

ความคาดหวังด้านบริการของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการ ท่าอากาศยานภายในประเทศ

Service Expectations of Arrival Passengers at Domestic Terminal Services

ครรชิตพล ยศพรไพบูลย์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณแบบวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังด้านบริการของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศ การวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจความคาดหวังของผู้โดยสารด้านบริการ โดยเครื่องมือ SERVQUAL ใน 5 ด้าน ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่าความคาดหวังของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศประกอบด้วย ด้านการสร้างความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 5.20) ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 5.11) ด้านการตอบสนอง (ค่าเฉลี่ย 5.08) ด้านความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.81) และ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (ค่าเฉลี่ย 4.78) ตามลำดับ จากผลการสำรวจยังพบว่า ระดับความคาดหวังด้านบริการของกลุ่มผู้ใช้บริการครั้งคราวมีความคาดหวังมากกว่าผู้ใช้บริการประจำท่าอากาศยานภายในประเทศ

ABSTRACT

This descriptive research is a survey research. The objective was to study the service expectations of arrival passengers at domestic terminal services. This research was conducted by using the SERVQUAL instrumentation of 5 dimensions. The results found that the arrival passengers' expectations of domestic terminal services relate to the assurance dimension (mean 5.20), tangibles dimension (mean 5.11), responsiveness dimension (mean 5.08), reliability dimension (mean 4.81), and empathy dimension (mean 4.78) respectively. The results also found that occasional passengers have significantly higher service expectations than frequent customers of domestic terminal services.

บทนำ

อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลกเท่ากับร้อยละ 4.2 (ปี พ.ศ. 2543-2553) สามารถสร้างรายได้ของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2549 ถึง 486,000 ล้านบาท โดยมีนักท่องเที่ยวจำนวน 13.90 ล้านคน ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวต่อ GDP ร้อยละ 6.22 (กัญญารักษ์ และ จันทร์ทิพย์, 2546) และรายได้ส่วนหนึ่งมาจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสนามบิน ดังนั้น ความคาดหวังของผู้โดยสารที่มีต่อบริการสนามบินเป็นสิ่งจำเป็นที่นำมาปรับเป็นกลยุทธ์ด้านบริการ (Grönroos, 1988, 1990; Zeithaml, et al. (1996) เพื่อทราบถึงความคาดหวังคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ

สนามบิน (Fodness and Murray, 2007; Yeh and Kuo, 2002) และการแจ้งข่าวสารเป็นการเสนอเหตุผลที่อุตสาหกรรมสนามบินควรให้ความสำคัญกับผู้ใช้บริการในการรับรู้ถึงคุณภาพบริการ (Bomenblit, 2002; Fodness and Murray, 2007)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- เพื่อศึกษาความคาดหวังด้านบริการ (Service Expectations) ของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศ
- เพื่อศึกษาความคาดหวังด้านบริการในความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การ

สร้างความมั่นใจ (Assurance) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) ของผู้ใช้บริการทำอากาศยานภายในประเทศ

3. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังด้านบริการ (Service Expectations) ของกลุ่มผู้ใช้บริการประจำและผู้ใช้บริการครั้งคราว จำแนกองค์ประกอบความคาดหวังด้านบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) ของทำอากาศยานภายในประเทศ

หมายเหตุ: ผู้ใช้บริการครั้งคราว คือ ผู้ใช้บริการมีความถี่น้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือนและผู้ใช้บริการประจำ คือ ผู้ใช้บริการมีความถี่มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน

สมมติฐาน

1. ระดับความคาดหวังด้านบริการ (Service Expectations) ของผู้ใช้บริการทำอากาศยานภายในประเทศระดับค่อนข้างสูง

2. ระดับความคาดหวังด้านบริการในความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) ของผู้ใช้บริการทำอากาศยานภายในประเทศค่อนข้างสูง

3. ระดับความคาดหวังด้านบริการ (Service Expectations) ของกลุ่มผู้ใช้บริการครั้งคราว มากกว่าผู้ใช้บริการประจำ จำแนกความคาดหวังด้านบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy)

และรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) ของทำอากาศยานภายในประเทศ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

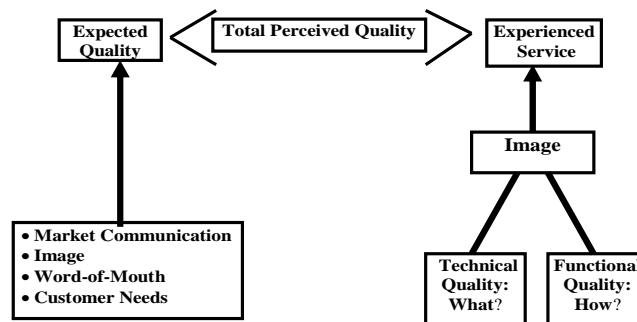
1. เพื่อทราบผลความคาดหวังด้านบริการของผู้ใช้บริการทำอากาศยานภายในประเทศ

2. เพื่อทราบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการประจำและผู้ใช้บริการเป็นครั้งคราว

