

รูปแบบคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย

SERVICE QUALITY MODEL FOR INTERNATIONAL AIRPORT IN THAILAND

ธีรพันธ์ สงวนวงศ์¹, ภูมิพัฒน์ พงศ์ฤทธิกุล²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบคุณภาพการบริการสำหรับท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้โดยสารที่ใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติจำนวน 250 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โมเดลสมการโครงสร้างผลการศึกษาค้นคว้านี้แสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบของคุณภาพการบริการสำหรับท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ได้แก่ การเข้า-ออกท่าอากาศยาน การตรวจบัตรโดยสาร การตรวจหนังสือเดินทางและการแสดงตัวบุคคล การรักษาความปลอดภัย การหาหนทาง สิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน สภาพแวดล้อมของท่าอากาศยาน ความเป็นไทย และบุคลากร ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจลูกค้า และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้ความพึงพอใจลูกค้ายังเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วนระหว่างสัมพันธภาพของการบริการและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ

คำสำคัญ : ท่าอากาศยาน/คุณภาพบริการ/ความพึงพอใจ/การกลับมาใช้ซ้ำ

Abstract

This study aims to analyze service quality model for international airport in Thailand. Moreover, the study was used quantitative study, the samples were 250 passengers who came to airport in Thailand. Questionnaire was used to collect the data and analyze by structural equation modelling. The results show that 1) 9 factors of service quality for international airport in Thailand: access, check-in, passport and personal ID control, security, finding your way, airport facilities, airport environment, Thainess, and people. 2) service quality directly affected to customer satisfaction and intention to use. Moreover, customer satisfaction was partially mediated on relationship between service quality and intention to use.

Keywords : Airport/Service quality/Satisfaction/Intention to use

บทนำ

ท่าอากาศยานเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งการแข่งขันจากภายในประเทศ และการแข่งขันกับท่าอากาศยานต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งท่าอากาศยานของประเทศไทยจึงต้องพิจารณาการสร้างสรรค์นวัตกรรมและบริการเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้โดยสารที่ใช้บริการ การสร้างความพึงพอใจ ตลอดจนการสร้างความประทับใจ เพื่อทำให้เกิดความแตกต่างที่สามารถสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดได้เพิ่มมากขึ้น (Ali, Kim, & Ryu, 2016; Ansari & Agarwal, 2015; Pantouvakis & Renzi, 2016) ทั้งนี้ท่าอากาศยานเป็นธุรกิจบริการที่มีความหลากหลายของความแตกต่างทางด้านคุณภาพบริการ จึงต้องปรับปรุงการบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญให้สอดคล้องกับพลวัตโลก สภาพเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่ความต้องการแตกต่างกัน (Yu & Hsu, 2011) หากการแข่งขันของธุรกิจที่อาศัยการบริการเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญที่นำไปสู่ความประทับใจของลูกค้า การสร้างความแตกต่างของบริการย่อมส่งผลทำให้ธุรกิจมีผลกำไรที่ดี นอกจากนั้นถ้าบริการที่แตกต่างกันย่อมทำให้ท่าอากาศยานมีจุดเด่นที่ช่วยสามารถเก็บรักษาลูกค้าได้สูงยิ่งขึ้นเช่นกัน (Park & Park, 2018) เพราะคุณภาพบริการเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้ผู้ให้บริการรับรู้คุณภาพ ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจ และความต้องการกลับมาใช้ซ้ำอีกครั้ง (G. C. Bezerra & Gomes, 2015; Kim, Vogt, & Knutson, 2015; Subha & Archana, 2013)

คุณภาพการบริการเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่สร้างความแตกต่างของธุรกิจให้นำไปสู่ความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งทางธุรกิจ และสามารถช่วยให้การบริหารจัดการมีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น (Farooq, Salam, Fayolle, Jaafar, & Ayupp, 2018) คุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องคำนึงถึง โดยผู้ให้บริการจะเกิดคุณค่าความพึงพอใจ เมื่อได้รับการบริการที่เป็นเลิศ

และรับรู้ถึงคุณค่าในการบริการ (Pantouvakis & Renzi, 2016) โดยการประสานความร่วมมือขององค์กรต้องทุ่มเท และต้องเกิดการประสานความร่วมมือของพนักงานทุกระดับในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการที่เป็นสิ่งสำคัญต่อการสร้างสรรค์คุณค่าการให้บริการให้แก่ผู้ให้บริการ ทั้งนี้การมีคุณภาพการบริการได้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการประสานการบริการมีความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะเปรียบเสมือนการช่วยเหลือการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้เหมือนกับต้องการได้อย่างมีคุณค่าและสามารถส่งผลต่อการบอกต่อ และความต้องการกลับมาใช้บริการซ้ำอยู่เสมอ (Park & Park, 2018; Prentice, 2013)

