

การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารภายในประเทศที่มีต่อเคาน์เตอร์เช็คอิน
สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต

The Service Quality Perception of Domestic Passenger
at Check-in Counter of Nok Air at Phuket Station

ธีรพันธ์ สงวนวงศ์ พรชัย เอื้ออารี พูลภัทร ชมจิตต์

บงกชรัตน์ เปี่ยมสิริกมล วีรชัย บุญญาพัฒนาพงศ์

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต e-mail: chicclub9988@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อเคาน์เตอร์เช็คอินภายในประเทศของสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต และเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอินภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต โดยจำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ การศึกษา ความถี่และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ มีประชากร คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้เส้นทางภายในประเทศของสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต และคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ จำนวน 400 คน ทั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.), สถิติทดสอบ t (t-test) และสถิติทดสอบ F (F-test)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้โดยสารมีการรับรู้คุณภาพการบริการของเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต ในระดับมาก แยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเอาใจใส่ มีระดับการรับรู้มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการประกันความมั่นใจ และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

นอกจากนี้ ผลศึกษากการเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตโดยการจำแนกตามตัวแปร พบว่า เพศ อายุ ความถี่ในการเดินทาง มีผลต่อการรับรู้ที่ไม่แตกต่างกันออกไป แต่ตัวแปร ระดับการศึกษา และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการที่แตกต่างกันออกไป

คำสำคัญ:

คุณภาพการบริการ, สายการบิน, ท่าอากาศยานนานาชาติ

Abstract

This study aims to examine the service quality perception of domestic passenger at check-in counter of Nok Air at Phuket Station and comparative of service

quality perception of counter check-in domestic passenger of Nok Air at Phuket station separated by variable gender, age, education, travel of frequency and travel objective. The quantitative research method was used in the study. The populations were domestic Thai passenger of Nok Air at Phuket Station. The samples were 400 passengers. And used statistic of percentage, mean, standard deviation, t (t-test) and F (F-test).

The result showed that the most service quality perception of domestic passenger at check-in counter of Nok Air at Phuket station was empathy, tangible, Reliability, Assurance and Responsiveness in order. So that all passengers have the perception of service quality on high level.

In addition to, the result showed comparative of the service quality perception of domestic passenger at check-in counter of Nok Air at Phuket station separated by variable result indicated that gender, age and travel of frequency were resulting in the recognition of a different away. But education and travel objective were affecting the perceived service quality of different.

Keyword:

Service Quality, Airline, International Airport

บทนำ

ปัจจุบันนโยบายของภาครัฐกำหนดให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักในการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสร้างรายได้แก่ประเทศ ซึ่งการจะบรรลุเป้าหมายได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยธุรกิจสายการบินเป็นเครื่องมือสนับสนุน เนื่องจากอุตสาหกรรมทั้ง 2 ประเภท มีความสัมพันธ์กันในทางเดียวกัน การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นผลจากการขยายตัวของธุรกิจสายการบิน ดังนั้น รัฐบาลจึงมีนโยบายที่จะใช้ธุรกิจสายการบินเป็นกลไกในการส่งเสริมและกระตุ้นการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่งด้วย

ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต เป็นท่าอากาศยานที่มีความถี่ของเที่ยวบินในการเดินทางเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ มีจำนวนของสายการบินพาณิชย์ที่ให้บริการอย่างมากมาย จึงส่งผลให้เกิดการแข่งขันสูงในกลุ่มของสายการบินต้นทุนต่ำ

