐาน..... | 6 |
| ขอบเขตของการวิจัย..... | 6 |
| คำจำกัดความของคำที่ใช้ในการวิจัย..... | 6 |
| ประโยชน์ที่ได้รับ..... | 7 |
| บทที่ 2..... | 8 |
| เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 8 |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว..... | 8 |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว..... | 14 |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค..... | 18 |
| ความหมายของผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค..... | 18 |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการบริการ..... | 22 |
| คุณภาพการบริการของท่าอากาศยาน..... | 27 |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ..... | 28 |

| | |
|---|----|
| ความหมายของความพึงพอใจ..... | 28 |
| บริบทพื้นที่ | 33 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 37 |
| กรอบแนวคิดงานวิจัย | 41 |
| บทที่ 3 | 42 |
| วิธีดำเนินการวิจัย | 42 |
| ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 42 |
| เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล | 43 |
| วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล | 44 |
| วิธีการรวบรวมข้อมูล | 45 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล..... | 45 |
| บทที่ 4 | 47 |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 47 |
| ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม..... | 47 |
| ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ของนักท่องเที่ยวนานาชาติโดยรวม..... | 51 |
| ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจนักท่องเที่ยวนานาชาติต่อท่าอากาศยาน นานาชาติดอนเมือง | 59 |
| ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน..... | 67 |
| บทที่ 5 | 70 |
| สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | 70 |
| ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม..... | 71 |
| ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ของนักท่องเที่ยวนานาชาติ..... | 72 |

| | |
|---|----|
| ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจนักท่องเที่ยวนานาชาติต่อท่าอากาศยาน นานาชาติดอนเมือง | 73 |
| ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน..... | 73 |
| อภิปรายผลการวิจัย..... | 74 |
| ข้อเสนอแนะ | 78 |
| รายการอ้างอิง | 79 |
| ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ | 89 |



สารบัญตาราง

| | |
|---|----|
| ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม | 47 |
| ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้คุณภาพการบริการทำอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ของนักท่องเที่ยวนานาชาติโดยรวม | 51 |
| ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของ ทำอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบิน | 52 |
| ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของ ทำอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ในสนามบิน | 53 |
| ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของ ทำอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านร้านอาหารภายในสนามบิน | 54 |
| ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของทำ อากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านร้านค้าภายในสนามบิน | 55 |
| ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของทำ อากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านระบบความปลอดภัยของทำ อากาศยานนานาชาติดอนเมือง | 56 |
| ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของทำ อากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไปภายในทำ อากาศยานนานาชาติดอนเมือง | 57 |
| ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของทำ อากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านระบบตรวจคนเข้า-ออกเมืองและ ระบบศุลกากร | 58 |
| ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการ บริการทำอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติโดยรวม | 59 |

| | |
|---|----|
| ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบิน | 60 |
| ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน | 61 |
| ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน | 62 |
| ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยาน | 63 |
| ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยาน | 64 |
| ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป | 65 |
| ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านระบบตรวจคนเข้า-ออกเมืองและระบบศุลกากร..... | 66 |
| ตารางที่ 18 แสดงผลการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ วิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)..... | 67 |
| ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบเพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่แตกต่างกัน | 68 |
| ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่แตกต่างกัน | 68 |
| ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่แตกต่างกัน | 69 |



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตขึ้น อัตรานักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และยิ่งในปัจจุบันการแข่งขันในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสูงขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวจึงเน้นให้มีความสะดวกสบายมากขึ้น นักท่องเที่ยวจึงนิยมการเดินทางโดยอากาศยานหรือเครื่องบิน เนื่องจากมีความรวดเร็วและสะดวกสบาย ทำให้ธุรกิจการบินเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญและสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปัจจุบันมีการแข่งขันที่สูงขึ้นของธุรกิจสายการบิน โดยเฉพาะสายการบินต้นทุนต่ำที่พยายามใช้การตลาดต่าง ในการดึงจำนวนลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น ทำให้บทบาทของท่าอากาศยานหรือสนามบินจึงเป็นอีกหนึ่งสถานที่ที่มีบทบาทในการต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างๆที่เข้ามาท่องเที่ยวในภูมิภาคนั้นๆ คุณภาพการให้บริการของสนามบินจึงเหมือนประตูเข้าสู่การท่องเที่ยวภายในประเทศ (ท่าอากาศยานไทย, 2547)

ท่าอากาศยานดอนเมือง กรุงเทพมหานคร เป็นท่าอากาศยานเก่าแก่ที่เปิดมาเป็นระยะเวลา 100 ปี ซึ่งหลังจากที่มีการเปิดใช้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในปีพ.ศ. 2549 ทำให้ท่าอากาศยานดอนเมืองได้ลดบทบาทลงจนในปีพ.ศ.2555 ได้มีการประกาศให้ท่าอากาศยานดอนเมืองเป็นท่าอากาศยานรองรับสายการบินต้นทุนต่ำหรือ สายการบินโลว์คอส โดยมีเส้นทางการบินทั้งในและระหว่างประเทศ โดยในปีพ.ศ. 2557 ท่าอากาศยานดอนเมืองมีศักยภาพในการรองรับผู้โดยสารมากถึง 19.3 ล้านคนต่อปีซึ่งเพิ่มมากถึงร้อยละ 24.3 จากปีพ.ศ.2556 และใช้อาคารผู้โดยสาร 1 ในการรองรับทั้งเส้นทางบินภายในประเทศและเส้นทางบินระหว่างประเทศ (ผู้จัดการออนไลน์, 2557) และเนื่องด้วยการเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วนี้ ทำให้ท่าอากาศยานดอนเมืองนั้นมีการเปิดเส้นทางบินระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยเปรียบเทียบใน ปีพ.ศ.2556 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางโดยใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองนั้นจำนวน 2,123,866 คน แต่ปีพ.ศ. 2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองนั้นเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 2,274,168 คนและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกในปี พ.ศ. 2558 (กลุ่มสถิติและเศรษฐกิจการท่องเที่ยวกรมการท่องเที่ยว, 2557) ซึ่งทำให้ท่าอากาศยานดอนเมืองต้องรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะมีอัตราการเพิ่มสูงขึ้นจากการเปิดเส้นทางระหว่างประเทศที่เพิ่มมากขึ้น ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเหล่านั้นกับ

คุณภาพการให้บริการของสนามบินจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานดอนเมือง

ซึ่งในปัจจุบันท่าอากาศยานดอนเมืองที่กำลังเติบโตอยู่นั้น ต้องรองรับการให้บริการของผู้โดยสารที่มากขึ้น ในปัจจุบันกำลังจะมีการเปิดการใช้อาคารผู้โดยสารหลังที่ 2 ซึ่งยังต้องมีการซ่อมแซมและทดลองระบบ ไม่ว่าจะเป็นระบบสะพานเทียบเครื่องบิน ระบบสายพานกระเป๋า ระบบตั๋วโดยสาร ระบบท่อเครื่องปรับอากาศที่จะต้องรอการทดสอบ รวมถึงการปรับปรุงห้องน้ำ ระบบท่อน้ำดี และท่อน้ำเสียภายในอาคารที่ล่าช้า และเสียมากจนต้องซ่อมแซมใหม่ทั้งหมด และอีกหนึ่งปัญหาเกี่ยวกับระบบความปลอดภัยในการตรวจสอบสัมภาระของผู้โดยสารซึ่งมีการปรับเปลี่ยนเงื่อนไขอย่างไม่คงที่ เพราะเมื่อเข้ามายังพื้นที่สนามบินจะมีการตรวจค้น(x-ray) กระเป๋าทันที และต้องนำกระเป๋าที่แสกนแล้วนั้น เข้าไปเช็คอินซึ่งในระยะทางระหว่างนี้อาจจะมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นจากกรณีเปลี่ยนย้ายสิ่งของที่ได้ทำการเอ็กเชอร์มาแล้วใส่กระเป๋าถือ หรือเปลี่ยนสัมภาระจากกระเป๋าถือมาใส่ในกระเป๋าสัมภาระ จึงทำให้เกิดความล่าช้าในการสแกนขั้นต่อไป (ผู้จัดการออนไลน์, 2558) ซึ่งเบื้องต้นที่กล่าวมานี้ ทำให้อาจเกิดความล่าช้าหรือการให้บริการที่ยังไม่สามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจได้

ภายในระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ท่าอากาศยานดอนเมืองเปิดรองรับสายการบินต้นทุนต่ำ ทำให้อัตราการให้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีตัวเลขที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อที่จะรองรับนักท่องเที่ยวนานาชาติ การศึกษาถึงคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานดอนเมืองที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการนั้นมีส่วนช่วยในการพัฒนาคุณภาพการบริการของท่าอากาศยาน เพื่อที่จะใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงาน การให้บริการรวมถึงการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้เพียงพอและเหมาะสม เพื่อให้ผู้โดยสารที่มาใช้บริการเกิดความประทับใจ คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญเพื่อที่จะเสริมสร้างขีดความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ คุณภาพการบริการจึงถือเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่สามารถนำมาใช้เพิ่มความสามารถในการแข่งขันธุรกิจในยุคปัจจุบัน (Chen, 2010) และโดยมากจะครอบคลุมไปถึงการที่ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ถึงระดับคุณภาพการให้บริการในแต่ละที่ที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสามารถก่อให้เกิดความพึงพอใจที่แตกต่างออกไปในการรับบริการนั้น ในขณะที่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการนั้นมักมีการนำมาใช้สำรวจเพื่อเป็นการบริหารจัดการ เพื่อคุณภาพการให้บริการที่ดีขึ้นต่อไป (Parasuraman, 1988)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานดอนเมืองมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ
2. เพื่อเปรียบเทียบ เพศ อายุ และถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานดอนเมือง

สมมติฐาน

- 1.) การรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ
- 2.) เพศของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่แตกต่างกัน
- 3.) อายุของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่แตกต่างกัน
- 4.) ถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยวนานาชาติทวีปเอเชียและทวีปยุโรป มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่แตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาบริเวณท่าอากาศยานดอนเมือง

ขอบเขตด้านประชากร การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ นักท่องเที่ยวนานาชาติที่เดินทางระหว่างประเทศโดยใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองทั้งขาเข้าและขาออก

ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เวลาในการวิจัยตั้งแต่ธันวาคม 2558 – พฤษภาคม 2559

ขอบเขตด้านเนื้อหา การรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานดอนเมืองมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ

คำจำกัดความของคำที่ใช้ในการวิจัย

1. คุณภาพการบริการ หมายถึง สิ่งที่ถูกค่ารับรู้จากการกระทำ หรือ กิจกรรมภายในท่าอากาศยานดอนเมืองที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ คุณภาพของการบริการที่ได้นั้นขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยเช่น ตัวผู้ให้บริการ สถานที่ เวลาให้บริการ สภาวะทางอารมณ์ของตัวผู้รับบริการ
2. คุณภาพการบริการท่าอากาศยาน หมายถึง สิ่งที่ถูกโดยสารรับรู้และรู้สึกได้จากการกระทำหรือกิจกรรมที่ทำในบริเวณท่าอากาศยาน โดยจำแนกเป็น 7 ส่วนคือ การเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบิน, การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน, ร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน, ร้านค้าภายในท่าอากาศยาน, ระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยาน, สิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป, ระบบตรวจคนเข้า/ออกเมืองและระบบศุลกากร
3. ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของผู้ใช้บริการที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะมีความคาดหวังกับการบริการและกิจกรรมที่ทำภายในท่าอากาศยานอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดี จะมีความพึงพอใจมากแต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่ง

4. นักท่องเที่ยวนานาชาติ หมายถึง ผู้โดยสารนานาชาติเดินทางระหว่างประเทศโดยใช้บริการยังท่าอากาศยานดอนเมืองทั้งขาเข้าและขาออก

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ
2. ทำให้ทราบถึงคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานดอนเมือง
3. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีต่อคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานดอนเมือง
4. ทำให้เกิดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานดอนเมืองต่อไปในอนาคต



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการบริการ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
6. บริบทพื้นที่
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ตั้งแต่ในอดีต ในอดีตมนุษย์มักเดินทางโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการแสวงหาที่อยู่ใหม่ หรือเพื่อการติดต่อค้าขาย เผยแพร่ศาสนา หรือ เชื่อมสัมพันธ์ไมตรีระหว่างประเทศ แต่ภายในปัจจุบันการเดินทางเกิดขึ้นจากหลายวัตถุประสงค์ เช่นเป็นการเดินทางท่องเที่ยวผู้เดินทางต้องการที่จะเดินทางพักผ่อน คลายความเครียด (อารยา อินทชสาร, 2554)

การท่องเที่ยว หมายถึง ผลของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ (การกระทำซึ่งกันและกัน) ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาล และชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน เป็นการดึงดูดใจและต้อนรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่นๆ (McIntosh, 1986)

การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมใดๆที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางของบุคคล จากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ไม่ใช่การหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เดินทาง ธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวภาครัฐที่ดูแลการท่องเที่ยวละชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว (จริญญา เจริญสุข และสุวัฒน์ จูธารณ์, 2545)

การท่องเที่ยวคือการเดินทางใดๆก็ตามที่เป็นไปตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังต่อไปนี้

(ศรีธัญญา วรากุลวิทย์, 2546)

1. การเดินทางจากสถานที่พักอาศัยอยู่เป็นประจำ สู่อื่นๆเป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางนั้นผู้เดินทาง เดินทางด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่การถูกบังคับ
3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพ หรือ หารายได้

ซึ่งสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวคือ กิจกรรมของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการออกเดินทางไปยังที่ต่างๆ จากที่หนึ่ง ไปยังอีกที่หนึ่ง อาจเพื่อการคลายเครียด หรืออาจมีวัตถุประสงค์อื่นเช่นการทำธุรกิจ ติดต่อสื่อสาร ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวนี้ ตัวผู้เดินทางเองจะต้องมีความสมัครใจในการเดินทางจึงจะเรียกว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยว

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

นิคม จารุมณี (2535) ได้กล่าวถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมหรือสนับสนุนต่างๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวประเภทนี้ถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้าคือ การบริการต่างๆที่นักท่องเที่ยวซื้อก็จะต้องมีการลงทุนซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากด้านสังคมการท่องเที่ยวพักผ่อน คลายความตึงเครียด พร้อมทั้งการได้รับความรู้เข้าใจวัฒนธรรม ที่ผิดแผกแตกต่างออกไป อีกทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลชำระเงินของต่างประเทศ รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยผ่อนคลายความเสียเปรียบในเรื่องดุลการชำระเงินได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้น ให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง เช่น เปลือกหอย หินสวยๆ ตามชายหาดไม่ไผ่ ฯลฯ ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์ เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นการนำเอาวัสดุที่เคยเห็นว่า ปราศจากคุณค่าทำให้เกิดประโยชน์และเพิ่มรายได้ซึ่งแม้จะเป็นรายได้เล็กๆ น้อยๆ แต่เมื่อรวมกันเข้าก็เป็นรายได้สำคัญ อย่างหนึ่งเช่นกัน อาจสรุปได้ว่าบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง มีดังต่อไปนี้

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ นับตั้งแต่ปี 2525 เป็นต้นมารายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็นรายได้ลำดับ ที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้สินค้าอื่นๆ

2. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศมีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลชำระเงิน ในปี พ.ศ. 2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาทนั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยเป็นเพียงประมาณ 7,028 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นได้เป็นอย่างมาก

3. รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงาน สร้างอาชีพมากมาย และเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการผลิตอาหารไปป้อนตามเมืองท่องเที่ยวต่างๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมที่ทำรายได้เพิ่มเป็นอย่างดีหรือในเมืองท่องเที่ยวก็อาจเป็นผู้ค้า ที่เกี่ยวข้อง

4. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากมายและกว้างขวาง เนื่องจากอุตสาหกรรมบริการต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัท นำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรม พื้นบ้าน การใช้เวลาว่าง มารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้น ให้เกิดการผลิตและนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใดก็ต้องใช้จ่ายค่าอาหาร ซื้อผลิตภัณฑ์พื้นเมือง และหากพักแรมก็ต้องใช้เป็นค่าที่พักเงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะโรงแรม แต่จะกระจายไปสู่เกษตรกรรายย่อยต่างๆ เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็นของที่ระลึกได้ ก็จะมีการนำเอาวัสดุพื้นบ้านมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกแม้จะเป็นรายได้เพียงเล็กน้อย แต่รวมกันเป็นปริมาณมากๆ ก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งส่งผลต่อการกระตุ้นการผลิต หรือที่เรียกว่า Multiplier Effect ทางการท่องเที่ยวที่มีลักษณะที่สูงมากเทียบการผลิตหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ

6. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่ายอาจเรียกว่าเป็น Limitless Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่นๆ จากสถิติที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติของโลก ได้มีปริมาณเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ เมื่อปี พ.ศ. 2493 นักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกมีจำนวนเพียงล้านคน และได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 290 ล้านคนในปี พ.ศ. 2527 กระนั้นก็ดีนักวิชาการทางการท่องเที่ยวก็ยังเชื่อว่า ปริมาณในการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ก็เป็นเพียงการเริ่มต้นเท่านั้น เพราะว่า ประชากรของโลกเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ในขณะที่วิวัฒนาการในการขนส่งที่สามารถส่งผู้โดยสารได้เป็นจำนวนมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง การเดินทางท่องเที่ยวจึงมิได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูงเท่านั้นดังแต่ก่อน การท่องเที่ยวถือได้ว่า เป็นเรื่องของความพึงพอใจของแต่ละบุคคล องค์การสหประชาชาติประกาศว่า “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐต้องสนับสนุน”

7. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่มีข้อจำกัดในการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตรผลผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวคือความสวยงามของธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารในท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน เช่น ตลาดน้ำ ประเพณีสงกรานต์ลอยกระทง เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นรูปธรรมและมีความยั่งยืน ไม่ผันแปร หรือขึ้นอยู่กับ สภาพฝนฟ้าอากาศดังเช่น การผลิตด้าน

การเกษตร หรืออุตสาหกรรมอื่นๆ ไม่ต้องลงทุนและใช้เทคโนโลยีเป็นจำนวนมาก ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้รับการสนับสนุนและกระตุ้น จากองค์การท่องเที่ยวโลกอย่างจริงจัง เพื่อที่จะให้ประเทศที่กำลังพัฒนาให้ความสนใจและหันมาใช้อุตสาหกรรมนี้เป็นประโยชน์เพิ่มเติมต่ออาชีพ

8. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณีซึ่งเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพัน ปีจึงมีวัฒนธรรม ระเบียบ ประเพณีนาฏศิลป์การเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เป็นมรดกตกทอดที่ควรแก่การนำออกเผยแพร่ ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้

9. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปยังภูมิภาคหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งจะต้องมีผู้ลงทุนในหลายๆ ลักษณะเป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นเหล่านั้น

10. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีมาตรการที่ช่วยเสริมความปลอดภัย และความมั่นคงในพื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปทีใดจะต้องมั่นใจว่า มีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน เพราะฉะนั้น แหล่งใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไป แหล่งนั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

11. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยสร้างสันติภาพสัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดีด้วยการเข้าใจซึ่งกันและกัน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกัน มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน โดยการเดินทางไปมาหาสู่กัน ผลก็คือ ความสามัคคีสามัคคีของคนในชาติในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยรักษาสัมพันธไมตรีให้มั่นคง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นมีความสำคัญต่อการพัฒนาในหลายๆ ด้าน ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นสามารถทำให้เกิดการหมุนเวียนเม็ดเงินเข้าประเทศซึ่งมีความสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจ กระจายรายได้ สร้างงานสู่ประชาชน และยังสามารสร้างความสำเร็จไปสู่ที่ต่างๆ ทั้งนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถพัฒนาแหล่งทรัพยากรต่างๆ และชุมชนให้เกิดความปลอดภัยได้อีกด้วย

การเดินทางท่องเที่ยวนั้นเกิดขึ้นจากหลากหลายวัตถุประสงค์ สามารถแบ่งแหล่งท่องเที่ยวได้ 7 ประเภท ดังนี้ (อุดม เขยกิจวงศ์, 2548)

1. การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬาเล่นกีฬา เช่นน้ำพุแร่รักษาโรค อาบแดด หรือการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ

2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เป็นสวัสดิการของหน่วยงาน และ บริษัทห้างร้านต่างๆ เพื่อดูงาน สันทนาการ โดยหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบออกค่าใช้จ่าย

3. การท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถาน โบราณสถานเก่าๆ เน้นชื่นชม ศิลปะ หรือ ความรุ่งเรืองในสมัยอดีต

4. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะคือเดินทางมาเพื่อประชุม พบปะ สัมมนา ซึ่งมักจะรวมไปถึงการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ด้วย

5. การท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อไปสัมผัสถึงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่พื้นเมือง ของแหล่งสถานที่นั้นๆ อาจมีความน่าสนใจเช่น การแต่งกายพื้นบ้าน ศิลปะ หัตถกรรมพื้นบ้าน

6. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่จะสังเกตเห็นการแสดงออกโดยวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งรวมไปถึงการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน และเข้าร่วมพิธีกรรมต่างๆ

7. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) เน้นสิ่งดึงดูดใจเป็นธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เช่น การเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือ หรือ การตั้งแคมป์

ทั้งนี้ การท่องเที่ยวยังสามารถแบ่งออกได้เป็นอีกสองประเภทใหญ่ๆ ตามพื้นที่ในการท่องเที่ยว ได้แก่ (วรรณ วรชวาณิช, 2539)

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ภายในประเทศ ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้นั้นอาจเกิดจากแรงจูงใจหลายชนิด ยกตัวอย่างเช่น ทักษะภาพที่สวยงาม ความสะดวกสบาย ความปลอดภัยในการเดินทาง หรืออาจเกิดแรงจูงใจจากการโฆษณาของสถานที่นั้นๆ เช่น ภูมิทัศน์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม

2. การท่องเที่ยวภายนอกประเทศ หรือ การท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งในที่นี้หมายถึงการไปท่องเที่ยวยังประเทศที่ไม่ใช่ประเทศของตน ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องผ่านกระบวนการหลายขั้นตอน เช่น สนามบิน ด่านตรวจคนเข้าเมือง ด่านศุลกากร

