

**ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้า
ภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย**

**The satisfaction of customers towards retails' service
in Mae Fah Luang – Chiang Rai International Airport**

สุปรียา ฅนักรปภากร

นักศึกษาปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้โดยสารที่เข้าไปใช้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป โดยใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบ T-test และ F-test และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffe กำหนดระดับนัยสำคัญไว้ที่ .05

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย โดยภาพรวมผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ด้านกระบวนการ รองลงมาได้แก่ ด้านพนักงานขาย ส่วนด้านราคามีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ข้อเสนอแนะของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย ได้แก่ 1) สินค้าและบริการภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย มีราคาแพง โดยเฉพาะอาหาร ควรปรับราคาสินค้าและบริการให้ถูกลง และเพิ่มความหลากหลายมากขึ้น 2) ผู้ประกอบการร้านค้า ควรให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นมิตร และให้บริการที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง 3) ควรเพิ่มการให้บริการร้าน 7eleven และ 4) ผู้ประกอบการร้านค้า ควรสร้างบรรยากาศบริเวณร้านจำหน่ายสินค้าให้ไม่แออัด ให้ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการรู้สึกโล่ง เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, การให้บริการร้านค้า, ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย

Abstract

This study was survey research with the objective to explore satisfactions and recommendations of customers towards retails' service in Mae Fah Luang – Chiang Rai International Airport. Research samples were 400 customers who had been served by the retails locating in Mae Fah Luang – Chiang Rai International Airport and later selected by simple random sampling method. Tool for data collection was questionnaire and then analyzed

by SPSS. The statistical analysis utilized percentage, mean, standard deviation, T-test, F-test, and Scheffe's paring test, at the significant level .05.

The results revealed the overall customers' satisfaction towards retails' service in Mae Fah Luang – Chiang Rai International Airport was in high level. The highest mean found in its process, the sales staff as the second, and price was the lowest mean.

Recommendations given from customers regarding services available in retails at Mae Fah Luang – Chiang Rai International Airport were; 1) products and services offered in the airport were expensive, especially foods that should be adjusted to lower price and provided more selections; 2) retail entrepreneurs should express willingly, happily, and friendly, and standardize every service to be the same; 3) the service of 7-11 convenient store should be available; 4) retail entrepreneurs should create retail surroundings not to be crowded, making customers feel more comfortable and convenient when they look for the products or services.

Key words: Satisfaction, Retail service, Mae Fah Luang – Chiang Rain International Airport

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ตลอดการดำเนินงานที่ผ่านมา บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) หรือ ทอท. ได้ดำเนินธุรกิจท่าอากาศยานด้วยมาตรฐานสากล ท่าอากาศยานทั้ง 6 แห่งได้ทำหน้าที่เป็นประตูด่านแรกที่ต้อนรับผู้มาเยือนจากทุกมุมโลกด้วยรอยยิ้มและความประทับใจ ในปัจจุบันที่ภาคอุตสาหกรรมขนส่งทางอากาศซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทอท.ยังคงมุ่งมั่นเสริมสร้างศักยภาพในทุกด้านและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของท่าอากาศยานในความรับผิดชอบ เพื่อทะยานไปข้างหน้าสู่การเป็นผู้นำธุรกิจท่าอากาศยานในภูมิภาคเอเชีย (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2561)

โดยในปี 2558 ที่ผ่านมา ถือเป็นปีแห่งการเริ่มต้นศักราชใหม่ของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) หรือ ทอท. เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้ดำเนินการและจัดการท่าอากาศยานที่ดีระดับโลก ซึ่งเป็นวิสัยทัศน์ ภายใต้แผนวิสาหกิจของ ทอท.ปีงบประมาณ 2558 - 2562 ที่ได้พิจารณาทบทวนปัจจัยแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างรอบคอบ ครบถ้วน และเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมการบินพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อรักษาบทบาทของ ทอท. ในฐานะที่เป็นปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญของการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย ท่าอากาศยานในความรับผิดชอบของ ทอท.ทั้ง 6 แห่ง ได้แก่ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยานหาดใหญ่ ท่าอากาศยานภูเก็ต และท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาและยกระดับการให้บริการอย่างต่อเนื่อง พร้อมพัฒนา ศักยภาพของโครงสร้างพื้นฐานท่าอากาศยานรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2561)

ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย เป็นท่าอากาศยานที่มีขีดความสามารถในการรองรับผู้โดยสารได้ 3 ล้านคนต่อปี มีสายการบินให้บริการ จำนวน 12 สายการบิน แบ่งเป็นเส้นทาง

ภายในประเทศ 6 สายการบิน และเส้นทางระหว่างประเทศ 6 สายการบิน ปัจจุบันเปิดให้บริการตลอด 24 ชม. เพื่อรองรับเที่ยวบินที่ล้นจากสนามบินเชียงใหม่ มีจำนวนผู้ใช้บริการและจำนวนเที่ยวบินตั้งแต่ปี 2557-2560 ดังนี้

