

# ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการ ความพึงพอใจ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของ ท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย

ธีรพันธ์ สงวนวงศ์<sup>1</sup>, ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤตกุล<sup>2</sup>, นิมิต ชื่นสั้น<sup>3</sup>

## บทคัดย่อ

คุณภาพบริการของท่าอากาศยานเป็นสิ่งสำคัญที่กำหนดแผนพัฒนาให้แก่ท่าอากาศยานได้อย่างชัดเจน แต่อย่างไรก็ตามท่าอากาศยานมีคุณภาพการบริการให้แก่ลูกค้าแตกต่างกัน จึงส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการที่แตกต่างกันด้วย การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการ ความพึงพอใจ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้โดยสารที่ใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติ จำนวน 250 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจลูกค้าและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ นอกจากนี้ ความพึงพอใจลูกค้ายังเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ผลการศึกษาครั้งนี้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำจากมุมมองของผู้โดยสาร ซึ่งผู้บริหารท่าอากาศยานสามารถนำผลการศึกษาเพื่อปรับปรุงคุณภาพบริการได้

**คำสำคัญ:** ท่าอากาศยาน; คุณภาพบริการ; ความพึงพอใจ; การกลับมาใช้ซ้ำ

**ชื่อผู้ติดต่อบทความ:** นิมิต ชื่นสั้น

**Email:** nimit.s@pkru.ac.th

(Received: February 1, 2022; Revised: August 16, 2022; Accepted: September 5, 2022)

<sup>1</sup> ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต E-Mail: theeraphan.s@pkru.ac.th

<sup>2</sup> ดร. ผู้เชี่ยวชาญพิเศษ สายงานวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต E-Mail: drphoom@gmail.com

<sup>3</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต E-Mail: nimit.s@pkru.ac.th

## Relationship Between Service Quality, Satisfaction And Revisit Intention For International Airport In Thailand

Theeraphan Sa-ngunwong<sup>1</sup>, Phoommhiphat Pongpruttikul<sup>2</sup>, Nimit Soonsan<sup>3</sup>

### Abstract

Airport service quality has significantly become part of the guideline development plan for airports. However, airports provided service quality to different customers that affected different services. This study aimed to analyze the relationship between service quality, satisfaction and revisit intention for an international airport in Thailand. Moreover, the study was a quantitative study, and the samples were 250 passengers who came to the airport in Thailand. A questionnaire was used to collect the data and was analyzed by structural equation modelling. The results show that service quality directly affected customer satisfaction and intention to use. Moreover, customer satisfaction was partially mediated on the relationship between service quality and intention to use. This research results provide information on service quality, satisfaction and revisit intention from passengers' perspectives. Airport management teams can use the research finding to improve service quality.

**Keywords:** Airport; Service Quality; Satisfaction; Revisit Intention

**Corresponding Author:** Nimit Soonsan

**Email:** nimit.s@pkru.ac.th

---

<sup>1</sup> Dr. in Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University. E-Mail: theeraphan.s@pkru.ac.th

<sup>2</sup> Dr., Specialist, Research Development and Innovation, Dhurakij Pundit University. E-Mail: drphoom@gmail.com

<sup>3</sup> Assistant Professor, Dr. In Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University E-Mail: nimit.s@pkru.ac.th

## 1. บทนำ

ท่าอากาศยานเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งการแข่งขันจากภายในประเทศและการแข่งขันกับท่าอากาศยานต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งท่าอากาศยานของประเทศไทยจึงต้องพิจารณาการสร้างสรรค์นวัตกรรมและการบริการเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้โดยสารที่ใช้บริการ การสร้างความพึงพอใจ ตลอดจนการสร้างความประทับใจเพื่อทำให้เกิดความแตกต่างที่สามารถสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดได้เพิ่มมากขึ้น (Chonsalasin et al., 2021) ทั้งนี้ ท่าอากาศยานเป็นธุรกิจบริการที่มีความหลากหลายของความแตกต่างทางด้านคุณภาพบริการ จึงต้องปรับปรุงการบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญให้สอดคล้องกับพลวัตโลก สภาพเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี และพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่ความต้องการแตกต่างกัน (Halpern & Mwesiumo, 2021) หากการแข่งขันของธุรกิจที่อาศัยการบริการเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญที่นำไปสู่ความประทับใจของลูกค้า การสร้างความแตกต่างของบริการย่อมส่งผลทำให้ธุรกิจมีผลกำไรที่ดี นอกจากนั้น ถ้าบริการที่แตกต่างกันยอมทำให้ท่าอากาศยานมีจุดเด่นที่ช่วยสามารถเก็บรักษาลูกค้าได้สูงยิ่งขึ้นเช่นกัน (Park & Park, 2018) เพราะคุณภาพบริการเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้คุณภาพ ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจ และความต้องการกลับมาใช้ซ้ำอีกครั้ง (Halpern & Mwesiumo, 2021; Saut & Song, 2022)

คุณภาพการบริการเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่สร้างความแตกต่างของธุรกิจให้นำไปสู่ความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งทางธุรกิจ และสามารถช่วยให้การบริหารจัดการมีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น (Farooq et al., 2018) คุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นสิ่งที่ธุรกิจต้องคำนึงถึง โดยผู้ใช้บริการจะเกิดคุณค่าความพึงพอใจ เมื่อได้รับการบริการที่เป็นเลิศและรับรู้ถึงคุณค่าในการบริการ (Halpern & Mwesiumo, 2021) โดยการประสานความร่วมมือขององค์กร ต้องทุ่มเทและต้องเกิดการประสานความร่วมมือของพนักงานทุกระดับในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการที่เป็นสิ่งสำคัญต่อการสร้างสรรค์คุณค่าการให้บริการให้แก่ผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ การมีคุณภาพการบริการได้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการประสานการบริการมีความสำคัญเป็นอย่างมากเพราะเปรียบเสมือนการช่วยเหลือการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้เหมือนกับต้องการได้อย่างมีคุณค่าและสามารถส่งผลต่อการบอกต่อและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำอยู่เสมอ (Park & Park, 2018; Saut & Song, 2022)

การศึกษาที่ผ่านมาได้มีการศึกษาคุณภาพการบริการโดยใช้มาตรวัดที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งมาตรวัดที่แตกต่างกันย่อมส่งผลให้ผลของการศึกษาแตกต่างกัน (Farooq et al., 2018; Park & Park, 2018; Prentice & Kadan, 2019) เช่น การศึกษาของ Farooq et al. (2018) พิจารณาคุณภาพบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของอาคารผู้โดยสารท่าอากาศยาน ส่วน Prentice and Kadan (2019) พิจารณาคุณภาพการบริการตามสมาคมท่าอากาศยานระหว่างประเทศ (The Airport International Council) ซึ่งครอบคลุมจำนวน 9 ด้าน คือ 1) การเข้า-ออกท่าอากาศยาน (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) เป็นต้น นอกจากนั้นการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการท่าอากาศยาน ความพึงพอใจกับบริการสนามบิน และความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง แสดงให้เห็นใน

มิติที่ แตกต่างกัน (Halpern & Mwesiumo, 2021; Prentice & Kadan, 2019; Saut & Song, 2022) ดังนั้น เพื่อสนับสนุนการพัฒนาบริการของท่าอากาศยานอย่างมีประสิทธิภาพ สิ่งสำคัญคือต้องเข้าใจว่าบริการและคุณภาพของการให้บริการมาตรฐานตามที่ใช้บริการคาดหวังเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงบริการท่าอากาศยานได้อย่างเหมาะสม (Chonsalasin et al., 2021) ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงช่วยเติมเต็มองค์ความรู้ด้านคุณภาพบริการของท่าอากาศยานนานาชาติ โดยเฉพาะการศึกษาในบริบทของประเทศไทยที่จะช่วยให้ผลการศึกษานำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนและการออกแบบบริการได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการของท่าอากาศยาน ความพึงพอใจ และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย

## 3. การทบทวนวรรณกรรม และกรอบแนวคิด

### 3.1 การทบทวนวรรณกรรม

#### 3.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Lovelock and Wirtz (2011) นิยามการบริการเป็นปฏิกริยาหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการอาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้ นอกจากนั้นการบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้ การศึกษาคุณภาพบริการของท่าอากาศยานในอดีตได้ประยุกต์มาตรฐานวัด “SERVQUAL” เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการขององค์กร แต่อย่างไรก็ตาม สภาสมาคมท่าอากาศยานระหว่างประเทศ (The Airport Council International) ได้พัฒนามาตรวัดคุณภาพบริการของท่าอากาศยานเพื่อให้เหมาะสมกับคุณลักษณะการบริการให้ประเมินผลได้อย่างแท้จริง (Martin-Domingo et al., 2019) ซึ่งมาตรวัดที่ได้พัฒนาขึ้น ชื่อคุณภาพบริการท่าอากาศยาน (Airport Service Quality: ASQ) โดยแบบประเมินดังกล่าวใช้วัดคุณภาพบริการของท่าอากาศยานทั่วโลก เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อท่าอากาศยาน เปรียบเทียบสมรรถนะของท่าอากาศยานต่างๆ ทั่วโลกและวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ท่าอากาศยานประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน (ACI, 2017) โดยคุณภาพบริการท่าอากาศยาน ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ 1) การเข้า-ออกท่าอากาศยาน (Access) จำนวน 4 ข้อ 2) การตรวจบัตรโดยสาร (Check-In) จำนวน 3 ข้อ 3) การตรวจหนังสือเดินทางและการแสดงตัวบุคคล (Passport And Personal ID Control) จำนวน 2 ข้อ 4) การรักษาความปลอดภัย (Security) จำนวน 4 ข้อ 5) การหาหนทาง (Finding Your Way) จำนวน 4 ข้อ 6) สิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน (Airport Facilities) จำนวน 11 ข้อ 7) สภาพแวดล้อมของท่าอากาศยาน (Airport Environment) จำนวน 2 ข้อ นอกจากนั้น จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของท่าอากาศยานในประเทศไทยควรเพิ่มเติม

คุณภาพบริการทำอากาศยาน จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นไทย (Thainess) และ 2) บุคลากร (People) ดังนั้น การตรวจสอบคุณภาพบริการทำอากาศยานของประเทศไทยจำนวน 9 ด้าน ซึ่งข้อคำถามแต่ละข้อแสดงรายละเอียดในภาคผนวกที่ 1

การศึกษาความพึงพอใจเป็นการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ที่สามารถอธิบายต่อการกระทำที่เกิดขึ้น ซึ่งความพึงพอใจเป็นตัวแปรสำคัญที่ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในการศึกษาที่หลากหลาย (Ali et al., 2016; Halpern & Mwesiuno, 2021; Shabbir et al., 2016) การวิจัยที่ผ่านมาเป็นการศึกษาคุณภาพการบริการเพื่อพัฒนาคุณภาพบริการขององค์กรแต่ละแห่ง โดยเฉพาะคุณภาพบริการที่ช่วยสะท้อนการบริการของธุรกิจในอุตสาหกรรมการบิน (Saleem et al., 2017) โดยแสดงให้เห็นว่าคุณภาพบริการสามารถขับเคลื่อนผลกำไรขององค์กรและเป็นข้อดีที่ช่วยให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมการบิน การศึกษาของ Farooq et al. (2018) เสนอแนะให้เห็นว่าคุณภาพบริการมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ส่วน Bezerra and Gomes (2016) ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพบริการด้านการเช็คอินและความปลอดภัยมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจที่ผู้ใช้บริการในท่าอากาศยาน ส่วน Halpern and Mwesiuno (2021) พบว่า คุณภาพบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้โดยสารเดินทางมาใช้บริการของท่าอากาศยานให้ความสำคัญ

### 3.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่เกิดจากการได้รับการบริการจากสิ่งที่คาดหวังและสิ่งที่ได้รับรู้จริงหรือการได้รับการตอบสนองตรงตามความต้องการหรือจากประสบการณ์ที่ใช้บริการและประสบการณ์ที่ได้รับนั้นตรงตามความคาดหวัง ดังนั้น ความพึงพอใจย่อมก่อให้เกิดประโยชน์สำหรับการจัดการบริการของท่าอากาศยาน (Saut & Song, 2022) ซึ่ง Oliver (1999) กำหนดนิยามของความพึงพอใจ คือ การตอบสนองที่แสดงถึงการรับรู้ของลูกค้าหรือเป็นวิจาร์ณญาณของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ แต่อย่างไรก็ตามความพึงพอใจมีมุมมองที่แตกต่างกันตามลูกค้าแต่ละคน

ความพึงพอใจของผู้โดยสารมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการการบริการของท่าอากาศยานและยังเป็นตัวบ่งชี้ที่มีประสิทธิภาพหลักของการดำเนินงานท่าอากาศยาน (Chonsalasin et al., 2021) ท่าอากาศยานและสายการบินรับทราบความจำเป็นในการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและการระบุตัวบ่งชี้คุณภาพการบริการเพื่อปรับปรุงประสบการณ์การเดินทาง ซึ่งความพึงพอใจลูกค้าเป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การพิจารณาความพึงพอใจสังเกตโดยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นสิ่งที่ไม่สามารถวัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อมโดยการวัดผ่านความคิดเห็นของลูกค้า หากลูกค้าพึงพอใจในการบริการ ย่อมส่งผลให้เกิดการสื่อสารแบบบอกปากต่อปากหรือกลับมาใช้บริการอีกครั้ง (Nghiem-Phu & Suter, 2018) นอกจากนี้ยังช่วยสร้างสัมพันธภาพอันดีระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า โดยที่ผลประโยชน์ทางการตลาดทั้งหมดนี้ชี้ให้เห็นว่าการสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้านั้น จะทำให้การตลาดมีประสิทธิภาพมากขึ้นและช่วยลดค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด (Farooq et al., 2018; Park & Park, 2018)

### 3.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ

ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ สามารถอธิบายด้วยทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผล (Theory Of Reasoned Action) โดย Fishbein and Ajzen (1975) นำมาใช้เพื่ออธิบายพื้นฐานสำหรับการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์

ซึ่งทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุและผลได้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อและทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรมว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมนุษย์เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงความเชื่อและบุคคลจะแสดงพฤติกรรมเพราะคิดว่าเป็นสิ่งสมควรกระทำ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าต้องเกิดความพึงพอใจและได้รับความพึงพอใจอย่างต่อเนื่องจึงส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำและนำไปสู่ความภักดีหรือแนะนำบอกต่อ (Halpern & Mwesiumo, 2021; Saut & Song, 2022) หากลูกค้าเกิดความต้องการกลับมาใช้ซ้ำธุรกิจก็จะได้รับประโยชน์ จากรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น มีความยั่งยืนของธุรกิจ มีความมั่นคงของธุรกิจ และสามารถบริหารสินค้าได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Wattanacharoensil et al., 2017)

ลูกค้าที่มีความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของท่าอากาศยานย่อมมีการวางแผนล่วงหน้า ซึ่งลูกค้าได้วางแผนเดินทางมายังท่าอากาศยานที่ตนเองกำหนดไว้ แม้ว่าจะมีท่าอากาศยานอื่นๆ เป็นทางเลือก แต่ลูกค้าก็ไม่เลือกใช้บริการท่าอากาศยานอื่นๆ ที่ไม่ตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง ซึ่งกิจกรรมที่เกิดขึ้นสำหรับลูกค้าที่ตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำในการใช้บริการท่าอากาศยาน มีทั้งการใช้บริการร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน การช้อปปิ้งหรือท่องเที่ยวภายในท่าอากาศยาน (Wattanacharoensil et al., 2015) นอกจากนั้นลูกค้าจะใช้เวลาในท่าอากาศยานแห่งนั้นมากขึ้น ซึ่งพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่แสดงออกในท่าอากาศยานเหล่านี้ คือ ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำที่เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ผู้บริหารควรตระหนักในการพัฒนาท่าอากาศยาน (Blichfeldt et al., 2017)

### 3.1.4 การพัฒนาสมมติฐาน

การศึกษาของ Halpern and Mwesiumo (2021) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการและความพึงพอใจลูกค้า ซึ่งผู้ใช้บริการท่าอากาศยานที่รับรู้ถึงคุณภาพบริการที่ดีของท่าอากาศยานย่อมมีความพึงพอใจด้วย จึงแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการและความพึงพอใจได้เป็นอย่างดี (Nghiem-Phu & Suter, 2018; Park & Park, 2018) การพิจารณาในมิติต่างๆ ของคุณภาพบริการได้ชี้ให้เห็นว่า ผู้บริหารควรสนับสนุนการนำแผนงานมาปฏิบัติด้านคุณภาพบริการมาปฏิบัติอย่างจริงจังเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Saleem et al., 2017) และผลงานวิจัยที่แสดงให้เห็นก่อนหน้านี้ได้ค้นพบว่าคุณภาพบริการเป็นตัวแปรต้นที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Bogicevic et al., 2016; Farooq et al., 2018)