3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ด้านคุณภาพบริการของทำอากาศยานภายในประเทศ ที่ส่งผลถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทำอากาศยานภายในประเทศต่อไป

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คุณภาพความคาดหวัง ประกอบด้วย การสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communications) ภาพลักษณ์ (Image) การสื่อสารปากต่อปาก (Word-of-mouth Communications) และความต้องการของลูกค้า (Customer Needs) Grönroos, 1998 และ Parasuraman, et al. (1985) ได้ศึกษาวิจัยความคาดหวังและการรับรู้บริการของลูกค้า และบริการที่ความคาดหวังมาจากการสื่อสารปากต่อปาก (Word-of-mouth Communication) ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) และประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) (ดูภาพที่ 1) โดยกล่าวว่าคุณภาพบริการเป็นการรับรู้ต่อบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ โดยเป็นไปตามความคาดหวังได้มากน้อยเพียงใดและระดับของคุณภาพบริการเกิดผลต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังของผู้บริโภค



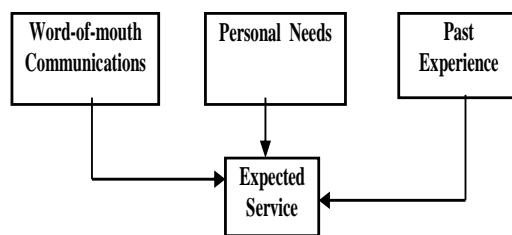
ภาพที่ 1: แสดงการรับรู้คุณภาพบริการ

ที่มา: Grönroos, C. (1988). Service quality: The six criteria of good service quality. Review of Business, 8 (3), 10-12.

ความคาดหวังคุณภาพบริการ (Expectations of Service Quality) Parasuraman, et al. (1988) กล่าวว่า ความคาดหวังเป็นความต้องการส่วนบุคคลที่มาจากประสบการณ์ในอดีตของลูกค้า นั่นคือ “ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการรู้สึกว่าคุณให้บริการควรจะเสนอมากกว่าอยากจะทำอะไรให้แก่พวกเขา” และความคาดหวังในคุณภาพบริการและความพึงพอใจของลูกค้าถูกใช้แตกต่างกัน โดยความคาดหวังบริการ (Service Expectations) ไม่ได้ชี้ให้เห็นถึงการทำนายเกี่ยวกับผู้ให้บริการว่าจะเสนอมะไร แต่จะทำนายเกี่ยวกับผู้ให้บริการควรจะเสนอบริการอะไรมากกว่า

Zeithaml, et al. (1993) ได้ศึกษาความคาดหวังบริการของลูกค้าที่กำหนดด้วยกัน 3 ด้าน คือ 1. การสื่อสารแบบปากต่อปาก ทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการนั้น

ลูกค้าจะพิจารณาถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการจากแหล่งบุคคล เช่น กลุ่มเพื่อนญาติพี่น้อง และจากแหล่งที่มีไขบุคคล เช่น สิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น 2. ความต้องการส่วนบุคคล จะเป็นตัวกำหนดแนวทางว่าสินค้าหรือบริการอะไรที่มีศักยภาพที่สนองความต้องการได้ และผู้ใช้บริการสามารถส่งมอบบริการให้ตามที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการคาดหวังได้ และ 3. ประสบการณ์ในอดีต เป็นการเปรียบเทียบประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีตของลูกค้าที่เคยใช้สินค้าหรือเคยใช้บริการเหล่านั้นมาเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับในปัจจุบัน เช่น การเปรียบเทียบบริการสนามบินที่ใช้อยู่กับบริการสนามบินที่เคยใช้บริการในอดีต (ดูภาพที่ 2)