การศึกษาที่ผ่านมาได้มีการศึกษาคุณภาพการบริการโดยใช้มาตรวัดที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งมาตรวัดที่แตกต่างกันย่อมส่งผลให้ผลของการศึกษาแตกต่างกัน (Farooq et al., 2018; Park & Park, 2018; Prentice & Kadan, 2019) ดังนั้นการศึกษานี้จึงช่วยเติมเต็มคุณภาพบริการของท่าอากาศยานนานาชาติ โดยเฉพาะการศึกษาในบริบทของประเทศไทยที่จะช่วยให้ผลการศึกษานำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนและการออกแบบบริการได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น จึงทำการศึกษารื่อง “รูปแบบคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย” ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษารูปแบบคุณภาพการบริการสำหรับท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การประกอบกิจการท่าอากาศยานเป็นกิจการด้านสาธารณูปโภคที่มีความสำคัญยิ่งต่อเศรษฐกิจและความมั่นคงของประเทศ แต่การดำเนินการยังอยู่ภายใต้การบริหารของราชการ ซึ่งทำให้ขาดความคล่องตัว จึงจัดตั้งรัฐวิสาหกิจเพื่อช่วยให้การดำเนินกิจการท่าอากาศยานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ในนาม “ท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย หรือ ทอท.” และใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “Airports Authority of Thailand หรือ AAT” และในปี พ.ศ. 2538 ได้ปรับปรุงรูปแบบการบริหารเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ประสงค์จะให้ท่าอากาศยานแห่งประเทศไทยสามารถจัดตั้งบริษัทจำกัดหรือบริษัทมหาชนจำกัดเพื่อประกอบธุรกิจเกี่ยวกับกิจการท่าอากาศยาน และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องหรือต่อเนื่องกับกิจการของการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทยจึงได้จัดตั้ง “บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) หรือ ทอท.” ส่วนภาษาอังกฤษใช้ว่า “Airports of Thailand Public Company Limited หรือ AOT” (พระราชบัญญัติการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2538) โดยได้รับการโอนท่าอากาศยานในส่วนภูมิภาค ได้แก่ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยานหาดใหญ่ ท่าอากาศยานภูเก็ต ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย และท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ รวมทั้งสิ้น 6 ท่าอากาศยาน

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ได้คำนึงถึงการมุ่งสร้างองค์กรสู่ความเป็นเลิศ โดยมุ่งมั่นยกระดับการพัฒนาคุณภาพการบริการ การพัฒนาสมรรถนะบุคลากร การปรับปรุงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อให้มีความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและ

สิ่งแวดล้อมตามมาตรฐานสากลอันเป็นแนวทางที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยทั้งหมดนี้เพื่อสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการท่าอากาศยาน (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2558)

Lovelock and Wirtz (2011) ได้นิยามไว้ว่า การบริการเป็นปฏิกริยาหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการอาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิกริการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้ นอกจากนั้นการบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาสู่ การศึกษาคุณภาพบริการของท่าอากาศยานในอดีตได้ประยุกต์มาตรวัด "SERVQUAL" เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการขององค์กรแต่อย่างไรก็ตามสมาคมท่าอากาศยานระหว่างประเทศ (The Airport Council International) ได้พัฒนามาตรวัดคุณภาพบริการของท่าอากาศยานเพื่อให้เหมาะสมกับคุณลักษณะการบริการให้ประเมินผลได้อย่างแท้จริง (Martin-Domingo, Martin, & Mandsberg, 2019) ซึ่งมาตรวัดที่ได้พัฒนาขึ้น ชื่อ คุณภาพบริการท่าอากาศยาน (Airport Service Quality: ASQ) โดยแบบประเมินดังกล่าวใช้วัดคุณภาพบริการของท่าอากาศยานทั่วโลก เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อท่าอากาศยาน เปรียบเทียบสมรรถนะของท่าอากาศยานต่างๆ ทั่วโลก และวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่าอากาศยานประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน (ACI, 2017)

การวิจัยที่ผ่านมาได้มีการศึกษาคุณภาพการบริการเพื่อพัฒนาคุณภาพบริการขององค์กรแต่ละแห่ง โดยเฉพาะคุณภาพบริการที่ช่วยสะท้อนการบริการของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการบิน (Saleem, Zahra, & Yaseen, 2017) โดยแสดงให้เห็นว่าคุณภาพบริการสามารถขับเคลื่อนผลกำไรขององค์กรและเป็นข้อดีที่ช่วยให้การแข่งขันในอุตสาหกรรม (Prentice, 2013; Shi, Prentice, & He, 2014) ในอุตสาหกรรมการบิน Farooq et al. (2018) เสนอแนะให้เห็นว่าคุณภาพบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ส่วน G. C. L. Bezerra and Gomes (2016) ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพบริการด้านการเช็คอิน และความปลอดภัยมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจที่ผู้ให้บริการในท่าอากาศยาน ส่วน Moon, Yoon, and Han (2015) พบว่า คุณภาพบริการในเรื่องของการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และความสะอาดเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้โดยสารเดินทางมาใช้บริการของท่าอากาศยานให้ความสำคัญ

คุณภาพการบริการเป็นความรู้สึกที่เกิดจากการได้รับการบริการจากสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่ได้รับรู้จริงหรือการได้รับการตอบสนองตรงตามความต้องการหรือจากประสบการณ์ที่ใช้บริการและประสบการณ์นั้นตรงตามความคาดหวัง ซึ่งการสร้าง ความพึงพอใจลูกค้าย่อมก่อให้เกิดประโยชน์ที่ดีสำหรับธุรกิจ (Baker & Crompton, 2000; Kandampully & Suhartanto, 2000)

การศึกษาของ Ku and Chen (2013) พบการศึกษาไปในทิศทางเดียวกันว่าคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจลูกค้า ซึ่งแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจได้เป็นอย่างดี

