



ISSN: 2985-2366 (Online)

วารสารการบริหาร การจัดการ และการพัฒนาที่ยั่งยืน
Journal of Administration Management and Sustainable Development

Homepage: <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jamsd>
e-mail: jamsdonline@gmail.com



ทัศนคติและการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยาน
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

Attitudes and perceptions of service quality affecting the intention to use
airport services in the upper northeastern region

ธัญญาเรศ รุกคำ^{1*}, สันยุธาสรณ์ สวัสดิ์ไธสง², ละมัย ร่มเย็น³

Thanyares Rukkhum^{1*}, Sanyasorn Swatthaisong², Lamai Romyen³

¹หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

^{2,3}สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

¹Mater of Public Administration Program in Public Administration, Sakon Nakhon Rajabhat University

^{2,3}Department of Public Administration, Faculty of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University

*Corresponding author's e-mail: Thanyaresenjoy@gmail.com^{1*}

Received: March 09, 2026

Revised: April 03, 2026

Accepted: April 08, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. ระดับทัศนคติ การรับรู้คุณภาพการให้บริการ และความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2. อิทธิพลของทัศนคติ และการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้มาใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 3 แห่ง ประกอบด้วย ท่าอากาศยานสกลนคร ท่าอากาศยานนครพนม และท่าอากาศยานเลย จำนวน 385 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1. ทัศนคติต่อการใช้บริการ การรับรู้คุณภาพการให้บริการ และความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2. ทัศนคติต่อการใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ด้านความคิดความเชื่อ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยกเว้นด้านความรู้สึก และด้านความพร้อมแสดงพฤติกรรม โดยสามารถพยากรณ์ระดับความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนบน ได้ร้อยละ 30.90 การรับรู้คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ และด้านการตอบสนองต่อผู้มารับบริการ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยกเว้น ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้มารับบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้มารับบริการ โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ระดับความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้ร้อยละ 94.60

คำสำคัญ: ทศนคติ, การรับรู้คุณภาพการให้บริการ, ความตั้งใจใช้บริการ, ท่าอากาศยาน

Abstract

This research aimed to examine 1. the levels of attitude, perceived service quality, and intention to use the upper northeastern airports, and 2. the influence of both attitude and perceived service quality on the intention to use the upper northeastern airports. The sample comprised 385 service users from three airports—Sakon Nakhon Airport, Nakhon Phanom Airport, and Loei Airport—selected through cluster sampling. Data collection was conducted using a questionnaire. They were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The findings indicated that 1. attitudes toward service use, perceived service quality, and intention to use the upper northeastern airports were overall at a high level; and 2. the cognitive dimension of attitudes toward using the upper northeastern airports significantly influenced the intention to use those airports at a level of 0.01, whereas the affective dimension and the behavioral readiness dimension did not have a significant impact. Together, these dimensions predicted 30.90% of the variance in intention to use the airports. Regarding perceived service quality, the dimensions of reliability, tangibility, and responsiveness significantly influenced the intention to use the upper northeastern airports at a level of 0.01, while the assurance and empathy dimensions did not have a significant impact. Collectively, these dimensions predicted 94.60% of the variance in intentions to use the airports.

Keywords: attitude, perceived service quality, intention to use, airport

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กรมท่าอากาศยาน เป็นหน่วยงานระดับกรมในสังกัดของกระทรวงคมนาคม มีอำนาจหน้าที่พัฒนาโครงสร้างส่งเสริมกิจการท่าอากาศยานและบริหารท่าอากาศยานทั้ง 29 แห่งทั่วประเทศไทย จากการแบ่งกลุ่มจังหวัด ภายใต้แนวคิดการบริหารงานแบบบูรณาการ ที่กำหนดให้มีการรวมกลุ่มจังหวัดที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงในด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งจะช่วยให้การวางกรอบทิศทางการพัฒนาและการใช้ประโยชน์ในทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนร่วมกันแก้ไขปัญหาระหว่างจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม พ.ศ. 2546 ได้กำหนดแนวทางในการจัดกลุ่มจังหวัดทั้งหมด 18 กลุ่ม โดยกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ประกอบด้วย จังหวัดหนองคาย เลย อุดรธานี หนองบัวลำภู และกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วย จังหวัดนครพนม มุกดาหาร สกลนคร ซึ่งในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จังหวัดที่มีสนามบินเปิดให้บริการภายในประเทศเท่านั้น คือ ท่าอากาศยานสกลนคร

ท่าอากาศยานนครพนม และท่าอากาศยานเลย (กรมท่าอากาศยาน, 2566) กิจกรรมท่าอากาศยานจะประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก คือ การบริการ (service) ผู้ใช้บริการ (user) และหน่วยงานรวมถึงองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจการการบินพลเรือนระหว่างประเทศ กล่าวคือ การบริการเป็นการบริการพื้นที่ที่ใช้บริการ ได้แก่ พื้นที่สำหรับผู้โดยสาร (passenger area) พื้นที่สำหรับขนถ่ายสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางอากาศ (cargo area) พื้นที่สำหรับการบริการซ่อมบำรุง (maintenance area) และหน่วยงานที่ทำหน้าที่บริการ มีหน้าที่ควบคุมดูแลและอำนวยความสะดวกตลอดจนรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้โดยสาร ผู้ประกอบธุรกิจการบินได้แก่ บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กรมศุลกากร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประชาชนผู้ให้บริการ เป็นต้น ผู้ใช้บริการจะเป็น ผู้ใช้บริการของกิจการท่าอากาศยาน ได้แก่ บริษัทการบิน บริษัทตัวแทนขนส่งทางอากาศ ผู้โดยสาร ผู้มารับ-ส่ง รวมทั้งบริษัท ที่รับเหมาเข้ามาดำเนินการภายในท่าอากาศยาน เช่น บริษัทเชื้อเพลิงการบินกรุงเทพ ภัตตาคาร ร้านค้า หน่วยงาน และองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจการการบินพลเรือนระหว่างประเทศทั้งหมด (พระราชบัญญัติการทำอากาศยาน แห่งประเทศไทย (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2538; บุญวัฒน์ ศรีขวัญ และวรรัชดา บุญญาณเมธพร, 2563)