ภาพที่ 2: แสดงความคาดหวังบริการของลูกค้า

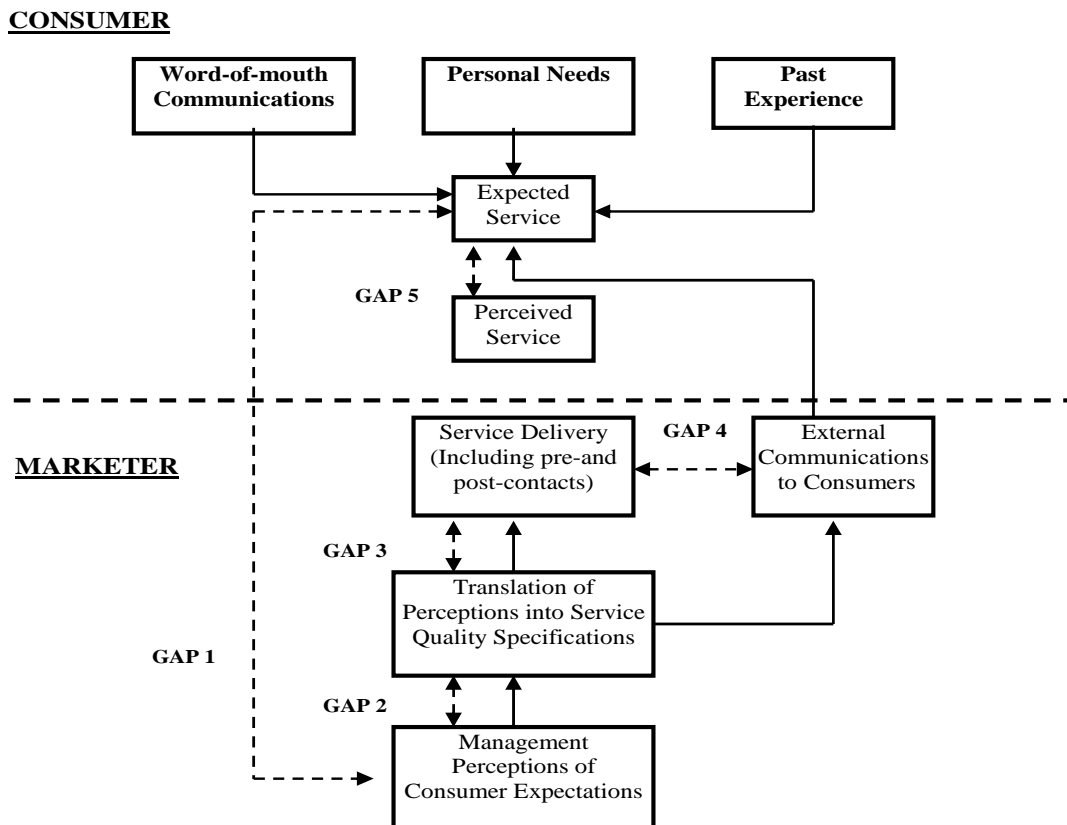
Parasuraman, et al. (1990) จำกัดความของความคาดหวังว่า “ควรจะ” (Should) แสดงให้เห็นว่าแนวคิดบริการที่คาดหวังเป็นการวัดความคาดหวังปกติของลูกค้าตามที่มุ่งหวังไว้ และ Carman (1990) กล่าวว่า ความคาดหวังในคุณภาพบริการจะเกี่ยวกับมาตรฐาน และมาตรฐานนั้นเป็นพื้นฐานมาจากประสบการณ์ในอดีต จะเห็นว่าแนวคิดดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการยืนยันของ Parasuraman, et al. (1990) ซึ่งชี้ให้เห็นว่ามาตรวัดความคาดหวังด้านบริการเป็นการวัดถึงมาตรฐานความคาดหวัง ดังเช่น Miller (1977) กล่าวว่าความคาดหวังที่เป็นเลิศเป็นความต้องการในส่วนระดับของการดำเนินงาน และ Swan and Trawick (1981) เสนอว่าความคาดหวังเป็นระดับที่ลูกค้าต้องการสินค้าในการดำเนินงาน ส่วน Prakash (1984) เสนอว่ามาตรฐานความคาดหวังเป็นการดำเนินการอย่างไรเพื่อให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจอย่างเต็มอัตรา

ความคาดหวังเป็นแนวคิดของลูกค้าที่มีความสอดคล้องถึงความสัมพันธ์ต่อสินค้าและบริการ ที่ลูกค้าได้คาดหวังการดำเนินการของสินค้าหรือบริการไว้ (Bitner, 1992) โดยความคาดหวังของลูกค้าจะเกิดความไม่พึงพอใจก็จะมีช่องว่างเกิดขึ้น หรือความคาดหวังมีมากกว่าการบริการที่ลูกค้าได้รับ (Bebko, 2000) การวิจัยนี้เป็นการวัดความคาดหวังของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศ เพื่อก่อให้เกิดการรับรู้ในการดำเนินงานของผู้ให้บริการว่า ลูกค้ามีความคาดหวังด้านบริการท่าอากาศยานภายในประเทศ

การวัดความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations) เป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือ SERVQUAL ที่ประกอบด้วยปัจจัย 5 ด้านหลัก คือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และรูปลักษณ์

ทางกายภาพ (Tangibles) Parasuraman, et al., 1991; Yousapronpaiboon, 2002 การวัดความคาดหวังบริการของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวคิดรูปแบบคุณภาพบริการ (Service Quality Gaps Model) Parasuraman, et al. 1988 ใน

ช่องว่างที่ 1 คือ ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการและการรับรู้ของผู้บริหาร และช่องว่างที่ 5 คือ ช่องว่างระหว่างการบริการที่ได้รับจริงกับการบริการที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ (ดูภาพที่ 3)



ภาพที่ 3: แสดงกรอบแนวคิดคุณภาพบริการ

ที่มา: Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implication for future research. *Journal of Marketing*, 49 (Fall), 41-50.