(Hu & Huang, 2011; Hussain, Al Nasser, & Hussain, 2015; Pantouvakis & Renzi, 2016; Prebezac, Mikulic, & Jurkovic, 2010) การพิจารณาในมิติต่างๆ ของคุณภาพบริการได้ชี้ให้เห็นว่า ผู้บริหารควรสนับสนุนการนำแผนงานมาปฏิบัติด้านคุณภาพบริการมาปฏิบัติอย่างจริงจังเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Ching, 2014; Saleem et al., 2017) และผลงานวิจัยที่แสดงให้เห็นก่อนหน้านี้ได้ค้นพบว่าคุณภาพบริการเป็นตัวแปรต้นที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Bogicevic, Yang, Cobanoglu, Bilgihan, & Bujisic, 2016; Farooq et al., 2018; Subha & Archana, 2013)

การรับรู้คุณภาพบริการที่ดีช่วยให้ลูกค้าแสดงพฤติกรรมที่ดีเช่นเดียวกัน เช่น การกลับมาซื้อซ้ำ การกลับมาใช้ซ้ำ การแนะนำบอกต่อ การยอมจ่ายแพงขึ้น และเป็นลูกค้าที่ภักดีต่อธุรกิจ (Prentice & Kadan, 2019) ซึ่งการศึกษาที่ผ่านมาสนับสนุนแนวความคิดนี้อย่างมากมาย (Bigovic & Prasnikar, 2015; De Nisco, Mainolfi, Marino, & Napolitano, 2015; Nghiem-Phu & Suter, 2018; Prentice, 2013)

นอกจากนี้ คุณภาพการบริการส่งผลต่อการกลับมาใช้ซ้ำสามารถอธิบายด้วยทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory of Reasoned Action) โดย Fishbein and Ajzen (1975) นำมาใช้อธิบายพื้นฐานสำหรับการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ ซึ่งทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผลได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อและทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมนุษย์เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงความเชื่อและบุคคลจะแสดงพฤติกรรมเพราะคิดว่าเป็นสิ่งสมควรกระทำ อย่างไรก็ตามนักทอ่งเที่ยวหรือลูกค้าต้องเกิดความพึงพอใจ และได้รับความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องจึงส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ และนำไปสู่ความภักดี (Timm, 2011) หากลูกค้าเกิดความต้องการกลับมาใช้ซ้ำธุรกิจก็จะได้รับประโยชน์ (Kozak & Decrop, 2009) ทั้งจากรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น มีความยั่งยืนของธุรกิจ มีความมั่นคงของธุรกิจ และสามารถบริหารสินค้าได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Wattanacharoensil, Schuckert, Graham, & Dean, 2017)

การศึกษาคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมบริการได้สำรวจความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจลูกค้าและความภักดีลูกค้าเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมการตัดสินใจหลังการใช้บริการ (Kim et al., 2015; Liu & Lee, 2016; Rezaei, Mazaheri, & Azadavar, 2017; Wu & Cheng, 2013) การศึกษาก่อนหน้านี้ได้ช่วยแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจลูกค้านำไปสู่ความภักดีของลูกค้า ที่แสดงออกมาในรูปแบบต่างๆ โดยความพึงพอใจทำหน้าที่เชื่อมโยงกระบวนการในการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของลูกค้า จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน (Bitner, Zeithaml, & Gremler, 2010) เมื่อผู้บริโภคพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์การส่งมอบ จะให้การสนับสนุนการดำเนินงานทางธุรกิจขององค์การในเชิงบวกและปลุกเร้าให้ลูกค้าที่องค์การคาดหวังกลายมาเป็นลูกค้าขององค์การ (Hsu, 2018) นอกจากนี้ผลการวิจัยเชิงประจักษ์ พบว่า ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อผู้บริโภค (Wardi, Abror, & Trinanda, 2018) และความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาซื้อ

ซ้ำของผู้บริโภคเช่นเดียวกัน (Lena Jingen Liang, Hwansuk Chris Choi, & Marion Joppe, 2018; Lena Jingen Liang, HS Chris Choi, & Marion Joppe, 2018; Park & Park, 2018; Prentice & Kadan, 2019)

วิธีการวิจัย

ประชากรสำหรับการวิจัย คือ ผู้โดยสารขาเข้าและขาออกระหว่างประเทศ ที่ใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติ ภายใต้การดูแลของบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีจำนวน 20,000,000 คน ซึ่งใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างตามแนวคิดของ (Hair, Anderson, Babin, & Anderson, 2010) โดยต้องมีขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 250 คน ทั้ง 6 แห่ง ประกอบด้วย ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยานภูเก็ต ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยานเชียงราย และท่าอากาศยานหาดใหญ่

การศึกษารั้งนี้ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแบ่งออกเป็นจำนวน 4 ตอน ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้น จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ทวีป ท่าอากาศยานที่ใช้บริการ ส่วนตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับคุณภาพบริการของท่าอากาศยานในประเทศ จำนวน 9 องค์ประกอบ จำนวน 63 ข้อ โดยแบ่งเป็น 1) การเข้า-ออก ท่าอากาศยาน (Access) 2) การตรวจบัตรโดยสาร (Check-in) 3) การตรวจหนังสือเดินทางและการแสดงตัวบุคคล (Passport and personal ID control) 4) การรักษาความปลอดภัย (Security) 5) การหาหนทาง (Finding your way) 6) สิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน (Airport facilities) 7) สภาพแวดล้อมของท่าอากาศยาน (Airport environment) 8) ความเป็นไทย (Thainess) 9) บุคลากร (People) ซึ่งในองค์ประกอบที่ 1 – 7 ดัดแปลงจากข้อคำถามของแบบประเมินคุณภาพการบริการของสมาคมท่าอากาศยานระหว่างประเทศ (The Airport International Council) สำหรับองค์ประกอบที่ 8 และ 9 ได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการท่าอากาศยานจำนวน 6 แห่ง ที่อยู่ภายใต้การดูแลของบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อนำมาพัฒนาข้อคำถามที่เหมาะสมกับคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานในประเทศไทย ทั้งนี้ผู้วิจัยติดต่อไปยังท่าอากาศยานจำนวน 6 แห่ง เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 250 ชุด ระหว่างวันที่ 1 – 30 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562

การวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้ค่าสถิติพื้นฐานเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปรคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้โดยสาร ส่วนใหญ่เดินทางมาจากเอเชียจำนวนมากที่สุด เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งมีอายุระหว่าง 20 – 35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และทำงานออฟฟิต มากที่สุด ในด้านสถานภาพแสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่โสด รองลงมาสมรส และผู้โดยสารส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 30,000 บาท

คุณภาพบริการของท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย ทั้ง 9 องค์ประกอบ พบว่า ทุกองค์ประกอบมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ซึ่งมีด้าน การตรวจบัตรโดยสาร และการตรวจหนังสือเดินทางและการแสดงตัวบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน รองลงมาได้แก่ บุคลากร การหาหนทาง การรักษาความปลอดภัย สภาพแวดล้อมของท่าอากาศยาน ความเป็นไทย สิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน และการเข้า-ออกท่าอากาศยาน ตามลำดับ

การเข้า-ออกท่าอากาศยาน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อยจำนวน 6 ตัวแปร พบว่า การอำนวยความสะดวกของลานจอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ความคุ้มค่าในการจ่ายค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกของลานจอดรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ระยะทางจากลานจอดรถถึงอาคารผู้โดยสาร / มีหลังคากันแดดและกันฝน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 จำนวนและความพร้อมในการใช้งานของรถเข็นสัมภาระ / รถเข็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.98 การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ ณ จุดตรวจค้น บริเวณทางเข้าอาคารผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.98 และ การบริการข้อมูลข่าวสารจากท่าอากาศยาน ความหลากหลายของช่องทางการให้ข้อเสนอแนะและการร้องเรียนของผู้โดยสาร เช่น Website/ Line /Social media ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.86

การตรวจบัตรโดยสาร มีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.19) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อยทั้ง 4 ตัวแปรพบว่า ระยะเวลาในการรอคอย การเข้าแถวของการเช็คอิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.14 ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเช็คอิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.26 ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงานเช็คอิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.21 และ การนำระบบเทคโนโลยีทันสมัยเข้ามาใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสารเพื่อเกิดประโยชน์ด้านความรวดเร็วและป้องกันการผิดพลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.18

การตรวจหนังสือเดินทางและการแสดงตัวบุคคล มีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.19) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 4 ตัวแปร พบว่า ระยะเวลาในการตรวจสอบเอกสารส่วนบุคคล (บัตรประชาชน / พาสปอร์ต) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.28 ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.20 จำนวนเจ้าหน้าที่และจำนวนช่องให้บริการต่อความต้องการของผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.12 เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยไมตรีจิตและมีทักษะในการสื่อสารที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.17

การรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.11) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 9 ตัวแปร พบว่า ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงานรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.24 ความละเอียดของการตรวจสอบความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.14 ระยะเวลาของการตรวจสอบ การตรวจค้น

ในระบบการรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.14 การรับรู้ถึงความรู้สึกที่ความมั่นคงและความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.22 เจ้าหน้าที่ได้รับการอบรมด้านการรักษาความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ และเป็นผู้มีปฏิภาณไหวพริบในการเฝ้าระวังเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.18 การนำระบบเทคโนโลยีและเครื่องมือที่มีความทันสมัยเข้ามาใช้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.06 การบำรุงรักษาระบบกล้องวงจรปิด (CCTV) อย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.04 เจ้าหน้าที่ผ่านการอบรมและเรียนรู้การช่วยเหลือชีวิตของผู้ป่วยวิกฤติและสามารถให้การรักษาการปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.04 และ มีเจ้าหน้าที่ให้คำอธิบายและตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับวัตถุอันตราย (Dangerous Goods) ที่ห้ามนำขึ้นเครื่องแก่ผู้โดยสาร ณ บริเวณจุดตรวจค้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00

การหาหนทาง มีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.11) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 7 ตัวแปร พบว่า ความสะดวกในการค้นหาเส้นทางภายในสนามบิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.20 การทราบข้อมูลเที่ยวบินจากหน้าจอแสดงผล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.16 ระยะเส้นทางสำหรับการเดินทางในอาคารผู้โดยสารไปยังจุดต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.04 ความสะดวกและความรวดเร็วในการใช้บริการเที่ยวบินแบบเชื่อมต่อ (Connection flights) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.06 เจ้าหน้าที่สวมใส่เครื่องแบบ (Uniform) ที่สังเกตได้อย่างเด่นชัด ในกรณีที่มีผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.18 ต้องการทราบข้อมูลหรือพบปัญหา และมีข้อร้องเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.18 และการนำระบบเทคโนโลยี (Application) เข้ามาใช้ในการให้บริการเพื่อค้นหาเส้นทาง จุดให้บริการ / ร้านค้า ภายในสนามบินผ่านทางโทรศัพท์มือถือและจอแสดงภาพของท่าอากาศยาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.04

สิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 13 ตัวแปร พบว่า พนักงานท่าอากาศยานให้บริการด้วยความมีน้ำใจและเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.17 ความเหมาะสมและจำนวนของภัตตาคารและร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าภายในสนามบิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.02 ร้านจำหน่ายสินค้าและสินค้าพื้นเมือง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ความคุ้มค่าของราคาอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนการใช้บริการภัตตาคารและ ร้านอาหารภายในสนามบิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 การเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต WIFI และ จุดบริการชาร์จแบตเตอรี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 ห้องรับรองสำหรับผู้บริหารและนักธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ความพร้อมสำหรับการให้บริการของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.16 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.24 ความสะดวกสบายของพื้นที่สำหรับการนั่งรอคอยก่อนขึ้นเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.12 จำนวนสายพานรับกระเป๋าต่อจำนวนเที่ยวบิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.03 จำนวนสะพานเทียบอาคารผู้โดยสาร (Aerobridge) ต่อการให้บริการสำหรับผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือพิเศษ (Disable) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.91 และมีจุดถ่ายภาพ รอบบริเวณอาคารผู้โดยสารเพื่อความเพลิดเพลิน และการรอคอยเที่ยวบิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57

สภาพแวดล้อมของท่าอากาศยาน ค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 4 ตัวแปร พบว่า ความสะอาดของห้องโดยสาร (Terminal) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.25 บรรยากาศโดยรวมของ

สนามบิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.07 ความเหมาะสมของอุณหภูมิภายในอาคารผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.94 และ การนำดอกไม้และพรรณไม้พื้นเมืองของภูมิภาคมาจัดแสดงและปรับเปลี่ยนตามฤดูกาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54

ความเป็นไทย ค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 7 ตัวแปร พบว่า การบริการด้วยรอยยิ้ม (Smile) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.16 การให้บริการด้วยไมตรีจิต (Warm welcome) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.16 การให้บริการอย่างเต็มใจและเอาใจใส่ดูแล (Take care) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.11 สถาปัตยกรรมและการตกแต่งอาคารผู้โดยสารแสดงถึงเอกลักษณ์และความโดดเด่นตามลักษณะภูมิภาคของที่ตั้งท่าอากาศยาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 การสร้างบรรยากาศที่แสดงถึงขนบธรรมเนียมประเพณีความเป็นไทย เช่น การเล่นดนตรีพื้นเมือง การแสดงต้อนรับ ภาพตกแต่งอาคารผู้โดยสาร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 เจ้าหน้าที่ให้บริการสวมใส่เครื่องแบบโดยใช้ผ้าไทย หรือผ้าพื้นเมือง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และการให้บริการแก่ผู้โดยสารเปรียบเสมือนญาติ มิตรและบุคคลในครอบครัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.02

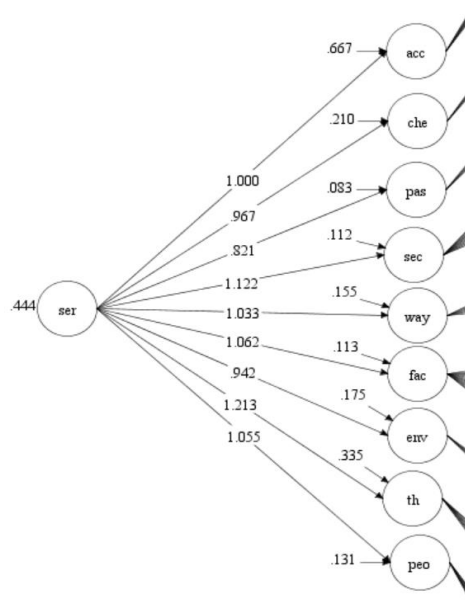
บุคลากร ค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.11) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 8 ตัวแปร พบว่า ความสามารถในการใช้ภาษาสากลเพื่อการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.20 การเข้าใจถึงความต้องการของผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.12 การตอบสนองของผู้โดยสารได้ทันทีทั้งที่ โดยที่ผู้โดยสารมีข้อร้องขอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.06 การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.20 การมีปฏิภาณไหวพริบ และความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.14 การเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ มีจิตสำนึกและเป็นผู้มีคุณภาพ (SMART People) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.03 ความสามารถในการใช้ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.07 และ ความสามารถในการให้บริการผู้โดยสารที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.10

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

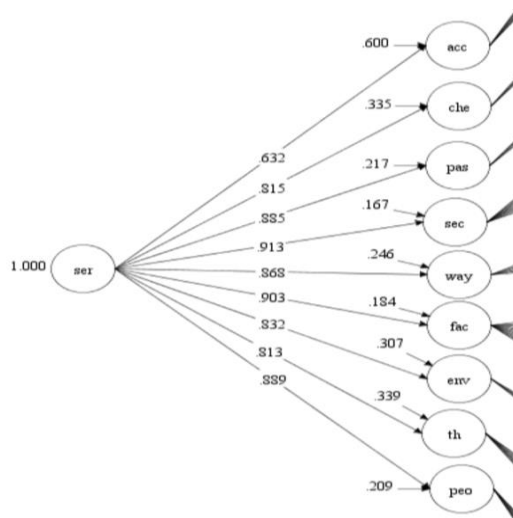
การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด ลำดับที่หนึ่งของตัวแปรแฝงภายนอก เป็นการวิเคราะห์คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์โมเดลแสดงให้เห็นว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติ χ^2 เท่ากับ 5037.565, df เท่ากับ 1793, CFI เท่ากับ 0.979, TLI เท่ากับ 0.967, RMSEA เท่ากับ 0.085 และ SRMR เท่ากับ 0.079