กล่าวสรุปคือ การท่องเที่ยวนั้นต้องมีองค์ประกอบเพื่อประกอบเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ องค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวนั้นคือการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวก การคมนาคมสัญจร ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะภายในประเทศ หรือหากเป็นการเดินทางระหว่างประเทศนั้นกระบวนการของท่าอากาศยานก็มีส่วนเกี่ยวข้องเช่น ด่านตรวจคนเข้าเมือง ด่านศุลกากรก็มีส่วนสำคัญในองค์ประกอบการท่องเที่ยว การมีแหล่งพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวในการพักผ่อน แหล่งท่องเที่ยวมีจุดเด่นและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมไปถึงกิจกรรมในการสันทนาการ

เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว และ บริการต่างๆเพิ่มเติม เช่น ห้องสุขา ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ที่จะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวนั้นเป็นการเดินทางที่สมบูรณ์

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่น่าดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวนั้นนอกจากจะต้องมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจแล้วยังจำเป็นต้องมีองค์ประกอบต่างๆอีกหลายประการ เพื่อสร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวควรประกอบด้วย ปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ในด้านการสาธารณูปโภค การขนส่ง สื่อสาร การต้อนรับอย่างเป็นมิตร มีสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) มีสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในด้านร้านอาหาร ที่พัก ของที่ระลึก และสิ่งที่ขาดไม่ได้คือบริการที่ประทับใจ (Morrison & Mill, 1992)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวจะประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้ มีเส้นทางการคมนาคมที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง มีโครงข่ายการติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงกับโลกภายนอก ปัจจัยถัดมาคือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งไฟฟ้า น้ำประปา ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก บริการนำเที่ยว ร้านค้าขายของเบ็ดเตล็ด เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และปัจจัยสุดท้ายคือการมีสิ่งดึงดูดใจ แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว อาจเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเอง ศิลปวัฒนธรรม กิจกรรม ความบันเทิงต่างๆ หรือเป็นสิ่งที่ธรรมชาติสร้างขึ้นก็ได้

McIntosh (1986) กล่าวถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ดีควรประกอบด้วยทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี (Facilities) ระบบการขนส่งที่ดี เข้าถึงได้สะดวก (Transportations) มีปัจจัยพื้นฐานที่ดีและมีความพร้อมของทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจ

Buhalis (2000) กล่าวถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยปัจจัย 6 ปัจจัยหลักๆ ดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างที่เหมาะสม เช่น ระบบคมนาคมไม่ว่าจะเป็น ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ที่เอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง หรือแหล่งท่องเที่ยว

2. การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accomodation) ที่ต้องการพักค้างคืน ได้แก่ ที่พักในรูปแบบต่างๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ เป็นต้น ซึ่งแตกต่างกันในการเอื้ออำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ สระว่ายน้ำ ห้องอาหาร ภัตตาคาร พิตเนสเซ็นเตอร์ เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวเพราะเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่โดดเด่น วัฒนธรรม

ที่โดดเด่น ชุมชนที่โดดเด่น ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ วัดวามารามพิพิธภัณฑสถานบ้านเชียง พิพิธภัณฑสถานไดโนเสาร์ เป็นต้น

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Recreation Activities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เพราะการท่องเที่ยว ไม่ได้หมายถึงแค่การไปค้างแรม ชมวัตถุ โบราณ โบราณสถาน และความงามของธรรมชาติแต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การเดินป่า ศึกษาระบบนิเวศภายในป่า การล่องแก่งในแม่น้ำห้องถื่น การดำน้ำดูความสวยงามของผืนแผ่นปะการัง การปีนหน้าผา การพายเรือชมธรรมชาติ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมต่างๆถือเป็นประสบการณ์ที่ดี สำหรับนักท่องเที่ยว ที่สามารถเก็บเป็นความทรงจำ

5. การจัดการและบริการท่องเที่ยว (Ancillary Service) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดสรรการบริการด้านต่างๆให้กับนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น เช่น การบริการทางการตลาด หรือเป็นการประสานความร่วมมือด้านการพัฒนาและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

6. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) บริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว อาทิ เช่น บริการด้านร้านอาหารโรงพยาบาลไปรษณีย์สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ

กล่าวคือองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวนั้นต้องประกอบด้วยสิ่งสำคัญพื้นฐานคือแหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดใจนักท่องเที่ยว มีกิจกรรมที่น่าสนใจ การเดินทางคมนาคม การขนส่ง สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย มีการติดต่อสื่อสารสะดวกสบาย มีการจัดการอำนวยความสะดวกและการบริการด้านการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น ร้านค้า บริการสุขา บริการที่พักและที่พักสำหรับค้างแรม ร้านขายของที่ระลึก ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความพร้อมและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง ชาวไทยหรือ ชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย เดินทางจากที่อยู่ในจังหวัดของตนไปยังสถานที่จังหวัดอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดๆ ไม่ใช่เพื่อการหารายได้จากสถานที่ที่ไปเยือน และใช้เวลาในการพำนักไม่เกิน 60 วัน (อุดม เขยกิจวงศ์, 2548)

นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ในการเดินทางครั้งหนึ่งไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากไปกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อ

1. การติดต่อธุรกิจ ไม่ใช่เพื่อการหารายได้

2. การมากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอดบริเวณท่าเรือ
 3. การมาเพื่อท่องเที่ยว พักผ่อน เยี่ยมญาติ การรักษาสุขภาพ และการศึกษา ดูงาน
 4. การมาร่วมประชุมสัมมนา หรือ เป็นตัวแทนสมาคม นักบวช หรือ นักกีฬา
- นักท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของ ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งจะประกอบด้วย สิ่งต่างๆ ดังนี้ (อารยา อินคชสาร, 2554)

1. ลักษณะของนักท่องเที่ยว จำแนกตาม อายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ เชื้อชาติหรือสัญชาติ
 2. การกระจายของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศ ไต้หวัน มีจำนวนมากน้อยเพียงใด ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวจากทวีปต่างๆเดินทางเข้ามา เที่ยวในประเทศมาก เช่น ยุโรป อเมริกา เอเชีย แอฟริกา โอเชียเนีย
 3. กิจกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทางเข้ามาเพื่อการประชุมสัมมนา พักผ่อน หย่อนใจ หรือการเดินทางเข้ามาเพื่อแข่งขันกีฬา
 4. ฤดูกาลท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมาในช่วงเวลาใดมาก หรือ น้อย
 5. ทักษะคตินักท่องเที่ยว ทักษะคติที่ไปเที่ยวมาอย่างไร
- สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวคือบุคคลที่เดินทางจากสถานที่ที่ไม่ใช่แหล่งที่อยู่อาศัยเดิมของตน ไปยังสถานที่อื่นที่หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ อาจเป็นการท่องเที่ยว ภายในประเทศ หรือ ภายนอกประเทศก็ได้ ซึ่งสามารถจำแนกนักท่องเที่ยวออกมาได้ตามปัจจัยต่างๆ อายุ รายได้ เพศ การศึกษา หรือ อาจจำแนกตามจุดประสงค์ในการเดินทาง นักท่องเที่ยวอาจเดินทาง มาเพื่อกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง หรือมีความต้องการท่องเที่ยวในฤดูกาลท่องเที่ยว

ประเภทของนักท่องเที่ยว

ผู้มาเยือน (Visitors) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้อาศัยอยู่เป็นประจำ ด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตามเพื่อมิใช่ไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ ดังนั้นผู้มาเยือน จึงหมายรวมถึงผู้ เดินทาง 2 ประเภท(อุดม เขยกีวงศ์, 2548)

1. นักท่องเที่ยว (Tourists) คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ที่พักอยู่ในประเทศที่มาเยือน ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง ซึ่งอาจรวมถึงมาเพื่อ พักผ่อน ธุรกิจ เยี่ยมครอบครัว ราชการ หรือเพื่อเข้าประชุม
2. นักทัศนาจร (Excursionist) คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศที่มาเยือน ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

หรืออาจแบ่งรูปแบบของนักท่องเที่ยวได้ออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้ที่ รายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ

2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดีและมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการเดินทางพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย
3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลากับการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไว้โดยจำแนกตามกิจกรรมหรือความสนใจของนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionsary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหาแนวทางเพื่อลืมหืมความจำเจในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือชอบติดต่อกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น
5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน

สามารถสรุปได้ว่า การจำแนกประเภทของนักท่องเที่ยวมีหลายประเภท เช่น จำแนกจากเวลาที่ใช้ในการอยู่ยังสถานที่ท่องเที่ยว หรือจำแนกจากความชอบ ความสนใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเองเช่น นักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะในวันหยุด นักท่องเที่ยวชอบแนวผจญภัย นักท่องเที่ยวที่ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ หาประสบการณ์ใหม่ๆ นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น

แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

มนุษย์ทุกคนมีปัจจัยที่จูงใจในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปตามปัจจัยส่วนบุคคลต่าง ๆ เช่น ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ ช่วงเวลา ซึ่งเมื่อสรุปถึงเหตุปัจจัยที่จูงใจให้คนออกมาเดินทางท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1. ความต้องการในการออกไปผจญภัย ทำกิจกรรมใหม่ๆ ซึ่งอาจมาจากการโฆษณา หรือ ประชาสัมพันธ์ ทำให้ตัวบุคคลเกิดแรงจูงใจในการออกไปเดินทางท่องเที่ยวทำกิจกรรม
2. ความต้องการค้นพบสิ่งใหม่ๆ หรือค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ แรงจูงใจประเภทนี้ส่วนใหญ่เพื่อการหลีกเลี่ยงความจำเจ ระบบระเบียบเดิมๆ ที่ทำในชีวิตประจำวัน ทำให้เกิดแรงจูงใจในการออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพบเจอประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อพบเห็นสิ่งที่ไม่ค่อยได้พบเจอบ่อยในชีวิตประจำวัน หรือ สิ่งที่ไม่เคยพบเจอเลย
3. ความต้องการคุณค่าในการท่องเที่ยว การออกเดินทางท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวเองอาจมีแรงจูงใจมาจากการต้องการความสนุกสนาน ความประทับใจ ความผ่อนคลาย เกิดความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวนั้นๆ ซึ่งนั่นก็หมายถึงคุณค่าจากการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง
4. ความต้องการค้นคว้าทางวัฒนธรรมหรือประเพณี บางครั้งนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะออกไปสัมผัสกับชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประเพณี หรือเดินทางเพื่อท่องเที่ยวตามงานเทศกาลประจำท้องถิ่นนั้นๆ ทำให้ได้ศึกษา เรียนรู้ วัฒนธรรมประเพณีของต่างถิ่นจากการเดินทางท่องเที่ยว
5. ความต้องการเห็นความเป็นอยู่ที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวต้องการเห็นความเป็นอยู่ที่แตกต่างกันออกไป เช่นการท่องเที่ยวในสังคมเมือง กับ สังคมชนบท หรือการเดินทางท่องเที่ยวยังประเทศมหาอำนาจ กับ ประเทศที่กำลังมีการพัฒนา ทำให้เห็นถึงความแตกต่างกันทั้ง สิ่งก่อสร้าง อาคาร บ้านเรือน วัฒนธรรม ประเพณี และ ชีวิตความเป็นอยู่โดยทั่วไป
6. ความต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม การเดินทางท่องเที่ยวในบางครั้งนักท่องเที่ยวจะมีความนิยมยินดีในการท่องเที่ยว หากสถานที่ที่เขา กำลังจะไปนั้น ผู้คนให้การยอมรับในตัวเขา บ่อยครั้งที่การท่องเที่ยวไปยังในที่ที่ไม่คุ้นเคย นักท่องเที่ยวมักรู้สึกเหมือนเป็นคนแปลกหน้า ตามทฤษฎีของ มาสโลว์ กล่าวว่า มนุษย์ต้องการจะเป็นที่ยอมรับในสังคม
7. ความต้องการความภาคภูมิใจ การได้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ๆแปลกใหม่ แตกต่างจากผู้อื่นนั้น บางครั้งอาจมีญาติ เพื่อนสนิท หรือคนรู้จักมาขอคำปรึกษาทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความภาคภูมิใจในเชิงท่องเที่ยว
8. ความต้องการยกฐานะ และ เกียรติภูมิ การได้ออกไปเดินทางท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่ง เช่น ไปเพื่อธุรกิจ เข้าร่วมประชุม สัมมนา แข่งกีฬา เป็นต้น การออกเดินทางท่องเที่ยวด้วยวัตถุประสงค์เหล่านี้จะทำให้ผู้เดินทางได้รับ หรือ มีเกียรติทางสังคม

ส่วนมูลเหตุหรือปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่ยอมเดินทางออกมาท่องเที่ยวในวันนั้น อาจเป็นเพราะ เสียเวลาเงิน ไม่มีเวลา ความรับผิดชอบทางครอบครัว ข้อจำกัดทางด้านสุขภาพร่างกาย ความรู้สึกกลัว หรือ รู้สึกไม่ปลอดภัยในการออกเดินทาง และ การไม่มีแรงจูงใจในการออกเดินทางท่องเที่ยว

สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวคือ บุคคลที่ออกเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งไม่ต่ำกว่า 24 ชั่วโมง โดยมีวัตถุประสงค์และแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันไป อาจมีการเดินทางเป็นกลุ่มหรือ เดินทางด้วยตนเอง การออกเดินทางจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ หรือ แรงจูงใจ ความพึงพอใจส่วนตัวและปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภคคือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อ มีอำนาจในการซื้อ ซึ่งเมื่อมีสิ่งเหล่านี้จะทำให้เกิดพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น โดยลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นประกอบด้วย 4 แบบดังนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542)

1. ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการที่จะซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ หากบุคคลนั้นไม่มีความต้องการต่อสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือบริการเหล่านั้น จะถือว่าบุคคลนั้นไม่เป็นผู้บริโภค
2. ผู้บริโภคเป็นผู้มีอำนาจซื้อ ผู้บริโภคจะต้องมีอำนาจในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นด้วย ไม่ใช่มีเพียงความต้องการเพียงอย่างเดียว หรือถ้าหากมีเพียงแต่ความต้องการซื้อเพียงอย่างเดียว แต่ไม่มีอำนาจในการซื้อ ก็ยังถือว่าบุคคลนั้นไม่ใช่ผู้บริโภคของผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น เพราะฉะนั้นการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงต้องวิเคราะห์ไปอำนาจซื้อของผู้บริโภคด้วย
3. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการและมีอำนาจซื้อแล้ว ก็จะเกิดพฤติกรรมการซื้อ ยกตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคจะไปซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไหน จะเกิดการซื้อเมื่อใด บุคคลใดเป็นคนซื้อ ใช้สิ่งใดในการตัดสินใจซื้อ ซื้ออย่างน้อยแค่ไหน
4. พฤติกรรมการใช้ หรือ พฤติกรรมการบริโภค ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างไร เช่น ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ไหน อย่างไร เมื่อใด

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใดๆก็ตามของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเลือกสรรเลือกซื้อ การซื้อ การใช้สินค้า หรือ การใช้บริการ ซึ่งรวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจ ที่เป็นตัวนำการกระทำดังกล่าวให้ไปสู่การตอบสนองความจำเป็น หรือ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล 2543)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำที่เมื่อกระทำแล้วได้มาซึ่งการจัดหา การบริโภคสินค้า การจับจ่ายใช้สอยสินค้า และ บริการ

พฤติกรรมผู้บริโภคคือ พฤติกรรมการแสดงออก ของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าและ บริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ พฤติกรรมผู้บริโภค จะอยู่ที่กิจกรรมหลัก 3 ประการคือ (เสรี วงษ์มณฑา, 2547)

1. การจัดหา หมายถึงกิจกรรมต่างๆที่คนนำไปสู่การซื้อหรือได้มาซึ่งรับสินค้าและบริการมาใช้ กิจกรรม นับตั้งแต่การแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ซึ่งรวมไปถึงการเปรียบเทียบสินค้า และบริการแต่ จนถึงการตกลงใจซื้อ ทั้งนี้นักวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค จะต้องสนใจและพิจารณาด้วยพฤติกรรมอย่างไร
2. การบริโภค หมายถึงการติดตามดูว่าผู้บริโภคนั้นทำการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆที่ไไหน อย่างไร ภายใต้ สถานการณ์อย่างไร รวมถึงตลอดไปถึงการดูด้วยว่า การใช้สินค้านั้นทำไปเพื่อความสุขอย่างครบเครื่อง สมบูรณ์แบบ หรือเพียงเพื่อความต้องการขั้นพื้นฐานเท่านั้น
3. การกำจัดหรือทิ้ง หมายถึงการติดตามดูว่า ผู้บริโภคใช้สินค้าหรือบริการ และหีบห่อของสินค้าหมดไปอย่างไร โดย ติดตามดูพฤติกรรมผู้บริโภคที่ดำเนินไป และที่กระทบต่อสภาพแวดล้อมรอบตัวด้วย รวมถึงไปถึงการ ดำเนินการโดยวิธีอื่นกับสินค้าหรือบริการที่ใช้แล้ว

สรุปได้ว่าผู้บริโภค คือผู้ที่มีกระบวนการการตัดสินใจซื้อ มีความประสงค์ที่จะซื้อสินค้าหรือบริการ มีการตัดสินใจซื้อ มีอำนาจในการซื้อ และเกิดการซื้อ และ พฤติกรรมผู้บริโภคนั้น หมายถึง พฤติกรรมในการใช้หรือ การบริโภคสินค้าหรือ บริการนั้นๆ ซึ่งกิจกรรมของผู้บริโภคจะมีการ จัดหาซึ่งอยู่ในขั้นตอนกระบวนการ การตัดสินใจ จนเกิดการซื้อ การบริโภค ก่อนจะไปสู่ขั้นตอนการกำจัดทิ้ง เมื่อบริโภคสินค้าหรือบริการนั้นแล้ว

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ หรือ การเลือกใช้ของผู้บริโภค ทำให้ได้รับรู้ถึงพฤติกรรม การซื้อ การใช้ การบริโภค ของผู้บริโภค และทราบถึงความต้องการของผู้บริโภค ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งทฤษฎีนี้เรียกว่า 6Ws และ 1H (จรัสพันธ์ สิทธิเจริญ, 2550)

1. Who ใครคือกลุ่มเป้าหมาย จะทำให้ทราบถึงลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
2. What ผู้บริโภคต้องการอะไร ต้องการซื้ออะไร มีความต้องการที่จะบริโภคอะไร สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการนั้นมีคุณสมบัติหรือสิ่งใด ผลิตภัณฑ์ใดที่ผู้บริโภคมีความต้องการจะบริโภค

3. Why ทำไมผู้บริโภคจึงต้องการซื้อ หรือต้องการที่จะใช้บริการนั้น ซึ่งจะทำให้เราทราบถึงวัตถุประสงค์ในการบริโภคของผู้บริโภค และทราบว่าสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการนั้นตอบสนองสิ่งใดแก่ผู้บริโภค มาจากปัจจัยภายใน หรือ ปัจจัยภายนอก หรือเป็นปัจจัยเฉพาะบุคคล

4. Who participates in buying? ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ สิ่งนี้ทำให้ทราบถึงแรงจูงใจ สิ่งที่จูงใจของผู้บริโภค สิ่งใดทำให้ผู้บริโภคเข้าสู่กระบวนการบริโภคสินค้าและบริการ ซึ่งจะประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อ ผู้บริโภค และผู้ที่ตัดสินใจซื้อ

5. When ผู้บริโภคซื้อสินค้า หรือ ใช้บริการเมื่อใด ซึ่งข้อนี้จะทำให้ทราบถึงช่วงเวลาของผู้บริโภคมีความต้องการในการบริโภค อาจหมายถึงช่วงเทศกาลสำคัญ หรือ เทศกาลพิเศษได้

6. Where ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการ ที่ไหน ทำให้ทราบถึงแหล่ง ช่องทาง ในการบริโภคสินค้าและบริการของผู้บริโภค

7. How ผู้บริโภคเกิดการซื้อสินค้าและบริการอย่างไร ซึ่งปัจจัยนี้จะทำให้ทราบถึงกระบวนการ การบริโภคสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งจะสามารถรับรู้ได้ถึง ความต้องการ ปัญหาในการตัดสินใจ สามารถประเมินพฤติกรรมการณ์การซื้อของผู้บริโภคได้

พฤติกรรมผู้บริโภคถูกกำหนดด้วยลักษณะทางกายภาพ และลักษณะทางกายภาพนั้นถูกกำหนดด้วยสภาพทางจิตวิทยา โดยสภาพทางจิตวิทยาจะถูกกำหนดด้วยครอบครัวและครอบครัวก็จะถูกกำหนดด้วยสังคม รวมถึงสังคมจะถูกกำหนดด้วยวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น ดังนั้นเมื่อทราบถึงสิ่งเหล่านี้การตลาดจึงต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ด้วยสาเหตุนี้การตลาดจำเป็นต้องศึกษาถึงพฤติกรรม การซื้อ และพฤติกรรมการณ์การซื้อของผู้บริโภคนั่นเอง ดังนั้นจึงมีปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนี้ (ตุลย์ลักษณ์ อุไพจิตร, 2550)

1. ลักษณะทางสรีระ สรีระเป็นปัจจัยเบื้องต้นในการกำหนดพฤติกรรมการณ์การซื้อและพฤติกรรมการณ์การใช้ของผู้บริโภค เช่น การที่ผู้บริโภคสวมแว่นตา ก็เกิดจากสรีระคือสายตาสั้น หรือสายตายาว การที่ต้องไปสูขา ก็เกิดจากสรีระ หรือการที่กระหายน้ำ ต้องหาน้ำดื่มเนื่องจากคอแห้ง ก็เป็นสาเหตุจากสรีระ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยเบื้องต้นที่จะต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคให้เข้าใจก่อน

2. สภาพจิตวิทยา เป็นลักษณะของความต้องการที่เกิดจากสภาพจิตใจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ รายละเอียดได้กล่าวไว้ในเรื่องของปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของมนุษย์ ลักษณะความต้องการตอบสนองในเรื่องเดียวกัน แต่สภาพทางจิตใจไม่เหมือนกัน ซึ่งจากสภาพทางจิตวิทยาของผู้บริโภค ทำให้นักการตลาดสามารถดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอยู่ได้สภาพทางจิตวิทยาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญกว่าสรีระ