ดังนั้น การวัดความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้โดยสารขาเข้า (Customer Expectations) ที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศ จะทำการวัดความคาดหวังในช่องว่างที่ 5 ของเครื่องมือ SERVQUAL ในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ

ความคาดหวังเป็นสิ่งที่ต้องการของลูกค้า (Parasuraman, et al. 1988) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้โดยสารในการประเมินคุณภาพบริการของ

สนามบิน (Fodness and Murray, 2007) พบว่า ผู้โดยสารกว่า 1,000 คน เสนอความคาดหวังคุณภาพบริการสนามบินในรูปแบบในภาพบริการแบบองค์รวม สามารถสรุปได้เป็น 3 มิติ ได้แก่ หน้าที่ การประสานงาน และการปรับปรุงแบบของบริการ และผู้ให้บริการให้ความสำคัญของความคาดหวังที่ “บุคลากร” ผู้ให้บริการ และ Graham (2003) พบว่า ผู้โดยสารขาเข้าของสนามบินเสนอบริการพื้นฐานสนามบิน คือ การมีเที่ยวบินที่หลากหลาย มีตารางสายการบินชัดเจน ราคาและสถานที่ของสายการบินก็มีส่วนเกี่ยวข้อง

วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และเก็บข้อมูล (Data Collection) จากแหล่งข้อมูลด้วยแบบสอบถามและการรวบรวมเอกสารวิชาการ และการวิจัย เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ด้วยการถามกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกลุ่มเฉพาะ (Purposive Sampling) ที่ผู้โดยสารเคยมีประสบการณ์ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศมากกว่า 1 ท่าอากาศยาน หรือมากกว่า 1 ครั้ง และให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามเอง (Self Administered) การวิจัยคั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มประชากรทั้งสิ้น 400 ตัวอย่างประกอบด้วยกัน 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามปลายเปิดแบบหลายตัวเลือก บังคับเลือก 1 ตัวเลือก คำถาม เป็นข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ และภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามแบบใน 5 ด้านหลัก SERVQUAL ของความคาดหวังบริการของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศ

เครื่องมือที่ใช้วัด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988, 1991) ในด้านความคาดหวังของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศ คั้งนี้ คือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ข้อคำถามที่ 1-5 การตอบสนอง (Responsiveness) ข้อคำถามที่ 6-8 การสร้างความมั่นใจ (Assurance) ข้อคำถามที่ 9-12 การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) ข้อคำถามที่ 13-16 และรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) ข้อคำถามที่ 17-21

1. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยหาความตรงตามเนื้อหา (Validity of Measurement) และการหาความเที่ยง (Reliability Test) โดยการทดสอบ (Pre-test) กลุ่มประชากร

ตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด ที่มีใช้กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย แล้วนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยโปรแกรม SPSS (Statistic Packages for the Social Sciences) พบว่า ค่าความเชื่อมั่นหรือค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ 0.9856

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window Version 11.0 เพื่อหาข้อมูลทางสถิติ คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 1 ด้านประชากรศาสตร์ และค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังบริการของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศ ใน 5 ด้านหลัก คือ ในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการสร้าง ความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ และด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ซึ่งประกอบด้วยคำถาม 21 ข้อย่อย เป็นลักษณะของคำถาม Rating Scale 1 ถึง 7 เรียงจากน้อยไปหามาก ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ความแตกต่างของระดับความคาดหวังการใช้บริการ ระหว่างผู้ใช้บริการครั้งคราวและผู้ใช้บริการประจำท่าอากาศยานภายในประเทศใช้การวิเคราะห์ t-test ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

2. เกณฑ์เทียบระดับความคิดเห็นในแบบสอบถาม

การวัดความคาดหวังของผู้โดยสารขาเข้าภายในประเทศที่มีต่อคุณภาพการบริการของสนามบินภายในประเทศซึ่งมีลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยในแต่ละคำถามจะมีให้เลือก 7 ระดับ โดยใช้ค่าเฉลี่ยในการคำนวณข้อมูลที่รวบรวมได้ และนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์โดยใช้สูตรคั้งนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงคะแนน} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{7-1}{7} \\ &\sim 0.86 \end{aligned}$$

แปลความหมายของช่วงคะแนนคั้งนี้

ตารางที่ 1 แสดงการแปลความหมายของช่วงคะแนนระดับความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพบริการ

ช่วงคะแนน	ระดับความคาดหวัง
1.00-1.85	ความคาดหวังต่ำมาก
1.86-2.71	ความคาดหวังต่ำ
2.76-3.57	ความคาดหวังค่อนข้างต่ำ
3.58-4.43	ความคาดหวังปานกลาง
4.44-5.29	ความคาดหวังค่อนข้างสูง
5.30-6.15	ความคาดหวังสูง
6.16-7.00	ความคาดหวังสูงมาก

จากระดับความคาดหวังบริการข้างต้น คือ

ความคาดหวังระดับต่ำมาก คือ ผู้โดยสารขาเข้าไม่มีความคาดหวังไว้ล่วงหน้าว่าเมื่อเข้ามาใช้บริการที่สนามบิน จะได้รับการบริการดังกล่าว

ความคาดหวังระดับต่ำ คือ ผู้โดยสารขาเข้าแทบจะไม่มีความคาดหวังเลย เมื่อเข้ามาใช้บริการที่สนามบินจะได้รับการบริการดังกล่าว

ความคาดหวังระดับค่อนข้างต่ำมาก คือ ผู้โดยสารขาเข้าคาดหวังเพียงเล็กน้อยเมื่อเข้ามาใช้บริการที่สนามบิน จะได้รับการบริการดังกล่าว