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่หนึ่ง จำนวน 9 องค์ประกอบ มีรายละเอียดดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 การเข้า-ออกท่าอากาศยาน มี 7 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.577 – 0.820 องค์ประกอบที่ 2 การตรวจบัตรโดยสาร มี 4 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.709 – 0.870 องค์ประกอบที่ 3 การตรวจหนังสือเดินทางและการแสดงตัวบุคคล มี 4 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.689 – 0.899 องค์ประกอบที่ 4 การรักษาความปลอดภัย มี 7 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.747 –

องค์ประกอบที่ 5 การหาหนทาง มี 6 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.750 – 0.821 องค์ประกอบที่ 6 สิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน มี 13 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.544 – 0.776 องค์ประกอบที่ 7 สภาพแวดล้อมของท่าอากาศยาน มี 4 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.628 – 0.860 องค์ประกอบที่ 8 ความเป็นไทย มี 7 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.613 – 0.953 และสุดท้าย องค์ประกอบที่ 9 บุคลากร มี 8 ตัวแปร มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.794 – 0.905



ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด ลำดับที่สองของตัวแปรแฝงภายนอก



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักมาตรฐานขององค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดลำดับที่สองของตัวแปรแฝงภายนอก

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของตัวแปรสังเกต เป็นการวิเคราะห์ที่ตัวแปรทุกตัวประกอบด้วยปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์โมเดลแสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติ χ^2 เท่ากับ 5902.240, df เท่ากับ 2132, CFI เท่ากับ 0.967, TLI เท่ากับ 0.959, RMSEA เท่ากับ 0.084 และ SRMR เท่ากับ 0.083

การวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝงและค่าความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้เฉลี่ย ซึ่งผลการวิเคราะห์ที่ได้นำเสนอดังตารางที่ 1 จากการวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝงมีค่าอยู่ระหว่าง 0.84 – 0.95 และความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้เฉลี่ย มีค่าอยู่ระหว่าง 0.47 – 0.79 ซึ่งการกำหนดตัวแปรแฝงทุกตัวมีความเชื่อถือได้

ตารางที่ 1 ความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้เฉลี่ย (AVE) ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (CR)

ตัวแปรแฝง	AVE	CR
การเข้า-ออกท่าอากาศยาน	0.51	0.86
การตรวจบัตรโดยสาร	0.66	0.88
การตรวจหนังสือเดินทางและการแสดงตัวบุคคล	0.57	0.84
การรักษาความปลอดภัย	0.68	0.95
การหาหนทาง	0.60	0.90
สิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน	0.47	0.92
สภาพแวดล้อมของท่าอากาศยาน	0.59	0.85
ความเป็นไทย	0.50	0.87
บุคลากร	0.74	0.95

การตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตมีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางบวกทุกคู่ อีกทั้งมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เมื่อตรวจสอบการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์โมเดลแสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติ χ^2 เท่ากับ 5093.145, df เท่ากับ 1760, CFI เท่ากับ 0.973, TLI เท่ากับ 0.964, RMSEA เท่ากับ 0.087 และ SRMR เท่ากับ 0.085

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบของคุณภาพการบริการสำหรับท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ได้แก่ การเข้า-ออกท่าอากาศยาน การตรวจบัตรโดยสาร การตรวจหนังสือเดินทางและการแสดงตัวบุคคล การรักษาความปลอดภัย การหาหนทาง สิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน สภาพแวดล้อมของท่าอากาศยาน ความเป็นไทย และบุคลากร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสมาคมท่าอากาศยานระหว่างประเทศ ที่พัฒนามาตรวัดคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานเพื่อวิเคราะห์ความ

คิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อท่าอากาศยาน เปรียบเทียบสมรรถนะของท่าอากาศยานต่างๆ ทั่วโลก (ACI, 2017) แต่อย่างไรก็ตามตามแนวคิดของ สมาคมท่าอากาศยานระหว่างประเทศแสดงให้เห็นว่า คุณภาพบริการท่าอากาศยาน (Airport Service Quality: ASQ) ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบเท่านั้น ส่วนองค์ประกอบที่ผลการศึกษานี้แตกต่างจากมาตรวัดนั้น ประกอบด้วย ความเป็นไทย และบุคลากร เนื่องจากเครื่องมือดังกล่าวใช้ในการประเมินคุณภาพบริการสำหรับท่าอากาศยานทุกแห่งทั่วโลก ไม่ได้ประเมินเฉพาะที่ใดที่หนึ่งเท่านั้น ดังนั้นก่อนการนำไปประเมินคุณภาพบริการจึงมีความจำเป็นต้องประยุกต์ให้เกิดความเหมาะสม (Gitto & Mancuso, 2017; Guo et al., 2017; Martin-Domingo et al., 2019)