สายการบินนกแอร์ เป็นสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการหลากหลายเส้นทางของท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ทั้งนี้ ในช่วงต้นปีที่ผ่านมา สายการบินนกแอร์ ได้รับผลกระทบจากวิกฤตหลายด้าน เช่น การถูกตั้งข้อสงสัยเรื่องมาตรฐานความปลอดภัย ประเด็นต่อมา คือ เส้นทางเที่ยวบินลำปาง-ดอนเมือง ไม่สามารถบินได้ตามกำหนดเนื่องจากประตูด้านซ้ายของท้ายเครื่องบินลำดังกล่าวไม่สามารถปิดสนิทจนเป็นเหตุให้การเดินทางของผู้โดยสารเที่ยวบินดังกล่าวต้องล่าช้าออกไป 3 ชั่วโมง ตลอดจนเหตุการณ์ที่คริกโครมเป็นอย่างมาก คือ เที่ยวบินเส้นทางนาน - ดอนเมือง ได้เกิดการล่าช้า 3 ชั่วโมง เนื่องจากประตูเครื่องขัดข้องไม่สามารถปิดได้ นอกจากนี้ สายการบินนกแอร์ยังคง

เจอสภาวะปัญหาจากผู้โดยสารที่ติดต่อผ่านทางเคาน์เตอร์เช็คอินมาเป็นระยะ จนทำให้ภาพลักษณ์ของสายการบินนกแอร์ มีผลทางลบ

จากสภาพปัญหาดังกล่าว จึงเป็นเหตุให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาความเชื่อมั่นในการบริการจากผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ โดยเลือกศึกษาประเด็นการรับรู้คุณภาพการบริการของเคาน์เตอร์เช็คอินผู้โดยสารภายในประเทศของสายการบิน นกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต ทั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาปัจจัยพื้นฐานที่มีอิทธิพลต่อการประเมินคุณภาพ เรียกว่า “SERVQUAL” ซึ่งเป็นทฤษฎีคุณภาพการบริการที่ทุกธุรกิจนิยมนำมาใช้และเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางทั่วโลก “SERVQUAL” ถูกพัฒนาจากการจัดสนทนากลุ่ม (Focus-Group Interview) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยพื้นฐานที่ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังและใช้ตัดสินใจซึ่งประกอบด้วย 10 ด้าน คือ รูปลักษณ์ทางกายภาพ(Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองการบริการ (Responsiveness) สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) ความน่าเชื่อถือ (Creditability) ความมั่นคงปลอดภัย (Security) การเข้าถึงบริการ (Access) การติดต่อสื่อสาร (Communication) และการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding the Customer) ต่อมาได้ทำการศึกษาพัฒนางานวิจัย โดยการนำปัจจัยพื้นฐานทั้ง 10 ด้าน ไปทำการวิจัยธุรกิจต่างๆ และถูกพัฒนาเป็นเครื่องมือประเมินคุณภาพการบริการขึ้นมาโดยเรียกว่า “SERVQUAL” อันประกอบด้วยคุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่อการประเมินคุณภาพการบริการให้เหลือเพียง 5 ด้าน ดังนี้ (Parasuraman et.al. 1985) 1. รูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) ที่ประจักษ์กับสายตาของผู้โดยสารและสามารถรับรู้ได้ 2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) เป็นประสบการณ์ที่ดีที่เกิดขึ้นเมื่อผู้โดยสารได้รับบริการที่ถูกต้องตามคำมั่นสัญญา 3. การตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ (Responsiveness) เป็นการตอบสนองต่อการจัดการกับคำร้องขอ ข้อร้องเรียน และปัญหาของผู้โดยสาร 4. ความมั่นใจ (Assurance) ผู้โดยสารเกิดความไว้วางใจต่อการบริการจากความสามารถของพนักงานที่ให้บริการด้วยความรอบรู้ และ 5. การดูแลเอาใจใส่ (Empathy) เป็นการมุ่งเน้นบริการเฉพาะเจาะจงแก่ผู้โดยสารแต่ละรายตามความต้องการส่วนบุคคล ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้บริหารและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาการบริการของสายการบิน ให้มีประสิทธิภาพและเป็นที่พึงพอใจของผู้โดยสารต่อไป ตลอดจนหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของเคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต
2. เพื่อเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตจำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ การศึกษา ความถี่และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวน 400 คน คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้เส้นทางภายในประเทศของสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต ช่วงระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ – 31 กรกฎาคม 2559

