อิทธิพลของความสะดวกในการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง

วันที่รับบทความ: *7 กุมภาพันธ์ 2563*
วันแก้ไขบทความ: *26 มีนาคม 2563*
วันตอบรับบทความ: *29 เมษายน 2563*

นุชาวดี สุขพงษ์ไทย[1*] และ จิราภา พึ่งบางกรวย[2]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความสะดวกของการบริการในแต่ละมิติ และ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลความสะดวกของการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากร ที่ค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ทำการเก็บรวบรวมกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่มาใช้บริการสนามบินอู่ตะเภา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสมการการถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท โดยปัจจัยด้านความสะดวกของการบริการที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ผลประโยชน์ของความสะดวก รองลงมา คือ ความสะดวกในการตัดสินใจ ความสะดวกในการทำธุรกรรม ความสะดวกในการเข้าถึง และผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก และระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความสะดวกในการเข้าถึง ผลประโยชน์ของความสะดวก และผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวกมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ: ความสะดวกในการบริการ, ความสะดวกในการตัดสินใจ, ความสะดวกในการเข้าถึง, ความสะดวกในการทำธุรกรรม, ผลประโยชน์ของความสะดวก, ผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก, ความพึงพอใจ

[*]Correspondding authors e-mail: muayns@hotmail.com
[1] นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
e-mail: muayns@hotmail.com
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
e-mail: jirapap@hotmail.com

Influence of Service Convenience Affecting Toward Satisfaction of U-Tapao International Airport Rayong Province

Received: *7 February 2020*
Revised: *26 March 2020*
Accepted: *29 April 2020*

Nuchawadee Sukpongthai[1*] and Jirapa Phungbangkruay[2]

Abstract

The objectives of this research were to: 1) study the level of service convenience of each dimension; and 2) study influence of service convenience to satisfaction with services provided by U-Tapao International Airport, Rayong Province. The sample size was calculated based on unknown population size. The reliability was determined at 95 percent. The questionnaire was used to gather data from the sample group of 400 cases. The statistics applied for data analysis included frequency, mean, standard deviation and multiple regression was employed for hypothesis test.

The results found that the majority of respondents were male; aged between 21-30 years; marital status was single; education was Bachelor's degree; occupation was company employee; and monthly income was between 10,001 and 20,000 Baht Perception level of service convenience were in high level, ranking from the highest to the lowest were benefit convenience, followed by decision convenience, transaction convenience, access convenience, and post-benefit convenience, respectively. Besides, the overall level of satisfaction was high.

In the meantime, the hypothesis test results revealed that all access convenience, benefit convenience and post-benefit convenience had positive influence to satisfaction with statistical significance at level of .05.

Keywords: Service Convenience, Decision Convenience, Access Convenience, Transaction Convenience, Benefit Convenience, Post-Benefit Convenience, Customer Satisfaction

[*]Correspondding authors e–mail: muayns@hotmail.com
[1] students Master of Administration Program, Faculty of Management and Tourism, Burapha University
e–mail: muayns@hotmail.com
[2] Assistant Professor in Marketing Department, Faculty of Management and Tourism, Burapha University
e–mail: jirapap@hotmail.com

บทนำ

ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา หรือที่รู้จักกันในชื่อว่า “สนามบินอู่ตะเภา” ตั้งอยู่ในพื้นที่ ตำบลพลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง สนามบินแห่งนี้อยู่ภายใต้การดูแลของกองทัพเรือไทย ซึ่งแต่เดิมสร้างเพื่อใช้ประโยชน์ด้านการทหาร แต่ในเวลาต่อมาได้รับการปรับเปลี่ยนเป็นสนามบินเพื่อการพาณิชย์ โดยมีเที่ยวบินให้บริการทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ สนามบินอู่ตะเภาถือเป็นสนามบินที่ให้บริการในเส้นทางการบินแบบข้ามภูมิภาค เพราะสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา ตั้งอยู่ในภาคตะวันออก ซึ่งจะไม่มีการบินภายในภาคตะวันออกด้วยกันเอง แต่จะมีเส้นทางการบินข้ามภูมิภาคไปยังภูมิภาคอื่น เช่น ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ภาคอีสาน ได้แก่ จังหวัดอุดรธานี และภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดสงขลา เป็นต้น นอกจากสนามบินหลัก ได้แก่ สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินดอนเมือง สนามบินนานาชาติอู่ตะเภาในปัจจุบันที่ตั้งอยู่ในจังหวัดระยองได้กลายเป็นเขตส่งเสริมระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งทางรัฐบาลได้มีแผนในการพัฒนาให้เป็น “เมืองการบินภาคตะวันออก” (Eastern Airport City) และยังมีแผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มศักยภาพของสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา ให้รองรับผู้โดยสารให้มากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2561) อีกทั้งภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยวไตรมาสที่ 4 ของปี พ.ศ. 2559 โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) คาดการณ์สถานการณ์ว่าการท่องเที่ยวของโลกในไตรมาสนี้ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องอีกด้วย (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) จึงทำให้สนามบินนานาชาติอู่ตะเภาเป็นสนามบินที่ให้บริการแบบข้ามภูมิภาคที่น่าจับตามอง