ท่าอากาศยานในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบการบริหารและดูแลกิจการท่าอากาศยาน ต้องดำเนินงานให้เป็นไปตาม วัตถุประสงค์ กฎหมาย และข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งให้บริการด้านความสะดวกและความปลอดภัยแก่ท่าอากาศยาน ผู้โดยสาร และผู้ให้บริการ รวมถึงการขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ทางอากาศอย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐานสากล ปัจจุบันการเดินทางทางอากาศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ภารกิจของท่าอากาศยานต้องขยายการให้บริการทั้งในด้านปริมาณ และความหลากหลายของผู้ใช้บริการ ซึ่งมีผลต่อระดับความพึงพอใจ ดังนั้น ท่าอากาศยานจึงควรให้ความสำคัญกับคุณภาพ บริการทั้ง 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และความใส่ใจ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ประเมินคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) (Parasuraman et al., 1988)

การเดินทางโดยเครื่องบิน เป็นการเดินทางที่รวดเร็วและประหยัดเวลา อย่างไรก็ตาม ผู้โดยสารต้องใช้เวลาในการรอ ค่อนขางนานภายในสนามบินก่อนขึ้นเครื่องบิน ท่าอากาศยานจึงจัดให้มีบริการต่าง ๆ อย่างหลากหลาย เพื่อรองรับผู้โดยสาร ให้เพียงพอ สำหรับท่าอากาศยานในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนที่เปิดให้บริการภายในประเทศ ได้แก่ ท่าอากาศยานสกลนคร ท่าอากาศยานนครพนม และท่าอากาศยานเลย ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ให้บริการแก่ประชาชนโดยตรง ผู้ใช้บริการย่อมคาดหวังว่าจะได้รับการบริการที่มีคุณภาพจากเจ้าหน้าที่สนามบิน คุณภาพการให้บริการที่มีประสิทธิภาพจะช่วย สร้างความได้เปรียบและเป็นกลยุทธ์สำคัญในการยกระดับองค์กร ทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ และส่งผลต่อความสำเร็จ ขององค์กร รวมทั้งความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยาน ทั้งนี้ ความตั้งใจใช้บริการของผู้โดยสารแต่ละคนอาจแตกต่างกัน ตามเหตุผลและความต้องการ ขณะเดียวกันทัศนคติมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการเลือกใช้บริการของบุคคล เนื่องจากทัศนคติ เกี่ยวข้องกับการรับรู้ การเรียนรู้ อารมณ์ บุคลิกภาพ และแรงจูงใจ จึงเป็นความรู้สึกทั้งทางบวกและทางลบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้น ทัศนคติจึงเป็นความรู้สึกของบุคคลที่แสดงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทั้งทางบวกและทางลบ (นิติพล ภูตะโชติ, 2560)

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาทัศนคติและการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยาน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ประกอบด้วย ท่าอากาศยานสกลนคร ท่าอากาศยานนครพนม และท่าอากาศยานเลย ซึ่งเป็น สนามบินที่เปิดให้บริการทางการบินภายในประเทศ ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางและข้อมูลประกอบการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อปรับปรุงองค์กรและบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล บรรลุวัตถุประสงค์ของหน่วยงาน รวมทั้งพัฒนา การปฏิบัติงานของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้แก่ สกลนคร นครพนม และเลย เพื่อยกระดับคุณภาพ การให้บริการให้สอดคล้องกับเป้าหมายการบริหารที่มีประสิทธิภาพและเกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุด อันเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา การให้บริการที่เป็นเลิศ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับทัศนคติ การรับรู้คุณภาพการให้บริการ และความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของทัศนคติ และการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

การทบทวนวรรณกรรม

องค์ประกอบของทัศนคติ

Duffett (2020) กล่าวถึง องค์ประกอบของทัศนคติไว้ว่า มีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ

1) ด้านความรู้และความเข้าใจ (the cognitive component) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งแสดงถึงความรู้ การรับรู้ และความเชื่อถือ ซึ่งผู้บริโภคมักมีความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบส่วนแรกซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้รับจากการประสบกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูลความรู้ และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือ (beliefs) ที่สะท้อนความรู้เฉพาะของบุคคล และมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งก็คือการที่ผู้บริโภคมักทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งคุณสมบัติของสิ่งหนึ่งหรือพฤติกรรมเฉพาะอย่างจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

2) ด้านความรู้สึก (the affective component) หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งสะท้อนถึงอารมณ์ (emotion) หรือความรู้สึก (feeling) ของผู้บริโภคมักมีความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นการประเมินผลเบื้องต้นโดยธรรมชาติ โดยการให้คะแนนความพึงพอใจหรือไม่พอใจ ดีหรือเลว เห็นด้วยหรือไม่เห็น

3) ด้านพฤติกรรม (the behavioral component) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งสะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึง ความตั้งใจที่จะซื้อ หรือใช้บริการ รวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นต่อความตั้งใจของผู้บริโภค ด้วยคะแนนความตั้งใจของผู้บริโภคสามารถนำไปใช้ เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของความตั้งใจใช้บริการของผู้บริโภค

สรุปได้ว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการ หมายถึง ความรู้สึกของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนที่มีต่อการให้บริการที่ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของผู้รับบริการในด้านต่าง ๆ ของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 3 แห่ง จากแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคติของ Duffett (2020) ประกอบด้วย 1) ความคิดความเชื่อ 2) ความรู้สึก และ 3) ความพร้อมแสดงพฤติกรรม

ตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการ

ตัวแบบที่ใช้วัดคุณภาพการให้บริการที่ได้รับความนิยม เป็นผลงานของ Parasuraman et al. (1990) ซึ่งได้พัฒนาตัวแบบ เพื่อใช้สำหรับการประเมินคุณภาพการให้บริการ โดยอาศัยการประเมินจากพื้นฐานการรับรู้ของผู้รับบริการหรือลูกค้า พร้อมกับได้พยายามหาความหมายของคุณภาพการให้บริการและปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสม โดยมีมิติหรือมุมมองของคุณภาพการให้บริการ 10 มิติ เพื่อใช้วัดคุณภาพการให้บริการ ต่อมาได้มีการปรับปรุงขึ้นใหม่ เรียกว่า SERVQUAL ที่ปรับปรุงใหม่ประกอบด้วย 5 มิติหลัก (Zeithaml et al., 1990; Lovelock, 1996) ประกอบด้วย

มิติที่ 1 ความเป็นรูปธรรมของบริการ (tangibility) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกได้รับการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ บริการที่ถูกนำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการนั้น ๆ ได้ชัดเจนขึ้น

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับ ผู้รับบริการ บริการที่ให้บริการจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้ จะทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้นั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถ ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวก จากการให้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว

มิติที่ 4 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (assurance) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับ ผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ด้วยความสุภาพ นุ่มนวล มีกริยามารยาทที่ดี ใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับ บริการที่ดีที่สุด

มิติที่ 5 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการ ที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

ในการวิจัยครั้งนี้ การรับรู้คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ความสามารถในการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของผู้รับบริการ เป็นการรับรู้ของผู้รับบริการ ซึ่งผู้รับบริการจะทำการประเมินคุณภาพการให้บริการ โดยเปรียบเทียบความต้องการหรือความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง ตามแนวคิดของ ตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพ การให้บริการ หรือ SERVQUAL (Zeithaml et al., 1990; Lovelock, 1996)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการ

นักวิชาการได้อธิบายและให้ความหมายเกี่ยวกับแนวคิดความตั้งใจใช้บริการ ไว้ดังนี้

มัสลิน ใจคุณ (2561) ได้กล่าวว่า ความตั้งใจใช้บริการ มีความสำคัญมากต่อการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากความตั้งใจใช้บริการ สิ้นค้า เปรียบเสมือนแนวทางการทำนายหรือการคาดการณ์ลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคในอนาคต โดยลักษณะพฤติกรรม ของผู้บริโภคสามารถทำนายได้จากการวัดหรือทำนายความตั้งใจที่จะกระทำ ซึ่งความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมในระดับสูงหรือไม่ ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบดังนี้ คือ

1) ความตรงกัน (correspondence) เป็นเกณฑ์ในการวัดความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรม คือ ให้มีความตรงกัน ในองค์ประกอบด้านการกระทำเป้าหมายสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อม

2) ระดับความมั่นคงของความตั้งใจ (stability of intention) เป็นการวัดระดับความตั้งใจที่จะกระทำพฤติกรรม มีความมั่นคงหรือความคงทนสูง ก็จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมสูงด้วย

Mowen & Minor (1998) ได้อธิบายว่าความตั้งใจซื้อและใช้บริการเป็นความตั้งใจของผู้บริโภคในการกระทำให้ได้มา (acquisition) การจัดการ (disposition) และการใช้สินค้าหรือบริการ

Fishbein & Ajzen (2010) ได้กล่าวว่า ความตั้งใจใช้งาน หมายถึง ความพร้อมหรือความเป็นไปได้ของบุคคลที่จะแสดง พฤติกรรมของการใช้งาน จากการศึกษาความตั้งใจที่จะพยายามทำพฤติกรรมนั้น ความตั้งใจเป็นปัจจัยการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรม และเป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคคลได้มีความพยายาม เพื่อที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ยิ่งบุคคลมีความตั้งใจและพยายาม มากเพียงใด ความเป็นไปได้ที่บุคคลจะกระทำพฤติกรรมก็มีมากเท่านั้น

จากการศึกษาเกี่ยวกับความตั้งใจใช้บริการ สามารถสรุปได้ว่า ความตั้งใจใช้บริการทำอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน หมายถึง แนวโน้มที่ผู้ใช้บริการจะกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต เนื่องมาจากการให้บริการที่สามารถตอบสนอง ความต้องการของผู้รับบริการ รวมถึงความรู้สึกและการยอมรับต่อคุณภาพบริการ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ในอนาคต และสามารถตั้งเป็นสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

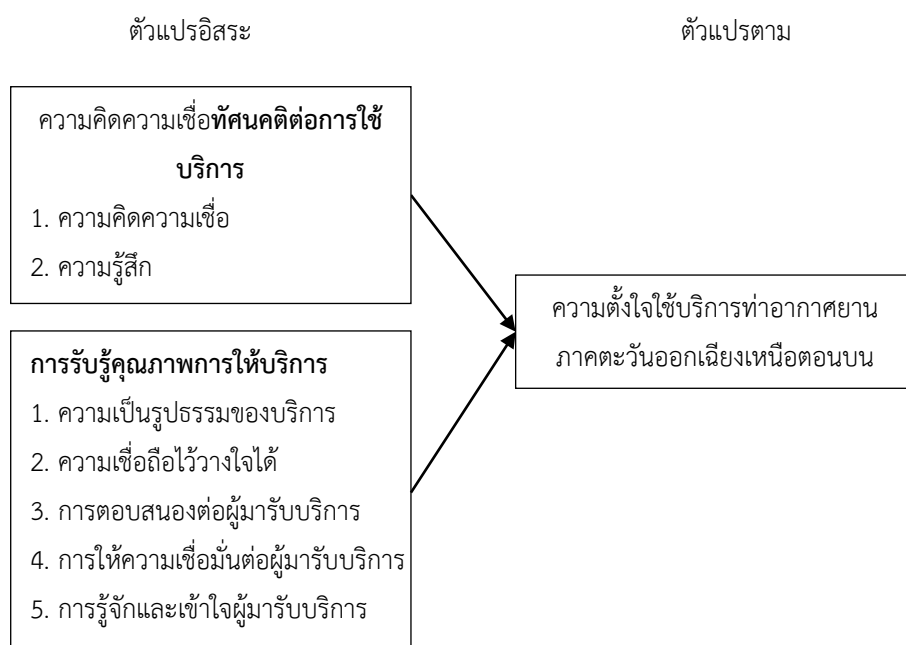
สมมติฐานที่ 1 ทักษะฝีมือมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการทำอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนบน

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำ 1) องค์ประกอบของทัศนคติของ Duffett (2020) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติต่อการใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2) ตัวแบบและวิธีการประเมินคุณภาพการให้บริการหรือ SERVQUAL (Zeithaml et al., 1990; Lovelock, 1996) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) มีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนผู้มาใช้บริการทำอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 3 แห่ง ประกอบด้วย ทำอากาศยานสกลนคร ทำอากาศยานนครพนม และทำอากาศยานเลย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนผู้มาใช้บริการทำอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 3 แห่ง ประกอบด้วย ทำอากาศยานสกลนคร ทำอากาศยานนครพนม และทำอากาศยานเลย จำนวน 385 คน เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง จึงใช้วิธีการหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของ Cochran (1977) ในกรณีที่ ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (cluster sampling) ตามขนาดของสนามบิน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจรายการ (checklist)

ตอนที่ 2 ทศนคติต่อการใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 การรับรู้คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 4 ความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ โดยการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร นิยามศัพท์เฉพาะ และงานวิจัยเกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการกำหนดรูปแบบของแบบสอบถาม และข้อคำถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจแก้ไขเนื้อหา และความถูกต้อง จากนั้นทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงตรงทำการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (tryout) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าอำนาจจำแนก (discrimination power) โดยใช้วิธีการหาค่าสหสัมพันธ์รายข้อกับคะแนนรวม (item total correlation) คัดข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.361 ขึ้นไป (นพพร ธนะชัยพันธ์, 2555) แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ไว้ที่ 0.70 (Cronbach, 1990) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามภาพรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.798

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยนำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ถึงผู้อำนวยการท่าอากาศยานสกลนคร ผู้อำนวยการท่าอากาศยานนครพนม ผู้อำนวยการท่าอากาศยานเลย เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากประชาชนผู้มาใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 385 คน

3.2 ส่งแบบสอบถามไปให้ผู้ที่เกี่ยวข้องพร้อมชี้แจงรายละเอียดความมุ่งหมายของการออกแบบสอบถามนี้ เพื่อทำความเข้าใจให้ตรงกันในการตอบแบบสอบถาม

3.3 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองและการลงพื้นที่จริง เพื่อนำแบบสอบถามไปแจกแก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน พร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียด ความมุ่งหมายของการออกแบบสอบถาม

3.4 ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำแบบสอบถามไปประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม และดำเนินการลงรหัสเลข (code) จากนั้นนำแบบสอบถามที่ลงรหัสวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

4.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ตามแบบสอบถาม ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การแจกแจงความถี่ (frequencies) และค่าร้อยละ (percentage) บรรยายลักษณะของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 การวิเคราะห์ 1) ทศนคติต่อการใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2) การรับรู้คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 3) ความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ใช้ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

4.3 การศึกษาอิทธิพลของทัศนคติ และการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนผู้วิจัยทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบง่าย (simple regression analysis) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติต่อการใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับทัศนคติต่อการใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ด้านที่	ทัศนคติต่อการใช้บริการท่าอากาศยาน	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1	ความคิดความเชื่อ	4.15	0.39	มาก
2	ความรู้สึกรัก	3.92	0.65	มาก
3	ความพร้อมแสดงพฤติกรรม	4.02	0.72	มาก
	ภาพรวม	4.04	0.34	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติต่อการใช้บริการ ท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความคิดความเชื่อ ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมาคือ ด้านความพร้อมแสดงพฤติกรรม ($\bar{X} = 4.02$) และด้านความรู้สึกรัก ($\bar{X} = 3.92$) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ด้านที่	การรับรู้คุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1	ความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.22	0.46	มาก
2	ความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.30	0.46	มาก
3	การตอบสนองต่อผู้มารับบริการ	3.96	0.49	มาก
4	การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้มารับบริการ	4.24	0.48	มาก
5	การรู้จักและเข้าใจผู้มารับบริการ	3.98	0.49	มาก
	ภาพรวม	4.13	0.36	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมาคือ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้มารับบริการ ($\bar{X} = 4.24$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการตอบสนองต่อผู้มารับบริการ ($\bar{X} = 3.96$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ด้านที่	ความตั้งใจใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1	ความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนอีกครั้งในอนาคต	4.40	0.64	มาก
2	แนวโน้มใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนใหม่	4.32	0.68	มาก
3	การแนะนำผู้อื่นให้ใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนต่อไปในอนาคต	4.29	0.66	มาก
4	การเลือกใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนเป็นอันดับแรกเมื่อต้องการเดินทาง	4.41	0.65	มาก
5	ความตั้งใจจะกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานเดิมหากเคยได้รับคำแนะนำให้ไปใช้บริการที่อื่น	4.17	0.73	มาก
ภาพรวม		4.32	0.46	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเลือกใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการเดินทาง ($\bar{X} = 4.41$) รองลงมาคือ ความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนอีกครั้งในอนาคต ($\bar{X} = 4.40$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความตั้งใจจะกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานเดิมหากเคยได้รับคำแนะนำให้ไปใช้บริการที่อื่น ($\bar{X} = 4.17$)

4. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของทัศนคติที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของทัศนคติที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. error	β	t	P-value
(Constant)	1.730	0.250		6.917	0.000
ความคิดความเชื่อ (A_1)	0.619	0.051	0.531	12.158	0.000**
ความรู้สึก (A_2)	0.046	0.031	0.066	1.502	0.134
ความพร้อมแสดงพฤติกรรม (A_3)	0.040	0.027	0.062	1.457	0.146