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อเคาน์เตอร์เช็คอินภายในประเทศของสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต ครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเรื่องคุณภาพการบริการ 5 ด้าน จำนวน 22 ข้อ ประกอบด้วยคำถามซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ความถี่ และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

ตอนที่ 2 การรับรู้คุณภาพการบริการของเคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตที่ผู้โดยสารได้รับในปัจจุบัน มีคำถามเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangible) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ (Responsiveness) ด้านการประกันความมั่นใจ (Assurance) และ ด้านความเอาใจใส่ (Empathy)

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert Scale มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มาก

คะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง น้อย

คะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

เกณฑ์การประเมินค่าเฉลี่ย กำหนดเกณฑ์การประเมินไว้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ทั้งนี้ แบบสอบถาม ได้พัฒนาจากการศึกษาทฤษฎี “SERVEQUAL” ของ Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. โดยผ่านการทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย แล้วนำมาตีความและอธิบายคำจำกัดความ ตลอดจนนิยามศัพท์แต่ละด้าน อีกทั้งมีการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง ได้แก่ ค่าความเที่ยงตรง และค่าความเชื่อมั่น โดย ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาตลาด บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด (มหาชน), ผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต และอดีตผู้อำนวยการท่าอากาศยานจังหวัดภูเก็ต

การเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ – 31 กรกฎาคม 2559 ตามรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ติดต่อและประสานงานกับบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด และเจ้าหน้าที่บริการภาคพื้น (Ground Service) เพื่อดำเนินการแจกและเก็บแบบสอบถามแก่ผู้โดยสารชาวไทยที่เดินทางภายในประเทศด้วยสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต

2. เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือและใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง

3. รวบรวมแบบสอบถามเพื่อนำไปประมวลผล วิเคราะห์และสรุป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับประมวลผลข้อมูลทางสถิติ

SPSS

2. สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลปริมาณโดยการแจกแจงความถี่, ค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.), สถิติทดสอบ t (t-test) และสถิติทดสอบ F (F-test)

ผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยประกอบด้วย 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ศึกษาคุณภาพการบริการของเคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต และตอนที่ 2. เปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต จำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ การศึกษา ความถี่และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

ตอนที่ 1 ศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของเคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต

ตารางที่ 1 ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของเคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตโดยรวม

คุณภาพการบริการ	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับของการรับรู้
1. ด้านรูปลักษณ์กายภาพ (Tangible)	3.60	1.27	ระดับมาก
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	3.59	1.27	ระดับมาก
3. การตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ (Responsiveness)	3.57	1.24	ระดับมาก
3. การประกันความมั่นใจ (Assurance)	3.59	1.27	ระดับมาก
5. ความเอาใจใส่ (Empathy)	3.64	1.28	ระดับมาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้โดยสารมีการรับรู้คุณภาพการบริการของเคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต ด้านความเอาใจใส่ มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการประกันความมั่นใจ และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ตามลำดับ และมีระดับการรับรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ประจำสถานีภูเก็ต ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ

รายการ	ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ ของคุณภาพ
	5	4	3	2	1			
1.1 จำนวนเคาน์เตอร์มีให้บริการเพียงพอต่อความต้องการ	103 (25.75)	131 (32.75)	86 (21.50)	38 (9.50)	42 (10.50)	3.54	1.26	ระดับมาก
1.2 มีป้ายสัญลักษณ์เพื่อแสดงจุดให้บริการอย่างชัดเจน	123 (30.75)	114 (28.50)	84 (21.00)	39 (9.75)	40 (10.00)	3.60	1.28	ระดับมาก
1.3 เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพ การแต่งกายเป็นระเบียบ ที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร	139 (34.75)	108 (27.00)	84 (21.00)	34 (8.50)	35 (8.75)	3.71	1.26	ระดับมาก
1.4 มีป้ายชี้แสดงบุคคลและติดในบริเวณที่สังเกตเห็นได้ชัด	121 (30.25)	115 (28.75)	89 (22.25)	36 (9.00)	39 (9.75)	3.61	1.27	ระดับมาก
1.5 มีการติดประกาศหรือแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการ เช่น ประกาศขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการที่ชัดเจน	125 (31.25)	101 (25.25)	99 (24.75)	36 (9.00)	39 (9.75)	3.59	1.27	ระดับมาก
1.6 มีอุปกรณ์ให้บริการที่มีความทันสมัย และมีประสิทธิภาพ	119 (29.75)	110 (27.50)	94 (23.50)	44 (11.00)	33 (8.25)	3.60	1.24	ระดับมาก
รวม						3.60	1.27	ระดับมาก

จากตารางที่ 2 คุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ พบว่า ในภาพรวมผู้โดยสารมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการเคาน์เตอร์เช็คอินผู้โดยสารภายในประเทศ ของสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพเรียงลำดับได้ ดังนี้ เจ้าหน้าที่มีบุคลิกภาพ การแต่งกายเป็นระเบียบ ที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ($\bar{X} = 3.71$) รองลงมา คือ พนักงานมีป้ายแสดงชื่อบุคคลและติดในบริเวณที่สังเกตเห็นได้ชัด ($\bar{X} = 3.61$) และ มีป้ายสัญลักษณ์เพื่อแสดงจุดให้บริการอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.60$) มีอุปกรณ์ให้บริการที่มีความทันสมัย และมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ประจำสถานีภูเก็ต ด้านความน่าเชื่อถือ

รายการ	ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับการ รับรู้ของ คุณภาพ
	5	4	3	2	1			
2.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการที่มีคุณภาพและตอบสนองท่านได้เป็นอย่างดี	122 (30.50)	108 (27.00)	86 (21.50)	50 (12.50)	34 (8.50)	3.59	1.27	ระดับมาก
2.2 เจ้าหน้าที่ใส่ใจในรายละเอียดของการให้บริการ	125 (31.25)	100 (25.00)	92 (23.00)	45 (11.25)	38 (9.50)	3.57	1.29	ระดับมาก
2.3 เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ เช่น สามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง	118 (29.50)	120 (30.00)	77 (19.25)	53 (13.25)	32 (8.00)	3.60	1.25	ระดับมาก
2.4 มีการให้บริการที่เป็นสากล	127 (31.75)	100 (25.00)	98 (24.50)	36 (9.00)	39 (9.75)	3.60	1.25	ระดับมาก
รวม						3.59	1.27	ระดับมาก

จากตารางที่ 3 คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า ในภาพรวมผู้โดยสารมีระดับการรับรู้ คุณภาพการบริการเคาน์เตอร์เช็คอินผู้โดยสารภายในประเทศ ของสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ เรียงลำดับได้ ดังนี้ เจ้าหน้าที่มีความรู้ ความสามารถในการให้บริการ เช่น สามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย ให้ คำแนะนำ ช่วยแก้ปัญหาได้อย่างถูกต้อง และมีการให้บริการที่เป็นสากล ($\bar{X} = 3.60$) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ ให้บริการที่มีคุณภาพและตอบสนองท่านได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 3.59$) และ เจ้าหน้าที่ใส่ใจในรายละเอียดของการ ให้บริการ ($\bar{X} = 3.57$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ประจำสถานีภูเก็ต การตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