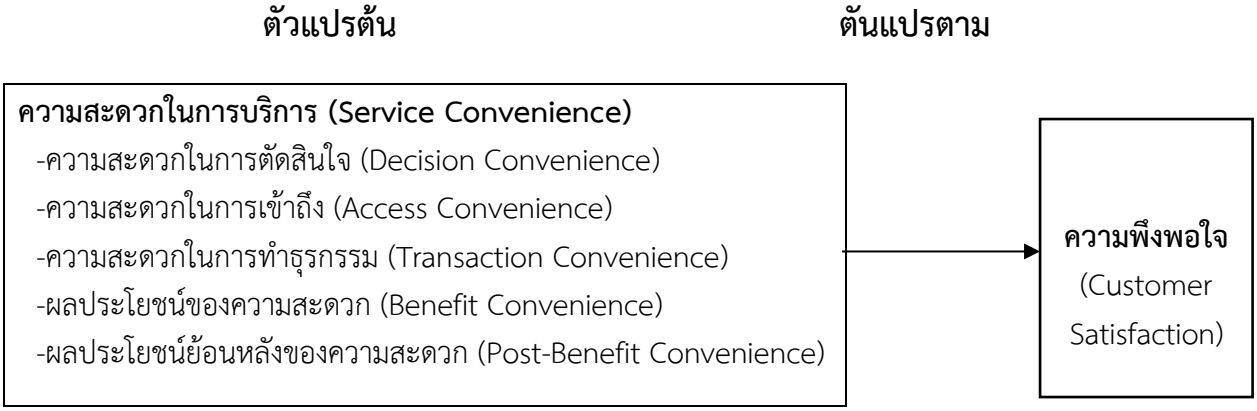
จากที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้เห็นว่าการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทุกธุรกิจจะต้องมีการปรับตัวไปพร้อม ๆ กับการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้สินค้าหรือบริการตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการได้มากที่สุด จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ความสะดวกในการบริการ (Service Convenience) เกิดจากการลดลงของเวลาและความพยายามในการใช้บริการ (Kelley, 1958) อีกทั้งความสะดวกในการบริการมีความสำคัญต่อลูกค้ามากขึ้น (Berry, Seiders & Grewal, 2002; Xie, Peng, & Shen, 2010) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี รวมทั้งรูปแบบทางประชากร (Brown, 1990; Brown & McEnally, 1992; Berry, Seiders & Grewal, 2002; Seiders, Voss & Godfrey 2006; Seiders, Voss, Godfrey & Grewal, 2007) จึงทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าหรือผลิตภัณฑ์มากขึ้น ซึ่งต้องใช้เวลาและความพยายามในการซื้อที่มากขึ้นด้วย ซึ่งหมายความว่าสินค้าหรือบริการใดก็ตามที่ลดเวลาในการซื้อหรือลดเวลาในการใช้บริการลงจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามีความสะดวกในการบริการ ก็จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อเกิดขึ้น (Brown, 1990) มิติในการวัดความสะดวกในการบริการมีทั้งหมด 5 มิติ และมีนักวิจัยหลายคนได้ทำการศึกษามิติของความสะดวกในการบริการในหลายบริบท เช่น ในบริบทของร้านค้าปลีก (Seiders, Voss, Godfrey & Grewal, 2007) บริบทของสโมสรสุขภาพ บริบทของพิพิธภัณฑ์ (Geissler, Rucks & Edison, 2006)จากการศึกษามิติในการวัดความสะดวกในการบริการดังกล่าวทำให้เห็นว่า มิติของความสะดวกในการบริการจะแตกต่างกันออกไปตามบริบทที่ศึกษา (Berry, Seiders & Grewal, 2002; Chang & Polonsky, 2012) คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของความสะดวกในการบริการ แต่อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าจะมีบริบทที่คล้ายคลึงกัน เช่น ในบริบทของการค้าปลีกรูปแบบต่าง ๆ มิติของความสะดวกในการบริการ ก็จะไม่เหมือนกันเสมอไป อีกทั้งยังไม่พบว่าในบริบทของสนามบินนั้น ความสะดวกในการบริการคือมิติใด

ด้วยเหตุนี้จึงทำให้คณะผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาถึงคุณลักษณะของความสะดวกในการบริการของสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง เพื่อศึกษาหามิติในการวัดความสะดวกในการบริการของสนามบิน และคณะผู้วิจัยเล็งเห็นถึงประโยชน์ของความสะดวกในการบริการที่น่าจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของสนามบิน ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาปรับปรุงคุณภาพความสะดวกในการบริการเพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้าได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสะดวกในการบริการในแต่ละมิติ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลความสะดวกในการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทบทวนวรรณกรรม

หัวใจสำคัญของการศึกษาในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยเน้นการศึกษาเรื่อง ความสะดวกในการบริการ (Service Convenience) ซึ่งความสะดวกในการบริการ พบว่า เกิดจากการลดลงของเวลาและการใช้ความพยายามที่ลดลงเพื่อให้ได้มาซึ่งบริการนั้น (Kelley, 1958) เป็นความรู้สึกของผู้ที่มาใช้บริการที่เกี่ยวข้องกับเวลาและความรู้สึกในการใช้บริการ ซึ่งความสะดวกในการบริการสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผู้ที่มาใช้บริการได้ โดยการใช้เวลาให้น้อยลงและใช้ความพยายามลดลงในขั้นตอนการใช้บริการ (Berry, Seiders & Grewal, 2002) กล่าวคือ การที่ผู้ใช้บริการสามารถมาใช้บริการได้ด้วยระยะเวลาที่ไม่มากและไม่ต้องใช้ความพยายามมากในการรับบริการ ถือว่าเป็นความสะดวกในการบริการ ซึ่งจะประกอบไปด้วยความสะดวก 5 มิติด้วยกัน ได้แก่ ความสะดวกในการตัดสินใจ (Decision Convenience) หมายถึง การใช้เวลาและความพยายามไม่มากในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ความสะดวกในการเข้าถึง (Access Convenience) หมายถึงการรับรู้ถึงเวลาและความทุ่มเทในการเตรียมความพร้อม

เพื่อความสะดวกที่จะให้บริการ ความสะดวกในการทำธุรกรรม (Transaction Convenience) หมายถึง การใช้เวลาและความพยายามไม่มากในการทำธุรกรรม สำหรับสนามบินจะรวมถึงการตรวจเช็คสัมภาระ การเช็คอินด้วย ซึ่งอาจทำให้ลูกค้าใช้บริการได้ง่ายแลรวดเร็วขึ้น ผลประโยชน์ของความสะดวก (Benefit Convenience) หมายถึง เวลาและความพยายามไม่มากที่ลูกค้าต้องใช้เพื่อที่จะได้รับประโยชน์หลักของการบริการ เช่น มีแผนผังระบุโซน มีป้ายบอกทิศทาง เป็นต้น และผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก (Post-Benefit Convenience) หมายถึง การใช้เวลาและความพยายามในการติดต่อกับผู้ให้บริการอีกครั้ง จะเป็นไปได้ง่ายหลังจากการใช้บริการแล้ว เช่น การร้องขอคำแนะนำ การขอความช่วยเหลือ เป็นต้น (Seiders, Voss, Godfrey & Grewal, 2007)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกยินดีหรือมีความสุขจากการใช้สินค้าหรือบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ (Kotler, 1994) ความพึงพอใจเกิดจากการใช้สินค้าหรือบริการนั้น หากผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจจะส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ (Cronin, Brady & Hult, 2000) หมายความว่า ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นจากการใช้สินค้าหรือบริการ เป็นความรู้สึกถูกใจ ชอบใจ มีความสุขในการได้รับบริการเป็นความรู้สึกเชิงบวก ซึ่งเป็นความชอบส่วนบุคคลที่เกิดจากการใช้บริการแล้วตรงกับความคาดหวังของลูกค้าที่ตั้งไว้ จึงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ความสะดวกในการบริการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในผู้ให้บริการ (Seiders, Voss, Godfrey & Grewal, 2007; Colwell, Aung, Kanetkar & Holden 2008) อีกทั้งความสะดวกในการบริการนั้น จะมีลักษณะเฉพาะตามบริบทอีกด้วย ความสำคัญของความสะดวกแต่ละมิติจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับบริบทของการบริการที่นำมาศึกษา เช่น ความสะดวกในการบริการในบริบทของผู้ใช้งานอินเตอร์เน็ตในประเทศแคนาดา พบว่า มีความสะดวกในการบริการเพียง 3 มิติเท่านั้น ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ความสะดวกในการตัดสินใจ ผลประโยชน์ของความสะดวก และผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก (Colwell, Aung, Kanetkar & Holden 2008) ซึ่งความสะดวกในการบริการจะต้องมีการปรับให้มีความเหมาะสมกับบริบทที่ทำการศึกษาด้วย

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ด้วยสูตรขนาดตัวอย่างของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) กำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 385 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยจึงเพิ่มการเก็บตัวอย่างเป็น 400 คน ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยที่มาใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง คณะผู้วิจัยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามที่ต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ เริ่มดำเนินการยื่นเรื่องกับทางมหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อออกจดหมายขออนุญาตทำวิจัยกับทางสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง แล้วนำใบขออนุญาตไปยื่นให้กับสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูล จากนั้นขอความร่วมมือจากผู้ที่เข้ามาใช้บริการของสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง และแจกแบบสอบถามให้กับผู้โดยสารชาวไทยที่มาใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง จนกระทั่งเก็บข้อมูลต่อเนื่องไปจนครบ 400 คน

ขอบเขตตัวแปร

ตัวแปรต้น (Independent Variable) คือ ความสะดวกในการบริการ (Service Convenience) ซึ่งประกอบไปด้วย ความสะดวกในการตัดสินใจ (Decision Convenience) ความสะดวกในการเข้าถึง (Access Convenience) ความสะดวกในการทำธุรกรรม (Transaction Convenience) ผลประโยชน์ของความสะดวก (Benefit Convenience) และผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก (Post-Benefit Convenience)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลนั้น คณะผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยคณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นไปตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน และนำมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องที่เหมาะสมควรจะอยู่ระหว่าง 0.50-1.00 ซึ่งงานวิจัยนี้มีค่าดัชนีความสอดคล้องที่คำนวณได้เท่ากับ 0.85

2. การวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นนำไปทดสอบก่อน (Pretest) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีความคล้ายคลึงกัน จำนวน 40 ชุด หลังจากนั้นได้ทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามอีกครั้ง ก่อนที่ไปใช้ในการเก็บข้อมูลในขั้นการศึกษาหลัก (Main Study) โดยได้ทดสอบค่า Cronbach's Alpha ของความสะดวกในการตัดสินใจ ความสะดวกในการเข้าถึง ความสะดวกในการทำธุรกรรม ผลประโยชน์ของความสะดวก ผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก และความพึงพอใจ ได้เท่ากับ 0.87 0.76 0.80 0.86 0.84 และ 0.87 ตามลำดับ

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

ความสะดวกในการบริการท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา

ผลการศึกษาความสะดวกในการบริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา พบว่า ความสะดวกที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ผลประโยชน์ของความสะดวก รองลงมา คือ ความสะดวกในการตัดสินใจ ความสะดวกในการทำธุรกรรม ความสะดวกในการเข้าถึง และผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวกตามลำดับ สามารถสรุปแยกรายมิติ ได้ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยความสะดวกในการตัดสินใจสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา โดยรวมมีความสะดวกอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสนามบินแห่งนี้ มีสายการบินและเส้นทางการบินตรงตามความต้องการ จึงตัดสินใจได้ง่าย มีความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.07, S.D.=0.86) รองลงมา ได้แก่ ใช้เวลาน้อยมากในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสนามบินแห่งนี้ (ตั๋วเครื่องบิน เที่ยวบิน) ($\bar{x}$ = 3.99, S.D.=0.88) และสนามบินแห่งนี้มีข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจ ($\bar{x}$ = 3.81, S.D.=0.89) ตามลำดับ รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการศึกษาระดับความสะดวกในการตัดสินใจ (Decision Convenience)

มิติในการวัด	รายละเอียดคำถาม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสะดวก
ความสะดวกในการตัดสินใจ	ใช้เวลาน้อยมากในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสนามบินแห่งนี้	3.99	0.88	สะดวกมาก
	สนามบินแห่งนี้ มีสายการบินและเส้นทางการบินตรงตามความต้องการ จึงตัดสินใจได้ง่าย	4.07	0.86	สะดวกมาก
	สนามบินแห่งนี้มีข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจ	3.81	0.89	สะดวกมาก

2. ปัจจัยความสะดวกในการเข้าถึงสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา โดยรวมมีความสะดวกอยู่ในระดับมากศ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สนามบินแห่งนี้มีทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 3.93, S.D.=0.87) รองลงมา ได้แก่ สนามบินแห่งนี้เปิดตลอด 24 ชั่วโมง จึงทำให้มีความสะดวกเรื่องเวลาในการมาใช้บริการ ($\bar{x}$ = 3.92, S.D.=0.84) สามารถเดินทางมาสนามบินได้สะดวกและใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก ($\bar{x}$ = 3.90, S.D.=0.91) และสนามบินมีที่จอดรถเพียงพอ ($\bar{x}$ = 3.59, S.D.=1.00) ตามลำดับ รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการศึกษาความสะดวกในการเข้าถึง (Access Convenience)

มิติในการวัด	รายละเอียดคำถาม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสะดวก
ความสะดวกในการเข้าถึง	สามารถเดินทางมาสนามบินได้สะดวกและใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก	3.90	0.91	สะดวกมาก
	สนามบินมีที่จอดรถเพียงพอ	3.59	1.00	สะดวกมาก
	สนามบินแห่งนี้มีทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ	3.93	0.87	สะดวกมาก
	สนามบินแห่งนี้เปิดตลอด 24 ชั่วโมง จึงทำให้มีความสะดวกเรื่องเวลาในการมาใช้บริการ	3.92	0.84	สะดวกมาก

3. ปัจจัยความสะดวกในการทำธุรกรรมสนามบินนานาชาติอู่ตะเภาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สามารถเช็คอินเองได้สะดวกและรวดเร็ว ($\bar{x}$ = 4.00, S.D.=0.75) รองลงมา ได้แก่ การตรวจเช็คสัมภาระก่อนผ่านประตูทางเข้ามีความสะดวกและรวดเร็ว ($\overline{X}$ =3.94, S.D.=0.77) และบริการห้องน้ำของสนามบินมีพอให้ใช้บริการ ($\bar{x}$ = 3.92, S.D.=0.89) ตามลำดับ รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการศึกษาความสะดวกในการทำธุรกรรม (Transaction Convenience)

มิติในการวัด	รายละเอียดคำถาม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสะดวก
ความสะดวกในการทำธุรกรรม	การตรวจเช็คสัมภาระก่อนผ่านประตูทางเข้ามีความสะดวกและรวดเร็ว	3.94	0.77	สะดวกมาก
	สามารถเช็คอินเองได้สะดวกและรวดเร็ว	4.00	0.75	สะดวกมาก
	บริการห้องน้ำของสนามบินมีพอให้ใช้บริการ	3.92	0.89	สะดวกมาก