3. ครอบครัว คือกลุ่มสังคมเบื้องต้นที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่ ครอบครัวเป็นแหล่งอบรมและสร้างประสบการณ์ของบุคคล ถ่ายทอดนิสัย และค่านิยมลักษณะของครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์การบริโภค และพฤติกรรมอื่น ๆ ครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และครอบครัวถือว่าเป็น

หน่วยที่มีบทบาทในแง่ของการเตรียมตัวผู้บริโภครให้เข้าสู่สังคม กล่าวคือ กระบวนการสำหรับเตรียมคนให้เข้าสู่สังคม ซึ่งในกระบวนการนี้จะมี หลายหน่วย เช่น ครอบครัว โรงเรียน วัด สถาบันการเมือง สถาบันสื่อมวลชน เป็นต้น

4. สังคม คือสิ่งที่อยู่รอบตัวเรา ซึ่งจะมีผลที่เราต้องทำตัวให้สอดคล้องกับบรรทัดฐาน การที่ผู้บริโภครเป็นคนชนชั้นสูง ชนชั้นกลาง หรือชนชั้นต่ำซึ่งแต่ละชนชั้นก็จะมีพฤติกรรมแตกต่างกัน

5. วัฒนธรรม ไม่ว่าจะชนชั้นใดในสังคมก็ตาม จะต้องมีความวัฒนธรรม วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตที่คนในสังคมยอมรับ ประพฤติปฏิบัติตามกันเพื่อความงอกงามของสังคม ดังนั้น วัฒนธรรมก็แปลว่า สิ่งดีสิ่งงามที่คนในสังคมยอมรับที่จะประพฤติดูปฏิบัติร่วมกัน เพื่อให้สังคมนั้นดำเนินไปได้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภครมี 2 ประการคือ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยภายในจะเรียกว่า ตัวกำหนดพื้นฐาน โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ที่จะเข้ามาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคร ดังนี้ ความจำเป็น สิ่งจูงใจ บุคลิกภาพ ทักษะคติ การรับรู้ และการเรียนรู้

การแบ่งส่วนตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Kotler, 2003)แบ่งไว้ดังนี้ อายุ, เพศ, ขนาดครอบครัว, วัฏจักรชีวิตครอบครัว, อาชีพ, การศึกษา, ศาสนา, ผิว, เชื้อชาติ, รายได้ ซึ่งลักษณะดังกล่าวมีความสำคัญต่อปัจจัยอุปสงค์หรือความต้องการของผู้บริโภคร การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์จะชี้ให้เห็นถึงตลาดใหม่ หรือตลาดอื่นที่จะหมดไป หรือลดความสำคัญลง ตัวอย่างเช่น

1. อายุ นักการตลาดต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของประชากรทางด้านอายุด้วย เมื่ออายุเปลี่ยนแปลง ความสนใจหรือความต้องการของผู้บริโภครก็มีการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน
2. เพศ และ สถานภาพ เพศและสถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน

การแบ่งส่วนตลาดตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุสถานภาพครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษาอาชีพ และรายได้ต่อ เดือน ลักษณะงานประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และสถิติที่วัดได้ของประชากรและช่วยในการกำหนด ตลาดเป้าหมาย ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคม วัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายนั้น ข้อมูลด้านประชากรจะสามารถเข้าถึงและมีประสิทธิผลต่อการกำหนดตลาดเป้าหมายคนที่มี ลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546)

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคลิกมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมาแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความ ต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้น จากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิงและเพศชายมี

ความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่อง ความคิด ค่านิยมและทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ ต่างกัน

2. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมาก มักจะมีความคิดที่อนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องจาก ผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกันคนที่อายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหา ข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าความบันเทิง

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกันคนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารได้ดีแต่ จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาต่ำมักจะใช้สื่อ ประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์วิทยุ โทรทัศน์และ ภาพยนตร์แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

ซึ่งผู้บริโภคในที่นี้หมายถึง นักท่องเที่ยว ซึ่งในการเลือก ตัดสินใจซื้อ หรือ บริโภคสินค้า และ บริการของแหล่งท่องเที่ยว กล่าวคือปัจจัยที่ทำให้เกิดการบริโภคสินค้าและบริการแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่อยู่ในฐานะผู้บริโภคนั้นอาจเกิดจากแรงจูงใจภายในบุคคลเช่น ประสบการณ์ สภาพจิตใจ การรับรู้ ทัศนคติ หรือ แรงจูงใจภายนอก สิ่งแวดล้อม สังคม ครอบครัว หรืออาจหมายถึง เพศ อายุ การศึกษา ถิ่นพำนัก สถานภาพ ที่แตกต่างกันอาจมีส่วนทำให้เกิดความต้องการที่จะบริโภคที่แตกต่างกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการบริการ

ความหมายของการรับรู้คุณภาพการบริการ

สุมนา บุญหลาย (2550) กล่าวว่า การรับรู้คือความรู้สึกของบุคคลในสิ่งเร้าต่างๆรอบตัว เท่ากับว่าความรู้สึกนั้นคือข้อมูลดิบเข้าสู่ประสาททั้ง 5 จากนั้นจะเกิดการตีความข้อมูลดิบเหล่านั้นจึงเกิดเป็นขั้นตอนการรับรู้หรือจินตภาพขึ้น กระบวนการรับรู้จึงเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ที่มีความซับซ้อนของการคัดเลือก การจัดระเบียบและการตีความข้อมูลต่างๆ หรือความรู้สึกต่างๆของบุคคล

จำเนียร ช่วงโชติ (2519) เมื่อมนุษย์เกิดความรู้สึกจากการสัมผัสสิ่งเร้า โดยอวัยวะสัมผัสอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ตา หู จมูก ลิ้น ผิวกาย แต่ความรู้สึกเช่นนั้นมักไม่มีความหมายในตัวเอง บุคคลนั้นต้องแปลความหมายของสิ่งเร้าที่ออกมาโดยอาศัยประสบการณ์เดิมในการแปลความหมายของความรู้สึกจากการสัมผัสสิ่งเร้า ซึ่งเรียกว่า การรับรู้

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการการตีความหมายจากสมอง หรือการแปลความหมายข้อมูลที่ได้จากการสัมผัสของร่างกายกับสิ่งเร้า ทำให้บุคคลนั้นทราบถึงสิ่งเร้าที่สัมผัสว่ามีความหมายอย่างไร มีลักษณะทั่วไปอย่างไร โดยอาจอาศัยประสบการณ์เป็นตัวช่วยในการตีความ แปลความหมาย (Garrison, 1972)

การรับรู้ หมายถึง การตีความหรือการตอบสนองต่อสิ่งที่เกิดขึ้น โดยแบ่งการรับรู้ออกเป็น 2 รูปแบบ คือ การรับข้อมูล และการแปลข้อมูล การรับรู้จะต้องอาศัยความเข้าใจ ในข้อมูลข่าวสาร และ ประสบการณ์เพื่อให้การแปลข้อมูลมีประสิทธิภาพและแม่นยำ

การที่กระบวนการรับรู้ของแต่ละบุคคลจะเกิดขึ้นได้นั้นจะต้องประกอบไปด้วย (บรยองค์ โตจินดา, 2543)

1. การสัมผัส ไม่ว่าจะเป็นทางหู ตา จมูก ลิ้น สัมผัสด้วยมือ หรือผ่านทางอวัยวะทางร่างกาย ก่อนจะส่งข้อมูลการสัมผัสเหล่านี้ไปทางสมองเพื่อให้เกิดกระบวนการรับรู้

2. ชนิดและธรรมชาติของสิ่งเร้าและการรับรู้ มนุษย์มักเกิดการรับรู้ได้โดยไม่ต้องสัมผัสสิ่งเร้าทั้งหมด ทั้งนี้มาจากการเรียนรู้ การรับรู้ ประสบการณ์ สิ่งแวดล้อมที่สะสมกันเรื่อยมา จนทำให้เกิดความเข้าใจและมองเห็นภาพรวมได้ในทันที

3. การแปลความหมายของการสัมผัส การรับรู้จะไปคู่กับการสัมผัส เมื่อใดที่เราสัมผัสในสิ่งเร้าแบบใหม่ที่ไม่เคยสัมผัสมาก่อน เรามักจะมีการนำไปเปรียบเทียบกับสิ่งเดิม คล้ายเดิม หรือ ประสบการณ์เดิม ที่เคยมีมาก่อน

4. ประสบการณ์เดิมและการรับรู้ ในการแปลความหมายจากการรับรู้ บุคคลนั้นย่อมต้องมี ประสบการณ์เดิม ที่ชัดเจนมาเพื่อการเปรียบเทียบ

การบริการ คือ กิจกรรมหรือขั้นตอนการดำเนินการ ในการกระทำ สิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล หรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นของตนเอง การบริการ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรมและไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่นๆทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจ ไมตรี เปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค (ไพโรพนา ศรีเสน, 2544)

การบริการ หมายถึง การกระทำ หรือ กิจกรรมที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ กล่าวอีกนัยหนึ่งการบริการคือส่วนสำคัญที่ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายและเกิดความพึงพอใจสูงสุด การบริการนั้นจับต้องไม่ได้ซึ่งตามปกติแล้วจะเกิดขึ้นระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า ลักษณะของการบริการมีการจำแนกออกเป็น 4 ประเภท (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546) ดังนี้

1. การบริการที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) คือการบริการที่ต้องใช้ความรู้สึกในการตัดสินใจถึงคุณภาพการบริการความพึงพอใจ อาจจะต้องใช้หลักฐานทางกายภาพเป็นการช่วยตัดสินใจเช่นสถานที่สะอาด

2. การบริการไม่สามารถแยกกระบวนการผลิตและกระบวนการบริโภคออกจากกันได้ (Inseparability) คือ การบริการที่มีการผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกันเช่นการให้บริการตัดผม หรือการให้บริการผ่าตัด

3. คุณภาพบริการที่ไม่คงที่หรือการบริการที่มีมาตรฐานไม่แน่นอน (Variability or Heterogeneity) คือ การบริการที่ขึ้นอยู่กับหลายสาเหตุที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาเช่น พนักงานให้บริการ เวลาที่ให้บริการ และวิธีการในการให้บริการ

4. การบริการที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perish ability) คือ เนื่องมาจากการบริการนั้นไม่สามารถเก็บให้คงรูปเหมือนสินค้าได้ ทำให้การบริการมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการบริการตลอดเวลา ซึ่งอาจทำให้เสียโอกาสในการขายบริการ อย่างเช่นบริการในห้องพักรวม ที่นั่งบนเครื่องบิน หากไม่มีผู้รับบริการ บริษัทก็อาจเสียต้นทุนการบริการในส่วนนั้นได้

โดย พงษ์เทพ สันติพันธ์ (2546) กล่าวว่าหลักของการให้บริการนั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้ารับบริการส่วนใหญ่ได้ แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องดำเนินการไปโดยอย่างสม่ำเสมอเท่าเทียมกันทุกคน และต้องมีความสะดวกสบายไม่สิ้นเปลืองทรัพยากร และไม่สร้างความยุ่งยากแก่ผู้ใช้บริการมากจนเกินไป โดยประสิทธิภาพของการให้บริการและเป็นประโยชน์ต่อผู้รับบริการมากที่สุด คือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวผู้รับบริการหรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์อคติ หรือทัศนคติแง่ลบ

การรับรู้คุณภาพการบริการ หมายถึง การตีความหรือการตอบสนองต่อการกระทำที่ได้รับโดยผู้ใช้บริการสามารถประเมินได้ 4 ประการ คือ

1. ต่ำกว่าคุณภาพ การรับรู้คุณภาพต่ำกว่าที่เคยประสบมา หรือต่ำกว่าที่คาดหวังไว้ ทำให้เกิดความไม่พอใจในบริการที่ได้รับ

2. คุณภาพที่ยอมรับได้ การรับรู้คุณภาพบริการที่เท่ากับที่เคยประสบมา หรือเท่ากับที่คาดหวังไว้ ทำให้ผู้ใช้บริการยอมรับได้กับคุณภาพการบริการระดับนี้

3. คุณภาพที่ดี การรับรู้คุณภาพการบริการสูงกว่าประสบการณ์ที่เคยมีมา หรือมากกว่าที่คาดหวังไว้ ทำให้เกิดความพอใจในคุณภาพการบริการนั้น

4. คุณภาพเหนือกว่า การรับรู้คุณภาพการบริการเหนือกว่าที่คาดหวังไว้มาก ทำให้เกิดความประทับใจ และเกิดความยินยอมที่จะใช้บริการนั้น

การรับรู้คุณภาพการบริการนั้นประกอบไปด้วย 2 ลักษณะคือลักษณะด้านวิธีการบริการและผลที่ได้รับจากการบริการ และด้านลักษณะตามหน้าที่หรือกระบวนการ โดนในด้านแรกนั้นหมายถึง

ลักษณะวิธีการที่ใช้ในการบริการ มีเทคนิคอะไรในการให้บริการ ทำให้ผู้เข้ารับบริการเกิดความพึงพอใจตามความต้องการพื้นฐานหรือความคาดหวังในการใช้บริการก่อนหน้าที่จะเข้ารับบริการ ทำให้เกิดการรับรู้คุณภาพที่ดีเกิดขึ้น แต่หากผู้เข้ารับบริการได้รับการบริการที่ไม่ตรงกับ การรับรู้ประสบการณ์ที่ผ่านมา การรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมจะต่ำ ส่วนอีกด้านหนึ่งคือด้านลักษณะตามหน้าที่หรือกระบวนการนั้น ผู้รับบริการจะพิจารณาจากการได้รับการบริการในครั้งนั้นๆตามความเข้าใจของผู้รับบริการเอง อาจเกิดเทียบจากประสบการณ์ที่ผ่านมา

สรุปคือ การรับรู้คุณภาพการบริการ หมายถึง การตีความ หรือการตอบสนองต่อการกระทำหรือกิจกรรมที่ผู้รับบริการได้รับ ซึ่งการรับรู้คุณภาพการบริการ เกิดได้จากการ สัมผัส ประสบการณ์ที่เคยมีมา นำไปสู่กระบวนการรับรู้คุณภาพการบริการ ซึ่งอาจประเมินได้ตามความคาดหวัง หรือ การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการนั้นๆ ซึ่งคุณภาพการบริการที่ดีนั้น ควรมี คุณภาพ มีความน่าเชื่อถือ เข้าใจความต้องการและสามารถตอบสนองความต้องการ สามารถสร้างความมั่นใจ ต่อผู้เข้ารับบริการ หรือ ลูกค้าน่าได้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินคุณภาพของบริการ

มีการศึกษาเรื่องคุณภาพและการบริการโดยพบว่าปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินคุณภาพของบริการมีมากถึง 10 ด้าน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลสองด้าน คือ ด้านการรับรู้และด้านการคาดหวัง (Parasuraman, 1988)

1. ความไว้วางใจได้ (Reliability) ความสามารถในการบริการให้ลูกค้าถูกต้องได้อย่างถูกต้องตั้งแต่แรกและสามารถให้บริการได้ตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ
2. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ความตั้งใจและความพร้อมในการให้บริการของผู้ให้บริการที่มีต่อผู้รับบริการ เช่นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ
3. ความสามารถของผู้ให้บริการ (Competence) การมีทักษะและความสามารถในการให้บริการของผู้ให้บริการ นั้นก็หมายถึงผู้ให้บริการควรมีทักษะ ความชำนาญในดำเนินงานที่ตัวเองให้บริการ
4. การเข้าถึงการบริการ (Access) การเข้าถึงได้ง่าย ความสะดวกสบายในการติดต่อสื่อสารบริการที่มอบให้ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ เช่น ด้านสถานที่ เวลา ไม่ให้ผู้รับบริการต้องคอย
5. ความมีอัธยาศัย (Courtesy) ผู้ให้บริการต้องมีความสุภาพ มีมนุษยสัมพันธ์ และมีอัธยาศัยไมตรี แต่งกายสุภาพเหมาะกับกาลเทศะ

6. การติดต่อสื่อสาร (Communication) ความสามารถในการสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจในข้อมูลต่างๆได้อย่างถูกต้อง ภาษาที่เข้าใจง่าย

7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ ความซื่อสัตย์ ความรู้ มีผลต่อชื่อเสียงขององค์กร และชื่อเสียงขององค์กรก็มีผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ

8. ความปลอดภัย (Security) การทำให้ลูกค้ารับรู้ รู้สึกได้ถึงความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน รวมไปถึงข้อมูลส่วนตัวต่างๆ

9. การเข้าใจและการรู้จักลูกค้า (Understanding) การเรียนรู้และทำความเข้าใจลูกค้า รวมไปถึงการเรียนรู้ความเป็นส่วนตัวของลูกค้า ให้ความสนใจในลูกค้า รวมไปถึงการจำชื่อของลูกค้าได้

10. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (tangibles) ได้แก่ลักษณะทางกายภาพขององค์กร ซึ่งต่อมา Parasuraman และคณะ ได้นำปัจจัยทั้ง 10 ด้านไปพัฒนาเป็นเครื่องมือคุณภาพบริการที่เรียกว่า “SERVQUAL” ประกอบด้วยปัจจัยในการประเมินคุณภาพบริการให้เหลือเพียง 5 ด้าน (Parasuraman, 1988)

1. ความเป็นรูปธรรมในบริการ (Tangibles) การที่ผู้รับบริการสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพและบริการได้อย่างทันทีเป็นรูปธรรมเช่น สถานที่ให้บริการที่มีความสะดวกสบาย หรือเครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ อุปกรณ์ที่มีความทันสมัย

2. ความน่าเชื่อถือ หรือ ความน่าไว้วางใจ (Reliability) ผู้ให้บริการมีความสามารถในการปฏิบัติงาน มีความชำนาญ มีความเชี่ยวชาญในด้านงานบริการที่ทำ ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับบริการที่ถูกต้องและเที่ยงตรง ไว้วางใจได้น่าเชื่อถือ

3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการมีความพร้อม และมีความเต็มใจที่จะให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทัน่วงที

4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการมีอหยาศัยที่ดี ในการให้บริการ และความสามารถของผู้ให้บริการนั้นส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความมั่นใจ

5. การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) ผู้ให้บริการเข้าใจถึงความต้องการของผู้รับบริการที่แตกต่างกัน และสามารถให้บริการได้อย่างถูกต้อง สร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้

สรุปคือปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจคุณภาพการบริการ สามารถเปรียบเทียบได้จากเครื่องมือวัดคุณภาพบริการ SERVQUAL โดยประกอบด้วยปัจจัยที่สามารถวัดระดับคุณภาพการบริการที่ผู้รับบริการรับรู้และเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งปัจจัยเหล่านั้นประกอบด้วยลักษณะภายนอก สิ่งที่เป็นรูปธรรมในการให้บริการเช่น สถานที่ให้บริการ อุปกรณ์ในการให้บริการ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ สร้างความมั่นใจให้กับผู้เข้ารับบริการ และสามารถเข้าใจถึงสิ่งที่ผู้เข้ารับบริการมีความต้องการ

คุณภาพการบริการของท่าอากาศยาน

คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ (สุภกัญญา ขวณิช และปรียากร มนุเสวต, 2556)

1. สิ่งอำนวยความสะดวก บริการประเภทนี้ทางท่าอากาศยานจำเป็นต้องจัดเตรียมไว้ เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อท่าอากาศยาน เช่น เครื่องอำนวยความสะดวกแก่เครื่องบินเพื่อขึ้น ลง หรือจอด การบำรุง รักษาเครื่องบิน การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก พื้นที่ดูแลบริการผู้โดยสาร พื้นที่สำหรับสำนักงาน พื้นที่สำหรับการขนส่งลำเลียงสิ่งของ ซึ่งการบริการประเภทการอำนวยความสะดวกในท่าอากาศยานนี้จะต้องคำนึงถึง มาตรฐาน มีจำนวนที่เพียงพอ และ ความปลอดภัย

2. การบริการที่ท่าอากาศยานจัดให้ บริการประเภทนี้ ผู้ใช้บริการไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่าย ในการรับบริการ ตัวอย่างเช่น บริการตรวจหนังสือเดินทางของด่านตรวจคนเข้าเมือง การตรวจสินค้าเข้าเมืองของด่านศุลกากร ซึ่งการบริการที่ท่าอากาศยานจัดไว้ให้จะต้องคำนึงถึง ความรวดเร็ว ความสะดวก ความสบาย และสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ

3. การบริการที่ให้ความเพลิดเพลินแก่ผู้โดยสาร ซึ่งบริการประเภทนี้ ผู้ใช้บริการจำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายในการรับบริการ ตัวอย่างเช่น ร้านค้าภายในท่าอากาศยาน ร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน ห้องพักผ่อน ซึ่งการบริการที่ให้ความเพลิดเพลินภายในท่าอากาศยานนี้ จำเป็นต้องคำนึงถึง ราคา ความเหมาะสม และการเป็นที่นิยมที่ดีของผู้รับบริการ

คุณภาพการบริการในท่าอากาศยานนั้น จากงานวิจัยของวิดาร์สยา(Widarsyah, 2013) กล่าวว่าไว้ว่า ระดับการให้บริการภายในอาคารผู้โดยสารเป็นสิ่งที่ระบุถึงคุณภาพการให้บริการภายในท่าอากาศยาน อย่างไรก็ตามผู้ใช้บริการท่าอากาศยานยังคงให้ความสนใจกับการให้บริการของท่าอากาศยานในทุกครั้งแม้ว่าผู้ใช้บริการนั้นจะเคยมีประสบการณ์มาก่อนหน้านั้นแล้ว ซึ่งเมื่อแบ่งสัดส่วนคุณภาพการให้บริการภายในท่าอากาศยานนั้นประกอบไปด้วย ประเภทสินค้า และ การบริการ เช่น คุณภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ ป้ายบอกทาง ป้ายแสดงเที่ยวบิน จำนวนที่นั่งรอ จำนวนและคุณภาพของห้องน้ำ จำนวน คุณภาพ และราคาของร้านค้า ร้านอาหาร เป็นต้น ดังนั้นจึงได้ทำการแบ่งคุณภาพการบริการออกเป็น 7 ด้าน ตามประเภทของคุณภาพการบริการภายในท่าอากาศยาน ดังนี้ ด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในท่าอากาศยาน การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ร้านอาหาร ร้านค้าและร้านขายของที่ระลึก ระบบรักษาความปลอดภัย สภาพแวดล้อมของท่าอากาศยาน และ ระบบตรวจคนเข้าเมือง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ กล่าวคือ เมื่อมนุษย์ได้รับการตอบสนองต่อความต้องการ เมื่อนั้นก็จะเกิดความพึงพอใจซึ่งมนุษย์ไม่ว่ามนุษย์จะอยู่ในที่ใดก็ย่อมมีความต้องการพื้นฐานไม่ต่างกัน (สร้อยตระกูล อรรถมานะ, 2550)

ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่สามารถลดความตึงเครียดของบุคคลในน้อยลงได้ โดยความเครียดเหล่านั้นต้องมาจากความต้องการของมนุษย์ เมื่อมนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดการเรียกร้องเมื่อใดที่มีการตอบสนองต่อความต้องการนั้น ความเครียดจะน้อยลงส่งผลให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า ความพึงพอใจ (Morse, 1958)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกดีในระดับที่เหมาะสมกับความต้องการ โดยสรุปได้ว่าความพึงพอใจนั้นเป็นทัศนคติที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมบุคคลนั้นๆเคยได้รับ หรือ ประสบมาอาจจะเป็นสิ่งของ หรือเหตุการณ์ต่างๆ และเป็นไปได้ทั้งในด้านบวก และด้านลบ ซึ่งความพึงพอใจด้านบวกจะทำให้บุคคลนั้นมีความรู้สึกประทับใจ รู้สึกดี ผ่อนคลายจากอารมณ์ตึงเครียดต่างๆ (วิธาน จินาภักดิ์, 2555)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกส่วนตัวที่รู้สึกยินดี ความเป็นสุขที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งที่หายไป หรือสิ่งที่ไม่มีความสมดุลกัน ความพึงพอใจจะเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมที่จะแสดงออกต่อการเลือกที่จะปฏิบัติกิจกรรมนั้นๆ (สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์, 2540)

สรุปความพึงพอใจ คือ อากาการตอบสนองต่อการกระทำใดๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นๆ ทำให้เกิดความรู้สึกส่วนตัวที่นิยมยินดี มีความสุข ทำให้เกิดความผ่อนคลาย ซึ่งความพึงพอใจจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับการตอบสนองความต้องการ ว่าการกระทำนั้นสามารถตอบสนองความต้องการได้มากน้อยเพียงใด

แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

การศึกษาของ วรธรรมน จันทดิษฐ์ (2552) ถึงเรื่องแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. การต้องการความสุขส่วนตัว ในสมัยโบราณเชื่อกันว่ามนุษย์หลีกเลี่ยงความเจ็บปวด โดยการสร้างความสุขส่วนตัว ทำให้เกิดแรงจูงใจในการทำให้เกิดความพึงพอใจ
2. สัญชาตญาณ มนุษย์มีสัญชาตญาณในการตอบสนองต่อสิ่งเร้า โดยไม่จำเป็นต้องมีการเรียนรู้ใดๆ เป็นสิ่งที่ติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่เกิด

3. การมีเหตุผล เป็นเรื่องของความเชื่อมั่นในแต่ละตัวบุคคล ซึ่งจะมีเหตุผลหรือการตัดสินใจ ในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งบุคคลนั้นจะมีอิสระต่อการกระทำ การแสดงออกอย่างมีเหตุผล รู้ว่าตน ต้องการสิ่งใด ประารถนาสิ่งใด สิ่งใดสามารถตอบสนองความพึงพอใจของตน

4. แรงขับ แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจประเภทแรงขับนั้น มีสองลักษณะ คือ แรง ขับจากภายในร่างกาย และ แรงขับจากภายนอกร่างกาย ซึ่งแรงขับเหล่านั้นจะทำให้แต่ละบุคคลมี พฤติกรรม และ ความต้องการที่แตกต่างกันออกไป อันมีผลมาจากประสบการณ์ของแต่ละตัวบุคคล

5. ลำดับชั้นความต้องการ มนุษย์จะมีความต้องการที่สูงขึ้น หากความต้องการในลำดับชั้นที่ ต่ำกว่านั้นได้รับการตอบสนองอย่างพึงพอใจแล้ว

สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์ (2540) ได้เสนอทฤษฎีแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำการสิ่งใดที่ให้ความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์ หรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (psychological hedonism) เป็นทัศนคติของความพึงพอใจว่า มนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความสุขหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใดๆ
2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (egoistic hedonism) เป็นทัศนคติของความพอใจว่ามนุษย์จะ พยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของ มนุษย์เสมอไป
3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (ethical hedonism) ทัศนคติที่ว่ามนุษย์แสวงหาความสุข เพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้ หนึ่งด้วย

ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจนั้นจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อเกิดสิ่งเร้า หรือ สิ่งที่มากระตุ้นให้เกิด แรงจูงใจส่วนตัวที่ต้องการจะหาความสุขส่วนบุคคล หรือหลบหลีกจาก ความเครียด ความทุกข์ ซึ่งแรงจูงใจที่ทำให้เกิดความพึงพอใจนั้น อาจเกิดจากสิ่งเร้าที่มากระตุ้นตาม ความต้องการของบุคคลนั้น ให้เกิดการกระทำใดที่ตอบสนองความต้องการนั้นได้ทำให้เกิดความพึง พอใจขึ้น

ความพึงพอใจในงานบริการ

การสร้างความพอใจในการให้บริการ ความสำคัญของการบริการ คือการสร้างความพึงพอใจ ในการให้บริการแก่ประชาชน มีลักษณะสำคัญ 5 ประการ คือ (วีรพงษ์ เฉลิมจิรวัฒน์, 2538)

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) ซึ่งอาจหมายถึงการได้รับบริการกัน อย่างเท่าเทียมและเสมอภาค โดยประชาชนได้รับบริการในฐานะปัจเจกบุคคลที่ได้รับการบริการใน มาตรฐานเดียวกัน

2. การให้บริการที่ตรงต่อเวลา (Timely Service) การบริการนั้นต้องมีความตรงต่อเวลา ผลของการปฏิบัติงานนั้นจะไม่มีผลเสียหายขาดความตรงต่อเวลา

3. การให้บริการอย่างพอเพียง (Ample Service) การให้บริการจะต้องมีจำนวน และสถานที่บริการพอเพียงต่อจำนวนผู้เข้ามารับบริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

4. การบริการอย่างต่อเนื่อง (Continues service) การให้บริการที่มีความสม่ำเสมอ ไม่ใช่ขึ้นถึงความพึงพอใจของผู้ให้บริการเป็นหลักเช่นการอยากหยุดเมื่อไรก็หยุด เช่นนั้น

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) มีการปรับปรุงคุณภาพและปรับปรุงประสิทธิภาพของการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อความก้าวหน้าและผลที่ดีขึ้นของงานบริการให้ เป็นไปตามกระแสนิยม

ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าควรจะได้รับและสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งระดับความพึงพอใจอาจไม่คงที่ ผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ความพึงพอใจในการบริการมีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณภาพบริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด เช่น แยกที่เข้าพักในโรงแรมจะได้พักในห้องพักที่จองไว้ ลูกค้ำที่เข้าไปในภัตตาคาร ควรจะได้รับอาหารตามที่สั่ง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นบริการที่ผู้รับบริการควรจะได้รับตามลักษณะของการบริการ แต่ละประเภท ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าวิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการพฤติกรรมกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมายและการปฏิบัติตนในการให้บริการ

ความพึงพอใจอาจเกิดจากความคาดหวังเบื้องต้นของผู้ใช้บริการ หากได้รับผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่เทียบเท่า หรือ มากกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ ผู้รับบริการอาจเกิดความพึงพอใจในระดับมาก แต่หากการบริการหรือผลิตภัณฑ์นั้นต่ำกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวังไว้ ก็อาจทำให้เกิดความพึงพอใจในระดับต่ำ ซึ่งนั่นอาจสรุปได้ว่า ความพึงพอใจคือความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากการได้รับสิ่งที่คาดหวังไว้ (Kotler, 2003)

ทฤษฎีความพึงพอใจ

มีการเสนอทฤษฎีเกี่ยวกับการแสวงหาความพึงพอใจไว้ว่า บุคคลพอใจจะกระทำสิ่งใดๆที่ทำให้มีความสุขและจะหลีกเลี่ยงไม่กระทำในสิ่งที่เขาจะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบาก โดยอาจแบ่งประเภทความพอใจกรณีนี้ได้ 3 ประเภท คือ (ชลธร ตั้งตระกูลเจริญ, 2553)

1. ความพอใจด้านจิตวิทยา (psychological hedonism) เป็นทฤษฎีของความพึงพอใจว่ามนุษย์โดยธรรมชาติจะมีความแสวงหาความสุขส่วนตัวหรือหลีกเลี่ยงจากความทุกข์ใดๆ
2. ความพอใจเกี่ยวกับตนเอง (egoistic hedonism) เป็นทฤษฎีของความพอใจว่ามนุษย์จะพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว แต่ไม่จำเป็นว่าการแสวงหาความสุขต้องเป็นธรรมชาติของมนุษย์เสมอไป

3. ความพอใจเกี่ยวกับจริยธรรม (ethical hedonism) ทฤษฎีนี้ถือว่ามนุษย์แสวงหาความสุขเพื่อผลประโยชน์ของมวลมนุษย์หรือสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่และเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ผู้หนึ่งด้วย

ความพึงพอใจของผู้ได้รับบริการหรือลูกค้า เป็นความรู้สึกส่วนตัวของผู้ได้รับบริการเอง ซึ่งมาจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการบริการ ความคาดหวังก่อนหน้าของตัวผู้ใช้บริการ กับความรู้สึกในการใช้บริการนั้น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546)

ความพึงพอใจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยให้งาน หรือ ธุรกิจนั้นๆสำเร็จ โดยเฉพาะงานประเภทการให้บริการ การทำให้งานบริการเกิดความเจริญก้าวหน้าขึ้น อีกหนึ่งตัวบ่งชี้คือ จำนวนผู้เข้ามาใช้บริการยังธุรกิจนั้นๆ ดังนั้น การศึกษาถึงองค์ประกอบหรือปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจในงานบริการนั้นจึงสำคัญอย่างยิ่งในการผลักดันให้การบริการนั้นมีประสิทธิภาพ โดยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการสามารถแบ่งได้ดังนี้ (วิธาน จินาภักดิ์, 2555)

1. ผลลัพธ์บริการ ความพึงพอใจที่จะเกิดขึ้นจากผู้รับบริการนั้น อาจเกิดจากหลังการได้รับการบริการที่มีลักษณะ คุณภาพ หรือ ระดับการบริการตรงกับสิ่งที่คาดหวังหรือตรงกับความต้องการ ซึ่งอาจหมายถึงตัวผลลัพธ์ หรือ งานบริการก็ได้ ความเอาใจใส่จากผู้ให้บริการที่สนใจในสิ่งที่มีคุณภาพตามแบบที่ผู้รับบริการต้องการนั้น อาจก่อให้เกิดความพึงพอใจในตัวผู้รับบริการเอง
2. ราคาค่าบริการ ต้องเป็นราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพการบริการที่ผู้รับบริการนั้นได้รับ และก่อให้เกิดความรู้สึกว่าผู้รับบริการนั้นเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อซื้อหรือใช้บริการนั้นๆ ทั้งนี้ทัศนคติของการยินยอมจ่ายเงินเพื่อใช้บริการของแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกัน
3. สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการที่สะดวกและง่ายนั้น ย่อมทำให้เกิดความพึงพอใจ การเข้าถึงผลลัพธ์หรือบริการต่างๆได้ง่าย สะดวก นั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในงานบริการ
4. การส่งเสริมและแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการนั้นอาจเกิดจากความคาดหวังในบริการนี้มาก่อนหน้าเข้ารับบริการ ซึ่งความคาดหวังอาจมาจากข้อมูล

- ข่าวสาร หรือมีการกล่าวขานถึงคุณภาพการบริการมาก่อนหน้านี้ ซึ่งหากผู้ใช้บริการได้รับคุณภาพบริการตรงกับความเชื่อที่เคยได้รับมาจะทำให้รู้สึกดีกับบริการดังกล่าว
5. ผู้ให้บริการ ในที่นี้รวมไปถึง ตัวผู้บริหาร พนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งมีส่วนสำคัญในการทำให้งานบริการนั้นเกิดประสิทธิภาพและผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ การวางนโยบายการให้บริการของผู้บริหารนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญในการทำให้เกิดความพึงพอใจเช่นกัน
 6. สภาพแวดล้อมของการบริการ ผู้รับบริการมักให้การชื่นชม สภาพแวดล้อมของสถานที่ที่มารับบริการ ความสวยงามของการตกแต่ง ความสะอาด การแบ่งสัดส่วน ตลอดจนวัสดุของเครื่องใช้ในงานบริการ ดังนั้น สภาพแวดล้อม และ บรรยากาศของงานบริการ จึงมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
 7. กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอการบริการให้แก่ผู้มารับบริการนั้น เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้รับบริการตอบสนองกับการบริการนั้น วิธีการนำเสนอการบริการนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

ความพึงพอใจนั้น เกิดจากกระบวนการการให้บริการและการรับบริการเป็นผลของการประเมินการรับรู้คุณภาพของการบริการ กับ สิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับจากการบริการนั้น ระดับความพึงพอใจอาจผันแปรได้ตามช่วงเวลาที่แตกต่างกัน องค์ประกอบของความพึงพอใจ จึงสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือ องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพการบริการของผลิตภัณฑ์การบริการ และ องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพการบริการของการนำเสนอการบริการ ซึ่งองค์ประกอบทั้งสองส่วนนั้นเกิดจากการรับรู้คุณภาพบริการที่ควรจะเป็นและการรับรู้คุณภาพบริการที่คาดหวังไว้ของผู้รับบริการ ก่อนจะแปรเปลี่ยนเป็นการรับรู้คุณภาพการบริการของผลิตภัณฑ์หรือการนำเสนอการบริการนั้นๆ ถึงจะนำมาสรุปผลเป็นความพึงพอใจในการใช้บริการนั้นๆ ซึ่งกระบวนการนี้จะแสดงให้เห็นถึงวงจรการบริการ ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการรับรู้ในคุณภาพบริการ ย่อมทำให้เกิดความพึงพอใจในบริการนั้นๆ

การสร้างความพึงพอใจในงานบริการนั้น มีส่วนสำคัญในการทำให้ผู้รับบริการกลับมาใช้บริการและผลักดันองค์กรให้ก้าวหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการสร้างความพึงพอใจในงานบริการสามารถสร้างได้จากหลายปัจจัยซึ่งเกี่ยวเนื่องกัน ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์การบริการ ราคา ตัวผู้ให้บริการ กระบวนการการให้บริการ สภาพแวดล้อมของสถานที่การให้บริการ ซึ่งปัจจัยต่างๆสามารถทำให้ผู้เข้ารับบริการเกิดอาการตอบสนองต่อการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของตัวผู้เข้ารับบริการเอง จนเกิดความรู้สึกที่เรียกว่าความพึงพอใจ ซึ่งการสร้างตอบสนองความต้องการให้กับนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่าอากาศยานก็เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความพึงพอใจในงานบริการและสร้างความประทับใจในการเดินทางของตัวนักท่องเที่ยว

บริบทพื้นที่

ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองตั้งอยู่เลขที่ 222 ถ.วิภาวดีรังสิต เขตดอนเมือง กรุงเทพฯ 10210 (โทรศัพท์ 0-2535-1111) มีพื้นที่ 3,486 ไร่ เดิมชื่อว่า สนามบินดอนเมือง และเปลี่ยนชื่อเป็น ท่าอากาศยานกรุงเทพ ในปี พ.ศ. 2498

กิจการ การบินของประเทศไทยเริ่มต้นเมื่อปี 2454 โดยระหว่างวันที่ 2-8 กุมภาพันธ์ 2454 นักบินชาวเบลเยียมชื่อ ฟัน เดน บอร์น (Van den Born) ได้นำเครื่องบินออร์วิลล์ ไรท์ (Orville Wright) มาบินแสดงเป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่สนามม้าราชกรีฑาสโมสร ปทุมวัน

หลังจากนั้น ประเทศไทยก็ได้มีพัฒนาการด้านการบิน เช่น การส่งนายทหารไปศึกษาด้านการบิน ณ ประเทศฝรั่งเศส ในปี 2454 การส่งเครื่องบินชุดแรกของประเทศไทย ในปี 2456 ทั้งนี้ กิจการด้านการบินในระยะแรกอยู่ในความรับผิดชอบของกรมจเรการช่างทหารบก โดยใช้สนามม้าราชกรีฑาสโมสร เป็นส่วนหนึ่งของสนามบิน และเรียกชื่อว่า สนามบินสระปทุม อย่างไรก็ตามเนื่องจากในระยะต่อมา สนามบินสระปทุมคับแคบ มีที่ตั้งไม่เหมาะสม จึงมีการเลือกพื้นที่สนามบินใหม่ ซึ่งในที่สุดได้เลือกพื้นที่ "ดอนเมือง" และจึงเป็นสนามบินดอนเมือง โดยมีเครื่องบินลงปฐมฤกษ์ เมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2457 ซึ่งเมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2457 ได้มีการตั้งกรมการบินทหารบกมาดูแล ซึ่งรากฐานมั่นคงของกิจการการบินของไทย ได้เริ่มต้น ณ ที่นี้

ทอท. เริ่มดำเนินกิจการในปี พ.ศ.2483 กองทัพอากาศได้จัดตั้งกองการบินพลเรือนขึ้นเพื่อดำเนินงานเกี่ยวกับการบิน ระหว่างประเทศ และอีก 8 ปีต่อมาก็ได้ยกฐานะจากกองเป็นกรม และได้ปรับปรุงสนามบินดอนเมืองเป็นท่าอากาศยานสากลเรียกว่า "ท่าอากาศยานดอนเมือง" ก่อนเปลี่ยนมาใช้ชื่ออย่างเป็นทางการว่า "ท่าอากาศยานกรุงเทพ" เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน พ.ศ.2498 ต่อมา รัฐสภาได้ตราพระราชบัญญัติว่าด้วยการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 โดยกำหนดให้จัดตั้งการท่าอากาศยานขึ้นเรียกว่า การท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย หรือ ทอท. และให้ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า Airports Authority of Thailand ย่อว่า AAT โดยมีพนักงาน ทอท. ได้เข้าปฏิบัติงานตามพระราชบัญญัตินี้ เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ.2522 จึงได้ถือเอาวันนี้เป็นวันสถาปนา ทอท.

ท่าอากาศยานกรุงเทพเป็นท่าอากาศยานระหว่างประเทศที่มีความสำคัญที่สุดของประเทศ เพราะเป็นเสมือนประตูสู่ประเทศไทยที่เปิดต้อนรับผู้โดยสารจากทั่วโลก จากการทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมรวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่พร้อมสรรพได้มาตรฐานสากล ท่าอากาศยานกรุงเทพจึงสามารถรองรับเที่ยวบินได้ 50 เที่ยวบินต่อชั่วโมง รองรับผู้โดยสารได้ปีละ 36.5 ล้านคน และรองรับการขนส่งสินค้าทางอากาศได้ปีละ 1.2 ล้านตัน ทั้งนี้ ท่าอากาศยานกรุงเทพเป็นท่าอากาศยานที่มีผลการดำเนินงานให้บริการสูงสุดของประเทศ

ทอท. ได้วางแผนกลยุทธ์ ไว้ว่าจะให้ท่าอากาศยานกรุงเทพเป็น Wide Body Maintenance Center ของเอเชีย หลังจากที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเปิดให้บริการในปี พ.ศ. 2548 ซึ่งถือว่าเป็น

ธุรกิจใหม่ที่อนาคตไกล เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกในทุกด้านพร้อมอยู่แล้วต่อมาเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2555 คณะรัฐมนตรีมีมติให้ ท่าอากาศยานดอนเมือง เป็นท่าอากาศยานรองรับสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Carriers: LCCs) และ/หรือเส้นทางการบินในประเทศและระหว่างประเทศแบบจุดต่อจุด (Point to Point) บนหลักการความสมัครใจของสายการบินเพื่อเป็นการใช้ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและท่าอากาศยานดอนเมืองให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2555 ท่าอากาศยานดอนเมืองจึงเปิดให้บริการเต็มรูปแบบ โดยใช้อาคารผู้โดยสารอาคาร 1 ให้บริการ และเปิดให้ใช้อาคาร 2 สำหรับเดินทางภายในประเทศในวันที่ 24 ธันวาคม 2558

การบริการภายในท่าอากาศยานดอนเมืองของทางท่าอากาศยานไทย

ท่าอากาศยานไทย (2559) ได้มีการกล่าวถึงการบริการส่วนต่างๆภายในท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองดังนี้

1. การเดินทางเข้าถึงสนามบิน การเดินทางไปและออกจากสนามบิน (Getting to and from the airport) เดินทางโดยถนนวิภาวดี-รังสิต เป็นถนนสายหลักที่เชื่อมต่อไปยังสนามบินดอนเมืองจากตัวเมืองกรุงเทพฯ การขนส่งสาธารณะอื่นๆ สามารถใช้เส้นทางโทลเวย์และทางด่วน ซึ่งอำนวยความสะดวกสบายในการเดินทางของผู้โดยสารและหลีกเลี่ยงการจราจรติดขัด นอกจากนี้การเดินทางโดยรถไฟฟ้าก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่ง จากสถานีรถไฟหัวลำโพง ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 30 นาที สถานีรถไฟปลายทางดอนเมืองอยู่ตรงข้ามกับสนามบินและมีสะพานเป็นทางเชื่อมไปยังตัวสนามบิน และสนามบินยังมีบริการขนส่งสาธารณะหลายชนิดให้บริการรับส่งผู้โดยสารเช่น รถลีมูซีนของสนามบิน รถแท็กซี่
2. การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ทางท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองได้จัดเตรียมบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไว้ภายในท่าอากาศยานเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เดินทาง อาทิเช่น บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wi-Fi) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริการติดตามสัมภาระ ห้างน้ำ ห้างสุบซูรี่
3. ร้านอาหารภายในท่าอากาศยานดอนเมือง ร้านอาหารภายในท่าอากาศยานดอนเมืองมีหลากหลายประเภทเพื่อรองรับกับความหลากหลายของผู้โดยสาร อาทิเช่น ร้านอาหารจานด่วน เบอร์เกอร์ ร้านกาแฟและเครื่องดื่ม เบเกอรี่และไอศกรีม
4. ร้านค้าภายในท่าอากาศยานดอนเมือง ร้านค้าภายในท่าอากาศยานดอนเมืองมีทั้งร้านค้าปลอดภาษีอากรภายในอาคารผู้โดยสารระหว่างประเทศ และ ร้านค้าทั่วไป ซึ่งร้านค้าทั่วไปนั้นหลากหลายประเภทเพื่อรองรับกับความหลากหลายของผู้โดยสาร อาทิเช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายของฝากและของที่ระลึก ร้านหนังสือ ร้านแฟชั่นและเครื่องประดับ

5. ระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยาน การตรวจค้นผู้โดยสารและสัมภาระติดตัว เพื่อค้นหาอาวุธ วัตถุอันตรายหรือวัตถุต้องห้ามที่ผู้โดยสารนำติดตัวขึ้นเครื่องบิน ทั้งนี้เพื่อป้องกันมิให้อาวุธหรือวัตถุอันตรายอื่น ๆ ซึ่งอาจนำมาใช้ในการแทรกแซงโดยมิชอบด้วยกฎหมายถูกนำขึ้นไปบนอากาศยาน ไม่ว่าจะเป็นการพกพาโดยไม่ได้รับอนุญาต หรือ การซุกซ่อน หรือนำไปโดยวิธีอื่นใดก็ตาม เพื่อให้การรักษาความปลอดภัยต่อกิจการการบิน เป็นไปตามมาตรฐานขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) หรือกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง

5.1 นำของเหลว เจล และสเปรย์ หรือวัตถุและสารอื่นๆ ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ที่บรรจุมาในภาชนะบรรจุขนาดเกินกว่า 100 มิลลิลิตรใส่ในสัมภาระบรรจุ (Checked Baggage) เพื่อทำการ Check-in เนื่องจากไม่อนุญาตให้นำติดตัวขึ้นบนอากาศยาน

5.2 หากต้องการนำ ของเหลว เจล และสเปรย์ฯ ติดตัวขึ้นบนอากาศยาน (Carry-on) ของเหลวฯ นั้นต้องมีขนาดบรรจุภัณฑ์ไม่เกิน 100 มิลลิลิตร นำใส่ไว้ในถุงพลาสติกใสแบบ Zip-lock ขนาด 20 x 20 ซม. (มีจัดเตรียมไว้ให้ที่จุดตรวจค้นสัมภาระบรรจุ บริเวณด้านหน้าเคาน์เตอร์ Check-in) ผู้โดยสาร 1 คน ต่อถุง Zip-lock 1 ถุง โดยปริมาณของเหลวฯ เมื่อรวมกันแล้วต้องไม่เกิน 1 ลิตร และนำผ่านเครื่อง X-Ray ซึ่งแยกจากสัมภาระติดตัวอื่น ๆ

5.3 บรรจุวัตถุแหลมคมทุกชนิดไว้ในสัมภาระที่ต้องการ Check-in เนื่องจากไม่อนุญาตให้นำติดตัวขึ้นบนอากาศยาน

5.4 ผู้โดยสารที่มีอาวุธปืนและเครื่องกระสุนให้แจ้งต่อเจ้าหน้าที่สายการบิน แล้วต้องไปดำเนินการ ตามขั้นตอนการขออนุญาตนำอาวุธปืนไปกับอากาศยาน ณ เคาน์เตอร์รับฝากอาวุธปืน ผู้โดยสารขาออกภายในประเทศ

5.5 ผู้โดยสารไม่ได้รับอนุญาตให้นำพาสาร์ วัตถุอันตราย และ/หรือสัตว์ ซึ่งอาจเป็นอันตรายต่ออากาศยานและบุคคลในอากาศยานทุกชนิดไปกับอากาศยาน ไม่ว่าจะบรรจุไปกับสัมภาระที่ Check-in หรือนำติดตัวขึ้นอากาศยาน

6. สิ่งแวดล้อมโดยทั่วไปภายในท่าอากาศยาน ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองมีการปรับทัศนียภาพ และ ภูมิทัศน์ของท่าอากาศยานภายหลังเกิดภาวะน้ำท่วมในปี พ.ศ.2554 และมีการตกแต่งอาคารผู้โดยสาร 2 ให้มีความทันสมัยก่อนเปิดให้บริการในปี 2558

7. ระบบตรวจคนเข้า-ออกเมืองและระบบศุลกากรของท่าอากาศยาน กรมศุลกากรจัดการให้บริการแก่ผู้โดยสารที่เดินทางผ่านเข้ามาในราชอาณาจักรไทยตามมาตรฐานสากลและหลักการให้บริการเพื่อความสะดวกรวดเร็ว (Facilitate of Service) ขององค์การศุลกากรโลก โดยแบ่งช่องตรวจศุลกากรออกเป็นสองช่อง คือ

ช่องไม่มีสิ่งของต้องสำแดง (Nothing to Declare) หรือช่องเขียว สำหรับผู้โดยสารที่ไม่มีสิ่งของที่ต้องเสียภาษีอากร ไม่มีสิ่งของต้องห้ามต้องจำกัด

ช่องมีสิ่งของต้องสำแดง (Goods to Declare) หรือช่องแดง สำหรับผู้โดยสารที่มีสิ่งของที่ต้องเสียภาษีอากร ของต้องห้ามต้องจำกัดติดตัวเข้ามา หรือผู้โดยสารที่ไม่แน่ใจว่าสัมภาระติดตัวของตนนั้น ต้องชำระอากรหรือเป็นของต้องห้ามต้องจำกัดหรือไม่

ของที่ต้องสำแดงหรือติดต่อเจ้าหน้าที่ศุลกากรที่ช่องมีสิ่งของต้องสำแดง

- ของที่ต้องชำระภาษีอากร คือ ของที่ผู้โดยสารนำเข้ามาที่มีปริมาณเกินกว่าที่จะใช้สำหรับส่วนตัว และ/หรือมีมูลค่ารวมทั้งหมดเกิน 10,000 บาท สิ่งของที่นำมาเพื่อใช้ในวัตถุประสงค์เพื่อการพาณิชย์ หรือ ทางการค้า หรือมีลักษณะทางการค้า
- หากของที่ผู้โดยสารนำติดตัวมามีมูลค่ารวมทั้งหมดเกิน 80,000 บาท ผู้โดยสารต้องทำเอกสารปฏิบัติพิธีการศุลกากร
- ของต้องห้าม คือ ของที่ห้ามมิให้นำเข้ามา หรือส่งออกป็นนอกราชอาณาจักร เช่น สารเสพติด วัตถุหรือสื่อลามก ของลอกเลียนแบบละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญา ธนบัตร หรือเหรียญกษาปณ์ปลอม สัตว์ป่าสงวน การฝ่าฝืนกฎหมายเกี่ยวกับยาเสพติด เช่น มีไว้ในครอบครองหรือมีไว้เพื่อเสพ หรือเป็นผู้ผลิต ผู้ซื้อ ผู้ขาย ผู้ขนส่ง อาจมีโทษถึงประหารชีวิต
- ของต้องจำกัด คือ ของบางชนิด ที่กฎหมายควบคุมการนำเข้า และ การส่งออกป็นนอกราชอาณาจักร การนำเข้าและการส่งออกของต้องจำกัด ต้องได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะต้องนำมาแสดงในเวลาปฏิบัติพิธีการศุลกากรด้วย ตัวอย่างเช่น พระพุทธรูป ศิลปวัตถุ โบราณวัตถุ โดยกรมศิลปากร, อาวุธปืน กระสุน วัตถุระเบิด โดยกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, พืช และส่วนต่างๆของพืช โดยกรมวิชาการเกษตร, สัตว์มีชีวิต และซากสัตว์ โดยกรมปศุสัตว์ หรือ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กัลยาณี ทองงาม (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย โดยวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพศที่ต่างกันโดยรวมมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน อายุที่ต่างกันโดยรวมมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ถิ่นพำนักที่แตกต่างกันโดยรวมมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล (2551) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการพัฒนามาตรการวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่ามาตรการวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบคือ 1. การบริการและการรักษาความปลอดภัยของโรงแรม 2. ลักษณะทางกายภาพของโรงแรม 3. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของโรงแรม 4. การเข้าใจและความต้องการของผู้เข้าพักในโรงแรม 5. ความพร้อม ความรวดเร็ว ความถูกต้องในการบริการ 6. เอกลักษณ์และบริการเสริมอื่นของโรงแรม และเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way- ANOVA) ซึ่งผลการวิจัยออกมาปรากฏว่าคะแนนคุณภาพการบริการที่ได้จากการคำนวณค่าที่ได้จากการตอบแบบสอบถามที่ประกอบด้วย องค์ประกอบการรับรู้คุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโรงแรมในเชียงใหม่ ที่วิเคราะห์ได้จำนวน 40 ข้อ นั้น สอดคล้องกับคะแนนคุณภาพการบริการโดยรวมที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกไว้ในส่วนท้ายของแบบสอบถาม จึงสามารถสรุปผลได้ว่าองค์ประกอบการรับรู้คุณภาพการบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อโรงแรมในเชียงใหม่ที่วิเคราะห์ได้นั้นสามารถนำไปสร้างมาตรการวัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ได้ทั้ง 4 กลุ่มจริง

ฐิติภัท ศรีวิไลหนต์ (2557) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการเลือกใช้ร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้หลัก 7Ps ในการวัดระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่ ราคา การส่งเสริมการตลาด กระบวนการบริการ ลักษณะทางกายภาพ และด้านบุคลากร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันของผู้บริโภค ไม่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่แตกต่างกัน โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านอาหารที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่ ราคา การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ ลักษณะทางกายภาพ และบุคลากร มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารโดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สุภกัญญา ขวณิชย์ และปรียากร มนุษเสวต (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การให้บริการแก่ผู้โดยสารของท่าอากาศยานในการกำกับดูแลของกรมการบินพลเรือน ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา สภาพการให้บริการ และการได้รับบริการของผู้โดยสาร และศึกษาความสัมพันธ์ของสภาพการให้บริการกับสภาพการได้รับบริการของผู้โดยสาร และเพื่อเปรียบเทียบการให้บริการของผู้โดยสารระหว่างท่าอากาศยานกลุ่มที่มีศักยภาพสูง กลาง และค่อนข้างน้อย โดยศึกษาทั้งหมดจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดสองกลุ่มคือ กลุ่มผู้ใช้บริการท่าอากาศยาน 400 คน และกลุ่มผู้บริหารท่าอากาศยาน 6 ท่าอากาศยาน จำนวน 18 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ chi-square phi-coefficient และ one way ANOVA ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารได้รับการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริการที่ท่าอากาศยาน จัดให้ ด้านบริการที่ให้ความเพลิดเพลิน อยู่ในระดับปานกลาง การให้บริการทั้งสามด้านนั้นอยู่ในระดับมาก ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพการให้บริการและการได้รับบริการอยู่ในระดับต่ำ และ การได้รับบริการของผู้โดยสารระหว่างท่าอากาศยานในกลุ่ม ภาพรวมนั้นแตกต่างกัน

รติรส อินกล้า (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ การวัดระดับคุณภาพการบริการของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว บริเวณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการบริการข่าวสารการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดี และเมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ทัศนคติต่อคุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

วิชาน จินาภักดี (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณจังหวัดกาญจนบุรี โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณจังหวัดกาญจนบุรีด้านความเป็นธรรมชาติ ด้านการจัดการ ด้านบุคลากร และด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา การศึกษา และอาชีพ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกัน ความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

วรพร ฉายกั (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัยจังหวัดสุโขทัย โดยการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัยจังหวัดสุโขทัยกับ เพศ อายุ ถิ่นพำนัก ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ ด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านคุณค่าทางศิลปกรรม โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติจำนวน 400 คน ใช้สถิติเปรียบเทียบรายคู่ scheffe's method ซึ่งผลการวิจัยพบว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสขณาชัย จังหวัดสุโขทัยอยู่ในระดับมาก โดยด้านคุณค่าทางศิลปกรรมมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มี เพศ อายุ ที่ต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

นารูดีนและคณะ (Norudin M., 2012) ได้ทำงานวิจัยเรื่อง Sustaining Internationalization of Airport Service Quality in Malaysia ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีผู้ร่วมตอบแบบสอบถาม 456 คน ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็นสามส่วนคือ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในท่าอากาศยาน, การบริการในท่าอากาศยาน และการให้บริการของพนักงานในท่าอากาศยาน ซึ่งผลการวิจัยออกมาปรากฏว่าสนามบินประสบความสำเร็จในการรักษาระดับของคุณภาพและบริการ สภาพแวดล้อมของสนามบิน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในท่าอากาศยาน และการทำงานของบุคคลในองค์กรต่างๆภายในสนามบิน

วิดาร์สยา (Widarsyah, 2013) ได้ทำการวิจัยค้นคว้าถึง ผลของคุณภาพบริการสนามบินที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยาน West Coast region of United States – Las Vegas McCarran International, Los Angeles International, San Francisco International, and Seattle-Tacoma International โดยแบ่งส่วนต่างๆในสนามบินคือ การเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบิน, การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน, ร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน, ร้านค้าภายในท่าอากาศยาน, ระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยาน, สิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป, ระบบตรวจคนเข้า/ออกเมืองและระบบศุลกากร ซึ่งสมมติฐานคือส่วนต่างๆในสนามบินนี้มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานซึ่งผลการวิจัยปรากฏออกมาว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อท่าอากาศยานในด้าน การเดินทางเข้าถึงสนามบินและการเดินทางภายในสนามบิน สิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป ร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน ระบบตรวจคนเข้า/ออกเมืองและระบบศุลกากร และไม่พึงพอใจในด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในท่าอากาศยาน ร้านค้าภายในท่าอากาศยาน ระบบรักษาความปลอดภัย

เทคาเค (TEIKAKE, 2012) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งทางอากาศภายในกิริบาติ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 177 ชุดเป็นเครื่องมือในการวิจัย และแบ่งระดับความพึงพอใจที่ต่างกันมีผลต่อ ถิ่นพำนัก อายุ เพศที่ต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการที่ความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ และพบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการไม่สัมพันธ์กับความคาดหวังในการใช้บริการของผู้ใช้บริการขนส่งทางอากาศภายในกิริบาติ และถิ่นพำนัก อายุ เพศที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการที่ต่างกัน

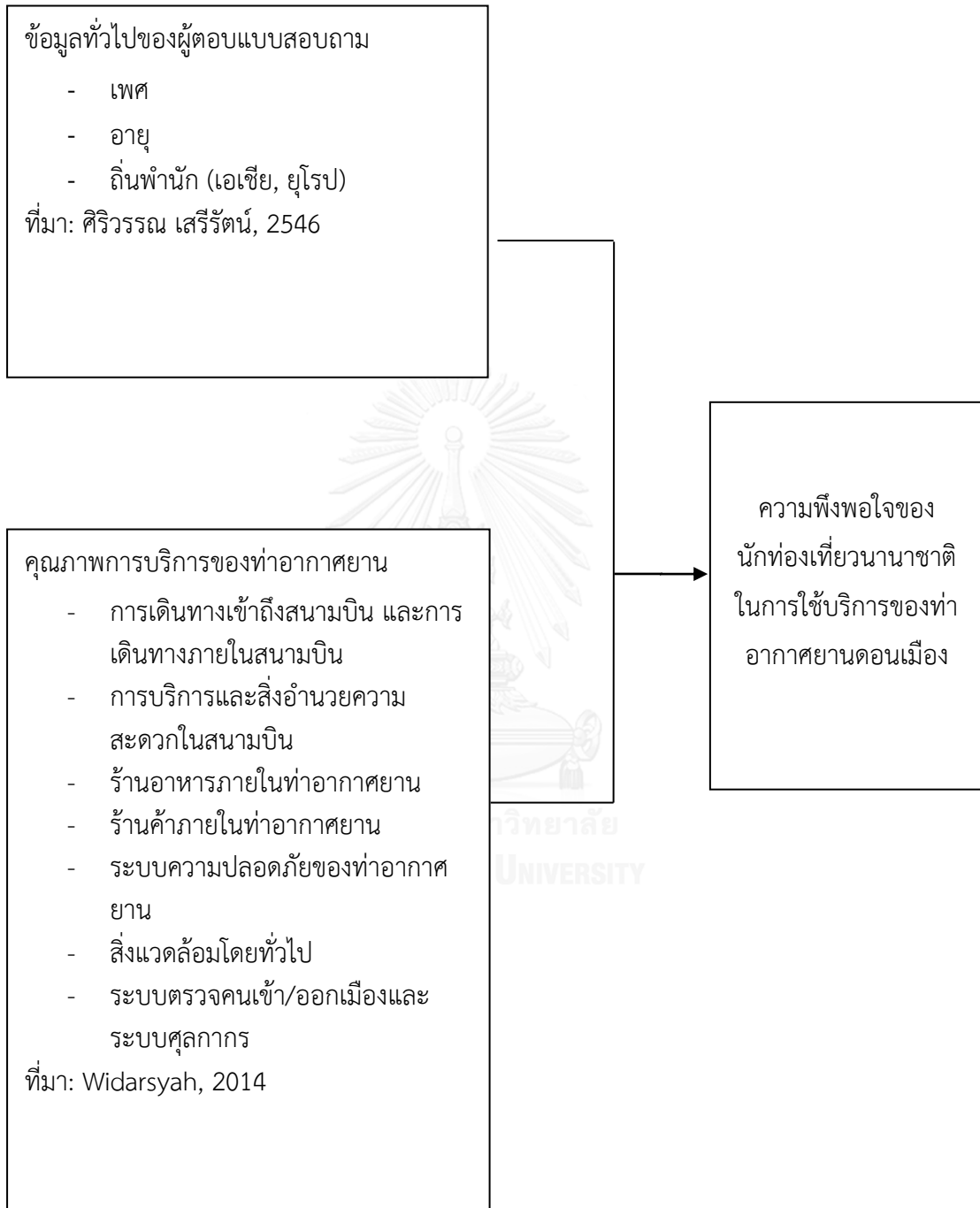
โทพา (Tolpa, 2012) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวัดระดับความคาดหวังคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการของประเภทธุรกิจการบิน การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อวิเคราะห์ถึงแนวคิดของคุณภาพ

การบริการที่แตกต่างกันของมาตราวัดคุณภาพบริการ และเพื่อกำหนดกระบวนการและขั้นตอนของ
คุณภาพการบริการประเภทธุรกิจการบิน ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านเพศหญิง ชายที่ต่างกัน
ขั้นตอนงานให้บริการทั่วไปเช่น ข้อมูลส่วนตัวโดยสาร ข้อมูลเที่ยวบิน การติดต่อสื่อสารเมื่อเกิดปัญหา
เที่ยวบินล่าช้าหรือการรับกระเป๋าล่าช้า ไม่มีส่งผลต่อระดับความคาดหวังคุณภาพบริการ ของ
ผู้โดยสาร

วาฬิ (Wali, 2013) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการสนามบิน กรณีศึกษา สนามบิน
นานาชาติ คิง อับดุลลาซิส วัตถุประสงค์เพื่อทำการศึกษาหาปัจจัยคุณภาพการบริการใดที่ส่งผลต่อ
ผู้โดยสารมากที่สุด เครื่องมือที่ใช้ในการทำการศึกษาคือแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด ซึ่งผล
การศึกษาพบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจด้าน สภาพแวดล้อมทั่วไปของสนามบิน และ ไม่พึงพอใจใน
ด้านอุปกรณ์การตกแต่งภายในสนามบิน ด้านร้านค้าภายในสนามบิน และผู้โดยสารเห็นว่าการ
ให้บริการประเภทความบันเทิงมีส่วนในการช่วยให้เลือกใช้บริการสนามบิน



กรอบแนวคิดงานวิจัย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง จำนวน 2,274,168 คน (กลุ่มสถิติและเศรษฐกิจการท่องเที่ยว, 2557)

กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองทั้งขาเข้าและขาออก ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองเป็นตัวแทนกลุ่มประชากร โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ใช้ในงานวิจัยนี้ ทั้งเพศชายและเพศหญิงจำนวน 400 คน โดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดทฤษฎีของทาโร ยามาเน่ (Taro, 1973) โดยกำหนดให้มีความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 โดยมีสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรศึกษา

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับความมีนัยสำคัญ

0.05

แทนค่าสูตร

$$n = \frac{2,274,168}{1 + 2,274,168(0.05^2)}$$

$$n = \frac{2,274,168}{5,685.4225}$$

$$n = 399.99$$

เครื่องมือและการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ผู้ทำการวิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามได้สร้างขึ้นตามแนวทางและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้และจากการค้นคว้าตัดแปลงจากเอกสารต่างๆ ซึ่งแบบสอบถามผู้วิจัยได้ออกแบบเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นการสอบถามข้อมูลทั่วไปของประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ถิ่นพำนัก อาชีพ เหตุผลในการเดินทาง โดยให้ตอบเป็นการเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามความคิดเห็นของประชากรที่ใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และ ความพึงพอใจของท่าอากาศยานดอนเมือง โดยมีลักษณะเป็นมาตราส่วน (Rating Scale) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินค่า 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์ดังต่อไปนี้

หมายเลข 1 หมายถึง มีคุณภาพการบริการและความพึงพอใจน้อยที่สุด

หมายเลข 2 หมายถึง มีคุณภาพการบริการและความพึงพอใจน้อย

หมายเลข 3 หมายถึง มีคุณภาพการบริการและความพึงพอใจปานกลาง

หมายเลข 4 หมายถึง มีคุณภาพการบริการและความพึงพอใจมาก

หมายเลข 5 หมายถึง มีคุณภาพการบริการและความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับการให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นในสูตรการคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้

| | | |
|-------------|-------------|---|
| คะแนนเฉลี่ย | 1.00 – 1.80 | แสดงว่าระดับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจน้อยที่สุด |
| คะแนนเฉลี่ย | 1.81 – 2.60 | แสดงว่าระดับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจน้อย |
| คะแนนเฉลี่ย | 2.61 – 3.40 | แสดงว่าระดับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจปานกลาง |
| คะแนนเฉลี่ย | 3.41 – 4.20 | แสดงว่าระดับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจบริการมาก |
| คะแนนเฉลี่ย | 4.21 – 5.00 | แสดงว่าระดับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจมากที่สุด |