รายการ	ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ การรับรู้ของ คุณภาพ
	5	4	3	2	1			
3.1 มีความสะดวกและง่ายในการ ประสานงานและติดต่อเจ้าหน้าที่	117 (29.25)	108 (27.00)	102 (25.50)	37 (9.25)	36 (9.00)	3.58	1.24	ระดับมาก
3.2 เจ้าหน้าที่สามารถให้บริการใน ระยะเวลาที่เหมาะสม	112 (28.00)	112 (28.00)	92 (23.00)	44 (11.00)	40 (10.00)	3.53	1.27	ระดับมาก
3.3 เจ้าหน้าที่แสดงถึงความเต็มใจในการ ให้บริการ	123 (30.75)	102 (25.50)	96 (24.00)	43 (10.75)	36 (9.00)	3.58	1.27	ระดับมาก
3.4 เจ้าหน้าที่มีความพร้อมและเต็มใจใน การให้บริการเลือกที่นั่งโดยสาร	118 (29.50)	103 (25.75)	98 (24.50)	45 (11.25)	36 (9.00)	3.59	1.26	ระดับมาก
รวม						3.57	1.24	ระดับมาก

จากตารางที่ 4 คุณภาพการบริการการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ พบว่า ในภาพรวม ผู้โดยสารมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการเคาน์เตอร์เช็คอินผู้โดยสารภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ ประจำ สถานีภูเก็ต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการ การตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เรียงลำดับได้ เจ้าหน้าที่มีความพร้อมและเต็มใจในการให้บริการเลือกที่ นั่งโดยสาร ($\bar{X} = 3.59$) รองลงมา คือ มีความสะดวกและง่ายในการประสานงานและติดต่อเจ้าหน้าที่ และ เจ้าหน้าที่ แสดงถึงความเต็มใจในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.58$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ประจำสถานีภูเก็ต ด้านการประกันความมั่นใจ

รายการ	ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ของคุณภาพ
	5	4	3	2	1			
4.1 เจ้าหน้าที่สามารถบริการได้ตรงตามความต้องการ เช่น สามารถตอบสนองได้ตรงตามการร้องขอของผู้โดยสาร	109 (27.25)	120 (30.00)	98 (24.50)	32 (8.00)	41 (10.25)	3.56	1.25	ระดับมาก
4.2 เจ้าหน้าที่แสดงกริยาที่สุภาพ และให้เกียรติผู้โดยสาร	122 (30.50)	120 (30.00)	85 (21.25)	33 (8.25)	40 (10.00)	3.63	1.27	ระดับมาก
4.3 เจ้าหน้าที่ให้บริการผู้โดยสารทุกคนด้วยความเท่าเทียมกัน	113 (28.25)	122 (30.50)	83 (20.75)	47 (11.75)	35 (8.75)	3.58	1.25	ระดับมาก
4.4 เจ้าหน้าที่มีประสบการณ์และมีความสามารถในการทำงาน	122 (30.50)	109 (27.25)	90 (22.50)	36 (9.00)	43 (10.75)	3.58	1.29	ระดับมาก
รวม						3.59	1.27	ระดับมาก

จากตารางที่ 5 คุณภาพการบริการด้านการประกันความมั่นใจ พบว่า ในภาพรวมผู้โดยสารมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการเคาน์เตอร์เช็คอินผู้โดยสารภายในประเทศ ของสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านการประกันความมั่นใจเรียงลำดับได้ ดังนี้ เจ้าหน้าที่แสดงกริยาที่สุภาพ และให้เกียรติผู้โดยสาร ($\bar{X} = 3.63$) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการผู้โดยสารทุกคนด้วยความเท่าเทียมกัน และเจ้าหน้าที่มีประสบการณ์และมีความสามารถในการทำงาน ($\bar{X} = 3.58$) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 การรับรู้คุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์ประจำสถานีภูเก็ต ด้านความเอาใจใส่