4. ปัจจัยผลประโยชน์ของความสะดวกสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา โดยรวมมีความสะดวกอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สนามบินแห่งนี้ มีเส้นทางการบินไปยังจุดหมายปลายทางตรงตามที่ต้องการ ($\bar{x}$ = 4.13, S.D.=0.89) รองลงมา ได้แก่ ทำให้ถึงจุดหมายปลายทางได้เร็วขึ้น ($\bar{x}$ = 4.12, S.D.=0.79) หากต้องเดินทางโดยเครื่องบินการนัดเจอผู้ร่วมเดินทางที่สนามบินแห่งนี้เป็นเรื่องง่ายและสะดวกกว่าสนามบินอื่น ($\bar{x}$ = 3.88, S.D.=0.80) และสนามบินแห่งนี้มีแผนผังระบุโซนต่าง ๆ และป้ายบอกทางที่ชัดเจนง่ายต่อการใช้บริการ ($\bar{x}$ = 3.76, S.D.=0.88) ตามลำดับ รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลการศึกษาผลประโยชน์ของความสะดวก (Benefit Convenience)

มิติในการวัด	รายละเอียดคำถาม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสะดวก
ผลประโยชน์ของความสะดวก	สนามบินแห่งนี้มีเส้นทางการบินไปยังจุดหมายปลายทางตรงตามที่ต้องการ	4.13	0.89	สะดวกมาก
	หากต้องเดินทางโดยเครื่องบิน การนัดเจอผู้รวมเดินทางที่สนามบินแห่งนี้เป็นเรื่องง่ายและสะดวกกว่าสนามบินอื่น	3.88	0.80	สะดวกมาก
	ทำให้ถึงจุดหมายปลายทางได้เร็วขึ้น	4.12	0.79	สะดวกมาก
	สนามบินแห่งนี้มีแผนผังระบุโซนต่าง ๆ และป้ายบอกทางที่ชัดเจนง่ายต่อการใช้บริการ	3.76	0.88	สะดวกมาก

5. ปัจจัยผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวกสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา โดยรวมมีความสะดวกอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สามารถขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ได้ง่าย ($\bar{x}$ = 3.87, S.D.=0.80) รองลงมา ได้แก่ หากพบปัญหาหลังการใช้บริการจะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว ($\bar{x}$ = 3.72, S.D.=0.81) และมีช่องทางในการรับคำร้องเรียน/ข้อเสนอแนะที่สะดวก ($\bar{x}$ = 3.61, S.D.=0.90) ตามลำดับ รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงผลการศึกษาผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก (Post-Benefit Convenience)

มิติในการวัด	รายละเอียดคำถาม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสะดวก
ผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก	มีช่องทางในการรับคำร้องเรียน/ข้อเสนอแนะที่สะดวก	3.61	0.90	สะดวกมาก
	หากพบปัญหาหลังการใช้บริการจะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว	3.72	0.81	สะดวกมาก
	สามารถขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ได้ง่าย	3.87	0.80	สะดวกมาก

ความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจต่อสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความพึงพอใจที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้ ($\bar{x}$ = 4.23, S.D.=0.74) รองลงมาได้แก่ มีความยินดีที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้ ($\bar{x}$ = 4.21, S.D.=0.80) และมีความสุขที่ได้มาใช้สนามบินแห่งนี้ ($\bar{x}$ = 4.21, S.D.=0.73) ตามลำดับ รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงผลการศึกษาความพึงพอใจต่อสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา

รหัส	รายละเอียดคำถาม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
SAT1	มีความพึงพอใจที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้	4.23	0.74	พึงพอใจมากที่สุด
SAT2	มีความสุขที่ได้มาใช้สนามบินแห่งนี้	4.07	0.80	พึงพอใจมาก
SAT3	มีความยินดีที่ได้มาใช้บริการสนามบินแห่งนี้	4.21	0.73	พึงพอใจมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

ก่อนที่จะทำการทดสอบสมมติฐานนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อตกลงเบื้องต้นในการใช้สมการถดถอยเชิงพหุคูณก่อน (Multiple Regression Assumption Testing) ได้แก่ 1).ความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปร (Linearity) 2).การแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality) 3).ความเป็นเอกพันธ์ของการกระจาย (Homoscedasticity) (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010) ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ข้อมูลทั้งหมดเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยยังได้วิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ (Multicollinearity) ของตัวแปรอีกด้วย โดยพิจารณาจากค่า Variance Inflation Factor (VIF.) ถ้าหากตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยนี้ ไม่มีภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ จะต้องมีค่า VIF.<10 (Hair, Black, Babin & Anderson, 2010) และเมื่อทำการวิเคราะห์แล้วพบว่ามีค่า VIF. อยู่ระหว่าง 1.321 - 1.827 ซึ่งต่ำกว่า 10 จึงเป็นหลักฐานที่แสดงให้เห็นว่า ในงานวิจัยชิ้นนี้ไม่เกิดภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ

จากการทดสอบเงื่อนไขตามขั้นตอนข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลชุดนี้เป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด ดังนั้นสามารถใช้ตัวแปรอิสระเหล่านี้ในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุในขั้นตอนต่อไป