และ ส่วนที่ 3 เป็นการเสนอถามข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

- 1.) ศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงรูปแบบของแบบสอบถามเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือการศึกษา
- 2.) กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา จากข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา โดยแยกประเด็นต่างๆที่ต้องการจะศึกษาและนำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบ แนะนำทั้งฉบับภาษาอังกฤษและภาษาไทย หลังจากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปตรวจสอบความถูกต้องของการแปลตามหลักไวยากรณ์ โดยอาจารย์วศินานัน สุวรรณสิทธิ์ อาจารย์ประจำสถาบันจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 3.) การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) และการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ของแบบสอบถาม (Questionnaire)

3.1) การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) งานวิจัยนี้ได้นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมอบให้กับผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่าน คือผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด อาจารย์ ดร.กุลพิชญ์ โภโคยอุดม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตร์ชัย และอาจารย์ ดร.อัจฉราลักษณ์ วิเศษ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยโดยพิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) เพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไขให้ความถูกต้องและความเหมาะสมในเนื้อหา โดยค่าที่ได้ต้องมีค่าใกล้เคียง 1 มากที่สุด โดยผู้วิจัยกำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.5 เพราะถือว่าค่าที่ได้เป็นที่ยอมรับทางสถิติ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนทดลองใช้ โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้คือ ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่า IOC ตามสูตรวิธีการหาค่าความตรงของแบบสอบถาม (IOC) คือ ผลรวมคะแนนของข้อนั้นหารด้วยจำนวนผู้เชี่ยวชาญ เท่ากับ 0.90

3.2) การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) ผู้วิจัยแก้ไขแบบสอบถามตามผู้ทรงคุณวุฒิระบุเรียบร้อยแล้ว จึงนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยทำการแจกจ่ายกับกลุ่มตัวอย่างที่มีสภาพความเป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวนานาชาติที่ใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ โดยการวิเคราะห์ประมวลหาค่าครอนบาร์คแอลฟา เท่ากับ 0.87

- 4.) นำแบบสอบถามไปใช้จริง

วิธีการรวบรวมข้อมูล

หลังจากผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคนกลุ่มสหสถาบันชุดที่ 1 แล้วผู้วิจัยทำหนังสือจากคณะวิทยาศาสตร์การกีฬาเพื่อขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลภายในบริเวณท่าอากาศยานดอนเมือง แต่เมื่อได้รับอนุญาตจากท่าอากาศยานดอนเมือง โดยมีเงื่อนไขว่าผู้ทำการวิจัยต้องทำการตัดคำถามและปรับเปลี่ยนคำถามในแบบสอบถาม ซึ่งทำให้ผู้วิจัยต้องเข้าพิจารณาจริยธรรมใหม่ ผู้วิจัยจึงได้ปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา และได้ทำการเปลี่ยนสถานที่เก็บแบบสอบถามเป็นบริเวณหน้าท่าอากาศยานดอนเมืองแทน ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดกับนักท่องเที่ยวนานาชาติที่ใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวนานาชาติที่เดินทางระหว่างประเทศที่ใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองทั้งขาเข้าและขาออกทั้งเพศหญิงและเพศชายที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ รวมทั้งมีความยินดีและเต็มใจในการตอบแบบสอบถาม บริเวณด้านหน้า ท่าอากาศยานดอนเมือง โดยผู้วิจัยทำการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามโดยการสอบถามนักท่องเที่ยวก่อนแจกแบบสอบถาม โดยนักท่องเที่ยวจะต้องใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองในการเดินทางระหว่างประเทศ ขาเข้าและขาออก และผู้วิจัยรับแบบสอบถามกลับทันทีที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยโดยใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถามเป็นระยะเวลา 1 เดือนตั้งแต่เดือน เมษายน ถึง พฤษภาคม 2559 โดยเก็บแบบสอบถาม ในระหว่างวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ จำนวน 50 คน เนื่องจากเป็นวันธรรมดา และเก็บข้อมูลวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 50 คน เนื่องจากวันเสาร์ และอาทิตย์เป็นวันที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมามาก

เกณฑ์การคัดกลุ่มตัวอย่างเข้า

1. อายุ 20 ปีขึ้นไป ทั้งเพศชาย – หญิง และสามารถอ่าน เขียน และเข้าใจภาษาอังกฤษ
2. ผู้โดยสารที่ใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองทั้งขาเข้า – ขาออก
3. ผู้โดยสารที่ใช้บริการระหว่างประเทศ

เกณฑ์การคัดกลุ่มตัวอย่างออก

1. ผู้โดยสารที่เดินทางภายในประเทศ
2. ผู้ที่ไม่ยินดีและเต็มใจตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำแบบสอบถามมารวบรวมและดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยจะตรวจสอบความสมบูรณ์ความถูกต้องของการตอบแบบสอบถาม และคัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนด

3. การประมวลผลข้อมูลผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ผ่านการลงทะเบียนเรียบร้อยแล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์ ลงบันทึกข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำสถิติมาใช้วิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ดังนี้
 - 1.1 ข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ถิ่นพำนัก อาชีพ เหตุผลในการเดินทาง นำมาวิเคราะห์หาค่าความถี่และค่าร้อยละ
 - 1.2 ข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 2 ระดับของคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวัดระดับโดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่กำหนดไว้
 - 1.3 ข้อมูลในแบบสอบถามตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด นำมาสรุปเป็นความเรียงและแจกแจงความถี่
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) มีรายละเอียดดังนี้
 - 2.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติทดสอบค่าที (Independent Sample t-Test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 คือ เพศของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองที่แตกต่างกัน และการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 คือ ถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยวนานาชาติทวีปเอเชียและทวีปยุโรป มีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่แตกต่างกัน
 - 2.2 เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 คือ อายุของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมืองที่แตกต่างกัน โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
 - 2.3 พยากรณ์ค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรโดยใช้สถิติทดสอบสมมติฐานคือ สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 คือการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยตั้งระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานดอนเมืองที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ เพื่อเปรียบเทียบ เพศ อายุ และถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองทั้งขาเข้าและขาออก รวม 400 คน ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามผู้วิจัยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองทั้งขาเข้าและขาออก ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

| ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------|------|------------|--------|
| เพศ | ชาย | 175 | 43.8 |
| | หญิง | 225 | 56.2 |
| รวม | | 400 | 100.0 |

ตาราง 1 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------|---------------------------------------|------------|--------|
| อายุ | 20-29 ปี | 157 | 39.2 |
| | 30-39 ปี | 118 | 29.5 |
| | 40-49 ปี | 46 | 11.5 |
| | 50-59 ปี | 51 | 12.8 |
| | สูงกว่า 60 ปี | 28 | 7.0 |
| รวม | | 400 | 100.0 |
| ถิ่นพำนักที่อาศัย | เอเชีย | 334 | 83.5 |
| | ยุโรป | 66 | 16.5 |
| รวม | | 400 | 100.0 |
| ระดับการศึกษา | ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า | 84 | 21.0 |
| | มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า | 113 | 28.2 |
| | ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า | 179 | 44.8 |
| | ปริญญาโท | 20 | 5.0 |
| | ปริญญาเอก | 4 | 1.0 |
| รวม | | 400 | 100.0 |

| ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------|----------------------|------------|--------------|
| อาชีพ | พ่อบ้าน/แม่บ้าน | 8 | 2.0 |
| | อาชีพอิสระ | 102 | 25.5 |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 21 | 5.3 |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 82 | 20.5 |
| | นักเรียน/นักศึกษา | 117 | 29.2 |
| | เกษียณ | 21 | 5.3 |
| | อื่น ๆ | 49 | 12.2 |
| รวม | | 400 | 100.0 |
| รายได้ต่อปี | น้อยกว่า 5000 USD | 144 | 36.0 |
| | 5001 - 10,000 USD | 113 | 28.3 |
| | 10,001 - 25,000 USD | 65 | 16.2 |
| | 25,001 - 30,000 USD | 42 | 10.5 |
| | 30,001 - 50,000 USD | 28 | 7.0 |
| | มากกว่า 50,001 USD | 8 | 2.0 |
| รวม | | 400 | 100.0 |
| เหตุผลในการเดินทาง | พักผ่อนและท่องเที่ยว | 321 | 80.2 |
| | ติดต่อธุรกิจ | 47 | 11.8 |
| | ทั้งสองแบบ | 32 | 8.0 |
| | อื่น ๆ | 0 | 0 |
| รวม | | 400 | 100.0 |

| | | | |
|------------------|-----------------|-----|-------|
| การใช้บริการทำ | | | |
| อากาศยานนานาชาติ | ครั้งแรก | 94 | 23.5 |
| ดอนเมืองในรอบ 12 | | | |
| เดือนที่ผ่านมา | | | |
| | 2 - 3 ครั้ง | 294 | 73.5 |
| | 4 - 5 ครั้ง | 8 | 2.0 |
| | มากกว่า 5 ครั้ง | 4 | 1.0 |
| <hr/> | | | |
| รวม | | 400 | 100.0 |

จากข้อมูลทางด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีจำนวน 225 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 56.2 และ จากข้อมูลทางด้านอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-29 ปี มากที่สุด จำนวน 157 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 39.2 และ ศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุด จำนวน 179 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 44.8 ข้อมูลทางด้านอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อปีมากที่สุดคือจำนวนรายได้ 5,000 USD จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และ อาศัยอยู่ในทวีปเอเชียมากที่สุด จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5 ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมาเพื่อพักผ่อนและท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นจำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.3 และเดินทางมาเป็นครั้งที่ 2-3 จำนวน 294 คน หรือ ร้อยละ 73.5

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติโดยรวม

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติโดยรวม

| คุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติ ดอนเมือง | | ระดับคุณภาพการบริการ | | |
|--|--|----------------------|-------------|------------|
| | | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 | ด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบิน | 3.44 | 1.00 | มาก |
| 2 | ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน | 3.43 | 0.94 | มาก |
| 3 | ด้านร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน | 3.78 | 0.92 | มาก |
| 4 | ด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยาน | 3.65 | 0.97 | มาก |
| 5 | ด้านระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยาน | 4.09 | 0.71 | มาก |
| 6 | ด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป | 3.99 | 0.76 | มาก |
| 7 | ด้านระบบตรวจคนเข้า-ออกเมืองและระบบศุลกากร | 3.69 | 0.84 | มาก |
| ค่าเฉลี่ยรวม | | 3.72 | 0.87 | มาก |

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.72$, S.D.= 0.87)เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับคุณภาพการบริการมากทุกด้านคือ ด้านระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 4.09$, S.D.= 0.71) ด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป ($\bar{x} = 3.99$, S.D.= 0.76) ด้านร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 3.78$, S.D.= 0.92) ด้านระบบตรวจคนเข้า-ออกเมืองและระบบศุลกากรของท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 3.69$, S.D.= 0.84) ด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 3.65$, S.D.= 0.97) ด้านการเดินทางเข้าถึง และการเดินทางภายในสนามบิน ($\bar{x} = 3.44$, S.D.= 1.00) และด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน ($\bar{x} = 3.43$, S.D.= 0.94) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบิน

| ด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทาง ภายในสนามบิน | ระดับคุณภาพการบริการ | | |
|---|----------------------|-------------|------------|
| | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 การเข้าถึงสนามบินโดยระบบขนส่งสาธารณะ | 3.56 | 1.14 | มาก |
| 2 ระยะทางระหว่างด่านตรวจคนเข้าเมืองถึงประตู เครื่องหรือประตูทางออก | 3.52 | 0.90 | มาก |
| 3 ความชัดเจนของป้ายบอกทาง | 3.26 | 0.96 | ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยรวม | 3.44 | 1.00 | มาก |

จากตาราง 3 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบิน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.44$, S.D.= 1.00) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการมากทั้งหมด จำนวน 2 ข้อ คือ การเข้าถึงสนามบินโดยระบบขนส่งสาธารณะ ($\bar{x} = 3.56$, S.D.= 1.14) และระยะทางระหว่างด่านตรวจคนเข้าเมืองถึงประตูเครื่องหรือประตูทางออก ($\bar{x} = 3.52$, S.D.= 0.90) และมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการปานกลาง 1 ข้อ คือ ด้านความชัดเจนของป้ายบอกทาง ($\bar{x} = 3.26$, S.D.= 0.96)

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน

| ด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกใน สนามบิน | ระดับคุณภาพการบริการ | | |
|--|----------------------|-------------|------------|
| | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 ระยะเวลาในการรอเช็คอิน | 3.20 | 1.17 | ปานกลาง |
| 2 การใช้งานอินเทอร์เน็ตหรือWiFi | 3.54 | 1.02 | มาก |
| 3 ที่นั่งรอบริเวณต่างๆภายในท่าอากาศยาน (จำนวนเพียงพอ, ความสบาย) | 3.46 | 1.25 | มาก |
| 4 เวลาในการรอกระเป๋า | 3.87 | 1.02 | มาก |
| 5 ห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการ | 3.36 | 1.27 | ปานกลาง |
| 6 ความสะอาดของห้องน้ำ | 3.46 | 1.29 | มาก |
| 7 ความชัดเจนของป้ายบอกข้อมูลเที่ยวบิน | 3.22 | 1.01 | ปานกลาง |
| 8 จำนวนของเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์มีความ เพียงพอ | 3.37 | 0.74 | ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยรวม | 3.43 | 0.94 | มาก |

จากตาราง 4 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติ ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.43$, S.D.= 0.94) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการมาก จำนวน 4 ข้อ คือ เวลาในการรอกระเป๋า ($\bar{x} = 3.87$, S.D.= 1.02) การใช้งานอินเทอร์เน็ตหรือWiFi ($\bar{x} = 3.54$, S.D.= 1.02) ที่นั่งรอบริเวณต่างๆภายในท่าอากาศยาน (จำนวนเพียงพอ, ความสบาย) ($\bar{x} = 3.46$, S.D.= 1.25) และความสะอาดของห้องน้ำ ($\bar{x} = 3.46$, S.D.= 1.29) และมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการปานกลางจำนวน 4 ข้อคือ จำนวนของเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์มีความเพียงพอ ($\bar{x} = 3.37$, S.D.= 0.74) ห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{x} = 3.36$, S.D.= 1.27) ความชัดเจนของป้ายบอกข้อมูลเที่ยวบิน ($\bar{x} = 3.22$, S.D.= 1.01) และระยะเวลาในการรอเช็คอิน ($\bar{x} = 3.20$, S.D.= 1.17) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านร้านอาหารภายในสนามบิน

| ด้านร้านอาหารภายในสนามบิน | ระดับคุณภาพการบริการ | | |
|-------------------------------|----------------------|-------------|------------|
| | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 ร้านอาหารมีความหลากหลาย | 3.75 | 1.04 | มาก |
| 2 คุณภาพของอาหาร | 3.64 | 0.98 | มาก |
| 3 ความสะอาดของร้านอาหาร | 3.72 | 0.84 | มาก |
| 4 ราคามีความเหมาะสมและคุ้มค่า | 4.01 | 0.81 | มาก |
| ค่าเฉลี่ยรวม | 3.78 | 0.92 | มาก |

จากตาราง 5 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านร้านอาหารภายในสนามบิน อยู่ในการรับรู้ระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$, S.D.= 0.92) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการมากทุกข้อ คือ ราคามีความเหมาะสมและคุ้มค่า ($\bar{x} = 4.01$, S.D.= 0.81) ร้านอาหารมีความหลากหลาย ($\bar{x} = 3.75$, S.D.= 1.04) ความสะอาดของร้านอาหาร ($\bar{x} = 3.72$, S.D.= 0.84) และคุณภาพของอาหาร ($\bar{x} = 3.64$, S.D.= 0.98) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านร้านค้าภายในสนามบิน

| ด้านร้านค้าภายในสนามบิน | ระดับคุณภาพการบริการ | | |
|---|----------------------|-------------|------------|
| | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 ร้านขายของฝากหรือของที่ระลึก หรือร้านขายสินค้าพื้นเมือง | 3.53 | 1.05 | มาก |
| 2 ร้านค้ามีความหลากหลาย | 3.57 | 1.06 | มาก |
| 3 ราคามีความเหมาะสมและคุ้มค่า | 3.95 | 0.83 | มาก |
| 4 ความสะอาดของร้านค้า | 3.56 | 0.93 | มาก |
| ค่าเฉลี่ยรวม | 3.65 | 0.97 | มาก |

จากตาราง 6 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.65$, S.D.= 0.97) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการมากทั้งหมดทุกข้อ คือ ราคามีความเหมาะสมและคุ้มค่า ($\bar{x} = 3.95$, S.D.= 0.83) ร้านค้ามีความหลากหลาย ($\bar{x} = 3.57$, S.D.= 1.06 ความสะอาดของร้านค้า ($\bar{x} = 3.56$, S.D.= 0.93) และร้านขายของฝากหรือของที่ระลึก หรือร้านขายสินค้าพื้นเมือง ($\bar{x} = 3.53$, S.D.= 1.05) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

| ด้านระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยาน | ระดับคุณภาพการบริการ | | |
|--|----------------------|-------------|------------|
| | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 การให้ความช่วยเหลือของพนักงานสนามบินโดยทั่วไป | 4.14 | 0.62 | มาก |
| 2 มารยาทของพนักงานสนามบิน | 4.15 | 0.64 | มาก |
| 3 ระยะเวลาในการตรวจสอบสัมภาระ | 4.20 | 0.72 | มาก |
| 4 เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบสัมภาระ | 3.97 | 0.80 | มาก |
| 5 การแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยบริเวณจุดตรวจ | 4.01 | 0.79 | มาก |
| ค่าเฉลี่ยรวม | 4.09 | 0.71 | มาก |

จากตาราง 7 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$, S.D.= 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการมากทั้งหมด จำนวนทุกข้อ คือ ระยะเวลาในการตรวจสอบสัมภาระ ($\bar{x} = 4.20$, S.D.= 0.72) มารยาทของพนักงานสนามบิน ($\bar{x} = 4.15$, S.D.= 0.64) การให้ความช่วยเหลือของพนักงานสนามบิน โดยทั่วไป ($\bar{x} = 4.14$, S.D.= 0.62) การแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยบริเวณจุดตรวจ ($\bar{x} = 4.01$, S.D.= 0.79) และเครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบสัมภาระ ($\bar{x} = 3.97$, S.D.= 0.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไปภายในท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

| | ด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป | ระดับคุณภาพการบริการ | | |
|---------------------|-----------------------------------|----------------------|------|-------|
| | | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 | ความสะอาดภายในท่าอากาศยาน | 4.08 | 0.72 | มาก |
| 2 | สภาพแวดล้อมโดยรวมภายในท่าอากาศยาน | 4.00 | 0.76 | มาก |
| 3 | การตกแต่งภายในท่าอากาศยาน | 3.91 | 0.80 | มาก |
| ค่าเฉลี่ยรวม | | 3.99 | 0.76 | มาก |

จากตาราง 8 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไปภายในท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองอยู่ในระดับการรับรู้มาก ($\bar{x} = 3.99$, S.D.= 0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการมากทั้งหมด จำนวนทุกข้อ คือ ความสะอาดภายในท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 4.08$, S.D.= 0.72) สภาพแวดล้อมโดยรวมภายในท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 4.00$, S.D.= 0.76) การตกแต่งภายในท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 3.91$, S.D.= 0.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านระบบตรวจคนเข้า-ออกเมืองและระบบศุลกากร

| ด้านระบบตรวจคนเข้า-ออกเมืองและระบบศุลกากร | ระดับคุณภาพการบริการ | | |
|---|----------------------|-------------|------------|
| | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 ระยะเวลาในการรอรระบบตรวจคนเข้า-ออกเมือง | 3.88 | 0.75 | มาก |
| 2 ระยะเวลาในการรอรระบบศุลกากร | 3.99 | 0.76 | มาก |
| 3 เครื่องมือที่ใช้ในด้านตรวจคนเข้าเมือง | 3.22 | 1.01 | ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยรวม | 3.69 | 0.84 | มาก |

จากตาราง 9 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านระบบตรวจคนเข้า-ออกเมืองและระบบศุลกากรของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองอยู่ในระดับการรับรู้ปานกลาง ($\bar{x} = 3.69$, S.D.= 0.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับการรับรู้มาก 2 ข้อ คือ ระยะเวลาในการรอรระบบศุลกากร ($\bar{x} = 3.99$, S.D.= 0.76) ระยะเวลาในการรอรระบบตรวจคนเข้า-ออกเมือง ($\bar{x} = 3.88$, S.D.= 0.75) และพบว่า มีระดับการรับรู้ปานกลาง 1 ข้อ คือ เครื่องมือที่ใช้ในด้านตรวจคนเข้าเมือง ($\bar{x} = 3.22$, S.D.= 1.01)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจนักท่องเที่ยวนานาชาติต่อท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติโดยรวม

| ความพึงพอใจในท่าอากาศยาน นานาชาติดอนเมือง | | ระดับความพึงพอใจ | | |
|--|--|------------------|------|-----------|
| | | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 | ด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และ การเดินทางภายในสนามบิน | 3.42 | 1.00 | มาก |
| 2 | ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ในสนามบิน | 3.75 | 1.03 | มาก |
| 3 | ด้านร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน | 3.98 | 0.89 | มาก |
| 4 | ด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยาน | 4.27 | 0.64 | มากที่สุด |
| 5 | ด้านระบบความปลอดภัยของท่า อากาศยาน | 4.03 | 0.75 | มาก |
| 6 | ด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป | 4.05 | 0.77 | มาก |
| 7 | ด้านระบบตรวจคนเข้า-ออกเมือง และระบบศุลกากร | 3.37 | 0.89 | ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยรวม | | 3.83 | 0.85 | มาก |