องค์ประกอบที่พบจากการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Martin-Domingo et al. (2019) ที่แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารให้ความสำคัญกับการเข้าถึง การเช็คอิน หนังสือเดินทาง เส้นทางในท่าอากาศยาน สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมของท่าอากาศยาน การเข้าถึง เช่นเดียวกันกับการศึกษาของ Prentice and Kadan (2019) ที่ศึกษาผู้โดยสารที่ใช้บริการท่าอากาศยานในประเทศออสเตรเลีย ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) การเช็คอิน (Check in) สภาพแวดล้อมโดยรอบ (Servicescape) ความปลอดภัย (Security) และ บรรยากาศ (Ambience) ซึ่งการศึกษาก่อนหน้านี้ยังช่วยพบว่าคุณลักษณะของการบริการทั้ง 7 องค์ประกอบ ตามแนวคิดของสมาคมท่าอากาศยานระหว่างประเทศมีความเหมาะสมต่อการประเมินคุณภาพบริการเบื้องต้นเพื่อทราบความแตกต่างของท่าอากาศยานและคู่แข่ง (G. C. Bezerra & Gomes, 2015; Moon et al., 2015)

สำหรับการศึกษาดังกล่าววิจัยเชิงคุณภาพมีข้อค้นพบเพิ่มเติมเกี่ยวกับองค์ประกอบที่เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานในประเทศไทย คือ “ความเป็นไทย” ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ใช้ประเมินเฉพาะท่าอากาศยานของประเทศไทยเท่านั้น โดยการบริการนี้ช่วยให้ท่าอากาศยานในประเทศไทยมีความโดดเด่นและแตกต่างจากท่าอากาศยานต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งความเป็นไทยแสดงด้วยการบริการด้วยรอยยิ้ม การให้บริการด้วยไมตรีจิต การให้บริการอย่างเต็มใจและเอาใจใส่ดูแล เครื่องแบบการแต่งกายแบบไทย สถาปัตยกรรมและการตกแต่งอาคารผู้โดยสารแสดงถึงเอกลักษณ์และความโดดเด่น บรรยากาศที่แสดงถึงขนบธรรมเนียมประเพณีความเป็นไทย นอกจากนี้ยังพบว่ามียังองค์ประกอบอีกหนึ่งองค์ประกอบ คือ “บุคลากร” สำหรับการบริการของท่าอากาศยานในประเทศไทยต้องคำนึงถึง ความสามารถในการใช้ภาษาสากล การเข้าใจถึงความต้องการของผู้โดยสารรายบุคคล การตอบสนองผู้โดยสารได้ทันทั่วทั้งที่ การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำ การมีปฏิสัมพันธ์ไว้วางใจ และความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีจิตสำนึก ความสามารถในการใช้ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย และความสามารถในการให้บริการผู้โดยสารที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Martin-Domingo et al. (2019) ที่แสดงให้เห็นว่าการประเมินคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานควรให้ความสำคัญกับด้านการประเมินบุคลากร ดังนั้นคุณลักษณะทั้งสองคุณลักษณะช่วยทำให้คุณภาพบริการของ

ท่าอากาศยานในประเทศไทยมีความเป็นเอกลักษณ์และสอดคล้องกับการบริการแบบไทย (Thai hospitality) ได้ดีมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2558). สถิติผู้โดยสาร. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน).

ACI. (2017). Airport service quality. from [http:// www.aci-aer0/Customer-Experience-ASQ/Homepage](http://www.aci-aer0/Customer-Experience-ASQ/Homepage)

Ali, F., Kim, W. G., & Ryu, K. (2016). The effect of physical environment on passenger delight and satisfaction: Moderating effect of national identity. *Tourism Management*, 57, 213-224.

Ansari, Z. A., & Agarwal, J. (2015). A critical analysis of the passenger's satisfaction from the services quality of the king Abdulaziz International Airport Jeddah, Saudi Arabia. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 3(8), 213-228.

Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.

Bezerra, G. C., & Gomes, C. F. (2015). The effects of service quality dimensions and passenger characteristics on passenger's overall satisfaction with an airport. *Journal of Air Transport Management*, 44, 77-81.

Bezerra, G. C. L., & Gomes, C. F. (2016). Measuring airport service quality: A multidimensional approach. *Journal of Air Transport Management*, 53, 85-93.

Bigovic, M., & Prasnikar, J. (2015). Predicting tourists' behavioral intentions at the destination level. *Current Issues in Tourism*, 18(5), 744-764.

Bitner, M. J., Zeithaml, V. A., & Gremler, D. D. (2010). Technology's impact on the gaps model of service quality *Handbook of service science* (pp.197-218): Springer.

Bogicevic, V., Yang, W., Cobanoglu, C., Bilgihan, A., & Bujisic, M. (2016). Traveler anxiety and enjoyment: The effect of airport environment on traveler's emotions. *Journal of Air Transport Management*, 57, 122-129.

Ching, M. (2014). Passengers' perception on airport service and quality satisfaction. *Paper presented at the Proceedings of International Academic Conferences*.