ผลการศึกษาพบว่า ความสะดวกในการเข้าถึง (β=0.121, t=2.455, p-value=0.015) ผลประโยชน์ของความสะดวก (β=0.228, t=4.238, p-value=0.000) และผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก (β=0.263, t=5.612, p-value=0.000) มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปร	β	t	p-value	VIF
(ค่าคงที่)	1.247	6.170	.000	
ความสะดวกในการตัดสินใจ	.062	1.517	.130	1.321
ความสะดวกในการเข้าถึง	.121	2.455	.015	1.490
ความสะดวกในการทำธุรกรรม	.036	.761	.447	1.553
ผลประโยชน์ของความสะดวก	.228	4.238	.000	1.827
ความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลัง	.263	5.612	.000	1.733
R^2 = 0 .366 Adjusted R^2 = .358 F = 44.774				

หมายเหตุ : ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากสมมติฐานของงานวิจัยที่ทำการศึกษาอิทธิพลของมิติในการวัดความสะดวกในการบริการทั้ง 5 มิติ ที่มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจนั้น สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความสะดวกในการบริการมีเพียง 3 มิติ ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึง ผลประโยชน์ของความสะดวก และผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวกที่มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. ความสะดวกในการตัดสินใจมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. ความสะดวกในการเข้าถึงมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง	ยอมรับสมมติฐาน
3. ความสะดวกในการทำธุรกรรมมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง	ปฏิเสธสมมติฐาน
4. ผลประโยชน์ของความสะดวกมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง	ยอมรับสมมติฐาน
5. ความสะดวกของผลประโยชน์ย้อนหลังมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง	ยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผล

ผลการศึกษาการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของความสะดวกในการบริการที่มีผลต่อการใช้บริการซ้ำสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง สามารถอภิปรายผลตามสมมติฐานในการวิจัย ดังนี้

1. ความสะดวกในการเข้าถึงมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา พบว่า ความสะดวกในการเข้าถึงส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้สนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง แสดงว่า ยิ่งมีความสะดวกในการเข้าถึงมากขึ้น ก็จะยิ่งส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaura, Durga Prasad & Sharma (2015) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง *"Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction"* พบว่า ความสะดวกในการบริการมีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีของลูกค้า ซึ่งสรุปได้ว่าความสะดวกในการเข้าถึงสนามบิน ทำให้ผู้มาใช้บริการเข้าถึงสนามบินได้ง่ายและเร็วขึ้น อันเป็นปกติของการใช้บริการใดก็ตาม ที่ลูกค้าต้องการจะเข้าสู่กระบวนการรับบริการที่เร็วขึ้น โดยการให้บริการจะเริ่มต้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบริการนั้นได้เรียบร้อยแล้ว และการที่สนามบินนานาชาติอู่ตะเภาทำให้ลูกค้าเข้าถึงได้เร็วขึ้น ก็จะได้รับบริการที่ไวขึ้นเช่นกัน

เนื่องจากการศึกษาความสะดวกในการบริการยังไม่ได้รับความนิยมเท่าไหร่โดยเฉพาะการศึกษาแบบเจาะลึกโดยแยกรายมิติ คณะผู้วิจัยจึงตัดสินใจทำการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงลึกจากข้อมูลที่มีอยู่ เมื่อทำการศึกษาเชิงลึกเพิ่มเติมความสะดวกในการเข้าถึง พบว่า ตัวแปรที่มีนัยสำคัญมากที่สุดต่อความสะดวกในการเข้าถึง คือ สนามบินนี้เปิดตลอด 24 ชั่วโมง จึงทำให้มีความสะดวกเรื่องเวลามาใช้บริการ (β=0.125, t=3.510, p-value=0.001) รองลงมา ได้แก่ สนามบินแห่งนี้มีทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ (β=0.098, t=2.817, p-value=0.005) สนามบินมีที่จอดรถเพียงพอ (β=0.096, t=3.392, p-value=0.001) และสามารถเดินทางมาสนามบินได้สะดวกและใช้เวลาในการเดินทางไม่มาก (β=0.088, t=2.760, p-value=0.006) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ทำให้มีความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สนามบินเปิดให้ใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง การมีทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทาง ใช้เวลาไม่มากในการเข้าถึง และมีที่จอดรถเพียงพอกับผู้ที่ต้องการมาใช้บริการ จะทำให้มีความสะดวกต่อการเข้าถึงสูง และส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในการมาใช้บริการสนามบินสูงสุด ยกตัวอย่างเช่น หากผู้ที่มาใช้บริการด้วยความเร่งรีบ แล้วพอมาถึงสนามบินไม่ต้องวนรถหาที่จอดนานซึ่งหมายถึงที่จอดรถมีความเพียงพอต่อจำนวนผู้ใช้บริการ เท่ากับว่าสนามบินแห่งนี้สะดวกต่อการเข้าถึง และจากการที่ไม่ต้องวนรถเพื่อหาที่จอด ก็จะทำให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ เป็นต้น

2. ผลประโยชน์ของความสะดวกมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา พบว่า ผลประโยชน์ของความสะดวกส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้สนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง แสดงว่า ยิ่งมีผลประโยชน์ของความสะดวกมากขึ้น จะยิ่งส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Colwell, Aung, Kanetkar & Holden (2008) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความสะดวกในการบริการ ในบริบทของผู้ใช้งานอินเตอร์เน็ตในประเทศแคนาดา พบว่า มีความสะดวกในการบริการเพียง 3 มิติเท่านั้น ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ความสะดวกในการตัดสินใจ ผลประโยชน์ของความสะดวก และผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก ในความคิดเห็นของคณะผู้วิจัยมีความเห็นว่า ในบริบทของสนามบินและการใช้บริการอินเตอร์เน็ตไม่ได้เป็นบริการที่ทุกคนจำเป็นจะต้องใช้บริการ ซึ่งการที่คนจะมาใช้บริการสนามบินหรือใช้บริการอินเตอร์เน็ตนั้นจะคำนึงถึงผลประโยชน์เป็นหลัก ซึ่งถ้าหากผลประโยชน์นั้น ๆ มีความสะดวกต่อผู้ที่