การรับรู้คุณภาพบริการที่ดีช่วยให้ลูกค้าแสดงพฤติกรรมที่ดีเช่นเดียวกัน เช่น การกลับมาซื้อซ้ำ การกลับมาใช้ซ้ำ การแนะนำบอกต่อ การยอมจ่ายแพงขึ้นและเป็นลูกค้าที่ภักดีต่อธุรกิจ (Prentice & Kadan, 2019) ซึ่งการศึกษาที่ผ่านมาสนับสนุนแนวความคิดนี้อย่างมากมาย (Bigovic & Prasnikar, 2015; Nghiem-Phu & Suter, 2018; Saut & Song, 2022) ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงตั้งสมมติฐานของการศึกษา ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 คุณภาพบริการส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจลูกค้าในท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพบริการส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำในท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย

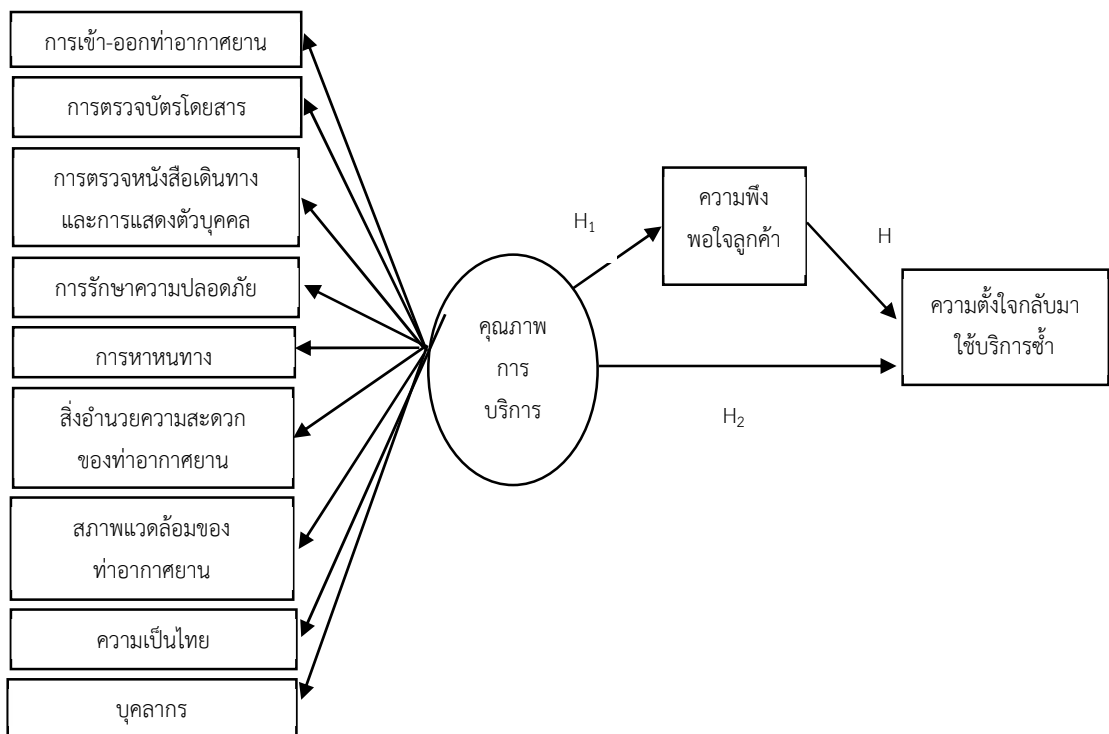
การศึกษาในอุตสาหกรรมบริการได้สำรวจความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจลูกค้าและความภักดีลูกค้าเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมการตัดสินใจหลังการใช้บริการ (Liu & Lee, 2016; Rezaei et al., 2017) การศึกษา

ก่อนหน้านี้ได้ช่วยแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจลูกค้านำไปสู่ความภักดีที่แสดงออกมาในรูปแบบต่างๆ โดยความพึงพอใจทำหน้าที่เชื่อมโยงกระบวนการในการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของลูกค้า จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน (Halpern & Mwesiumo, 2021) เมื่อผู้บริโภคพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรส่งมอบจะให้การสนับสนุนการดำเนินงานทางธุรกิจขององค์กรในเชิงบวกและปลูกเร้าให้ลูกค้าที่องค์กรคาดหวังกลายเป็นลูกค้าขององค์กร (Hsu, 2018) นอกจากนี้ผลการวิจัยเชิงประจักษ์ พบว่า ความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการบอกต่อผู้บริโภค (Wardi et al., 2018) และความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคเช่นเดียวกัน (Liang et al., 2018; Park & Park, 2018; Prentice & Kadan, 2019) จากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมาทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงตั้งสมมติฐาน คือ

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจลูกค้าส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำในท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย

### 3.2 กรอบแนวคิด

การทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของการศึกษาค้นคว้า ซึ่งพัฒนากรอบแนวคิดโมเดลสมการโครงสร้างที่มีตัวแปรต้น ได้แก่ คุณภาพการบริการ ตัวแปรตาม ได้แก่ ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ และมีตัวแปรคั่นกลาง ได้แก่ ความพึงพอใจลูกค้า โดยกรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## 4. วิธีดำเนินงานวิจัย

### 4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรสำหรับการวิจัย คือ ผู้โดยสารที่ใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติ ภายใต้การบริหารจัดการของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) จำนวนทั้ง 6 แห่ง ได้แก่ ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยานหาดใหญ่ ท่าอากาศยานภูเก็ต ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย และท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างตามรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโมเดลสมการโครงสร้างตามแนวคิดของ Hair et al. (2010) ตามสัดส่วนระหว่างตัวแปรสังเกตต่อจำนวน 10–15 เท่าของขนาดกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรสังเกต จำนวน 12 ตัวแปร จึงต้องมีขนาดกลุ่มตัวอย่างระหว่าง 120-180 คน แต่อย่างไรก็ตามขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมควรมีจำนวนไม่น้อยกว่า 200 คน ดังนั้น จึงดำเนินการเก็บข้อมูลจากท่าอากาศยานทั้ง 6 แห่ง โดยการศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลด้วยวิธีการกำหนดโควตา (Quota Sampling) ท่าอากาศยานแห่งละ 50 ชุด แล้วดำเนินการเก็บข้อมูลตามสะดวก ณ ทางออกของท่าอากาศยานแต่ละแห่ง ระหว่างเดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2562 การศึกษาครั้งนี้ได้ข้อมูลกลับมา จำนวน 300 ชุด แต่เมื่อพิจารณาความสมบูรณ์ของแบบสอบถามสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ขั้นต่อไปรวมจำนวนทั้งสิ้น 250 ชุด ซึ่งเพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้

### 4.2 เครื่องมือการวิจัย

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถาม 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 62 ข้อ ซึ่งดัดแปลงข้อคำถามจากแบบประเมินคุณภาพการบริการของสมาคมท่าอากาศยานระหว่างประเทศและการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาข้อคำถามที่เหมาะสมกับการประเมินคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานในประเทศไทย ได้แก่ 1) การเข้า-ออกท่าอากาศยาน (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) ส่วนตอนที่ 3 ความพึงพอใจลูกค้า จำนวน 3 ข้อ โดยข้อคำถามพัฒนาจากการศึกษาของ Prentice & Kadan (2019) และตอนที่ 4 ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (Intention To Revisit) จำนวน 3 ข้อ โดยข้อคำถามพัฒนาจากการศึกษาของ Prentice and Kadan (2019) ซึ่งตอนที่ 2–4 มีลักษณะการตอบเป็นแบบ Likert Scale จำนวน 7 ระดับ (7 หมายถึง มากที่สุด และ 1 หมายถึง น้อยที่สุด)



#### 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้ค่าสถิติพื้นฐานเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการวิเคราะห์ห้คงประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อวิเคราะห์ห้คงประกอบของตัวแปรคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ด้วยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structure Equation Modeling) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของท่าอากาศยานของประเทศไทย โดยการพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนระหว่างโมเดลตามสมมติฐาน และข้อมูลเชิงประจักษ์ตามข้อตกลงเบื้องต้นตามค่าสถิติต่างๆ ดังนี้ ค่าสถิติ  $\chi^2/df$  น้อยกว่า 3, CFI มากกว่า 0.90, TLI มากกว่า 0.90, RMSEA น้อยกว่า 0.08 และ SRMR น้อยกว่า 0.08 (Hair et al., 2010)

### 5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

#### 5.1 ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้โดยสาร ส่วนใหญ่เดินทางมาจากเอเชียจำนวนมากที่สุด เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งมีอายุระหว่าง 20–35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและทำงานออฟฟิศมากที่สุด ในด้านสถานภาพแสดงให้เห็นว่า ส่วนใหญ่โสด รองลงมา คือ สมรส สุดท้าย คือ รายได้ต่อเดือน ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 30,000 บาท