$R = 0.555$, $R^2 = 0.308$, Adj. $R^2 = 0.302$, $F = 56.491$, Sig. = 0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า ทัศนคติต่อการใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ด้านความคิดความเชื่อ ($\beta = 0.531$) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ 0.01 โดยสามารถทำนายระดับความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้ร้อยละ 30.90 ($R^2 = 0.308$) ยกเว้น ด้านความรู้สึก และความพร้อมแสดงพฤติกรรม

5. ผลการวิเคราะห์หัตถิพผลของการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์หัตถิพผลของการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std. error	β	t	P-value
(Constant)	0.143	0.065		2.197	0.029
ความเป็นรูปธรรมของบริการ	0.125	0.024	0.125	5.113	0.000**
ความเชื่อถือไว้วางใจได้	0.852	0.023	0.855	7.069	0.000**
การตอบสนองต่อผู้มารับบริการ	0.031	0.013	0.033	2.434	0.015*
การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้มารับบริการ	0.007	0.019	0.008	0.380	0.704
การรู้จักและเข้าใจผู้มารับบริการ	0.018	0.014	0.019	1.258	0.209
R = 0.972, $R^2 = 0.946$, Adj. $R^2 = 0.945$, F = 319.776, Sig. = 0.000					

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 5 พบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\beta = 0.855$) และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\beta = 0.125$) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านการตอบสนองต่อผู้มารับบริการ ($\beta = 0.033$) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถทำนายระดับความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้ร้อยละ 94.60 ($R^2 = 0.946$) ยกเว้น ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้มารับบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้มารับบริการ

การอภิปรายผล

1. จากผลการวิจัยระดับความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน พบว่า ผู้มาใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 3 แห่ง ประกอบด้วย ท่าอากาศยานสกลนคร ท่าอากาศยานนครพนม และท่าอากาศยานเลย มีความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเลือกใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการเดินทาง รองลงมาคือ ความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนอีกครั้งในอนาคต แนวโน้มใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนใหม่ การแนะนำผู้อื่นให้ใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนต่อไปในอนาคต ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความตั้งใจจะกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานหากเคยได้รับคำแนะนำให้ไปใช้บริการที่อื่น ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะว่า ท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 3 แห่ง ประกอบด้วย ท่าอากาศยานสกลนคร ท่าอากาศยานนครพนม และท่าอากาศยานเลย เป็นสนามบินหลักในพื้นที่ของทั้ง 3 จังหวัด ที่มีความสะดวกต่อการเดินทางเชื่อมต่อกับกรุงเทพฯ และจังหวัดสำคัญ ช่วยประหยัดเวลา และตอบสนองความต้องการเดินทางได้ดี ประกอบกับคุณภาพการให้บริการที่ได้มาตรฐาน ความปลอดภัย ความตรงต่อเวลา

และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ ทำให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจและตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ อีกทั้งราคาตั๋วและโปรโมชั่นของสายการบินที่คุ้มค่า เมื่อเทียบกับการเดินทางรูปแบบอื่น ยังเป็นปัจจัยเสริมความตั้งใจเลือกใช้บริการ นอกจากนี้ ประสิทธิภาพที่ดีจากการใช้บริการในอดีตยังสร้างความภาคภูมิใจให้ผู้โดยสารเลือกใช้นามบินเดิมเป็นลำดับแรกและพร้อมแนะนำผู้อื่น อย่างไรก็ตาม ในประเด็นความตั้งใจจะกลับมาใช้บริการท่าอากาศยานเดิม หากเคยได้รับคำแนะนำให้ไปใช้บริการที่อื่น ซึ่งเป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดสะท้อนว่า หากมีคำแนะนำหรือแรงจูงใจให้ไปใช้นามบินอื่น เช่น ราคาถูกกว่า เส้นทางสะดวกกว่า หรือมีสายการบินมากกว่า ผู้โดยสารบางส่วนอาจพิจารณาเปลี่ยนใจได้ แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจใช้บริการยังขึ้นอยู่กับปัจจัยเปรียบเทียบด้านราคาและความสะดวกควบคู่กันไป ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของวสุตม์ โชติพานิช (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และภาพลักษณ์สายการบินที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการซ้ำในบริบทของสายการบินเต็มรูปแบบ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจซื้อบริการซ้ำในบริบทของสายการบินเต็มรูปแบบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของอานนท์ จันจิตร (2563) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสาร จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความตั้งใจใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสารจังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของญานวรุฒม์ ธนพัฒน์เจริญ (2564) ได้ทำการศึกษาศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของตัวเครื่องบินภายในประเทศเพื่อการท่องเที่ยวในช่วงวิกฤตโควิด-19 พบว่า ความตั้งใจซื้อซ้ำของตัวเครื่องบินภายในประเทศเพื่อการท่องเที่ยว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการวิจัย พบว่า ทศนคติต่อการใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ด้านความคิดความเชื่อ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถทำนายระดับความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้ร้อยละ 30.90 จากผลการวิจัยสามารถอธิบายได้ว่า การที่ผู้ให้บริการได้รับข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้องเกี่ยวกับการดำเนินงานและความพร้อมของท่าอากาศยาน ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและทัศนคติเชิงบวกต่อคุณภาพบริการ โดยเฉพาะความเข้าใจในบริการ ความครบถ้วนของข้อมูล และความเป็นมืออาชีพของเจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นปัจจัยกระตุ้นให้เกิดความตั้งใจใช้บริการจริง อีกทั้งการสื่อสารที่เป็นระบบและสะดวกช่วยลดความกังวล เพิ่มความมั่นใจ และส่งผลให้ความตั้งใจใช้บริการสูงขึ้น ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของวสุตม์ โชติพานิช (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และภาพลักษณ์สายการบิน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการซ้ำในบริบทของสายการบินเต็มรูปแบบ ผลการศึกษาพบว่า อิทธิพลของการรับรู้คุณค่าภาพลักษณ์สายการบินส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการซ้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของวีรยา ทยานุวัฒน์ (2563) คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินนกแอร์ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่ส่งผลกับคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศสายการบินนกแอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการตอบสนอง ด้านความเอาใจใส่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการให้ความมั่นใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของนิ หงอก เอียน ดอง (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการในวิถีชีวิตปกติใหม่ของผู้บริโภค กลุ่มเจนเอเรชันซี ผลการศึกษาพบว่า ทศนคติต่อการใช้บริการของธุรกิจวิถีชีวิตปกติใหม่ การรับรู้ประโยชน์ของการใช้สื่อออนไลน์ ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการของธุรกิจวิถีชีวิตปกติใหม่ของกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชันซี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของญานวรุฒม์ ธนพัฒน์เจริญ (2564) ได้ทำการศึกษาศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของตัวเครื่องบินภายในประเทศ เพื่อการท่องเที่ยวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของตัวเครื่องบินเพื่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ ส่วนผลการวิจัยที่พบว่า ทศนคติด้าน ความรู้สึก และความพร้อมแสดงพฤติกรรม ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้อาจอธิบายได้ว่า แม้ผู้ใช้บริการจะมีการรับรู้เชิงบวกต่อมาตรฐานการให้บริการ ความคุ้มค่า ความปลอดภัย และความพร้อมของท่าอากาศยาน แต่ปัจจัยด้านความรู้สึกเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอที่จะผลักดันให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการจริง

ทั้งนี้ ความตั้งใจให้บริการมักขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เป็นรูปธรรมมากกว่า เช่น ความสะดวกของเส้นทางบิน ความถี่เที่ยวบิน ราคา และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ซึ่งเป็นเงื่อนไขเชิงปฏิบัติที่ผู้โดยสารต้องพิจารณาประกอบการตัดสินใจ นอกจากนี้ การรับรู้ถึงความพร้อมและมาตรฐานอาจเป็นสิ่งที่ผู้โดยสารคาดหวังให้มีอยู่แล้วในสนามบินทั่วไป จึงไม่ก่อให้เกิดความแตกต่างหรือแรงจูงใจเพิ่มเติม อีกทั้งในบริบทของการเดินทางทางอากาศ ผู้โดยสารมักให้ความสำคัญกับข้อมูลเชิงเหตุผล เช่น ตารางบินและเงื่อนไขบริการมากกว่าความรู้สึกเชิงบวกเพียงอย่างเดียว ส่งผลให้ตัวแปรด้านความรู้สึกและความพร้อมไม่ปรากฏอิทธิพลเชิงสถิติต่อความตั้งใจใช้บริการ

3. ผลการวิจัยจากการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน พบว่า การรับรู้คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนด้านการตอบสนองต่อผู้มารับบริการ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถทำนายระดับความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้ร้อยละ 94.60 ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะว่า ท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนทั้ง 3 แห่ง ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับความปลอดภัย ความตรงต่อเวลา และความถูกต้องในการให้บริการ โดยเฉพาะด้านความน่าเชื่อถือซึ่งมีบทบาทสูงสุดในการสร้างความมั่นใจว่าเที่ยวบินและกระบวนการต่าง ๆ เป็นไปตามมาตรฐาน ขณะเดียวกัน ความเป็นรูปธรรมของบริการ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายแสดงข้อมูลที่ชัดเจน และบุคลากรที่มีอัธยาศัยดี ช่วยเสริมความประทับใจและความสะดวก ส่วนด้านการตอบสนองแม้มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด แต่ยังมีความสำคัญต่อการลดความกังวลในสถานการณ์เร่งด่วน โดยสรุปความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยเป็นปัจจัยหลักที่ผลักดันความตั้งใจใช้บริการ รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่จับต้องได้และความรวดเร็วในการตอบสนอง ซึ่งล้วนสอดคล้องกับลักษณะบริการของท่าอากาศยานที่ต้องรักษามาตรฐานสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในระยะยาว

ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของวีรยา ทยานุวัฒน์ (2563) คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ภายในประเทศ กรณีศึกษา สายการบินบินนกแอร์ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรที่ส่งผลกับคุณภาพการบริการต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศสายการบินนกแอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการตอบสนอง ด้านความเอาใจใส่ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ และด้านการให้ความมั่นใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของญาณวรุฒม์ ธนพัฒน์เจริญ (2564) ได้ทำการศึกษาการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของตัวเครื่องบินภายในประเทศเพื่อการท่องเที่ยวในช่วงวิกฤตโควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของตัวเครื่องบิน เพื่อการท่องเที่ยวภายในประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยของประภาศิริ ประสารสุข (2565) ได้ทำการวิจัยเปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินดอนเมืองของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการใช้บริการสนามบินที่บริการ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางภายในสนามบิน สิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน การให้บริการของพนักงานภายในอาคารผู้โดยสาร และความสะอาดปลอดภัยของสนามบิน การป้องกันโรคโควิด-19 มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สนามบินสุวรรณภูมิหรือสนามบินดอนเมืองของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของพิมพ์ตะวัน วงศ์ขี้ม และคณะ (2567) ได้ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการห้องรับรอง พิเศษของสายการบินภายในประเทศ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการเข้าใจลูกค้า มีความสัมพันธ์ ต่อความพึงพอใจในการใช้ห้องรับรองพิเศษของสายการบินภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