ต้องการใช้บริการ ก็จะเกิดความพึงพอใจ โดยผลประโยชน์ของความสะดวกของการใช้บริการสนามบิน คือ การมีสถานที่สำหรับใช้ในการเดินทางโดยเครื่องบิน เพราะถ้าหากไม่มีสนามบินให้บริการในพื้นที่ดังกล่าว จะทำให้ผู้ใช้บริการเดินทางไม่สำเร็จหรือเดินทางไม่ได้นั่นเอง

เมื่อคณะผู้วิจัยทำการศึกษาเชิงลึกจากงานวิจัยนี้เพิ่มเติม ในเรื่องของผลประโยชน์ของความสะดวก พบว่า ตัวแปรที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อผลประโยชน์ของความสะดวก คือ ทำให้ถึงจุดหมายปลายทางได้เร็วขึ้น (β=0.192, t=4.921, p-value=0.000) รองลงมา ได้แก่ สนามบินแห่งนี้ มีแผนผังระบุโซนต่าง ๆ และป้ายบอกทางที่ชัดเจนง่ายต่อการใช้บริการ (β=0.148, t=4.683, p-value=0.000) สนามบินแห่งนี้มีเส้นทางการบินไปยังจุดหมายปลายทางตรงตามที่ต้องการ (β=0.107, t=3.457, p-value=0.001) และหากต้องเดินทางโดยเครื่องบิน การนัดเจอผู้ร่วมเดินทางที่สนามบินแห่งนี้ เป็นเรื่องง่ายและสะดวกกว่าสนามบินอื่น (β=0.058, t=1.521, p-value=0.129) จึงทำให้ผลประโยชน์ของความสะดวกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

3. ผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวกมีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา พบว่า ผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวกส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้สนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chang & Polonsky (2012) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง *“The influence of multiple types of service convenience on behavioral intentions: The mediating role of consumer satisfaction in a Taiwanese leisure setting”* พบว่า ผลประโยชน์ของความสะดวก และผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวกมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ

เนื่องจากการศึกษาความสะดวกในการบริการยังไม่ได้รับความนิยมเท่าไหร่ในระดับโลก จึงทำการศึกษาเพิ่มเติมในเชิงลึกจากข้อมูลที่ได้ในงานวิจัยนี้ เมื่อทำการศึกษาเชิงลึกเพิ่มเติมผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก พบว่า ตัวแปรที่มีนัยสำคัญมากที่สุดต่อผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก คือ หากพบปัญหาหลังการใช้บริการจะได้รับการแก้ไขอย่างรวดเร็ว (β=0.215, t=5.741, p-value=0.000) รองลงมา ได้แก่ สามารถขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ได้ง่าย (β=0.157, t=4.211, p-value=0.000) และมีช่องทางในการรับคำร้องเรียน/ข้อเสนอแนะที่สะดวก (β=0.109, t=3.385, p-value=0.001) ซึ่งการใช้บริการในบริบทของสนามบินนั้น จะมีความแตกต่างจากการใช้บริการประเภทอื่นที่จะเน้นในกระบวนการหลักของการบริการ เช่นการใช้บริการร้านค้าปลีกแบบห้างสรรพสินค้า จะเน้นในกระบวนการหลัก คือ เน้นกระบวนการซื้อสินค้า แต่สำหรับผู้ใช้บริการสนามบินจะมีการใช้บริการหลัก คือ การใช้บริการเดินทางโดยสารโดยเครื่องบิน และเมื่อใช้บริการเสร็จสิ้นลงแล้ว ความสะดวกในการบริการลำดับสุดท้ายจึงจะเกิดขึ้น นั่นก็คือ ผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก โดยผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวกสำหรับสนามบิน ได้แก่ การรับสัมภาระคืนเมื่อลงจากเครื่อง และการติดตามสัมภาระสูญหาย ซึ่งการบริหารจัดการความสะดวกด้านนี้ โดยมีการจัดเจ้าหน้าที่ให้บริการในจุดดังกล่าวอย่างเพียงพอก็จะสร้างความพึงพอใจในความสะดวกด้านนี้ได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ผลที่ได้จากการศึกษาอิทธิพลของความสะดวกในการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัด ระยอง ทำให้ทราบว่าความสะดวกในการบริการนั้น มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวจะเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการบิน คณะผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการปรับแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนาอุตสาหกรรมการบินให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำให้มากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง ควรมุ่งเน้นให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในการเข้าถึง (Access Convenience) อันจะนำไปสู่ความสะดวกและความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องของความสะดวกในด้านที่จอดรถ ซึ่งทางสนามบินอาจมีการจัดระเบียบในการบริหารจัดการตัวอาคารจอดรถ หรือมีการสร้างอาคารจอดรถเพิ่มขึ้น หรืออาจจะปรับปรุงที่จอดรถเดิมขึ้นใหม่ เพื่อทำให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจ สำหรับทางด้านการตลาดนั้น อาจทำโปรโมชั่นราคาที่จอดรถให้กับผู้ที่มาใช้บริการบ่อย ๆ อาทิเช่น บัตรสะสมคะแนนเพื่อแลกที่จอดรถฟรี เป็นต้น

2. สนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง ควรเล็งเห็นถึงผลประโยชน์ของความสะดวก (Benefit Convenience) กล่าวคือ สนามบินควรจะมอบการบริการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มาใช้บริการ อาทิเช่น มีการศึกษาเส้นทางการบินและสายการบินตามที่ผู้มาใช้บริการต้องการให้มีบริการที่สนามบิน มีการทำแผนผังระบุโซนต่าง ๆ มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน เพื่อความสะดวกในการใช้บริการ เป็นต้น

3. สนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง ควรเล็งเห็นผลประโยชน์ย้อนหลังของความสะดวก (Post-Benefit Convenience) มากที่สุด กล่าวคือ สนามบินควรมุ่งเน้นให้ลูกค้าสามารถขอความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ได้ง่าย เมื่อมีปัญหาหลังการใช้บริการ ผู้ที่มาใช้บริการจะต้องได้รับความช่วยเหลือหรือการแก้ไขอย่างรวดเร็ว และมีช่องทางในการรับคำร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะที่สะดวกต่อผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อทำให้สนามบินสามารถทราบและแก้ไขเรื่องร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะได้เร็วและแก้ไขได้ทันเวลา
นั้นสำคัญเป็นอย่างมากต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ

เอกสารอ้างอิง

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2561). *โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี) เป็นแผนยุทธศาสตร์ภายใต้ ไทยแลนด์ 4.0*. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2562 สืบค้นจาก https://www.eeco.or.th/เกี่ยวกับองค์กร/ความเป็นมา.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 6*. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2562 สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8265.

Berry, L. L., Seiders, K., & Grewal, D. (2002). Understanding Service Convenience. *Journal of Marketing*, 66 (1), 1-17.

Brown, L. G.(1990). Convenience in Services Marketing. *Journal of Services Marketing*, 4(1), 53- 59.

Brown, Lew. G., & M.R. McEnally. (1992). Convenience: Definition, Structure, and Application. *Journal of Marketing Management*, 2(3), 47-57.

Chang, Y.W., & Polonsky, M.J. (2012). The influence of multiple types of service convenience on behavioral intentions: The mediating role of consumer satisfaction in a Taiwanese leisure setting, *International Journal of Hospitality Management*, 31, 107-118.

Colwell, S.R., Aung, M., Kanetkar, V., & Holden, A.L. (2008). Toward a measure of service convenience: multiple-item scale development and empirical test. *Journal of Services Marketing*, 22(2), 160-169.

Cronin, J. J., Brady, M. K., & Hult, G. Thomas, M. (2000). Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. *Journal of Retailing*, 76(2), 193-218.

Geissler, G. L., Rucks, C. T., & Edison, S.W. (2006). Understanding the Role of Service Convenience in Art Museum Marketing: An Exploratory Study. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 14(4), 69-87.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B.J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.

Kaura, V., Durga Prasad, C. & Sharma, S. (2015). Service quality, service convenience, price and fairness, customer loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing*, 33(4), 404-422.

Kelley, E. J. (1958). The Importance of Convenience in Consumer Purchasing, *Journal of Marketing*, 23, 32-38.

Kotler, P. (1994). *Marketing management analysis, planning, implementation, and control* (8th ed.). Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

Ryu, K., Han, H., & Kim, T. H. (2008). The relationships among overall quick-casual restaurant image, perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management*, 27(3), 459-469.

Seiders, K., Voss, G. B., & Godfrey, A. L. (2006). Measuring Service Convenience and Assessing Its Influence on Retail Customers. *American Marketing Association*, (Winter2006), 116-117.

Seiders, Kathleen, G. B. V., Andarea L. Godfrey. (2006). Measuring Service Convenience and Assessing Its Influence on Retail Customers. *American Marketing Association*, (Winter2006), 116-117.

Seiders, K., Voss, G. B., Godfrey, A. L., & Grewal, D. (2007). SERVCON: development and validation of a multidimensional service convenience scale. *Journal of the Academic Marketing Science*, 35, 144-156.

Xie, L., Peng, J., & Shen, W. (2010). Customer's Service Convenience and Customer's Service Evaluation of the Bank's Outlets, Proceeding Service System and Service Management (ICSSSM), 2010 7th International Conference on Service System and Service Management, 1-6.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed). New York. Harper and Row Publications.

Translated Thai References

Office of the Eastern Special Development Zone Policy Committee. (2018). *The Eastern Special Development Zone Project (EEC) is a strategic plan under Thailand 4.0.* Retrieved March 20, 2019, from https://www.eeco.or.th/เกี่ยวกับองค์กร/ความเป็นมา. (in Thai)

Office of the Permanent Secretary for Tourism and Sports. (2016). *Tourism economic review*. Retrieved March 20, 2019, from https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8265.(in Thai)