ความคาดหวังระดับปานกลาง คือ ผู้โดยสารขาเข้ามีความคาดหวังปานกลางว่าเมื่อเข้ามาใช้บริการที่สนามบิน จะได้รับการบริการดังกล่าว

ความคาดหวังระดับค่อนข้างสูง คือ ผู้โดยสารขาเข้ามีความคาดหวังค่อนข้างมากกว่าเมื่อเข้ามาใช้บริการที่สนามบิน จะได้รับการบริการดังกล่าว

ความคาดหวังระดับสูง คือ ผู้โดยสารขาเข้ามีความคาดหวังไว้มากกว่าเมื่อเข้ามาใช้บริการที่สนามบิน จะได้รับการบริการดังกล่าว

ความคาดหวังสูงมาก คือ ผู้โดยสารขาเข้าหวังไว้อย่างเต็มที่ว่าเมื่อเข้ามาใช้บริการที่สนามบิน จะได้รับการบริการดังกล่าว

ผลการศึกษา

จากผลการศึกษาวิจัยความคาดหวังด้านบริการของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์และภูมิสำเนา จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ผู้โดยสารขาเข้าที่เป็นเพศหญิงมีมากกว่าเพศชาย ร้อยละ 9.60 โดยมีเพศหญิง อัตราส่วนร้อยละ 54.8 และเพศชาย อัตราส่วนร้อยละ 45.2 ส่วนการจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20-25 มีอัตราส่วนร้อยละ 22.3 เป็นกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26-25 ปี และ 31-35 ปี มีอัตราส่วนร้อยละ 16.0 และ 16.3 ตามลำดับ เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับรายได้รวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 20,000-40,000 บาท มากที่สุด คือ มีอัตราร้อยละ 41.0 หรือมีประชากร 164 คน จากประชากร 400 ตัวอย่าง รองลงมา เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท อัตราร้อยละ 34.5 และกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุด คือ รายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป อัตราร้อยละ 11.5 หรือมีประชากร 46 คน

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามภูมิสำเนาของประชากร 400 ตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิสำเนาต่างจังหวัดมากถึงร้อยละ 78.8 หรือมีจำนวนประชากร 315 คน และกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิสำเนาในกรุงเทพมหานครอยู่ ร้อยละ 21.2 หรือมีจำนวนประชากร 85 คน โดยมีอัตราส่วนต่างกันร้อยละ 57.6

ส่วนที่ 2

ระดับความคาดหวังด้านบริการของผู้โดยสารขาเข้าท่าอากาศยานภายในประเทศ โดยจำแนกปัจจัยความคาดหวังบริการมี 5 ด้านหลัก (ดูตารางที่ 2) พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของความคาดหวังบริการของผู้โดยสารขาเข้าท่าอากาศยาน

ภายในประเทศ มีอัตราค่าเฉลี่ย 4.80 หมายความว่าผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการสนามบินภายในประเทศมีระดับความคาดหวังค่อนข้างสูง

จากการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยในด้านหลักของแบบสอบถามเครื่องมือ SERVQUAL พบว่า ผู้โดยสารขาเข้ามีความคาดหวังบริการด้านการสร้างความมั่นใจสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.20 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.25 และให้ความสำคัญกับพนักงานของสนามบินมีความสุภาพอ่อนน้อมต่อผู้ใช้บริการเสมอ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านการสร้างความมั่นใจถึง 5.29 ซึ่งเป็นระดับความคาดหวังค่อนข้างสูง

รองลงมาที่ผู้โดยสารขาเข้าให้ความสำคัญกับความคาดหวังบริการ คือ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.11 ซึ่งต่างจากด้านการสร้างความมั่นใจอยู่ 0.09 ถือว่าอยู่ในระดับความคาดหวังค่อนข้างสูง

ส่วนความคาดหวังบริการของผู้โดยสารขาเข้าสนามบินภายในประเทศเป็นอันดับสุดท้าย คือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.78 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.34 และผู้โดยสารให้ความสำคัญน้อยสุดในด้านนี้ คือ พนักงานสนามบินให้ความสนใจในการบริการเป็นการส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยที่ 4.62 ซึ่งยังอยู่ในเกณฑ์ระดับความคาดหวังค่อนข้างสูง และจะใกล้เคียงกับด้านความน่าเชื่อถืออยู่ 0.03 คือ ค่าเฉลี่ย 4.81 ก็ยังอยู่ในระดับความคาดหวังค่อนข้างสูงเหมือนกัน และยังใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ที่ 4.80

จากระดับค่าเฉลี่ยสูงสุดของด้านการสร้างความมั่นใจ 5.20 จะต่างกับระดับค่าเฉลี่ยต่ำสุดของด้านการดูแลเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ย 4.78 และมีค่าเฉลี่ยต่างกันที่ 0.42 ซึ่งถือว่าผู้โดยสารมีระดับความคาดหวังบริการสนามบินภายในประเทศค่อนข้างสูง