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติในการใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.83$, S.D.= 0.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับมากที่สุดจำนวน 1 ด้านคือ ร้านค้าภายในท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 4.27$, S.D.= 0.64) มีระดับมาก จำนวน 5 ด้าน คือ สิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป ($\bar{x} = 4.05$, S.D.= 0.77) ระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 4.03$, S.D.= 0.75) ร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 3.98$, S.D.= 0.89) การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน ($\bar{x} = 3.75$, S.D.= 1.03) และการเดินทางเข้าถึง และการเดินทางภายในสนามบิน ($\bar{x} = 3.42$, S.D.= 1.00) ตามลำดับ และมีระดับปานกลางจำนวน 1 ด้าน คือ ระบบตรวจคนเข้า-ออกเมืองและระบบศุลกากร ($\bar{x} = 3.37$, S.D.= 0.89)

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการทำอากาศยานนานาชาติตอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบิน

| | ด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบิน | ระดับความพึงพอใจ | | |
|---------------------|---|------------------|------|---------|
| | | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 | การเข้าถึงสนามบินโดยระบบขนส่งสาธารณะ | 3.35 | 0.81 | ปานกลาง |
| 2 | ระยะทางระหว่างด่านตรวจคนเข้าเมืองถึงประตูเครื่องหรือประตูทางออก | 3.66 | 1.03 | มาก |
| 3 | ความชัดเจนของป้ายบอกทาง | 3.26 | 1.15 | ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยรวม | | 3.42 | 1.00 | มาก |

จากตาราง 11 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการทำอากาศยานนานาชาติตอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบินในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.42$, S.D.= 1.00) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับมากที่สุดทั้งหมด จำนวน 1 ข้อ คือ ระยะทางระหว่างด่านตรวจคนเข้าเมืองถึงประตูเครื่องหรือประตูทางออก ($\bar{x} = 3.66$, S.D.= 1.03) และมีระดับปานกลางจำนวน 2 ข้อคือ ด้านการเข้าถึงสนามบินโดยระบบขนส่งสาธารณะ ($\bar{x} = 3.35$, S.D.= 0.81) และความชัดเจนของป้ายบอกทาง ($\bar{x} = 3.26$, S.D.= 1.15) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการทำอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน

| ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกใน สนามบิน | ระดับความพึงพอใจ | | |
|--|------------------|-------------|------------|
| | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 ระยะเวลาในการรอเช็คคิน | 3.73 | 0.96 | มาก |
| 2 การใช้งานอินเทอร์เน็ตหรือWiFi | 3.83 | 0.99 | มาก |
| 3 ที่นั่งรอบริเวณต่างๆภายในท่าอากาศยาน (จำนวนเพียงพอ, ความสบาย) | 3.89 | 1.04 | มาก |
| 4 เวลาในการรอกกระเป๋า | 4.04 | 1.08 | |
| 5 ห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการ | 3.97 | 1.11 | มาก |
| 6 ความสะอาดของห้องน้ำ | 3.47 | 1.22 | มาก |
| 7 ความชัดเจนของป้ายบอกข้อมูลเที่ยวบิน | 4.03 | 0.84 | มาก |
| 8 จำนวนของเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์มีความ เพียงพอ | 3.80 | 0.99 | มาก |
| ค่าเฉลี่ยรวม | 3.75 | 1.03 | มาก |

จากตาราง 12 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการทำอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบินในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$, S.D.= 1.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับมากที่สุดทั้งหมด จำนวน 8 ข้อ คือ เวลาในการรอกกระเป๋า ($\bar{x} = 4.04$, S.D.= 1.08) ความชัดเจนของป้ายบอกข้อมูลเที่ยวบิน ($\bar{x} = 4.03$, S.D.= 0.84) ห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{x} = 3.97$, S.D.= 1.11) ที่นั่งรอบริเวณต่างๆภายในท่าอากาศยาน (จำนวนเพียงพอ, ความสบาย) ($\bar{x} = 3.89$, S.D.= 1.04) การใช้งานอินเทอร์เน็ตหรือWiFi ($\bar{x} = 3.83$, S.D.= 0.99) จำนวนของเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์มีความเพียงพอ ($\bar{x} = 3.80$, S.D.= 0.99) ระยะเวลาในการรอเช็คคิน ($\bar{x} = 3.73$, S.D.= 0.96) และ ความสะอาดของห้องน้ำ ($\bar{x} = 3.47$, S.D.= 1.22) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ
ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน

| ด้านร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน | ระดับความพึงพอใจ | | |
|-------------------------------|------------------|-------------|------------|
| | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 ร้านอาหารมีความหลากหลาย | 3.80 | 0.97 | มาก |
| 2 คุณภาพของอาหาร | 4.03 | 0.84 | มาก |
| 3 ความสะอาดของร้านอาหาร | 4.05 | 0.83 | มาก |
| 4 ราคามีความเหมาะสมและคุ้มค่า | 4.05 | 0.93 | มาก |
| ค่าเฉลี่ยรวม | 3.98 | 0.89 | มาก |

จากตาราง 13 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการ
บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน
นานาชาติดอนเมือง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$, S.D.= 0.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
พบว่า มีระดับมากที่สุดทั้งหมด จำนวนทุกข้อ คือ ราคามีความเหมาะสมและคุ้มค่า ($\bar{x} = 4.05$, S.D.=
0.93) ความสะอาดของร้านอาหาร ($\bar{x} = 4.05$, S.D.= 0.83) คุณภาพของอาหาร ($\bar{x} = 4.03$, S.D.=
0.84) และร้านอาหารมีความหลากหลาย ($\bar{x} = 3.80$, S.D.= 0.97) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ
ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยาน

| ด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยาน | ระดับความพึงพอใจ | | |
|---|------------------|------|-----------|
| | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 ร้านขายของฝากหรือของที่ระลึก หรือร้านขาย สินค้าพื้นเมือง | 4.23 | 0.62 | มากที่สุด |
| 2 ร้านค้ามีความหลากหลาย | 4.16 | 0.64 | มาก |
| 3 ราคามีความเหมาะสมและคุ้มค่า | 4.28 | 0.66 | มากที่สุด |
| 4 ความสะอาดของร้านค้า | 4.41 | 0.64 | มากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ยรวม | 4.27 | 0.64 | มากที่สุด |

จากตาราง 14 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการ
บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยาน
นานาชาติดอนเมือง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.27$, S.D.= 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
พบว่า มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดทั้งหมด จำนวน 3 ข้อ คือ ราคามีความเหมาะสมและคุ้มค่า (\bar{x}
= 4.28, S.D.= 0.66) ความสะอาดของร้านค้า ($\bar{x} = 4.41$, S.D.= 0.64) และร้านขายของฝากหรือ
ของที่ระลึก หรือร้านขายสินค้าพื้นเมือง ($\bar{x} = 4.23$, S.D.= 0.62) ตามลำดับ และพบว่ามีระดับมาก
จำนวน 1 ข้อคือ ร้านค้ามีความหลากหลาย ($\bar{x} = 4.16$, S.D.= 0.64)

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยาน

| ด้านระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยาน | ระดับความพึงพอใจ | | |
|--|------------------|-------------|------------|
| | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 การให้ความช่วยเหลือของพนักงานสนามบิน โดยทั่วไป | 3.96 | 0.78 | มาก |
| 2 มารยาทของพนักงานสนามบิน | 4.04 | 0.77 | มาก |
| 3 ระยะเวลาในการตรวจสอบสัมภาระ | 4.01 | 0.77 | มาก |
| 4 เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบสัมภาระ | 4.12 | 0.70 | มาก |
| 5 การแสดงข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยบริเวณจุดตรวจ | 4.02 | 0.78 | มาก |
| ค่าเฉลี่ยรวม | 4.03 | 0.75 | มาก |

จากตาราง 15 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.03$, S.D.= 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดทั้งหมด จำนวนทุกข้อ คือ เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบสัมภาระ ($\bar{x} = 4.12$, S.D.= 0.78) มารยาทของพนักงานสนามบิน ($\bar{x} = 4.04$, S.D.= 0.77) ด้านการแสดงผลเกี่ยวกับความปลอดภัยบริเวณจุดตรวจ ($\bar{x} = 4.02$, S.D.= 0.78) ระยะเวลาในการตรวจสอบสัมภาระ ($\bar{x} = 4.01$, S.D.= 0.77) และการให้ความช่วยเหลือของพนักงานสนามบิน โดยทั่วไป ($\bar{x} = 3.96$, S.D.= 0.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป

| ด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป | ระดับความพึงพอใจ | | |
|-------------------------------------|------------------|-------------|------------|
| | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 ความสะอาดภายในท่าอากาศยาน | 4.00 | 0.77 | มาก |
| 2 สภาพแวดล้อมโดยรวมภายในท่าอากาศยาน | 4.15 | 0.73 | มาก |
| 3 การตกแต่งภายในท่าอากาศยาน | 4.01 | 0.80 | มาก |
| ค่าเฉลี่ยรวม | 4.05 | 0.77 | มาก |

จากตาราง 16 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไปอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.05$, S.D.= 0.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับมากทั้งหมด จำนวนทุกข้อ คือ สภาพแวดล้อมโดยรวมภายในท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 4.15$, S.D.= 0.73) การตกแต่งภายในท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 4.01$, S.D.= 0.80) และความสะอาดภายในท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 4.00$, S.D.= 0.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการทำอากาศยานนานาชาติตอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านระบบตรวจคนเข้า-ออกเมืองและระบบศุลกากร

| ด้านระบบตรวจคนเข้า-ออกเมืองและระบบศุลกากร | ระดับความพึงพอใจ | | |
|---|------------------|-------------|----------------|
| | \bar{x} | S.D. | แปลผล |
| 1 ระยะเวลาในการรอระบบตรวจคนเข้า-ออกเมือง | 3.52 | 0.90 | มาก |
| 2 ระยะเวลาในการรอระบบศุลกากร | 3.26 | 0.96 | ปานกลาง |
| 3 เครื่องมือที่ใช้ในด้านตรวจคนเข้าเมือง | 3.35 | 0.81 | ปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ยรวม | 3.37 | 0.89 | ปานกลาง |

จากตาราง 17 แสดงผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในคุณภาพการบริการทำอากาศยานนานาชาติตอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติด้านระบบตรวจคนเข้า-ออกเมืองและระบบศุลกากรของทำอากาศยานนานาชาติตอนเมืองอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.37$, S.D.= 0.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับมากที่สุดทั้งหมด จำนวน 1 ข้อ คือ ระยะเวลาในการรอระบบตรวจคนเข้า-ออกเมือง ($\bar{x} = 3.52$, S.D.= 0.90) และพบว่าอยู่ในระดับปานกลางจำนวน 2 ข้อ คือ เครื่องมือที่ใช้ในด้านตรวจคนเข้าเมือง ($\bar{x} = 3.35$, S.D.= 0.81) และระยะเวลาในการรอระบบศุลกากร ($\bar{x} = 3.26$, S.D.= 0.96) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมุติฐานข้อที่ 1 การรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ

ตารางที่ 18 แสดงผลการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ วิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

| คุณภาพการบริการ | Beta | t | sig |
|--|-------|-------|--------|
| ด้านการเดินทางเข้าถึง สนามบิน และการเดินทาง ภายในสนามบิน | 0.100 | 6.026 | 0.000* |
| ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ในสนามบิน | 0.102 | 4.583 | 0.000* |
| ด้านร้านอาหารภายในท่า อากาศยาน | 0.079 | 4.354 | 0.000* |
| ด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยาน | 0.090 | 4.856 | 0.000* |
| ด้านระบบความปลอดภัยของ ท่าอากาศยาน | 0.077 | 3.294 | 0.001* |
| ด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป | 0.110 | 5.811 | 0.000* |
| ด้านระบบตรวจคนเข้า/ออกเมืองและ ระบบศุลกากร | 0.125 | 6.075 | 0.000* |

$R^2 = 0.581$, $F\text{-Value} = 77.589$, $n = 400$, $\text{Sig.} \leq 0.05^*$

จากตารางที่ 18 พบว่าการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบิน ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน ด้านร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน ด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยานด้านระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยาน ด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป และด้านระบบตรวจคนเข้า/ออกเมืองและระบบศุลกากรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมุติฐานข้อที่ 2 เพศของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบเพศของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่แตกต่างกัน

| เพศ | \bar{x} | S.D. | t | p |
|------|-----------|------|--------|-------|
| ชาย | 3.84 | 0.29 | -0.351 | 0.331 |
| หญิง | 3.85 | 0.30 | | |

$p > 0.05$

จากตารางที่ 19 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง โดยจำแนกตามเพศ ด้วยวิธีการทดสอบค่าที (t-test) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 3 อายุของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบอายุของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่แตกต่างกัน

| แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F | p |
|------------------|---------|-----|-------|-------|-------|
| ระหว่างกลุ่ม | 0.654 | 39 | 0.164 | 1.799 | 0.128 |
| ภายในกลุ่ม | 35.905 | 360 | 0.091 | | |
| รวม | 644.938 | 399 | | | |

$p > 0.05$

จากตารางที่ 20 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง โดยจำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One - Way ANOVA พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่ไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 4 ถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยวนานาชาติทวีปเอเชียและทวีปยุโรป มีความพึงพอใจในการใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติตอนเมืองที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติตอนเมืองที่แตกต่างกัน

| ถิ่นพำนัก | \bar{x} | S.D. | t | p |
|-----------|-----------|-------|-------|-------|
| เอเชีย | 3.83 | 0.295 | -2.11 | 0.157 |
| ยุโรป | 3.92 | 0.327 | | |

$p > 0.05$

จากตารางที่ 21 เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติตอนเมือง โดยจำแนกตามถิ่นพำนัก ด้วยวิธีการทดสอบค่าที (t -test) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีถิ่นพำนักที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำอากาศยานนานาชาติตอนเมือง ที่ไม่แตกต่างกัน



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานดอนเมืองที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานดอนเมืองที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ และ เพื่อเปรียบเทียบ เพศ อายุ และถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง

กลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่ใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองทั้งขาเข้าและขาออก โดยเก็บข้อมูลบริเวณพื้นที่หน้าท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งตอนเป็น 3 ตอน โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ถิ่นพำนัก และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการ ลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบจำนวน 8 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended Questionnaire) 1 ข้อ เกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของ โดยพิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ได้ผลเท่ากับ 0.90 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability Test) โดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับประชากรที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน คือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติบริเวณหน้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (α -Coefficient) ของ คอเรนบาร์ค โดยได้ค่าครอนบาร์คอัลฟา เท่ากับ 0.87

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน โดยขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่ใช้บริการระหว่างประเทศของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยจะทำการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามโดยการสอบถามนักท่องเที่ยวก่อนแจกแบบสอบถาม โดยนักท่องเที่ยวต้องใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติ

ตอนเมืองในการเดินทางระหว่างประเทศทั้งขาเข้าและขาออก และผู้วิจัยรับแบบสอบถามกลับทันทีที่กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยโดยใช้เวลาในการเก็บแบบสอบถามเป็นระยะเวลา 1 เดือน ในระหว่างวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ จำนวน 50 คน เนื่องจากเป็นวันธรรมดา และเก็บข้อมูลวันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 50 คน เนื่องจากวันเสาร์ และอาทิตย์เป็นวันที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมา มาก จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ดังนี้

- วิเคราะห์หาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
- วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
 - สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที่ (t-test)
 - สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA)
 - สถิติสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากข้อมูลทางด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งเพศหญิงมีจำนวน 225 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 56.2 และเพศชายจำนวน 175 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 43.8

จากข้อมูลทางด้านอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20-29 ปี มากที่สุด จำนวน 157 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาอายุ 30-39 ปี จำนวน 118 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 29.5 ต่อมาอายุ 51-59 ปี จำนวน 51 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 12.8 ต่อมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 46 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.5 และน้อยที่สุดมีอายุสูงกว่า 60 ปี จำนวน 28 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 7

จากข้อมูลทางด้านระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุด จำนวน 179 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาศึกษาศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 113 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 28.3 ต่อมาศึกษาในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 84 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 21.0 ต่อมาศึกษาในระดับปริญญาโท จำนวน 20 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 5.0 และน้อยที่สุดศึกษาในระดับปริญญาเอก จำนวน 4 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.0

จากข้อมูลทางด้านอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.3 รองลงมาเป็นอาชีพอิสระ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ต่อมาประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ต่อมาอื่น ๆ ไม่ระบุอาชีพ จำนวน 49 คนคิดเป็นร้อยละ 12.3 ต่อมาพนักงานบริษัทเอกชน และเกษียณ ได้จำนวน 21 คนเท่ากันหรือคิดเป็นร้อยละ 5.3และน้อยที่สุดเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

จากข้อมูลทางด้านรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อปีมากที่สุดคือจำนวนรายได้ 5,000 USD จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมามีรายได้ต่อปี 5001 - 10,000 USD จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 ต่อมามีรายได้ต่อปี 10,001 - 25,000 USD จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ต่อมามีรายได้ต่อปี 25,001 - 30,000 USD จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ต่อมามีรายได้ต่อปี 30,001 - 50,000 USD จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และน้อยที่สุดมีรายได้ต่อปี มากกว่า 50,001 USD จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

จากข้อมูลทางด้านถิ่นพำนักอาศัยของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาศัยในทวีปเอเชียมากที่สุด จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5 รองลงมาอาศัยในทวีปยุโรป จำนวน 66 คน คิดเป็น ร้อยละ 16.5

จากข้อมูลเหตุผลในการเดินทางนั้น ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมาเพื่อพักผ่อนและท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นจำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.3 รองลงมาคือ เพื่อติดต่อธุรกิจจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 และน้อยที่สุดคือทั้งสองแบบ (พักผ่อนและท่องเที่ยว และติดต่อธุรกิจ) จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

จากข้อมูลจำนวนครั้งในการเดินทางนั้น ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมาจำนวน 2-3 ครั้งมากที่สุดเป็นจำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 รองลงมาคือ ครั้งแรกจำนวน 94 คน และน้อยที่สุดคือ จำนวน 4 คน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองของนักท่องเที่ยวนานาชาติ โดยรวม อยู่ในระดับคุณภาพการบริการมาก ($\bar{x} = 3.72$, S.D.= 0.87) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับคุณภาพการบริการทุกด้านคือ ร้านค้าภายในท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ($\bar{x} = 4.27$, S.D.= 0.64) ระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ($\bar{x} = 4.09$, S.D.= 0.71) สิ่งแวดล้อมโดยทั่วไปภายในท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง (

$\bar{x} = 3.99$, S.D.= 0.76) ร้านอาหารภายในท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ($\bar{x} = 3.78$, S.D.= 0.92) ระบบตรวจคนเข้า-ออกเมืองและระบบศุลกากรของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ($\bar{x} = 3.69$, S.D.= 0.84)ระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง($\bar{x} = 3.65$, S.D.= 0.97) การเดินทางเข้าถึง และการเดินทางภายในท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 3.44$, S.D.= 1.00) และการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 3.43$, S.D.= 0.94) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจนักท่องเที่ยวนานาชาติดอนเมือง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติในการใช้บริการท่าอากาศยานดอนเมือง โดยรวม อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{x} = 3.83$, S.D.= 0.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดจำนวน 1 ด้านคือ ร้านค้าภายในท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ($\bar{x} = 4.27$, S.D.= 0.64) มีระดับความพึงพอใจมาก จำนวน 5 ด้าน คือ สิ่งแวดล้อมโดยทั่วไปภายในท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ($\bar{x} = 4.05$, S.D.= 0.77) ระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ($\bar{x} = 4.03$, S.D.= 0.75) ร้านอาหารภายในท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ($\bar{x} = 3.98$, S.D.= 0.89) การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 3.75$, S.D.= 1.03) และการเดินทางเข้าถึง และการเดินทางภายในท่าอากาศยาน ($\bar{x} = 3.42$, S.D.= 1.00) ตามลำดับ และมีระดับความพึงพอใจปานกลาง จำนวน 1 ด้าน คือ ระบบตรวจคนเข้า-ออกเมืองและระบบศุลกากรของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ($\bar{x} = 3.37$, S.D.= 0.89)

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 การรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) การรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบินด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบินด้านร้านอาหารภายในท่าอากาศยานด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยานด้านระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยานด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป และด้านระบบตรวจคนเข้า/ออกเมืองและระบบศุลกากรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมุติฐานข้อที่ 2 เพศของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่าเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง โดยจำแนกตามเพศ ด้วยวิธีการทดสอบค่าที (t -test) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ที่ไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 3 อายุของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่าเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง โดยจำแนกตามอายุ โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One – Way ANOVA พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่ไม่แตกต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 4 ถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยวทวีปเอเชียและทวีปยุโรป มีความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่าเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง โดยจำแนกตามถิ่นพำนัก ด้วยวิธีการทดสอบค่าที (t -test) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีถิ่นพำนักที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ที่ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัยเรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวพบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบินด้านการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน ด้านร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน ด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยานด้านระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยาน ด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป และด้านระบบตรวจคนเข้า/ออกเมืองและระบบศุลกากรมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 การรับรู้คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ด้านการเดินทางเข้าถึงสนามบิน และการเดินทางภายในสนามบิน เนื่องจากท่าอากาศยานที่ตั้งของสนามบินมีระบบการขนส่งสาธารณะที่เข้าถึงได้ ทำให้เกิดความสะดวก ซึ่งสอดคล้องกับ

แนวคิดของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543)ระบุว่า นักท่องเที่ยวจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจหนึ่งนั้นคือ การคมนาคมขนส่งที่มีความสะดวก เข้าถึงได้ง่าย และสอดคล้องกับทฤษฎี 6 A's ของ บูฮาลิส (Buhalis, 2000) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบที่ดีของการท่องเที่ยวจะต้องมี การเข้าถึงที่ง่ายและสะดวก มีการคมนาคมที่ดี สามารถเข้าถึงได้หลายรูปแบบ ทั้งยานพาหนะส่วนตัวและระบบรถสาธารณะที่ดี มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน

1.2. การรับรู้คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน อาจเป็นเพราะว่ามีการรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจอยู่ในระดับที่มาก ยกตัวอย่างเช่น ระยะเวลาในการรอเช็คคิน หรือ เวลาในการรอกระเป๋ามีความรวดเร็ว นั้นหมายถึงความพร้อมในการให้บริการของผู้ให้บริการต้องมีการเตรียมพร้อมในการให้บริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของอินทรา จันทรรัฐ (2552) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะของงานบริการเป็นงานที่ต้องตอบสนองทันที ผู้บริการจะต้องมีความพร้อมในการบริการเพื่อตอบสนองผู้รับบริการทันที ส่วนในด้านอื่นๆเช่น ความสะอาดของห้องน้ำ ห้องน้ำมีจำนวนเพียงพอ ก็มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของบูฮาลิส (Buhalis, 2000) กล่าวไว้ว่า แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

1.3. การรับรู้คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองด้านร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน เพราะ ร้านอาหารมีความหลากหลาย คุณภาพ ความสะอาดของอาหาร รวมไปถึงราคา ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลถึงความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการทางด้านร้านอาหาร โดยสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารนอกบ้านในเขตกรุงเทพมหานครของฐิติภัทท์ ศรีวิไลทนต์ (2557) ที่กลุ่มผู้ใช้บริการให้ความสำคัญไปถึงปัจจัยทางด้านคุณภาพของอาหาร ความหลากหลายของอาหารและราคาของอาหาร และ จากงานวิจัยเรื่อง การให้บริการแก่ผู้โดยสารของท่าอากาศยานในการกำกับดูแลของกรมการบินพลเรือน ของ สุภกัญญา ชวนิชย์ และปริยากร มนุเสวต (2556)ได้กล่าวไว้ว่า ร้านอาหารเป็นการบริการภายในท่าอากาศยานประเภทหนึ่งที่ใช้บริการจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ เพราะฉะนั้นจะต้องมีคุณลักษณะ 3 ประการคือ ราคาย่อมเยา เหมาะสม และเป็นที่ยินดี ของผู้ใช้บริการ

1.4. การรับรู้คุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองด้านร้านค้าภายในท่าอากาศยาน เนื่องจาก มีความหลากหลายของร้านขายของฝากหรือของที่ระลึก หรือร้านขายสินค้าพื้นเมือง รวมไปถึงราคาที่คุ้มค่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจและปัจจัยที่มีอิทธิพลการเลือกใช้บริการประเภทสินค้าที่ระลึกคือ การออกแบบที่มีเอกลักษณ์พื้นเมือง การควบคุมคุณภาพสอดคล้องกับราคา ทำให้เกิดความคุ้มค่า และสอดคล้องกับแนวคิดของสุภกัญญา ขวณิช และปริยากร มนุเสวต (2556) ที่ได้กล่าวไว้ว่า คุณลักษณะที่ดีของร้านค้าภายในท่าอากาศยานจะต้องมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ผู้รับบริการเกิดความเต็มใจที่จะจ่าย และ เป็นที่ยินดีของผู้ใช้บริการ

1.5. การรับรู้คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ด้านระบบความปลอดภัยของท่าอากาศยาน รวมไปถึงด้านมารยาทของผู้ให้บริการ เวลาในการใช้บริการ และเครื่องมือที่ใช้ตรวจสอบภาระบริเวณจุดต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตรวจค้นตามมาตรการรักษาความปลอดภัย กรณีศึกษา อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง ของ ชนม์สิตา บุญเมือง (2553) ซึ่งศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการอยู่ในระดับมาก ปัจจัยจากเครื่องมือในการให้บริการ เวลาในการใช้บริการ และมารยาทของผู้ให้บริการ

1.6. การรับรู้คุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองด้านสิ่งแวดล้อมโดยทั่วไป ภายในท่าอากาศยาน ความสะอาด และการตกแต่งภายในท่าอากาศยาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฉัตยาพร เสมอใจ (2547) ที่อธิบายว่า สภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการเช่น การตกแต่งอาคารสถานที่ ความสะอาดของสถานที่ รวมไปถึงสิ่งต่างๆ ที่มองเห็นได้ และสอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจของ วิธาน จินาภักดิ์ (2555) ที่กล่าวว่า ผู้รับบริการมักให้การชื่นชม สภาพแวดล้อมของการบริการ สถานที่ที่มารับบริการ ความสวยงามของการตกแต่ง ความสะอาด การแบ่งสัดส่วน ตลอดจนวัสดุของเครื่องใช้ในงานบริการ ดังนั้น สภาพแวดล้อม และ บรรยากาศของงานบริการ จึงมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

1.7. การรับรู้คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองด้านระบบตรวจคนเข้า/ออกเมืองและระบบศุลกากร ประกอบด้วย เครื่องมือที่ใช้ในการให้บริการ เวลาในการรับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปารย์ทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์ (2544) ได้ศึกษาพบว่า การใช้อุปกรณ์เครื่องมือที่มีความพร้อมในการให้บริการนั้น ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ และ จากงานวิจัยเรื่อง การให้บริการแก่ผู้โดยสารของท่าอากาศยานในการกำกับดูแลของกรมการบินพลเรือน ของ สุภกัญญา ขวณิช และปริยากร มนุเสวต (2556) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการตรวจหนังสือเดินทาง ตรวจสอบภาระตามหมายศุลกากรนั้น จะเกิดความพึงพอใจได้จะต้อง มีมาตรฐานสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ ต้องสะดวกและมีความรวดเร็วในการให้บริการ

2. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่ไม่แตกต่างกันได้แก่ เพศ อายุ และถิ่นพำนักที่ต่างกัน ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1. ปัจจัยส่วนบุคคลทางด้านเพศ พบว่าเพศที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติที่ไม่ต่างกัน ซึ่งไม่ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเป็นเพราะท่าอากาศยานมีองค์ประกอบของสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการต่างๆ ที่ให้บริการกับผู้ใช้บริการทุกคนโดยไม่แบ่งเพศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิธาน จินากักต์ (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัด กาญจนบุรี ที่ระบุว่าแหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย รองรับกับนักท่องเที่ยวทุกเพศ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลความพึงพอใจโดยรวมไม่ต่างกัน

2.2. ปัจจัยส่วนบุคคลทางด้านอายุของนักท่องเที่ยวแล้วนั้นพบว่าอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติที่ไม่ต่างกัน เพราะท่าอากาศยานมีการจัดการระบบการให้บริการภายในท่าอากาศยานที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับบุคคลทุกช่วงอายุ มีความเป็นรูปธรรมจับต้องได้ รวมถึงมีความพร้อมในการให้บริการกับบุคคลทุกวัย ซึ่งทำให้การให้บริการภายในท่าอากาศยานไม่แตกต่างกันในทุกช่วงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวชายหาดในยาง จังหวัดภูเก็ตของ เกตุวดี ขอเจริญ (2553) ที่พบว่าอายุที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวไม่ส่งผลใดๆ กับด้านพื้นที่ การจัดการ และการบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยาณี ทองงาม (2554) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่ออุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยที่พบว่าอายุที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นรูปธรรมทำให้มีการให้บริการที่ไม่แตกต่างกันในทุกช่วงวัย

2.3. ปัจจัยทางด้านถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่แตกต่างกันนั้น พบว่าถิ่นพำนักที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติที่ไม่ต่างกัน อาจเป็นเพราะท่าอากาศยานนานาชาติ มีการให้บริการด้วยรูปแบบเพื่อความเป็นแบบนานาชาติ ทำให้ตัวท่าอากาศยานนั้นมีการจัดการบริการ ผู้ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการทางด้านศาสนาที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวนานาชาติ ได้ในทุกๆสัญชาติ โดยไม่มีการแบ่งแยกภาษา หรือวัฒนธรรม โดยสอดคล้องกับ งานวิจัยของจุฑาภา ตาดพริ้ง (2546) ที่ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอเมริกันและยุโรปตะวันตกที่มีต่อประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ทวีป (ถิ่นพำนัก) ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการจัดการ ด้านระบบตรวจคนเข้า-ออกเมืองของท่าอากาศยาน ให้มีความรวดเร็ว เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น
2. ควรมีการจัดการระบบการคมนาคมในการเข้าสู่ท่าอากาศยาน อาจมีการเพิ่มจำนวนขนส่งสาธารณะ ให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีตัวเลือกในการใช้งานที่เยอะขึ้น
3. ควรมีการเพิ่มการให้บริการบริเวณจุดตรวจคนเข้า-ออกเมืองและระบบศุลกากร อาจมีการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการตรวจ หรือทำเทคโนโลยีมาใช้มากขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้บริการและเกิดความรวดเร็วในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อความสมบูรณ์มากขึ้นในการศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานดอนเมืองที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบถึงปัจจัยส่วนบุคคลอื่นๆของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

รายการอ้างอิง

- Buhalis, D. (2000). Relationships in the distribution channel of tourism: Conflicts between hoteliers and tour operators in the Mediterranean region. *International Hospitality, Leisure and Tourism Administration Journal*, 1.
- Chen, M. L., & Chen, K.J. (2010). The relations of organizational characteristics, customer - oriented behavior and service quality. *African Journal of Business Management*, 2059-2074.
- Cohen, J. M., and Uphoff, Norman T (1979). [Rural Development Participation: Concepts and Measure for Project Design Implementation and Evaluation].
- Garrison, K. C. (1972). *Educational Psychology*. Columbus: Charles E. Merrill Publishing.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*: Prentice Hall.
- McIntosh, R. W., & Goedner Charles R. (1986). *Tourism Principle, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Morse, N. C. (1958). *Satisfaction in the White Collar Job*. Michigan: University of Michigan.
- Norudin M., S. A. M. S. R. Z. J. (2012). *Sustaining Internationalization of Airport Service Quality in Malaysia*. (Master's Thesis), Universiti Teknologi MARA.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*.
- Taro, Y. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row Publication.
- TEIKAKE, A. (2012). *Customer satisfaction with air service delivery within Kiribati*. (Master's Thesis), Massey University.
- Tolpa, E. (2012). *Measuring Customer Expectations of Service Quality: case Airline Industry*. (Master's Thesis), Aalto University.
- Wali, R. (2013). *Investigating Airport Service Quality: The case of King Abdulaziz International Airport*. (Bachelor of Science in Business Administration), Effat University.

- Widarsyah, R. (2013). *The Impact of Airport Service Quality Dimension on Overall Airport Experience and Impression*. (Master's Thesis), University of Nevada.
- กลุ่มสถิติและเศรษฐกิจการท่องเที่ยวกรมการท่องเที่ยว. (2557). สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว. ธันวาคม 2557. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬากรมการท่องเที่ยว
- กัลยาณี ทองงาม. (2554). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2543). คือถิ่นฐาน คือบ้านเรา กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แปลนโมทิฟ
- เกตุวดี ขอเจริญ. (2553). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชายหาดในบางจังหวัดภูเก็ต. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ขวัญ พิพัฒน์สุขมงคล. (2551). การพัฒนามาตรการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อคุณภาพการบริการของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จรัสพันธ์ สิทธิเจริญ. (2550). พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จริญญา เจริญสุข และสุวัฒน์ จุฑากรณ์. (2545). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมกร. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จำเนียร ช่างซัด. (2519). จิตวิทยาการรับรู้และการเรียนรู้. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จุฑาภา ตาดพริ้ง. (2546). การเปิดรับข่าวสารกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวอเมริกันและยุโรปตะวันตกที่มีต่อประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2547). การจัดการและการตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ชนม์สิตา บุญเมือง. (2553). ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตรวจค้นตามมาตรการรักษาความปลอดภัย กรณีศึกษา อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ชลธร ตั้งตระกูลเจริญ. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคสินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ฐิติภัทท์ ศรีวิไลทนต์. (2557). ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านอาหารนอกบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ, 2(4).
- ตุลย์ลักษณ์ อุไพบิจิตร. (2550). ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความจงรักภักดีของผู้บริโภคต่อร้านขายยาที่แอนด์ที. กรุงเทพฯ: ฟาร์มมา.
- ท่าอากาศยานไทย. (2547). บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด. Retrieved 20 มิถุนายน, 2558, from <http://www.aviation.go.th/rbm/aot.doc>

- ท่าอากาศยานไทย. (2559). ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง. Retrieved 23 เมษายน, 2559, from <http://donmueangairportthai.com/th>
- นิคม จารุมนี. (2535). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การศาสนา.
- บรรยงค์ โตจินดา. (2543). การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ดีไซน์.
- ปารย์ทิพย์ ธนาภิกุปตานนท์. (2544). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการที่ได้รับกับความพึงพอใจและความภักดีของคณเฒ่า : กรณีศึกษาโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต), มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2557). บอร์ด ทอท.ลุยสุวรรณภูมิเฟส 2 โฉมใหม่ ลงทุน 6.61 หมื่นล้านรวมรันเวย์ 3. Retrieved 31 สิงหาคม, 2558, from <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=957000011948>
- 6
- ผู้จัดการออนไลน์. (2558). นายกษ สังกัปัญหาจราจรสนามบินดอนเมือง. Retrieved 31 สิงหาคม, 2558, from <http://www.manager.co.th/Politics/ViewNews.aspx?NewsID=9580000082622>
- พงษ์เทพ สันติพันธ์. (2546). ความพึงพอใจของลูกค้าจากการใช้บริการสินเชื่อเพื่อซื้อบ้านพร้อมที่ดิน ของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต), มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ไพโรพนา ศรีเสน. (2544). ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการในงานผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล. (ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต), สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- รติรส อินกล้า. (2557). คุณภาพการบริการของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. สำนักงานคณะกรรมการพิเศษ.
- วรพร ฉายากี. (2556). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย. (ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรณภา วงษ์วานิช. (2539). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรรษมน จันทิษฐ. (2552). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยศึกษารณีสถิตลาดน้ำอ้อมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิธาน จินาภักดี. (2555). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติน้ำตกเอราวัณ จังหวัดกาญจนบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- วีรพงษ์ เฉลิมจิรววัฒน์. (2538). คุณภาพในงานบริการ. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย - ญี่ปุ่น).
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2546). ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). ลักษณะของการบริการ. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- สร้อยตระกูล อรรถมานะ. (2550). พฤติกรรมองค์การ: ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภกัญญา ชวนิชย์ และปรียากร มนุเสวต. (2556). การให้บริการแก่ผู้โดยสารของท่าอากาศยานในการกำกับดูแลของกรมการบินพลเรือน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- สุภลักษณ์ ชัยอนันต์. (2540). ความพึงพอใจของเกษตรกรที่มีต่อโครงการส่งเสริมการปลูกมะเขือเทศแบบมีลักษณะผูกพันในจังหวัดลำปาง. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุมนา บุญหลาย. (2550). การรับรู้ของพยาบาลในความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของโรงพยาบาลศิริราช. (วิทยาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: บริษัท ธีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2547). ครบเครื่องเรื่องการตลาด. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อารยา อินคชสาร. (2554). การประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. (ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อินทรา จันทร์รัฐ. (2552). ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่อเที่ยวบินภายในประเทศ. (ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อุดม เขยแก้ว. (2548). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว.



ภาคผนวก ก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

Questionnaire

Title of the study: Service Quality Perceptions of Donmuang International Airport Affecting international Tourists' Satisfaction

Purpose of the Study: You are invited to participate in a research study. The purpose of this study is to investigate the impact of different airport service components on passengers overall experience with the airport.

1. DEMOGRAPHIC INFORMATION

(The following questions will ask about your demographic characteristics. The purpose of these questions is for data classification only.)

- 1.1 What is your gender? Male Female
- 1.2 How old are you?
 20 - 29 30 - 39 40 - 49
 50 - 59 60 - Older
- 1.3 Where do you live?
 Asia Europe
- 1.4 What is highest level of education you have completed?
 Lower than high school High School
 Bachelor Degree Master's degree
 PhD
- 1.5 Which of the following is closest to your most recent or current occupation?
 Homemaker Professional worker
 Sales/ Representative person Skilled/ Technical worker
 Self employed/ Business owner
 Freelance Student
 Retired Unemployed
 Other (please specify) _____
- 1.6 What is your annual salary (including bonus and commissions) in US dollar?
 under 5,000 5,001 - 10,000 10,001 - 25,000
 25,001 - 30,000 30,001 - 50,000 50,001 - higher
- 1.7 How many times in the past 12 months have you used Donmueng International Airport?
 First 2 - 3 4 - 5 More than 5
- 1.8 Do you consider yourself mostly as a leisure traveler, a business traveler, or both?
 Leisure traveler Business traveler Both
 None of these, Please specify _____



Protocol No. 007-1/59

Date of Approval. 3 MAR. 2016

Approval Expire Date. 2 MAR. 2017

2. AIRPORT SERVICES

(Please evaluate your Donmueng International Airport in terms of the following service attributes by selecting answer which best represents your recent experience with each service attribute.)

| Service Quality | | | | | 2.1 Airport Access and Travel within the Airport | Satisfaction | | | | |
|-----------------|------|---------|------|-----------|--|--------------|------|---------|------|-----------|
| Poor | Fair | Average | Good | Excellent | | Poor | Fair | Average | Good | Excellent |
| | | | | | Access to and from the airport by public transportation | | | | | |
| | | | | | Walking distance between immigration counters to gates or exits | | | | | |
| | | | | | Clarity of airport terminal signs and symbols | | | | | |

| Service Quality | | | | | 2.2 Airport Services and Facilities | Satisfaction | | | | |
|-----------------|------|---------|------|-----------|---|--------------|------|---------|------|-----------|
| Poor | Fair | Average | Good | Excellent | | Poor | Fair | Average | Good | Excellent |
| | | | | | Processing time at check-in counters | | | | | |
| | | | | | Internet/ WiFi accessibility | | | | | |
| | | | | | Seats in Gate or waiting area | | | | | |
| | | | | | Waiting time at baggage claim | | | | | |
| | | | | | Sufficient restroom | | | | | |



Protocol No..... 007-1/59
 Date of Approval..... - 3 MAR 2016
 Approval Expire Date..... - 2 MAR 2017

| | | | | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|---------------------------------------|--|--|--|--|--|
| | | | | | Cleanliness of restroom | | | | | |
| | | | | | Clarity of flight information display | | | | | |
| | | | | | Sufficient information counter | | | | | |

| Service Quality | | | | | 2.3 Airport restaurant/ Dining Facilities | Satisfaction | | | | |
|-----------------|------|---------|------|-----------|--|--------------|------|---------|------|-----------|
| Poor | Fair | Average | Good | Excellent | | Poor | Fair | Average | Good | Excellent |
| | | | | | Variety of restaurants | | | | | |
| | | | | | Quality of food | | | | | |
| | | | | | Cleanliness of restaurant | | | | | |
| | | | | | Value and pricing of food and beverage at restaurant | | | | | |

| Service Quality | | | | | 2.4 Airport Shopping Facilities | Satisfaction | | | | |
|-----------------|------|---------|------|-----------|---|--------------|------|---------|------|-----------|
| Poor | Fair | Average | Good | Excellent | | Poor | Fair | Average | Good | Excellent |
| | | | | | Availability of souvenir shops and local goods | | | | | |
| | | | | | Variety of retail shops | | | | | |
| | | | | | Value and pricing of goods and services at retail shops | | | | | |
| | | | | | Cleanliness of retail shops | | | | | |



Protocol No. 007-1/59
 *
 Date of Approval..... - 3 MAR 2016
 Approval Expire Date..... - 2 MAR 2017

| Service Quality | | | | | 2.5 Airport Security Services | Satisfaction | | | | |
|-----------------|------|---------|------|-----------|--|--------------|------|---------|------|-----------|
| Poor | Fair | Average | Good | Excellent | | Poor | Fair | Average | Good | Excellent |
| | | | | | Helpfulness of airport staff | | | | | |
| | | | | | Courtesy of airport staff | | | | | |
| | | | | | Waiting/ processing time at security check point | | | | | |
| | | | | | Quality of security checking equipment | | | | | |
| | | | | | Available information regarding security process | | | | | |

| Service Quality | | | | | 2.6 Airport Environment | Satisfaction | | | | |
|-----------------|------|---------|------|-----------|--|--------------|------|---------|------|-----------|
| Poor | Fair | Average | Good | Excellent | | Poor | Fair | Average | Good | Excellent |
| | | | | | Overall cleanliness of the airport | | | | | |
| | | | | | Overall ambience of the airport | | | | | |
| | | | | | Overall interior setting and layout of the airport | | | | | |



Protocol No. 007-1/59
 Date of Approval... - 3 MAR 2016
 Approval Expire Date... - 2 MAR 2017

| Service Quality | | | | | 2.7 Airport Immigrations and Custom Services | Satisfaction | | | | |
|-----------------|------|---------|------|-----------|--|--------------|------|---------|------|-----------|
| Poor | Fair | Average | Good | Excellent | | Poor | Fair | Average | Good | Excellent |
| | | | | | Waiting and processing time at immigration control | | | | | |
| | | | | | Waiting and processing time at customs clearance | | | | | |
| | | | | | Quality of immigrations checking tools | | | | | |

4. Please provide feedback regarding your experience with Donmueng International Airport. You can share anything positive and/or negative, as they will help the airport administration to improve its services. Please be as specific as possible



Protocol No..... 007-1/59.....
 Date of Approval..... - 3 MAR 2016.....
 Approval Expire Date..... - 2 MAR 2017.....

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) อริยาภรณ์ ตั้งศรีธนาวงศ์
(ภาษาอังกฤษ) ARIYAPORN TANGSRITANAWONG

วัน/เดือน/ปีเกิด 13 มิถุนายน พ.ศ. 2534

ภูมิลำเนา กรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา

ปัจจุบัน กำลังศึกษาในหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปริญญาตรี สำเร็จการศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต เอกการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการจัดการภาคบริการ คณะวิทยาลัยนานาชาติเพื่อศึกษาความยั่งยืน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีการศึกษา 2555

กำลังศึกษาวิจัยเรื่อง

(ชื่อภาษาไทย) การรับรู้คุณภาพการบริการท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวนานาชาติ

(ชื่อภาษาอังกฤษ) SERVICE QUALITY PERCEPTIONS OF DONMUANG INTERNATIONAL AIRPORT AFFECTING INTERNATIONAL TOURISTS' SATISFACTIONS

เบอร์โทรศัพท์ติดต่อผู้วิจัย 090-979-2969

อีเมลติดต่อผู้วิจัย aryp.tstnw@gmail.com