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
การเข้า-ออกท่าอากาศยาน (Access)	4.77	.875
การอำนวยความสะดวกของลานจอดรถ	4.52	1.386
ความคุ้มค่าในการจ่ายค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกของลานจอดรถ	4.33	1.416
ระยะทางจากลานจอดรถถึงอาคารผู้โดยสาร / มีหลังคากันแดดและกันฝน	4.68	1.345
จำนวนและความพร้อมในการใช้งานของรถเข็นสัมภาระ / รถเข็น	4.98	1.041
การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ ณ จุดตรวจค้น บริเวณทางเข้าอาคารผู้โดยสาร	4.98	1.033
การบริการข้อมูลข่าวสารจากท่าอากาศยาน ความหลากหลายของช่องทางการให้ข้อเสนอแนะและการร้องเรียนของผู้โดยสาร เช่น Website/Line/Social Media ฯลฯ	4.86	1.054
การตรวจบัตรโดยสาร (Check-in)	5.19	.818
ระยะเวลาในการรอคอย/การเข้าแถวของการเช็คอิน	5.14	.978
ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเช็คอิน	5.26	.914

## ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
<b>การตรวจบัตรโดยสาร (Check-In) (ต่อ)</b>		
ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงานเช็คอิน	5.21	.942
การนำระบบเทคโนโลยีทันสมัยเข้ามาใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสารเพื่อเกิดประโยชน์ด้านความรวดเร็วและป้องกันการผิดพลาด	5.15	.978
<b>การตรวจหนังสือเดินทางและการแสดงตัวบุคคล (Passport And Personal ID Control)</b>	<b>5.19</b>	<b>.809</b>
ระยะเวลาในการตรวจสอบเอกสารส่วนบุคคล (บัตรประชาชน/พาสปอร์ต)	5.28	.902
ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	5.20	.915
จำนวนเจ้าหน้าที่และจำนวนช่องให้บริการต่อความต้องการของผู้โดยสาร	5.12	.952
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยไมตรีจิตและมีทักษะในการสื่อสารที่ดี	5.17	.992
<b>การรักษาความปลอดภัย (Security)</b>	<b>5.11</b>	<b>.868</b>
ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงานรักษาความปลอดภัย	5.24	1.000
ความละเอียดของการตรวจสอบความปลอดภัย	5.14	1.009
ระยะเวลาของการตรวจสอบ/การตรวจค้นในระบบการรักษาความปลอดภัย	5.14	.961
การรับรู้ถึงความรู้สึกที่ความมั่นคงและความปลอดภัย	5.22	.999
เจ้าหน้าที่ได้รับการอบรมด้านการรักษาความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ และเป็นผู้มีปฏิภาณไหวพริบในการเฝ้าระวังเป็นอย่างดี	5.18	1.049
การนำระบบเทคโนโลยีและเครื่องมือที่มีความทันสมัยเข้ามาใช้ในการให้บริการ	5.06	.994
การบำรุงรักษาระบบกล้องวงจรปิด (CCTV) อย่างสม่ำเสมอ	5.04	1.019
เจ้าหน้าที่ผ่านการอบรมและเรียนรู้การช่วยเหลือชีวิตของผู้ป่วยวิกฤติและสามารถให้การรักษาการปฐมพยาบาลเบื้องต้น	5.04	1.054
มีเจ้าหน้าที่ให้คำอธิบายและตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับวัตถุอันตราย (Dangerous Goods) ที่ห้ามนำขึ้นเครื่องแก่ผู้โดยสาร ณ บริเวณจุดตรวจค้น	5.00	1.151
<b>การหาหนทาง (Finding Your Way)</b>	<b>5.11</b>	<b>.813</b>
ความสะดวกในการค้นหาเส้นทางภายในท่าอากาศยาน	5.20	.961
การทราบข้อมูลเที่ยวบินจากหน้าจอแสดงผล	5.16	.984
ระยะเส้นทางสำหรับการเดินภายในอาคารผู้โดยสารไปยังจุดต่างๆ	5.04	1.011
ความสะดวกและความรวดเร็วในการใช้บริการเที่ยวบินแบบเชื่อมต่อ (Connection Flights)	5.06	1.032

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
<b>การหาหนทาง (Finding Your Way) (ต่อ)</b>		
เจ้าหน้าที่สวมใส่เครื่องแบบ (Uniform) ที่สังเกตได้อย่างเด่นชัด ในกรณีที่ผู้โดยสาร	5.18	.897
ต้องการทราบข้อมูลหรือพบปัญหา และมีข้อร้องเรียน	5.18	.758
การนำระบบเทคโนโลยี (Application) เข้ามาใช้ในการให้บริการเพื่อค้นหาเส้นทางจุดให้บริการ/ร้านค้า ภายในท่าอากาศยานผ่านทางโทรศัพท์มือถือและจอแสดงภาพของท่าอากาศยาน	5.04	1.073
<b>สิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน (Airport Facilities)</b>	<b>4.83</b>	<b>.857</b>
พนักงานท่าอากาศยานให้บริการด้วยความมีน้ำใจและเป็นมิตร	5.17	1.063
ความเหมาะสมและจำนวนของภัตตาคารและร้านอาหาร	4.84	1.055
ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าภายในท่าอากาศยาน	5.02	3.225
ร้านจำหน่ายสินค้าและสินค้าพื้นเมือง	4.51	1.252
ความคุ้มค่าของราคาอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนการใช้บริการภัตตาคารและร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน	4.56	1.273
การเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต/WIFI และจุดบริการชาร์จแบตเตอรี่	4.82	1.340
ห้องรับรองสำหรับผู้บริหารและนักธุรกิจ	4.45	1.323
ความพร้อมสำหรับการให้บริการของห้องน้ำ	5.16	.961
ความสะอาดของห้องน้ำ	5.24	.963
ความสะดวกสบายของพื้นที่สำหรับการนั่งรอคอยก่อนขึ้นเครื่อง	5.12	.988
จำนวนสายพานรับกระเป๋าต่อจำนวนเที่ยวบิน	5.03	.956
จำนวนสะพานเทียบอาคารผู้โดยสาร (Aerobridge) ต่อการให้บริการสำหรับผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือพิเศษ (Disable)	4.91	1.132
มีจุดถ่ายภาพ รอบบริเวณอาคารผู้โดยสารเพื่อความเพลิดเพลิน และการรอคอยเที่ยวบิน	4.57	1.301
<b>สภาพแวดล้อมของท่าอากาศยาน (Airport Environment)</b>	<b>4.95</b>	<b>.897</b>
ความสะอาดของห้องโดยสาร (Terminal)	5.25	.889
บรรยากาศโดยรวมของท่าอากาศยาน	5.07	.933
ความเหมาะสมของอุณหภูมิภายในอาคารผู้โดยสาร	4.94	1.234
การนำดอกไม้และพรรณไม้พื้นเมืองของภูมิภาคมาจัดแสดงและปรับเปลี่ยนตามฤดูกาล	4.54	1.302

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ต่อ)

ข้อความ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
<b>ความเป็นไทย (Thainess)</b>	<b>4.89</b>	<b>.993</b>
การบริการด้วยรอยยิ้ม (Smile)	5.16	1.062
การให้บริการด้วยไมตรีจิต (Warm Welcome)	5.16	1.038
การให้บริการอย่างเต็มใจและเอาใจใส่ดูแล (Take Care)	5.11	1.004
สถาปัตยกรรมและการตกแต่งอาคารผู้โดยสารแสดงถึงเอกลักษณ์และความโดดเด่นตามลักษณะภูมิภาคของที่ตั้งท่าอากาศยาน	4.71	1.250
การสร้างบรรยากาศที่แสดงถึงขนบธรรมเนียมประเพณีความเป็นไทย เช่น การเล่นดนตรีพื้นเมือง การแสดงต้อนรับ ภาพตกแต่งอาคารผู้โดยสาร เป็นต้น	4.66	1.298
เจ้าหน้าที่ให้บริการสวมใส่เครื่องแบบโดยใช้ผ้าไทยหรือผ้าพื้นเมือง	4.45	1.420
การให้บริการแก่ผู้โดยสารเปรียบเสมือนญาติ มิตรและบุคคลในครอบครัว	5.02	1.130
<b>บุคลากร (People)</b>	<b>5.11</b>	<b>.877</b>
ความสามารถในการใช้ภาษาสากลเพื่อการสื่อสาร	5.20	.993
การเข้าใจถึงความต้องการของผู้โดยสาร	5.12	.999
การตอบสนองผู้โดยสารได้ทันทั่วทั้งที่ โดยที่ผู้โดยสารไม่ต้องร้องขอ	5.06	1.051
การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำ	5.20	.940
การมีปฏิภาณไหวพริบ และความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	5.14	1.000
การเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ มีจิตสำนึกและเป็นผู้มีคุณภาพ (SMART People)	5.03	1.039
ความสามารถในการใช้ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย	5.07	.986
ความสามารถในการให้บริการผู้โดยสารที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม	5.10	.983
<b>ความพึงพอใจลูกค้า (Customer Satisfaction)</b>	<b>4.90</b>	<b>.837</b>
ความพึงพอใจในท่าอากาศยานมากขึ้น	4.90	.877
ความประทับใจต่อท่าอากาศยานมากขึ้น	4.82	.912
ทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้บริการท่าอากาศยาน	4.99	.903
<b>ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (Intention To Use)</b>	<b>4.77</b>	<b>1.009</b>
การใช้เวลาภายในท่าอากาศยานนานขึ้น เช่น การมาก่อนเวลาขึ้นเครื่อง เพื่อใช้บริการต่างๆ ที่ได้รับการอำนวยความสะดวกจากท่าอากาศยาน	4.59	1.230
ความตั้งใจจะกลับมาใช้บริการซ้ำที่ท่าอากาศยานแห่งนี้	5.04	.999
การจะกลับมาใช้บริการบ่อยขึ้นที่ท่าอากาศยานแห่งนี้	4.70	1.233

ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพบริการของท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทยทั้ง 9 ด้าน พบว่าทุกด้านมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ซึ่งมีด้านการตรวจบัตรโดยสารและการตรวจหนังสือเดินทางและการแสดงตัวบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน รองลงมา ได้แก่ บุคลากร การหาหนทาง การรักษาความปลอดภัย สภาพแวดล้อมของท่าอากาศยาน ความเป็นไทย สิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน และการเข้า-ออกท่าอากาศยานตามลำดับ

การเข้า - ออกท่าอากาศยาน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อยจำนวน 6 ปัจจัย 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 และการบริการข้อมูลข่าวสารจากท่าอากาศยาน ความหลากหลายของช่องทางการให้ข้อเสนอแนะและการร้องเรียนของผู้โดยสาร เช่น Website/Line/Social Media ฯลฯ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.86

การตรวจบัตรโดยสาร มีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.19) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 4 ปัจจัย พบว่า ระยะเวลาในการรอคอย/การเข้าแถวของการเช็คอิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.14 ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเช็คอิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.26 ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงานเช็คอิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.21 และการนำระบบเทคโนโลยีทันสมัยเข้ามาใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสารเพื่อเกิดประโยชน์ ด้านความรวดเร็วและป้องกันการผิดพลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.18

การตรวจหนังสือเดินทางและการแสดงตัวบุคคล มีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.19) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 4 ปัจจัย 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 ปัจจัย พบว่า ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงานรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.24 ความละเอียดของการตรวจสอบความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.14 ระยะเวลาของการตรวจสอบ/การตรวจค้นในระบบการรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.14 การรับรู้ถึงความรู้สึกที่ความมั่นคงและความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.22 เจ้าหน้าที่ได้รับการอบรมด้านการรักษาความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ และเป็นผู้มีปฏิภาณไหวพริบในการเฝ้าระวังเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.18 การนำระบบเทคโนโลยีและเครื่องมือที่มีความทันสมัยเข้ามาใช้ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.06 การบำรุงรักษาระบบกล้องวงจรปิด (CCTV) อย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.04 เจ้าหน้าที่ผ่านการอบรมและเรียนรู้การช่วยเหลือชีวิตของผู้ป่วยวิกฤติและสามารถให้การรักษากการปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.04 และมีเจ้าหน้าที่ให้คำอธิบายและตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับวัตถุอันตราย (Dangerous Goods) ที่ห้ามนำขึ้นเครื่องแก่ผู้โดยสาร ณ บริเวณจุดตรวจค้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00

การหาหนทาง มีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.11) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 7 ปัจจัย พบว่า ความสะดวกในการค้นหาเส้นทางภายในท่าอากาศยาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.20 การทราบข้อมูลเที่ยวบินจาก หน้าจอแสดงผล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.16 ระยะเส้นทางสำหรับการเดินทางในอาคารผู้โดยสารไปยังจุดต่างๆ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 5.04 ความสะดวกและความรวดเร็วในการใช้บริการเที่ยวบินแบบเชื่อมต่อ (Connection Flights) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 5.06 เจ้าหน้าที่สวมใส่เครื่องแบบ (Uniform) ที่สังเกตได้อย่างเด่นชัด ในกรณีที่มีผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.18 ต้องการทราบข้อมูลหรือพบปัญหา และมีข้อร้องเรียน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.18 และการนำระบบเทคโนโลยี (Application) เข้ามาใช้ในการให้บริการเพื่อค้นหาเส้นทาง จุดให้บริการ/ร้านค้าภายในท่าอากาศยานผ่านทางโทรศัพท์มือถือและจอ แสดงภาพของท่าอากาศยาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.04

สิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน มีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 13 ปัจจัย พบว่า พนักงานท่าอากาศยานให้บริการด้วยความมีน้ำใจและเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.17 ความเหมาะสมและจำนวนของภัตตาคารและร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้า ภายในท่าอากาศยาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.02 ร้านจำหน่ายสินค้าและสินค้าพื้นเมือง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 ความคุ้มค่า ของราคาอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนการใช้บริการภัตตาคารและร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 การเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต/ WIFI และจุดบริการชาร์จแบตเตอรี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 ห้องรับรองสำหรับผู้ บริหารและนักธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ความพร้อมสำหรับการให้บริการของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.16 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.24 ความสะดวกสบายของพื้นที่สำหรับการนั่งรอคอยก่อนขึ้นเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.12 จำนวนสายพานรับกระเป๋าต่อจำนวนเที่ยวบิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.03 จำนวนสะพานเทียบอาคาร ผู้โดยสาร (Aerobridge) ต่อการให้บริการสำหรับผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือพิเศษ (Disable) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.91 และมีจุดถ่ายภาพ รอบบริเวณอาคารผู้โดยสารเพื่อความเพลิดเพลิน และการรอคอยเที่ยวบิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57

สภาพแวดล้อมของท่าอากาศยาน ค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 4 ปัจจัย พบว่า ความสะอาดของห้องโดยสาร (Terminal) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.25 บรรยากาศโดยรวมของ ท่าอากาศยาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.07 ความเหมาะสมของอุณหภูมิภายในอาคารผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.94 และ การนำดอกไม้และพรรณไม้พื้นเมืองของภูมิภาคมาจัดแสดงและปรับเปลี่ยนตามฤดูกาล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54

ความเป็นไทย ค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 7 ปัจจัย พบว่า การบริการด้วยรอยยิ้ม (Smile) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.16 การให้บริการด้วยไมตรีจิต (Warm Welcome) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.16 การให้บริการอย่างเต็มใจและเอาใจใส่ดูแล (Take Care) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.11 สถาปัตยกรรมและการตกแต่ง อาคารผู้โดยสารแสดงถึงเอกลักษณ์และความโดดเด่นตามลักษณะภูมิภาคของที่ตั้งท่าอากาศยาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 การสร้างบรรยากาศที่แสดงถึงขนบธรรมเนียมประเพณีความเป็นไทย เช่น การเล่นดนตรีพื้นเมือง การแสดงต้อนรับ ภาพตกแต่งอาคารผู้โดยสาร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 เจ้าหน้าที่ให้บริการสวมใส่เครื่องแบบโดยใช้ผ้าไทย หรือผ้าพื้นเมือง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และการให้บริการแก่ผู้โดยสารเปรียบเสมือนญาติมิตรและบุคคลในครอบครัว มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.02

บุคลากร ค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.11) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 8 ปัจจัย พบว่าความสามารถในการใช้ภาษาสากลเพื่อการสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.20 การเข้าใจถึงความต้องการของผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.12 การตอบสนองผู้โดยสารได้ทันเวลาที่ โดยที่ผู้โดยสารมีต้องร้องขอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.06 การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.20 การมีปฏิสัมพันธ์ที่อบอุ่นและความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.14 การเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีจิตสำนึกและเป็นผู้ที่มีคุณภาพ (Smart People) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.03 ความสามารถในการใช้ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.07 และความสามารถในการให้บริการผู้โดยสารที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.10

ความพึงพอใจลูกค้า ค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 3 ปัจจัย พบว่า ความพึงพอใจในท่าอากาศยานมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.90 ความประทับใจต่อท่าอากาศยานมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 ทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้บริการท่าอากาศยาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.99

ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77) เมื่อพิจารณารายละเอียดย่อย ทั้ง 3 ปัจจัย พบว่า การใช้เวลาภายในท่าอากาศยานนานขึ้น เช่น การมาก่อนเวลาขึ้นเครื่อง เพื่อใช้บริการต่างๆ ที่ได้รับการอำนวยความสะดวกจากท่าอากาศยาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 ความตั้งใจจะกลับมาใช้บริการซ้ำที่ท่าอากาศยานแห่งนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.04 และการจะกลับมาใช้บริการบ่อยขึ้นที่ท่าอากาศยานแห่งนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70

การตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตมีความสัมพันธ์กันและเป็นไปในทิศทางบวกทุกคู่ อีกทั้งมีความเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เมื่อตรวจสอบการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดของคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์โมเดลแสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติ  $\chi^2$  เท่ากับ 5093.145, df เท่ากับ 1760, CFI เท่ากับ 0.97, TLI เท่ากับ 0.96, RMSEA เท่ากับ 0.08 และ SRMR เท่ากับ 0.08 นอกจากนั้นเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโมเดลการวัดของตัวแปรสังเกต ประกอบด้วย คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจลูกค้า และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติ  $\chi^2$  เท่ากับ 5902.240, df เท่ากับ 2132, CFI เท่ากับ 0.97, TLI เท่ากับ 0.96, RMSEA เท่ากับ 0.08 และ SRMR เท่ากับ 0.08 และเมื่อทดสอบค่าความเที่ยงและความตรงของเครื่องมือการวัด แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือมีความเที่ยงและความตรงดี โดยมีค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงระหว่าง 0.84–0.95 ความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้เฉลี่ยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.47–0.79 และค่าแอลฟาครอนบักมีค่าระหว่าง 0.829–0.958 แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้เฉลี่ย (AVE) ความเที่ยงคอมโพสิต (CR) ของตัวแปร

ตัวแปร	AVE	CR
การเข้า-ออกท่าอากาศยาน	0.51	0.86
การตรวจบัตรโดยสาร	0.66	0.88
การตรวจหนังสือเดินทางและการแสดงตัวบุคคล	0.57	0.84
การรักษาความปลอดภัย	0.68	0.95

ตารางที่ 2 ความแปรปรวนที่ถูกลบได้เฉลี่ย (AVE) ความเที่ยงคอมโพสิต (CR) ของตัวแปร (ต่อ)

ตัวแปร	AVE	CR
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
ความพึงพอใจลูกค้า	0.79	0.92
ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ	0.64	0.84
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
ความพึงพอใจลูกค้า	0.79	0.92
ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ	0.64	0.84

ผลการตรวจสอบโมเดลสมการโครงสร้าง เพื่ออธิบายความสัมพันธ์รูปแบบคุณภาพการบริการสำหรับท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย โดยการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลได้พิจารณาจากค่าสถิติที่กำหนดไว้ต่างๆ แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐาน โดยมีค่า  $\chi^2$  เท่ากับ 5902.240 (p-value = 0.000), df เท่ากับ 2132, CFI เท่ากับ 0.97, TLI เท่ากับ 0.96, RMSEA เท่ากับ 0.08 และ SRMR เท่ากับ 0.08 แสดงให้เห็นว่า โมเดลความสัมพันธ์ที่ได้พัฒนามาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Hair et al., 2010) ดังนั้น จึงวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของรูปแบบคุณภาพการบริการสำหรับท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ในลักษณะของอิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: IE) และอิทธิพลรวม (Total Effect: TE) มีรายละเอียดแสดงดังตารางที่ 3



ตารางที่ 3 ค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม

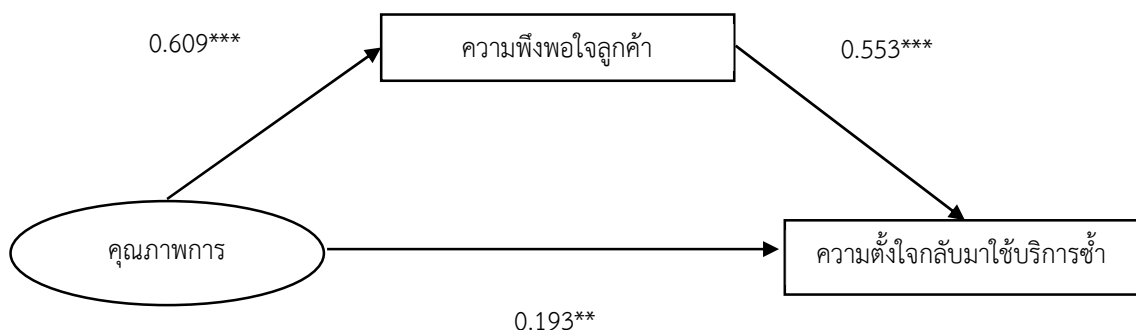
ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม		
		ความพึงพอใจลูกค้า	ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ
คุณภาพการบริการ	DE	0.609***	0.193**
	IE	-	0.337***
	TE	0.609***	0.530***
ความพึงพอใจลูกค้า	DE		0.553***
	IE		-
	TE		0.553***
R <sup>2</sup>		0.371	0.473

หมายเหตุ: DE = อิทธิพลทางตรง, IE = อิทธิพลทางอ้อม, TE = อิทธิพลรวม

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$

คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.609 ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ แสดงให้เห็นว่า คุณภาพบริการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.193 นอกจากนี้แล้วยังพบว่า ความพึงพอใจลูกค้า มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.553

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อม แสดงให้เห็นว่าคุณภาพบริการของท่าอากาศยานในประเทศไทยมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยค่าอิทธิพลที่ส่งผ่านความพึงพอใจลูกค้าเท่ากับ 0.337 ซึ่งค่าอิทธิพลโดยรวมเท่ากับ 0.530 ซึ่งผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจลูกค้าเป็นตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วนระหว่างความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทยต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ



ภาพที่ 2 ผลการทดสอบความสัมพันธ์

ผลการทดสอบสมมติฐานตามการศึกษาคั้งนี้ แสดงดังตารางที่ 4 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานทั้งสิ้น จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ สมมติฐานที่ 1 คุณภาพบริการส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจลูกค้าในท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย สมมติฐานที่ 2 คุณภาพบริการส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ในท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย และสมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจลูกค้าส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ในท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย

#### ตารางที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1	คุณภาพบริการส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความพึงพอใจลูกค้า ในท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย	ยอมรับ
2	คุณภาพบริการส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ในท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย	ยอมรับ
3	ความพึงพอใจลูกค้าส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ในท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย	ยอมรับ

#### 5.2 อภิปรายผล

รูปแบบคุณภาพการบริการสำหรับท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย พบว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงที่ทำให้ลูกค้ามีความตั้งใจกลับมาใช้บริการ และพบว่าความพึงพอใจลูกค้าเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ระหว่างความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสาร ผลการศึกษาคั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการเป็นตัวแปรที่สะท้อนให้เห็นสมรรถนะของธุรกิจ (Saleem et al., 2017) อีกทั้งยังช่วยทำให้ลูกค้าหรือผู้โดยสารมีความตั้งใจกลับมาใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาในอดีตที่แสดงให้เห็นว่าหากผู้โดยสารมีการรับรู้คุณภาพที่ดี ย่อมส่งผลให้ผู้โดยสารมีความพึงพอใจเช่นเดียวกัน (Bezerra & Gomes, 2015; Farooq et al., 2018)

นอกจากนั้นแล้วคุณภาพการบริการยังทำให้ลูกค้ามีความตั้งใจต่อการกลับมาใช้บริการท่าอากาศยาน โดยผู้โดยสารที่รับรู้คุณภาพการบริการที่ดี ย่อมมีความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในอดีตที่แสดงให้เห็นว่า ท่าอากาศยานที่กำหนดกลยุทธ์ให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการควรต้องทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้คุณภาพการบริการที่ดี (Nghiem-Phu & Suter, 2018; Saut & Song, 2022) แต่อย่างไรก็ตาม หากลูกค้ามีการรับรู้คุณภาพที่ดี มีความพึงพอใจ ย่อมส่งผลให้ลูกค้ามีความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่จะกลับมาใช้บริการของท่าอากาศยานซ้ำอีกในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาต่างๆ ที่แสดงให้เห็นความสำคัญของความพึงพอใจลูกค้าเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจได้รับประโยชน์ และทำให้ลูกค้ามีพฤติกรรมที่ดีต่อธุรกิจ (Halpern & Mwesummo, 2021; Liu & Lee, 2016; Rezaei et al., 2017) ดังนั้น ผู้บริหารควรต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการเพื่อพัฒนาธุรกิจให้เจริญเติบโตด้วยการทำให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานอย่างต่อเนื่อง (Park & Park, 2018)