ปี พ.ศ.	ผู้ใช้บริการ (คน)	เปลี่ยนแปลง	จำนวนเที่ยวบิน
2557	1,291,708	▲18.59%	10,029
2558	1,639,829	▲26.98%	12,799
2559	2,059,675	▲21.74%	14,590
2560	2,503,375	▲21.51%	17,661

ที่มา : ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย, 2561

จากจำนวนผู้มาใช้บริการท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย ที่เพิ่มมากขึ้นในทุกปี บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ได้อนุมัติแผนแม่บทพัฒนาท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย มูลค่ากว่า 6,200 ล้านบาท เป้าหมายรองรับผู้โดยสารเพิ่ม 3.7 ล้านคน/ปี ขณะที่รองรับปริมาณจราจรทางอากาศได้ถึงปี พ.ศ. 2578 ประกอบด้วยการก่อสร้างขยายลานจอดอากาศยานด้านทิศใต้ พร้อมการซ่อมปรับปรุงลานจอดอากาศยานเดิม การก่อสร้างหลุมจอดอากาศยานด้านทิศเหนือ พร้อมทางขับทางเชื่อมต่อทางวิ่งให้สามารถรองรับเฮลิคอปเตอร์ได้รวม 12 ลำ ส่วนกลุ่มงานอาคารผู้โดยสารจะมีการปรับปรุงอาคารผู้โดยสารหลังเดิม พร้อมทั้งก่อสร้างส่วนต่อขยายอาคารผู้โดยสารหลังเดิมด้านทิศเหนือ และขนานกลางรับส่งผู้โดยสาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพระบบสัญจรภายในอาคาร ผู้โดยสารไม่น้อยกว่า 3 ล้านคน พร้อมหลุมจอดประชิดอาคารรวม 5 หลุมจอด อีกทั้งยังปรับปรุงถนนภายในท่าอากาศยานจาก 2 ช่องจราจรเป็น 4 ช่องจราจร และการก่อสร้างอาคารคลังสินค้า (ประชาชาติธุรกิจ, 2561)

สิ่งสำคัญที่จะเป็นตัววัดถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย คือ ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ซึ่งการบริการถือเป็นภารกิจหลักของท่าอากาศยานหรือเป็นผลผลิตของท่าอากาศยาน เพื่อให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจที่สุด เพราะความพึงพอใจนี้จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินงาน ชื่อเสียงของท่าอากาศยานและรายได้ของท่าอากาศยาน ซึ่งจะส่งผลต่อการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในที่สุด จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสนใจที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย เพื่อให้ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนพัฒนาการให้บริการของร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย ให้มีประสิทธิภาพและเป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย
2. เพื่อศึกษาถึงข้อเสนอแนะของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด ที่มีต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านพนักงานขายด้านผลผลิตภาพและคุณภาพ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าหรือบริการของร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย ที่นำเสนอขายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย

ด้านราคา หมายถึง ระดับราคาของสินค้าหรือบริการของร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย

ด้านการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางหรือแนวทางในการนำเสนอขายสินค้าหรือบริการของร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย

ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารทางการตลาดระหว่างผู้ขายสินค้าหรือผู้ให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงกับผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญเพื่อเตือนความจำ แจ้งข่าวสารหรือชักจูงใจให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ การโฆษณา การใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

ด้านกระบวนการ หมายถึง วิธีการหรือขั้นตอนในการส่งมอบสินค้าหรือบริการของผู้ขายสินค้าหรือผู้ให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง ให้แก่ผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การต้อนรับ

ด้านพนักงานขาย หมายถึง ผู้ขายสินค้าหรือผู้ให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย

ด้านผลผลิตภาพและคุณภาพ หมายถึง การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตเพื่อให้การขายหรือการให้บริการของผู้ขายสินค้าหรือผู้ให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง มีประสิทธิภาพมากที่สุด

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย

ท่าอากาศยาน หมายถึง ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย

ผู้ใช้บริการ หมายถึง บุคคลทั่วไปที่เข้าไปใช้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย

การให้บริการร้านค้า หมายถึง กิจกรรมในการขายสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ของร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย แก่ผู้มาใช้บริการท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาของการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย โดยผู้ศึกษาได้นำกลยุทธ์ทางการตลาด (8

P's Strategy) มาใช้เป็นตัวเทียบวัดความพึงพอใจของผู้ผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย ประกอบด้วย 8 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านพนักงานขาย (People) ด้านผลิตภาพและคุณภาพ (Productivity and Quality) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ได้ คือ ผู้โดยสารท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย การศึกษาครั้งนี้ในช่วงระยะเวลา 3 เดือน คือ เดือนพฤศจิกายน 2561 – มกราคม 2562

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย
2. เป็นแนวทางในการส่งเสริมการพัฒนาการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย ให้ตรงกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2553) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจลูกค้า (Customer Satisfaction) ไว้ว่า ความพึงพอใจเกิดจากการเปรียบเทียบคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการกับความคาดหวังของลูกค้าที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ ซึ่งมีทั้งความรู้สึกพอใจและผิดหวัง ถ้าผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นเป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นไม่เป็นไปตามความคาดหวังของลูกค้าก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ และผิดหวังในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ซึ่งความคาดหวังของลูกค้าจะได้รับอิทธิพลมาจากประสบการณ์ในการซื้อคำแนะนำจากเพื่อน และคำแนะนำจากนักการตลาด ตลอดจนข่าวสารที่แพร่กระจายผ่านสื่อต่างๆ การทำธุรกิจความมุ่งเน้นให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดเพราะจะทำให้ลูกค้าไม่เปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการจากคู่แข่งและจะทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีกับตราสินค้าไปในตัวด้วย