รายการ	ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้ของคุณภาพ
	5	4	3	2	1			
5.1 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความใส่ใจและจริงใจแก่ผู้โดยสาร	129 (32.25)	93 (23.25)	108 (27.00)	29 (7.25)	41 (10.25)	3.60	1.28	ระดับมาก
5.2 เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารกับผู้โดยสารด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย	130 (32.5)	118 (29.50)	80 (20.00)	38 (9.50)	34 (8.50)	3.68	1.25	ระดับมาก
5.3 เจ้าหน้าที่แสดงถึงความใส่ใจในการแก้ไขปัญหาของผู้โดยสาร	128 (32.00)	115 (28.75)	81 (20.25)	38 (9.25)	39 (9.75)	3.64	1.28	ระดับมาก
5.4 เจ้าหน้าที่มีความสามารถและเข้าใจถึงความต้องการของผู้โดยสาร	134 (33.50)	106 (26.50)	76 (19.00)	44 (11.00)	40 (10.00)	3.63	1.31	ระดับมาก
รวม						3.64	1.28	ระดับมาก

จากตารางที่ 6 คุณภาพการบริการด้านความเอาใจใส่ พบว่า ในภาพรวมผู้โดยสารมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการเคาน์เตอร์เช็คอินผู้โดยสารภายในประเทศ ของสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านความเอาใจใส่ เรียงลำดับได้ ดังนี้ เจ้าหน้าที่สามารถสื่อสารกับผู้โดยสารด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย ($\bar{X} = 3.68$) รองลงมา คือ เจ้าหน้าที่แสดงถึงความ

ใส่ใจในการแก้ไขปัญหาของผู้โดยสาร ($\bar{X} = 3.64$) และ เจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถและเข้าใจถึงความต้องการของผู้โดยสาร ($\bar{X} = 3.63$) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 เปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตจำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ การศึกษา ความถี่ในการเดินทาง และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

ตาราง 7 การเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตจำแนกตามตัวแปรเพศ

รายการ	เพศชาย		เพศหญิง		t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
การรับรู้คุณภาพการให้บริการ	3.67	1.05	3.54	1.20	1.10

จากตาราง 7 พบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตของผู้โดยสารที่มีเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นหมายความว่า ผู้โดยสารเพศชายและเพศหญิงมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอินของผู้โดยสารที่มีอายุแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	4	11.23	2.81	2.20
ภายในกลุ่ม	395	504.36	1.28	
รวม	399	515.59		

จากตาราง 8 พบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตของผู้โดยสารในแต่ละช่วงอายุแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นหมายความว่า ผู้โดยสารที่มีช่วงอายุแตกต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอินของผู้โดยสารที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกัน

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	2	14.47	7.24	5.73**
ภายในกลุ่ม	397	501.12	1.26	
รวม	399	515.59		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 9 พบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตของผู้โดยสารในแต่ละระดับการศึกษาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นั่นหมายความว่า ผู้โดยสารที่มี

ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงต้องทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่การรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอินของผู้โดยสารที่มีวุฒิการศึกษาแตกต่างกัน

	ต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.43$)	ปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.78$)	ระดับปริญญาโท หรือสูงกว่า ($\bar{X} = 3.36$)
ต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.43$)	-		
ปริญญาตรี ($\bar{X} = 3.78$)	0.35*	-	
ระดับปริญญาโท หรือสูงกว่า ($\bar{X} = 3.36$)	0.07	0.42*	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 พบว่า ผู้โดยสารที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีกับระดับปริญญาตรี และผู้โดยสารที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีกับระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า มีการรับรู้คุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ผู้โดยสารที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีกับระดับปริญญาตรี และผู้โดยสารที่มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีกับระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า มีการรับรู้คุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตที่แตกต่างกัน

ส่วนผู้โดยสารที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีกับระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า มีการรับรู้คุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ ผู้โดยสารที่มีวุฒิการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีกับระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า มีการรับรู้คุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตที่ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอินของผู้โดยสารที่มีความถี่ในการเดินทางเฉลี่ยต่อปี

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	2	4.90	2.45	1.91
ภายในกลุ่ม	397	510.69	1.29	
รวม	399	515.59		