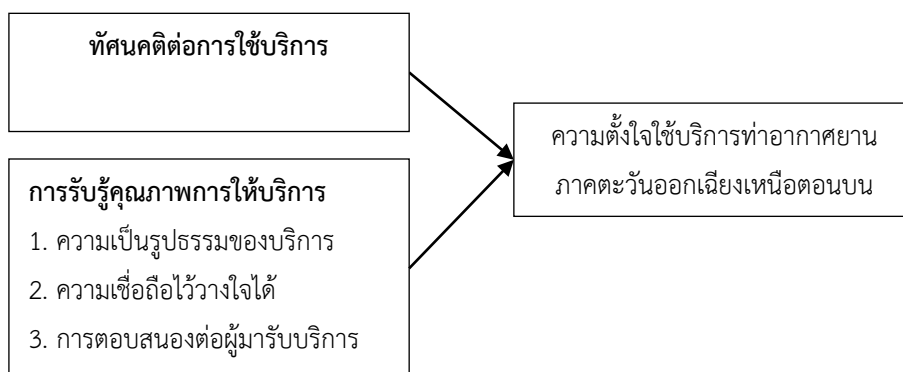
ส่วนการรับรู้คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ด้านความรู้สึก และด้านความพร้อมแสดงพฤติกรรม ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้อาจอธิบายได้ว่า ผู้ใช้บริการท่าอากาศยานส่วนใหญ่มุ่งเน้นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสะดวก รวดเร็ว และความปลอดภัยของการเดินทางเป็นหลัก เช่น ความพร้อมของเที่ยวบิน การบริหารจัดการด้านเวลา การบริการพื้นฐานที่เป็นมาตรฐานสากล และโครงสร้างพื้นฐานของสนามบิน มากกว่าการพิจารณาความแตกต่างด้านการให้ความเชื่อมั่นหรือการเอาใจใส่ส่วนบุคคล อีกทั้งการดำเนินงานของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 3 แห่ง ในปัจจุบันมีมาตรฐานด้านความปลอดภัยและจริยธรรมที่ชัดเจน จึงทำให้ผู้ใช้บริการมองว่าความซื่อสัตย์ ความเชี่ยวชาญ หรือการให้ความสำคัญกับผู้โดยสารเป็นเรื่อง “คาดหวังได้” และถือเป็นมาตรฐานขั้นต่ำ ไม่ใช่ปัจจัยสร้างความแตกต่างที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ดังนั้น แม้การให้ความเชื่อมั่นและการเอาใจใส่ผู้โดยสารจะเป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพบริการ แต่ในบริบทของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ปัจจัยเหล่านี้อาจไม่ใช่ตัวขับเคลื่อนหลักที่กระตุ้นให้ผู้โดยสารตัดสินใจกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ สรุปได้ดังภาพที่ 2 มีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ทศนคติด้านความคิดความเชื่อเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ขณะที่ด้านความรู้สึกและความพร้อมแสดงพฤติกรรมไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ข้อค้นพบนี้สะท้อนว่า การตัดสินใจใช้บริการท่าอากาศยานเป็นการตัดสินใจเชิงเหตุผล โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับข้อมูลความเข้าใจในคุณภาพบริการ และความน่าเชื่อถือ มากกว่าความรู้สึกเพียงอย่างเดียว ดังนั้น องค์ความรู้ใหม่ที่ได้คือ การเน้นพัฒนาการสื่อสารและการให้ข้อมูลที่ชัดเจน ถูกต้อง และสร้างความเชื่อมั่น จะช่วยเสริมความตั้งใจใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

2. ผลการวิจัยชี้ว่า การรับรู้คุณภาพบริการด้านความเชื่อถือว่าวางใจได้ ความเป็นรูปธรรมของบริการ และการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ขณะที่ด้านการให้ความเชื่อมั่นและการรู้จักเข้าใจผู้ใช้บริการไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ข้อค้นพบนี้สะท้อนว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับความตรงต่อเวลา มาตรฐานการปฏิบัติงาน สิ่งอำนวยความสะดวกที่ชัดเจน และความรวดเร็วในการให้บริการ มากกว่าปัจจัยเชิงความสัมพันธ์ ดังนั้น องค์ความรู้ใหม่คือ การพัฒนาความน่าเชื่อถือและประสิทธิภาพที่จับต้องได้เป็นปัจจัยหลักในการเสริมสร้างความตั้งใจใช้บริการในบริบทท่าอากาศยานภูมิภาค



ภาพที่ 2 รูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ทำอาภาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนควรส่งเสริมให้ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี โดยปรับปรุงคุณภาพบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้ได้มาตรฐานและทันสมัย เช่น พื้นที่พักคอยที่สะดวกสบาย จุดชาร์จไฟ และอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง เพื่อให้รู้สึกคุ้มค่าและเหมาะสมต่อการใช้บริการ ควบคู่กับการเสริมความพร้อมในการปฏิบัติงาน ด้วยการกำกับขั้นตอนเช็กอิน ตรวจสอบภาระ รักษาความปลอดภัย และบริหารเวลาเที่ยวบินอย่างเข้มงวด พร้อมนำเทคโนโลยี เช่น ระบบเช็กอินอัตโนมัติและติดตามสัมภาระแบบเรียลไทม์มาใช้ เพื่อลดข้อผิดพลาดและเพิ่มความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้บริการ

1.2 ทำอาภาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนควรยกระดับคุณภาพบริการด้านการตอบสนอง โดยอบรมเจ้าหน้าที่ให้มีทักษะบริการเชิงรุกและการสื่อสารที่เป็นมิตร เพื่อช่วยเหลือผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็วและเต็มใจ พร้อมจัดสรรบุคลากรให้เพียงพอในช่วงเวลาเร่งด่วน ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ ควรพัฒนาทักษะการสื่อสาร การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และการให้คำแนะนำที่ชัดเจน อาจจัดอบรมด้านจิตวิทยาการบริการเพื่อให้ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลได้เหมาะสม นอกจากนี้ ควรมีระบบรับฟังความคิดเห็นและข้อร้องเรียนอย่างเป็นระบบ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงงานและสร้างความเชื่อมั่นว่าผู้ใช้บริการได้รับความสำคัญสูงสุด

1.3 ทำอาภาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนควรส่งเสริมความตั้งใจใช้บริการ โดยยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพให้ครอบคลุมด้านความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และการให้ข้อมูลที่ชัดเจน เพื่อสร้างความประทับใจและกระตุ้นการกลับมาใช้บริการซ้ำ พร้อมทั้งสร้างเอกลักษณ์ของสนามบินผ่านกิจกรรมหรือบริการที่โดดเด่น เช่น พื้นที่วัฒนธรรมท้องถิ่นหรือบริการดิจิทัลสมัยใหม่ ควบคู่กับการเสริมความเชื่อมั่นด้านมาตรฐานและความปลอดภัย