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบระดับความคาดหวัง

กลุ่มผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการสนามบินภายในประเทศที่เป็นครั้งคราว มีระดับความคาดหวังด้านบริการ

(Service Expectations) มากกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการสนามบินภายในประเทศประจำ กล่าวคือ ค่า t-value เท่ากับ 2.535 ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01 (ดูตารางที่ 3) จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการสนามบินภายในประเทศที่มีความถี่น้อยกว่า 2 ครั้งต่อเดือน (ผู้ใช้บริการครั้งคราว) มีความคาดหวังมากกว่า เนื่องจากไม่มีความคุ้นเคยจากการใช้สถานที่ภายในท่าอากาศยาน ภายในประเทศ และการเดินทางไม่บ่อยมากนัก การได้รับสื่อสารจากบุคคลอื่นและจากสื่อการตลาดภายนอกเป็นสิ่งที่กระตุ้นในการความคาดหวังมากขึ้น ต่างกับผู้ใช้บริการสนามบินภายในประเทศเป็นประจำ (คือผู้ใช้บริการที่มีความถี่มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน) กลับไม่คาดหวังการบริการมากนัก อาจมีความคุ้นเคย ไม่ให้ความสำคัญต่อการบริการมากเท่าที่ควร

นอกจากนี้ ระดับการคาดหวังของกลุ่มผู้ใช้บริการสนามบินภายในประเทศที่เป็นครั้งคราว และกลุ่มผู้ใช้บริการสนามบินภายในประเทศที่เป็นประจำ จำแนกองค์ประกอบความคาดหวังด้านบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจ (Assurance) การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) และรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) พบว่า องค์ประกอบของระดับความคาดหวังต่างสอดคล้องเช่นเดียวกัน คือ ผู้ใช้บริการสนามบินภายในประเทศครั้งคราวมีองค์ประกอบความคาดหวังทุกด้านมากกว่าผู้ใช้บริการสนามบินภายในประเทศประจำ ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในด้านความน่าเชื่อถือ (t-value 1.925) ด้านการให้ความมั่นใจ ระดับนัยสำคัญ 0.00 (t-value 3.057) ด้านการดูแลเอาใจใส่ ระดับนัยสำคัญ 0.01 (t-value 2.562) และด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ระดับนัยสำคัญ 0.01 (t-value 2.709) ตามลำดับ ยกเว้นองค์ประกอบด้านการตอบสนองมีระดับนัยสำคัญ 0.10 (ดูตารางที่ 4)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคาดหวังคุณภาพบริการของผู้โดยสารขาเข้า ภายในประเทศ
ที่มีต่อการใช้บริการสนามบิน (จำแนกตามปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการ 5 ด้านหลัก)

ความคาดหวังคุณภาพบริการ	ค่าเฉลี่ย	Std. Deviation	ระดับ ความคาดหวัง
ด้านความน่าเชื่อถือ			
สนามบินภายในประเทศได้ให้บริการตามที่สัญญาไว้	4.79	1.471	ค่อนข้างสูง
สนามบินภายในประเทศแสดงให้เห็นถึงความเชื่อถือ ในการแก้ปัญหาแก่ท่าน	4.71	1.458	ค่อนข้างสูง
สนามบินภายในประเทศได้ให้บริการตรงตามความต้องการ ตั้งแต่แรก	4.74	1.601	ค่อนข้างสูง
สนามบินภายในประเทศได้ให้บริการตามเวลาที่สัญญาไว้	4.83	1.536	ค่อนข้างสูง
สนามบินภายในประเทศแจ้งให้ท่านทราบถึงเวลาที่จะสามารถ ให้บริการแก่ท่าน	4.93	1.539	ค่อนข้างสูง
รวม	4.81	1.358	ค่อนข้างสูง
ด้านการตอบสนอง			
พนักงานของสนามบินภายในประเทศให้บริการท่าน ด้วยความรวดเร็ว	5.05	1.496	ค่อนข้างสูง
พนักงานของสนามบินภายในประเทศยินดีให้บริการท่านเสมอ	5.17	1.412	ค่อนข้างสูง
พนักงานของสนามบินภายในประเทศพร้อมที่จะให้บริการท่าน สม่ำเสมอ	5.11	1.393	ค่อนข้างสูง
รวม	5.08	1.36	ค่อนข้างสูง
ด้านการสร้างความมั่นใจ			
ลักษณะท่าทีของพนักงานของสนามบินภายในประเทศ ได้สร้างความมั่นใจให้กับท่าน	5.14	1.381	ค่อนข้างสูง
ท่านรู้สึกไว้วางใจเมื่อทำการติดต่อกับพนักงานของสนามบิน ภายในประเทศ	5.12	1.394	ค่อนข้างสูง
พนักงานของสนามบินภายในประเทศมีความสุภาพ อ่อนน้อม ต่อท่านเสมอ	5.29	1.312	ค่อนข้างสูง
พนักงานของสนามบินภายในประเทศมีความรู้ที่จะตอบคำถามท่านได้	5.26	1.317	ค่อนข้างสูง
รวม	5.2	1.246	ค่อนข้างสูง
ด้านการดูแลเอาใจใส่			
พนักงานของสนามบินภายในประเทศได้ให้ความสนใจในการบริการ ท่านเป็นส่วนตัว	4.62	1.446	ค่อนข้างสูง
พนักงานของสนามบินภายในประเทศได้ให้บริการท่าน อย่างเอาใจใส่	4.93	1.393	ค่อนข้างสูง
สนามบินภายในประเทศได้ถือผลประโยชน์สูงสุดของท่านเป็นสำคัญ	4.89	1.463	ค่อนข้างสูง
สนามบินภายในประเทศได้เข้าใจถึงความต้องการการบริการของท่าน	4.93	1.458	ค่อนข้างสูง
รวม	4.78	1.337	ค่อนข้างสูง

ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ			
สนามบินภายในประเทศมีอุปกรณ์ที่ทันสมัย	5.42	1.523	สูง
อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของสนามบินภายในประเทศ ดูสวยงาม และมีความสะอาด	5.2	1.663	ค่อนข้างสูง
พนักงานของสนามบินภายในประเทศมีบุคลิกแบบมืออาชีพ	5.03	1.486	ค่อนข้างสูง
สนามบินภายในประเทศมีวัสดุอุปกรณ์รองรับการบริการ แก่ผู้มาใช้บริการอย่างสะดวกและทั่วถึง	4.95	1.615	ค่อนข้างสูง
สนามบินภายในประเทศเปิดทำการในสถานที่ที่สะดวกแก่ผู้มาใช้ บริการ	4.81	1.694	ค่อนข้างสูง
รวม	5.11	1.448	ค่อนข้างสูง
ค่าเฉลี่ยความคาดหวังบริการโดยรวมทั้ง 5 ด้าน	4.80		ค่อนข้างสูง

ตารางที่ 3 ระดับความคาดหวังเปรียบเทียบกลุ่มผู้ใช้บริการครั้งคราวกับกลุ่มผู้ใช้บริการประจำ

t-value	df.	Sig. (2-tailed)
2.535	398	0.01

ตารางที่ 4 ระดับความคาดหวังบริการเปรียบเทียบกลุ่มผู้ใช้บริการครั้งคราวกับกลุ่มผู้ใช้บริการประจำ จำแนกตามองค์ประกอบความคาดหวังแต่ละปัจจัย

ด้านของความคาดหวังการบริการ	t-value	df.	Sig. (2-tailed)
ความน่าเชื่อถือ	1.925	398	0.05
การตอบสนอง	1.646	398	0.10
การให้ความมั่นใจ	3.057	398	0.00
การดูแลเอาใจใส่	2.562	398	0.01
รูปลักษณ์ทางกายภาพ	2.709	398	0.01

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาวัดความคาดหวังด้านบริการของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศใน 5 ด้าน ของเครื่องมือ SERVQUAL สามารถสรุปผลโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากความคาดหวังด้านบริการมากที่สุดไปยังน้อยสุดได้ดังนี้ ความคาดหวังลำดับที่ 1 ด้านการสร้าง ความมั่นใจ ลำดับที่ 2 ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ลำดับที่ 3 ด้านการตอบสนอง ลำดับที่ 4 ด้านความน่าเชื่อถือ และลำดับที่ 5 ด้านการดูแลเอาใจใส่ เป็นลำดับสุดท้าย จากกลุ่มตัวอย่างแบบสอบถาม 400 ตัวอย่าง ค่าเฉลี่ยโดยรวมทั้ง 5 ด้าน ของความคาดหวังของผู้โดยสารขาเข้า อยู่ที่ 4.80 เป็นระดับความคาดหวังค่อนข้างสูงทั้ง 5 ด้านหลัก แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการสนามบินภายในประเทศ

ให้ความสำคัญกับความคาดหวังบริการสนามบินในทุกด้านและความคาดหวังแต่ละด้านจะมีค่าเฉลี่ยไม่แตกต่างกันมาก ที่อยู่ในระดับความสำคัญค่อนข้างสูง จากการสรุปลักษณะทางประชากรศาสตร์และภูมิฐานะ พบว่า จำนวนประชากรตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ที่มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีรายได้ 20,000-40,000 บาท และส่วนมากมีภูมิลำเนาต่างจังหวัด มากกว่าร้อยละ 70

ผู้โดยสารให้ความคาดหวังในการสร้างความมั่นใจที่มีค่าเฉลี่ยรวม 5.2 ถือว่าเป็นระดับค่อนข้างสูงที่สุดใน 5 ด้านหลัก ของเครื่องมือ SERVQUAL จะพบว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญของพนักงานของสนามบินมีความสุภาพอ่อนน้อม โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 5.29 และมีความรู้ในการตอบคำถาม อยู่ที่ 5.26 ส่วนความคาดหวังของผู้โดยสารให้ความ

สำคัญน้อยสุด คือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีค่าเฉลี่ยที่ 4.78 แต่ถือว่าอยู่ในความคาดหวังค่อนข้างสูง และผู้โดยสารให้ความคาดหวังน้อยที่สุด คือ พนักงานของสนามบินให้ความสนใจเป็นการส่วนตัว ค่าเฉลี่ยที่ 4.62