- De Nisco, A., Mainolfi, G., Marino, V., & Napolitano, M. R. (2015). Tourism satisfaction effect on general country image, destination image, and post-visit intentions. *Journal of Vacation Marketing*, 21(4), 305-317.
- Djajanto, L., Nimran, U., & Kumadji, S. (2014). The effect of self-service technology, service quality, and relationship marketing on customer satisfaction and loyalty. *Journal of Business Management*, 16(1), 39-50.
- Farooq, M. S., Salam, M., Fayolle, A., Jaafar, N., & Ayupp, K. (2018). Impact of service quality on customer satisfaction in Malaysia airlines: A PLS-SEM approach. *Journal of Air Transport Management*, 67, 169-180.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. MA: Addison Wesley Reading.
- Gitto, S., & Mancuso, P. (2017). Improving airport services using sentiment analysis of the websites. *Tourism Management Perspectives*, 22, 132-136.
- Guo, Y., Barnes, S. J., & Jia, Q. (2017). Mining meaning from online ratings and reviews: Tourist satisfaction analysis using latent dirichlet allocation. *Tourism Management*, 59, 467-483.
- Hair, J. F., Anderson, B. W., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis with reading* (Vol. 4th). New Jersey: Prentice-Hall.
- Hu, K. C., & Huang, M. C. (2011). Effects of service quality, innovation and corporate image on customer's satisfaction and loyalty of air cargo terminal. *International Journal of Operations Research*, 8(4), 36-47.
- Hussain, R., Al Nasser, A., & Hussain, Y. K. (2015). Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: An empirical investigation. *Journal of Air Transport Management*, 42, 167-175.
- Izogo, E. E., & Ogba, I.-E. (2015). Service quality, customer satisfaction and loyalty in automobile repair services sector. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32(3), 250-269.
- Kandampully, J., & Suhartanto, D. (2000). Customer loyalty in the hotel industry: the role of customer satisfaction and image. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6), 346-351.
- Kim, M., Vogt, C. A., & Knutson, B. J. (2015). Relationships among customer satisfaction, delight, and loyalty in the hospitality industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 39(2), 170-197.

- Kozak, M., & Decrop, A. (2009). *Handbook of tourist behavior: Theory and practice*. New York: Routledge.
- Ku, E. C., & Chen, C.-D. (2013). Fitting facilities to self-service technology usage: Evidence from kiosks in Taiwan airport. *Journal of Air Transport Management*, 32, 87-94.
- Liang, L. J., Choi, H. C., & Joppe, M. (2018). Exploring the relationship between satisfaction, trust and switching intention, repurchase intention in the context of Airbnb. *International Journal of Hospitality Management*, 69, 41-48.
- Liang, L. J., Choi, H. C., & Joppe, M. (2018). Understanding repurchase intention of Airbnb consumers: Perceived authenticity, electronic word-of-mouth, and price sensitivity. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(1), 73-89.
- Liu, C.-H. S., & Lee, T. (2016). Service quality and price perception of service: Influence on word-of-mouth and revisit intention. *Journal of Air Transport Management*, 52, 42-54.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Service marketing: People, technology, strategy* (7th ed.). NJ: Prentice Hall.
- Martin-Domingo, L., Martin, J. C., & Mandsberg, G. (2019). Social media as a resource for sentiment analysis of Airport Service Quality (ASQ). *Journal of Air Transport Management*
- Moon, H., Yoon, H. J., & Han, H. (2015). Role of airport physical environments in the satisfaction generation process: Mediating the impact of traveler emotion. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(2), 193-211.
- Nghiem-Phu, B., & Suter, J. R. (2018). Airport image: An exploratory study of McCarran International Airport. *Journal of Air Transport Management*, 67, 72-84.
- Pantouvakis, A., & Renzi, M. F. (2016). Exploring different nationality perceptions of airport service quality. *Journal of Air Transport Management*, 52, 90-98.
- Park, K., & Park, J.-W. (2018). The effects of the servicescape of airport transfer amenities on the behavioral intentions of transfer passengers: A case study on Incheon International Airport. *Journal of Air Transport Management*, 72, 68-76.
- Prebezac, D., Mikulic, J., & Jurkovic, P. (2010). Passenger perceptions of airport service performance a three-dimensional importance-performance analysis. *Acta turistica*, 22(2), 161-177.

- Prentice, C. (2013). Service quality perceptions and customer loyalty in casinos. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(1), 49-64.
- Prentice, C., & Kadan, M. (2019). The role of airport service quality in airport and destination choice. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 47, 40-48.
- Rezaei, S., Mazaheri, E., & Azadavar, R. (2017). Determinants of experienced tourists' satisfaction and actual spending behavior: A PLS path modelling approach. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(2), 157-181.
- Saleem, M. A., Zahra, S., & Yaseen, A. (2017). Impact of service quality and trust on repurchase intentions—the case of Pakistan airline industry. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 29(5), 1136-1159.
- Shi, Y., Prentice, C., & He, W. (2014). Linking service quality, customer satisfaction and loyalty in casinos, does membership matter? *International Journal of Hospitality Management*, 40, 81 - 91.
- Subha, M., & Archana, R. (2013). Identifying the Dimensions of Service Quality as Antecedents to Passenger Satisfaction of Rajiv Gandhi International Airport. *Journal of Contemporary Research in Management*, 8(2).
- Timm, P. R. (2011). *Customer service: Career success through customer loyalty* (5th ed.). NJ: Prentice Hall.
- Wardi, Y., Abror, A., & Trinanda, O. (2018). Halal tourism: Antecedent of tourist's satisfaction and word of mouth (WOM). *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(5), 463 - 472.
- Wattanacharoensil, W., Schuckert, M., Graham, A., & Dean, A. (2017). An analysis of the airport experience from an air traveler perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 32, 124-135.
- Wu, H.-C., & Cheng, C.-C. (2013). A hierarchical model of service quality in the airline industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 20, 13-22.