1.4 ทำอาภาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนควรให้ความสำคัญกับทัศนคติด้านความคิดความเชื่อ เนื่องจากมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ โดยพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารและการบริการให้ชัดเจน ครบถ้วน และเข้าถึงง่าย เช่น สื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นปัจจุบัน ป้ายสัญลักษณ์และระบบแจ้งเตือนที่เข้าใจง่าย รวมถึงขั้นตอนการให้บริการที่ไม่ซับซ้อน ควบคู่กับการพัฒนาบุคลากรให้บริการอย่างรวดเร็วและเป็นมิตร พร้อมจัดช่องทางสอบถามและรับข้อเสนอแนะที่สะดวก เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มความตั้งใจใช้บริการในระยะยาว

1.5 ทำอาภาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนควรให้ความสำคัญกับการรับรู้คุณภาพบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ความเป็นรูปธรรมของบริการ และการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการตามลำดับ โดยควรรักษาความตรงต่อเวลาและมาตรฐานการให้บริการ พร้อมดูแลเอาใจใส่อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความมั่นใจ ควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอและทันสมัย ให้ข้อมูลที่ถูกต้องรวดเร็ว จัดทำป้ายขั้นตอนบริการที่ชัดเจน และเสริมศักยภาพบุคลากรให้ช่วยเหลือได้ทันทีเมื่อมีความต้องการพิเศษ รวมถึงนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการแจ้งเตือนและสื่อสาร เพื่อเพิ่มความสะดวกและประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การดำเนินการอย่างต่อเนื่องจะช่วยเสริมความเชื่อมั่น ความพึงพอใจ และความตั้งใจใช้บริการในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบทัศนคติและการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการ ทำอาภาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ของประชาชนผู้มาใช้บริการทำอาภาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ในแต่ละทำอาภาศยาน ซึ่งประกอบด้วย ทำอาภาศยานสกลนคร ทำอาภาศยานนครพนม และทำอาภาศยานเลย

2.2 ควรมีการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของประชาชนต่อการรับบริการบริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนบริการท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เพื่อทราบปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการให้บริการ

2.3 ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เช่น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความพึงพอใจต่อการให้บริการ ความเชื่อมั่นต่อการให้บริการ และใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติขั้นสูง เช่น การวิเคราะห์เส้นทาง (path analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม ของตัวแปรศึกษา

2.4 ควรศึกษาเชิงคุณภาพทั้งจากตัวเจ้าหน้าที่ของท่าอากาศยานเองและจากประชาชนผู้มาใช้บริการท่าอากาศยานเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกนำมาเปรียบเทียบกัน เพื่อให้การให้บริการของท่าอากาศยานภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพและทำให้ประชาชนผู้มาใช้บริการท่าอากาศยานพึงพอใจมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมท่าอากาศยาน. (2566). รายงานผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการให้บริการของท่าอากาศยานในสังกัดกรมท่าอากาศยานตามแบบสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfaction Survey Form) ประจำปีงบประมาณ 2566. กรมท่าอากาศยาน.
- ญาณวรุตม์ ธนพัฒน์เจริญ. (2564). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของตัวเครื่องบินภายในประเทศ เพื่อการท่องเที่ยวในช่วงวิกฤตโควิด-19. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นพพร ธนะชัยพันธ์. (2555). สถิติเบื้องต้นสำหรับการวิจัย. วิจัยพัฒนา.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2560). พฤติกรรมองค์กร (พิมพ์ครั้งที่ 4). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นี หงอก เอียน ดอง. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการในวิถีชีวิตปกติใหม่ของผู้บริโภค กลุ่มเจนเอเรชันซี. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บุญวัฒน์ ศรีขวัญ และวรรัชดา บุญญาณเมธาวร. (2563). แนวทางการจัดการท่าอากาศยานเมืองรองสู่การยกระดับคุณภาพการบริการในท่าอากาศยานเมืองรอง เขตจังหวัดภาคใต้ของประเทศไทย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 14(3), 34-50. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/245490>.
- ประภาศิริ ประสารสุข. (2565). เปรียบเทียบปัจจัยและพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินดอนเมืองของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานการณ์โควิด-19. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พระราชบัญญัติการท่าอากาศยาน แห่งประเทศไทย (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2538. (2538, 6 ธันวาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 112 ตอนที่ 50 ก. หน้า 1-2.
- พิมพ์ตะวัน วงศ์ซิ้ม, ธัญญาทิพ พิชิตการค้า และวิเชียร เกตุสิงห์.. (2567). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการห้องรับรองพิเศษของสายการบินภายในประเทศ. วารสารพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม, 4(1), 47-62. <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/Journalbid/article/view/341>.
- มัสลิน ใจคุณ. (2561). การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

- วสุตม์ โชติพานิช. (2560). ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ การรับรู้คุณค่า และภาพลักษณ์สายการบิน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อบริการซ้ำในบริบทของสายการบินเต็มรูปแบบ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วีรยา ทยานวัฒน์. (2563). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ กรณีศึกษาสายการบินนกแอร์. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อานนท์ จันจิตร. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อบริการสายการบินไทยแอร์เอเชียของผู้โดยสาร จังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 15(1), 8-17.
<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/RDIBRU/article/view/238073>.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed). John Wilay & Sons.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th ed). HarperCollins.
- Duffett, R. (2020). The YouTube marketing communication effect on cognitive, affective and behavioral attitudes among generation Z consumers. *Sustainability*, 12(12), 5075.
<https://doi.org/10.3390/su12125075>.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Psychology Press.
- Lovelock, C. (1996). *Managing services: Marketing, operations, and human resources*. Prentice Hall.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). *Consumer behavior* (5th ed). Prentice- Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*. Free Press.