การวิจัยพบว่า ระดับความคาดหวังเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มผู้ใช้บริการครั้งคราวที่ความคาดหวังในคุณภาพบริการมากกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการประจำของสนามบินภายในประเทศ โดยระดับความคาดหวังบริการเฉลี่ย t-value เท่ากับ 2.535 และระดับนัยสำคัญ 0.01

ข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้เป็นการสำรวจในความคาดหวังด้านบริการของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศ ผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการพัฒนาคุณภาพบริการด้านความน่าเชื่อถือ เช่น การให้บริการที่แสดงให้เห็นถึงการแก้ปัญหาของผู้โดยสารและการให้บริการตามคำมั่นสัญญากับผู้โดยสาร และในด้านการดูแลเอาใจใส่ของพนักงานสนามบินควรให้ความสนใจของผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นการส่วนตัวและควรคำนึงถึงผลประโยชน์สูงสุดของผู้โดยสารเป็นสำคัญ

การศึกษาความคาดหวังของผู้โดยสารขาเข้าที่สนามบินภายในประเทศครั้งนี้ ผลการวิจัยสามารถนำไปปรับกลยุทธ์คุณภาพบริการ ทั้งท่าอากาศยานภายในประเทศ ขาออกและท่าอากาศยานต่างประเทศ และสามารถนำไปทำการวิจัยในด้านความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการสนามบิน ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศต่อไป โดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL เพื่อสำรวจหรือวัดคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการท่าอากาศยาน และสามารถนำมาวางแผนพัฒนาคุณภาพบริการท่าอากาศยานที่เป็นเลิศต่อไป

บรรณานุกรม

กัญญารักษ์ ศรีทองรุ่ง และ จันทร์ทิพย์ ปาละนันท์ (2546).

หนทางแห่งความเป็นเลิศของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในตลาดโลก. (พ.ย.-ธ.ค.) *วารสารเศรษฐกิจและสังคม*, 35-39.

Becko, C. P. (2000). Service intangibility and its impact on consumer expectations of service quality. *Journal of service marketing*, 14(1), 9-26.

- Bitner, M. J. (1992). Servicespace: The impact of physical surroundings on customer and employees. *Journal of marketing*, 56(21), 57-72.
- Bomenblit, A. (2002). Hong Kong international tops study. *Business Travel News*, Vol. 19, October, p. 6.
- Fodness and Murray (2007). Passenger's expectations of airport service quality. *Journal of Service Marketing*, 21(7), 492-506.
- Graham, A. (2003). *Managing airport: An international perspective*, Elsevier, Oxford.
- Grönroos, C. (1988). Service quality: The six criteria of good service quality. *Review of Business*, 8 (3), p. 10-12.
- Grönroos, C. (1990). *Service management and marketing: Managing the moments of truth service competition*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Miller, J. A. (1977). *Studying satisfaction, modifying models, eliciting expectations, posing problem and making meaningful measurements, in conceptualization and measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction*. Cambridge, MA: Marketing science institute, 72-91.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A., (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. New York: The free press.
- Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A., (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of marketing* 49, Fall: 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of marketing* 64, Spring: 12-40.
- Prakash, V. (1984). Validity and reliability of the confirmation of expectations paradigm as a determinant of consumer satisfaction. *Journal of the academy of marketing science*, 12(4), 63-76.
- Swan, J. E. & Trawick, F. I. (1981). *Satisfaction related to predictive vs. desired expectations, in refining concepts and measures of consumer satisfactions and complaining behavior*, Bloomington, IN: Indiana University, 7-12.
- Yeh, R. F. & Kuo, Y. L. (2002). Evaluating passenger services of Asia-Pacific international airports. *Transportation Research Part E*, 39-48.
- Yousapronpaiboon, K. (2002). Improving service quality: SERVQUAL instrumentation for measuring customer expectations and perceptions. *วารสารทางวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*. 1(1), 25-37.
- Zeithaml, V. A., Berry, L.L., and Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the academy of marketing science*, 21(1), 1-12.

Zeithaml, V. A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46.

Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J. (2003). *Services Marketing: Integrating customer focus across the firm*. 3rd edition. New York: McGraw-Hill Irwin.



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชรรัชิตพล ยศพรไพบูรณ์ สำเร็จการศึกษา D.B.A. (Concentration in Marketing) Nova Southeastern University, USA. เกียรตินิยม: National Honor Society in Business, Management, and Administration (Sigma Bata Delta) USA. M.B.A. University of New Haven, USA. และ บริหารธุรกิจบัณฑิต (สาขาการจัดการ) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ประสบการณ์การทำงานที่ธนาคารกรุงเทพ และเป็นอาจารย์พิเศษมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ณ กรุงเทพมหานคร ได้รับรางวัลประกาศเกียรติคุณผู้มีผลงานดีเยี่ยมด้านการสอน มหาวิทยาลัยขอนแก่น ครบรอบ 40 ปี