## 6. สรุปผลการวิจัย

รูปแบบคุณภาพการบริการสำหรับท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย พบว่า คุณภาพการบริการมีอิทธิพลทางตรงที่ทำให้ลูกค้ามีความตั้งใจกลับมาใช้บริการ ซึ่งอธิบายเส้นทางความสัมพันธ์นี้ได้อ้อยละ 37 แต่อย่างไรก็ตาม หากลูกค้ามีความพึงพอใจต่อท่าอากาศยานส่งผลให้ลูกค้ามีความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 10 ดังนั้น จึงแสดงให้เห็นว่าคุณภาพการบริการเป็นตัวแปรทำนายที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่สามารถนำมาอธิบายความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของท่าอากาศยานนานาชาติของประเทศไทย และความพึงพอใจลูกค้าเป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ระหว่างความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการและความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสาร แต่เป็นตัวแปรส่งผ่านแบบบางส่วนเท่านั้น (Partial Mediator) อีกด้วย ดังนั้น รูปแบบคุณภาพการบริการสำหรับท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย สามารถนำเสนอ ได้แก่ ลูกค้ารับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยานและลูกค้ามีความพึงพอใจ จึงทำให้เกิดความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ

## 7. ข้อเสนอแนะ

### 7.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การศึกษานี้แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจลูกค้า และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ จากผลการศึกษาช่วยให้ท่าอากาศยานได้ตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพการบริการต่อผู้โดยสาร โดยท่าอากาศยานต้องกำหนดกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการสำหรับผู้โดยสารให้เหมาะสม ต้องไม่ละเลยการสำรวจข้อมูลคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่อง ปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ดีขึ้น และทำให้ผู้โดยสารรับรู้คุณภาพการบริการได้ตรงกับมาตรฐานของท่าอากาศยาน นอกจากนี้ ความพึงพอใจลูกค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้ามีความตั้งใจกลับมาใช้บริการที่สูงขึ้น จากผลการศึกษานี้ที่แสดงให้เห็นว่าหากลูกค้ารับรู้คุณภาพการบริการดี และพึงพอใจ ย่อมทำให้ลูกค้ามีความตั้งใจกลับมาใช้บริการที่สูงขึ้นด้วย ดังนั้น ความพึงพอใจลูกค้ายังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้ามีความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ท่าอากาศยานจึงต้องทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจโดยรวม มีความประทับใจ และมีทัศนคติเชิงบวกต่อท่าอากาศยาน

### 7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษานี้ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจลูกค้า และความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำของท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย ซึ่งการนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในบริบทที่แตกต่างกันของท่าอากาศยานแต่ละแห่งมีความจำเป็นต้องนำมาพิจารณาด้วย ดังนั้น การศึกษารุ่นต่อไปควรศึกษาในบริบทท่าอากาศยานนานาชาติของประเทศไทยที่อยู่ภายใต้การดูแลของเอกชนหรือกรมการบินพลเรือน เช่น ท่าอากาศยานนานาชาติสมุย ท่าอากาศยานนานาชาติกระบี่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังคงสามารถศึกษาเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะของคุณภาพการบริการที่เหมาะสมกับท่าอากาศยานที่ให้บริการภายในประเทศ เช่น ท่าอากาศยานตรัง ท่าอากาศยาน

นราธิวาส ท่าอากาศยานขอนแก่น เป็นต้น เพื่อให้สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทต่าง ๆ ได้  
ดีมากยิ่งขึ้น

### 7.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การศึกษารั้วนี้สามารถทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริการของท่าอากาศยาน เช่น AOT สามารถนำ  
ข้อมูลไปกำหนดมิติของการให้บริการที่เหมาะสมเพื่อทำให้เกิดนโยบายที่ชัดเจนต่อผู้ปฏิบัติ นอกจากนั้นแล้วสามารถนำ  
ข้อมูลที่ได้ไปกำหนดในแผนงานเพื่อเพิ่มการพัฒนาศักยภาพของการให้บริการได้อย่างมีทิศทางที่ตรงกับความต้องการ  
ของผู้ใช้บริการได้อีกด้วย

## 8. เอกสารอ้างอิง

- ACI. (2017). *Airport service quality*. [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.
- 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., & 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.
- Blichfeldt, B. S., Pumputis, A., & Ebba, K. (2017). Using, spending, wasting and killing time in airports. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research, 11*(3), 392-405.
- Bogicevic, V., Yang, W., Cobanoglu, C., Bilgihan, A., & Bujsic, M. (2016). Traveler anxiety and enjoyment: The effect of airport environment on traveler's emotions. *Journal of Air Transport Management, 57*, 122-129.
- Chonsalasin, D., Jomnonkwao, S., & Ratanavaraha, V. (2021). Measurement model of passengers' expectations of airport service quality. *International Journal of Transportation Science and Technology, 10*(4), 342-352.
- 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.
- Hair, J. F., Anderson, B. W., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis with reading* (Vol. 4th). New Jersey: Prentice-Hall.
- Halpern, N., & Mwesiumo, D. (2021). Airport service quality and passenger satisfaction: The impact of service failure on the likelihood of promoting an airport online. *Research in Transportation Business & Management*, 41, 100667.
- Hsu, C. H. (2018). Tourism education on and beyond the horizon. *Tourism Management Perspectives*, 25, 181-183.
- 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*, 78, 106-115.
- Nghiem-Phu, B., & Suter, J. R. (2018). Airport image: An exploratory study of McCarran International Airport. *Journal of Air Transport Management*, 67, 72-84.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing, Special Issue*(63), 33-44.
- 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.
- 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.
- Saut, M., & song, V. (2022). Influences of airport service quality, satisfaction, and image on behavioral intention towards destination visit. *Urban, Planning and Transport Research*, 10(1), 82-109.
- Shabbir, A., Malik, S. A., & Malik, S. A. (2016). Measuring patients' healthcare service quality perceptions, satisfaction, and loyalty in public and private sector hospitals in Pakistan. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 33(5), 538-557.
- 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. (2015). An airport experience framework from a tourism perspective. *Transport Reviews*, 36(3), 318-340.
- 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.

## ประวัติแนบท้ายบทความ



**Name and Surname:** Dr.Theeraphan Sa-ngunwong  
**Highest Education:** PhD in Business Administration  
**University or Agency:** Phuket Rajabhat University  
**Field of Expertise:** Airline business management  
**Address:** 21 Moo 6 Ratsada, Muang, Phuket, 83000  
**E-mail:** theeraphan.s@pkru.ac.th



**Name and Surname:** Dr. Phoommhiphat Pongpruttikul  
**Highest Education:** PhD in Business innovation and technology management  
**University or Agency:** Dhurakij Pundit University  
**Field of Expertise:** Business innovation, Logistic, Marketing  
**Address:** 110/1-4 Prachachuen Road, Laksi, Bangkok 10210  
**E-mail:** drphoom@gmail.com



<b>Name and Surname:</b>	Assistant Professor Dr.Nimit Soonsan
<b>Highest Education:</b>	PhD in Management
<b>University or Agency:</b>	Phuket Rajabhat University
<b>Field of Expertise:</b>	Service management, Business management
<b>Address:</b>	21 Moo 6 Ratsada, Muang, Phuket, 83000
<b>E-mail:</b>	nimit.s@pkru.ac.th