จากตาราง 11 พบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตของผู้โดยสารที่มีความถี่ในการเดินทางเฉลี่ยต่อปีแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นหมายความว่า ผู้โดยสารที่มีความถี่ในการเดินทางเฉลี่ยต่อปีแตกต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 12 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอินของผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	6	49.38	8.23	6.94
ภายในกลุ่ม	393	466.21	1.19	
รวม	399	515.59		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 12 พบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตของผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 นั่นหมายความว่า ผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่ต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงต้องทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่การรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอินของผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกัน

	การศึกษา ($\bar{X} = 2.99$)	การท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.56$)	ทำงาน/ธุรกิจ ($\bar{X} = 3.63$)	เพื่อประชุม/ สัมมนา ($\bar{X} = 3.76$)	เยี่ยมญาติ ($\bar{X} = 3.49$)	กลับ ภูมิลำเนา ($\bar{X} = 4.16$)	อื่นๆ ($\bar{X} = 3.74$)
การศึกษา ($\bar{X} = 2.99$)	-						
เพื่อการ ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.56$)	0.57*	-					
เพื่อทำงาน/ ธุรกิจ ($\bar{X} = 3.63$)	0.65*	0.73	-				
เพื่อประชุม/ สัมมนา ($\bar{X} = 3.76$)	0.77*	0.20	0.12	-			
เยี่ยมญาติ ($\bar{X} = 3.49$)	0.50	0.07	0.14	0.27	-		
เพื่อกลับ ภูมิลำเนา ($\bar{X} = 4.16$)	1.17*	0.60	0.56	0.40	0.67*	-	
อื่นๆ ($\bar{X} = 3.74$)	0.76	0.18	0.11	0.01	0.41	0.41	-

จากตาราง 13 พบว่า ผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการศึกษาทั้งเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อการศึกษาทั้งการทำงาน/ธุรกิจ เพื่อการศึกษาทั้งเพื่อประชุม/สัมมนา เพื่อการศึกษาทั้งกลับภูมิลำเนา และเพื่อเยี่ยมญาติกับกลับภูมิลำเนา มีการรับรู้คุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ ผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการศึกษาทั้งเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อการศึกษาทั้งการทำงาน/ธุรกิจ เพื่อการศึกษาทั้งเพื่อประชุม/สัมมนา เพื่อการศึกษาทั้งกลับภูมิลำเนา และเพื่อเยี่ยมญาติกับกลับภูมิลำเนา มีการรับรู้คุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต ที่แตกต่างกัน

ส่วนผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในประเด็นอื่นๆ มีการรับรู้คุณภาพการให้บริการเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

1. ผู้โดยสารมีการรับรู้คุณภาพการบริการของเคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตโดยรวมอยู่ในระดับมาก หากจำแนกตามการรับรู้ ได้แก่ การรับรู้ด้านความเอาใจใส่ มีระดับการรับรู้มากที่สุด รองลงมาได้แก่ การรับรู้ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการประกันความมั่นใจ และด้านความรับผิดชอบตามลำดับ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีรวิทย์ เลิศไทยตระกูล และ อัครวรรณ์ แสงวิภาค (2554) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการสายการบินของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำของประเทศไทย ขึ้นอยู่กับ การเชื่อมั่น การเอาใจใส่ การมองเห็นทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ และการตอบสนองการบริการ

2. ผลศึกษาการเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต โดยการจำแนกตามตัวแปร พบว่า เพศ อายุ และความถี่ในการเดินทาง มีผลต่อการรับรู้ที่ไม่แตกต่างกันออกไป แต่หากจำแนกตามตัวแปร ระดับการศึกษา และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการที่แตกต่างออกไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อินทรา จันทรัฐ (2552, หน้า 36) เรื่องความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ พบว่า ผู้โดยสารที่มีการศึกษาต่างกันมีผลต่อการรับรู้จริงในคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศในทุกทัศนคติแตกต่างกัน ทั้งนี้สายการบินนกแอร์ต้องตอบสนองการบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาและวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารผ่านช่องทางที่สามารถเข้าถึงกลุ่มต่างๆได้ง่าย อาทิ ผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อประชุม / สัมมนา กลุ่มเหล่านี้ต้องการความรวดเร็วในการให้บริการเช็คอิน รวมถึงการเช็คอินแบบกลุ่ม หรือผู้โดยสารที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่าอาจจะมีพฤติกรรมหรือประสบการณ์การเช็คอินออนไลน์หรือใช้บริการจากตู้ Kios มากกว่า การใช้บริการผ่านเคาน์เตอร์สนามบิน จึงส่งผลให้ระดับการรับรู้เรื่องคุณภาพน้อยกว่าผู้โดยสารที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ดังนั้น สายการบินนกแอร์ควรเพิ่มประสิทธิภาพของการเช็คอินในรูปแบบเช็คอินออนไลน์และตู้ Kios ให้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ควรทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการกับสายการบินต้นทุนต่ำอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบว่ามีการรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการที่มีความแตกต่างหรือเหมือนกันอย่างไร

2. การกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารควรครอบคลุมถึงผู้โดยสารชาวต่างประเทศเพื่อให้ทราบถึงการรับรู้คุณภาพของผู้โดยสารที่หลากหลาย

การนำไปใช้ประโยชน์

1. เพื่อเป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพและเป็นมาตรฐานตามหลักสากล ตลอดจนการเพิ่มกิจกรรมต่างๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้โดยสารที่เดินทางโดยเครื่องบิน
2. เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับงานบริการสารสนเทศในรูปแบบต่างๆ ของห้องสมุดหรือศูนย์สารสนเทศ โดยผู้บริหารและผู้ให้บริการ สามารถนำปัจจัยทั้ง 5 ด้านไปใช้ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ เช่น รูปลักษณ์ทางกายภาพ (Tangibles) ห้องสมุดควรมีเคาน์เตอร์และจุดให้บริการที่ดูทันสมัยและเพียงพอต่อความต้องการใช้ของผู้รับบริการ มีป้ายประกาศบอกจุดรับบริการที่ชัดเจน ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ห้องสมุดต้องมีเจ้าหน้าที่หรือบรรณารักษ์ที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการ เช่น สามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัย ให้คำแนะนำ และช่วยแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง การตอบสนองการบริการ (Responsiveness) เจ้าหน้าที่หรือบรรณารักษ์ต้องให้บริการในระยะเวลาที่เหมาะสมและมีความเต็มใจในการให้บริการ ความมั่นใจ (Assurance) เจ้าหน้าที่หรือบรรณารักษ์ต้องบริการได้ตรงความต้องการและตอบสนองได้ตรงตามข้อเรียกร้องของผู้รับบริการ และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) เจ้าหน้าที่หรือบรรณารักษ์ให้การบริการด้วยความใส่ใจและจริงใจแก่ผู้โดยสาร ตลอดจนสื่อสารด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย

รายการอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตตินันท์ นันทไพบูลย์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- วีรวิทย์ เลิศไทยตระกูล, และ อัครวรรณ์ แสงวิภาค. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการสายการบินของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ ศรีปทุม ชลบุรี*, 12(2), 24 – 33.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2559). *การวิจัยทางธุรกิจ (Business Research)*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพิชญา วงศ์วาสนา. (2553). *ความต้องการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ*. (วิทยาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อินทรา จันทรรัฐ. (2552). *ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ*. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Baker, David Mc. A. (2013). Service Quality and Customer Satisfaction in the Airline Industry: A Comparison between Legacy Airlines and Low-Cost Airlines. *American Journal of Tourism Research*, 2(1), 66-67.
- Fodness, Dale, and Murray, Brian. (2007). Passenger' expectations of airport service quality. *Journal of Service Marketing*, 21(7), 492 – 506.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L.L.. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.