ภาคผนวกที่ 1

ข้อความ	ที่มา
<b>การเข้า-ออกท่าอากาศยาน (Access)</b>	
การอำนวยความสะดวกของลานจอดรถ	ACI. (2017)
ความคุ้มค่าในการจ่ายค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกของลานจอดรถ	ACI. (2017)
ระยะทางจากลานจอดรถถึงอาคารผู้โดยสาร/มีหลังคากันแดดและกันฝน	ACI. (2017)
จำนวนและความพร้อมในการใช้งานของรถเข็นสัมภาระ/รถเข็น	ACI. (2017)
การอำนวยความสะดวกของเจ้าหน้าที่ ณ จุดตรวจค้น บริเวณทางเข้าอาคารผู้โดยสาร	เพิ่มเติมจากการศึกษา
การบริการข้อมูลข่าวสารจากท่าอากาศยาน ความหลากหลายของช่องทางการให้ข้อเสนอแนะ และการร้องเรียนของผู้โดยสาร เช่น Website/ Line /Social Media ฯลฯ	เพิ่มเติมจากการศึกษา
<b>การตรวจบัตรโดยสาร (Check-In)</b>	
ระยะเวลาในการรอคอย/การเข้าแถวของการเช็คอิน	ACI. (2017)
ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเช็คอิน	ACI. (2017)
ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงานเช็คอิน	ACI. (2017)
การนำระบบเทคโนโลยีทันสมัยเข้ามาใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสารเพื่อเกิดประโยชน์ด้านความรวดเร็วและป้องกันการผิดพลาด	เพิ่มเติมจากการศึกษา
<b>การตรวจหนังสือเดินทางและการแสดงตัวบุคคล (Passport And Personal ID Control)</b>	
ระยะเวลาในการตรวจสอบเอกสารส่วนบุคคล (บัตรประชาชน/พาสปอร์ต)	ACI. (2017)
ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	ACI. (2017)
จำนวนเจ้าหน้าที่และจำนวนช่องให้บริการต่อความต้องการของผู้โดยสาร	เพิ่มเติมจากการศึกษา
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยไมตรีจิตและมีทักษะในการสื่อสารที่ดี	เพิ่มเติมจากการศึกษา
<b>การรักษาความปลอดภัย (Security)</b>	
ความสุภาพและความเต็มใจในการให้บริการของพนักงานรักษาความปลอดภัย	ACI. (2017)
ความละเอียดของการตรวจสอบความปลอดภัย	ACI. (2017)
ระยะเวลาของการตรวจสอบ/การตรวจค้นในระบบการรักษาความปลอดภัย	ACI. (2017)
การรับรู้ถึงความรู้สึกที่ความมั่นคงและความปลอดภัย	ACI. (2017)
เจ้าหน้าที่ได้รับการอบรมด้านการรักษาความปลอดภัยอย่างสม่ำเสมอ และเป็นผู้มีปฏิภาณไหวพริบในการเฝ้าระวังเป็นอย่างดี	เพิ่มเติมจากการศึกษา
การนำระบบเทคโนโลยีและเครื่องมือที่มีความทันสมัยเข้ามาใช้ในการให้บริการ	เพิ่มเติมจากการศึกษา
การบำรุงรักษาระบบกล้องวงจรปิด (CCTV) อย่างสม่ำเสมอ	เพิ่มเติมจากการศึกษา
เจ้าหน้าที่ผ่านการอบรมและเรียนรู้การช่วยเหลือชีวิตของผู้ป่วยวิกฤติและสามารถให้การรักษาการปฐมพยาบาลเบื้องต้น	เพิ่มเติมจากการศึกษา

## ภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ข้อความ	ที่มา
มีเจ้าหน้าที่ให้คำอธิบายและตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับวัตถุอันตราย (Dangerous Goods) ที่ห้ามนำขึ้นเครื่องแก่ผู้โดยสาร ณ บริเวณจุดตรวจค้น	เพิ่มเติมจากการศึกษา
<b>การหาหนทาง (Finding Your Way)</b>	
ความสะดวกในการค้นหาเส้นทางภายในท่าอากาศยาน	ACI. (2017)
การทราบข้อมูลเที่ยวบินจากหน้าจอแสดงผล	ACI. (2017)
ระยะเส้นทางสำหรับการเดินภายในอาคารผู้โดยสารไปยังจุดต่างๆ	ACI. (2017)
ความสะดวกและความรวดเร็วในการใช้บริการเที่ยวบินแบบเชื่อมต่อ (Connection Flights)	ACI. (2017)
เจ้าหน้าที่สวมใส่เครื่องแบบ (Uniform) ที่สังเกตได้อย่างเด่นชัด	เพิ่มเติมจากการศึกษา
ต้องการทราบข้อมูลหรือพบปัญหา และมีข้อร้องเรียน	เพิ่มเติมจากการศึกษา
การนำระบบเทคโนโลยี (Application) เข้ามาใช้ในการให้บริการเพื่อค้นหาเส้นทางจุดให้บริการ/ร้านค้า ภายในท่าอากาศยานผ่านทางโทรศัพท์มือถือและจอแสดงผลของท่าอากาศยาน	เพิ่มเติมจากการศึกษา
<b>สิ่งอำนวยความสะดวกของท่าอากาศยาน (Airport Facilities)</b>	
พนักงานท่าอากาศยานให้บริการด้วยความมีน้ำใจและเป็นมิตร	ACI. (2017)
ความเหมาะสมและจำนวนของภัตตาคารและร้านอาหาร	ACI. (2017)
ความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าภายในท่าอากาศยาน	ACI. (2017)
ร้านจำหน่ายสินค้าและสินค้าพื้นเมือง	ACI. (2017)
ความคุ้มค่าของราคาอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนการให้บริการภัตตาคารและร้านอาหารภายในท่าอากาศยาน	ACI. (2017)
การเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต/WIFI และจุดบริการชาร์จแบตเตอรี่	ACI. (2017)
ห้องรับรองสำหรับผู้บริหารและนักธุรกิจ	ACI. (2017)
ความพร้อมสำหรับการให้บริการของห้องน้ำ	ACI. (2017)
ความสะอาดของห้องน้ำ	ACI. (2017)
ความสะดวกสบายของพื้นที่สำหรับการนั่งรอคอยก่อนขึ้นเครื่อง	ACI. (2017)
จำนวนสายพานรับกระเป๋าต่อจำนวนเที่ยวบิน	ACI. (2017)
จำนวนสะพานเทียบอาคารผู้โดยสาร (Aerobridge) ต่อการให้บริการสำหรับผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือพิเศษ (Disable)	เพิ่มเติมจากการศึกษา
มีจุดถ่ายภาพ รอบบริเวณอาคารผู้โดยสารเพื่อความเพลิดเพลิน และการรอคอยเที่ยวบิน	เพิ่มเติมจากการศึกษา

ภาคผนวกที่ 1 (ต่อ)

ข้อความ	ที่มา
<b>สภาพแวดล้อมของท่าอากาศยาน (Airport Environment)</b>	
ความสะอาดของห้องโดยสาร (Terminal)	ACI. (2017)
บรรยากาศโดยรวมของท่าอากาศยาน	ACI. (2017)
ความเหมาะสมของอุณหภูมิภายในอาคารผู้โดยสาร	เพิ่มเติมจากการศึกษา
การนำดอกไม้และพรรณไม้พื้นเมืองของภูมิภาคมาจัดแสดงและปรับเปลี่ยนตามฤดูกาล	เพิ่มเติมจากการศึกษา
<b>ความเป็นไทย (Thainess)</b>	
การบริการด้วยรอยยิ้ม (Smile)	เพิ่มเติมจากการศึกษา
การให้บริการด้วยไมตรีจิต (Warm welcome)	เพิ่มเติมจากการศึกษา
การให้บริการอย่างเต็มใจและเอาใจใส่ดูแล (Take care)	เพิ่มเติมจากการศึกษา
สถาปัตยกรรมและการตกแต่งอาคารผู้โดยสารแสดงถึงเอกลักษณ์และความโดดเด่นตามลักษณะภูมิภาคของที่ตั้งท่าอากาศยาน	เพิ่มเติมจากการศึกษา
การสร้างบรรยากาศที่แสดงถึงขนบธรรมเนียมประเพณีความเป็นไทย เช่น การเล่นเกมพื้นเมือง การแสดงต้อนรับ ภาพตกแต่งอาคารผู้โดยสาร เป็นต้น	เพิ่มเติมจากการศึกษา
เจ้าหน้าที่ให้บริการสวมใส่เครื่องแบบโดยใช้ผ้าไทย หรือผ้าพื้นเมือง	เพิ่มเติมจากการศึกษา
การให้บริการแก่ผู้โดยสารเปรียบเสมือนญาติ มิตรและบุคคลในครอบครัว	เพิ่มเติมจากการศึกษา
<b>บุคลากร (People)</b>	
ความสามารถในการใช้ภาษาสากลเพื่อการสื่อสาร	เพิ่มเติมจากการศึกษา
การเข้าใจถึงความต้องการของผู้โดยสาร	เพิ่มเติมจากการศึกษา
การตอบสนองผู้โดยสารได้ทันท่วงที โดยที่ผู้โดยสารไม่ต้องร้องขอ	เพิ่มเติมจากการศึกษา
การให้ข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำ	เพิ่มเติมจากการศึกษา
การมีปฏิภาณไหวพริบ และความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	เพิ่มเติมจากการศึกษา
การเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ มีจิตสำนึกและเป็นผู้มีคุณภาพ (SMART People)	เพิ่มเติมจากการศึกษา
ความสามารถในการใช้ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัย	เพิ่มเติมจากการศึกษา
ความสามารถในการให้บริการผู้โดยสารที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม	เพิ่มเติมจากการศึกษา