Kotler (2000 อ้างใน เปี่ยมรัก จิตรธนาเสนี, 2556) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า หมายถึง ความสามารถของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากความรู้สึกภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Post Purchase Feeling) และเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นไปแล้วความพึงพอใจของลูกค้าจะขึ้นอยู่กับรับรู้คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product Perceived Performance) ตามความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าเอง ซึ่งลูกค้าแต่ละรายจะมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ถ้าคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ

กระทรวงอุตสาหกรรม (2561) ได้อธิบายถึง ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือที่เรียกสั้นๆ ว่า 8P's ว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดสมัยใหม่ ซึ่งต้องมีแนวทางความคิดทางการสื่อสาร

การตลาด (IMC) โดยอาศัยเครื่องมือการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคแบบสมัยใหม่ โดยแนวคิดกลยุทธ์ทางการตลาด (8P's) ประกอบไปด้วยส่วนผสมทางการตลาด ดังนี้

1. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)
2. กลยุทธ์ราคา (Price Strategy)
3. กลยุทธ์การจัดจำหน่าย (Place Strategy)
4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy)
5. กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์ (Packaging Strategy)
6. กลยุทธ์การใช้พนักงานขาย (Personal Strategy)
7. กลยุทธ์การให้ข่าวสาร (Public Relation Strategy)
8. กลยุทธ์พลัง (Power Strategy)

ซึ่งสามารถอธิบายเพื่อให้เข้าใจง่ายขึ้นดังนี้

สรุป กลยุทธ์การตลาด 8P ที่ได้กล่าวมานี้เป็นเครื่องมือพื้นฐานที่นักธุรกิจส่วนใหญ่นำไปใช้เป็นบรรทัดฐานในการทำการตลาด โดยอาจแตกต่างกันที่บางบริษัทประสบความสำเร็จ แต่บางบริษัทกลับล้มเหลวอย่างไม่เป็นท่า เหตุผลที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะบริษัทที่ล้มเหลวไม่อาจสร้างองค์ประกอบทางกลยุทธ์ 8P ได้ครบตามวงจร ดังนั้นผู้ประกอบการที่สนใจจะใช้กลยุทธ์ 8P นี้ทำการตลาดให้ได้ผล ต้องเอาใจใส่ทุกรายละเอียดของกลยุทธ์แต่ละข้อ เพื่อสร้างสรรค์ตัว P ทั้งแปดให้เกิดขึ้นมาให้ได้

ภรณ์พักตรา ศักดา (2557) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการบริการภายในท่าอากาศยานสมุย จากผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้โดยสารภายในท่าอากาศยานสมุย อยู่ในระดับมาก โดยแบ่งความพึงพอใจรายด้านจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ความพึงพอใจต่อผู้โดยสารที่มีต่อการบริการภายในท่าอากาศยานด้านการรักษาความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม รองลงมาคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และสุดท้ายด้านบุคลากรพนักงาน ตามลำดับและความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสาร ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการบริการภายในท่าอากาศยานสมุยอันเนื่องมาจากปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ วุฒิการศึกษา และสัญชาติ ของผู้โดยสารที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่า ควรเพิ่มบริการร้านอาหารในบริเวณอาคารโดยสารให้มากขึ้นและหลากหลายชนิด และควรเพิ่มรถรับส่งผู้โดยสารจากอาคารโดยสารไปขึ้นเครื่องให้มากขึ้น เพราะปัจจุบันมีผู้โดยสารใช้บริการท่าอากาศยานสมุยเป็นจำนวนมาก เมื่อมีรถรับส่งน้อยทำให้ผู้โดยสารต้องรอนานและใช้บริการแออัดเกินไปต่อเที่ยว เป็นต้น

สุภกัญญา ขวณิชย์ ปริญญา มนุษสวต และกรณัฏฐ์ สุกุลฤทธิ (2556) ได้ศึกษาถึงการให้บริการแก่ผู้โดยสารของท่าอากาศยานในการกำกับดูแลของกรมการบินพลเรือน ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้โดยสารได้รับบริการทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริการที่ท่าอากาศยานจัดให้ และด้านบริการที่ให้ความเพลิดเพลิน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2) การให้บริการของท่าอากาศยานให้บริการทั้ง 3 ด้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก (3) สภาพการให้บริการแก่ผู้โดยสารของท่าอากาศยาน

มีความสัมพันธ์กับสภาพการให้บริการของผู้โดยสาร โดยรวมในระดับต่ำ (4) การให้บริการของผู้โดยสารของท่าอากาศยานระหว่างกลุ่มในภาพรวมแตกต่างกัน (5) การให้บริการแก่ผู้โดยสารของท่าอากาศยานระหว่างกลุ่ม ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

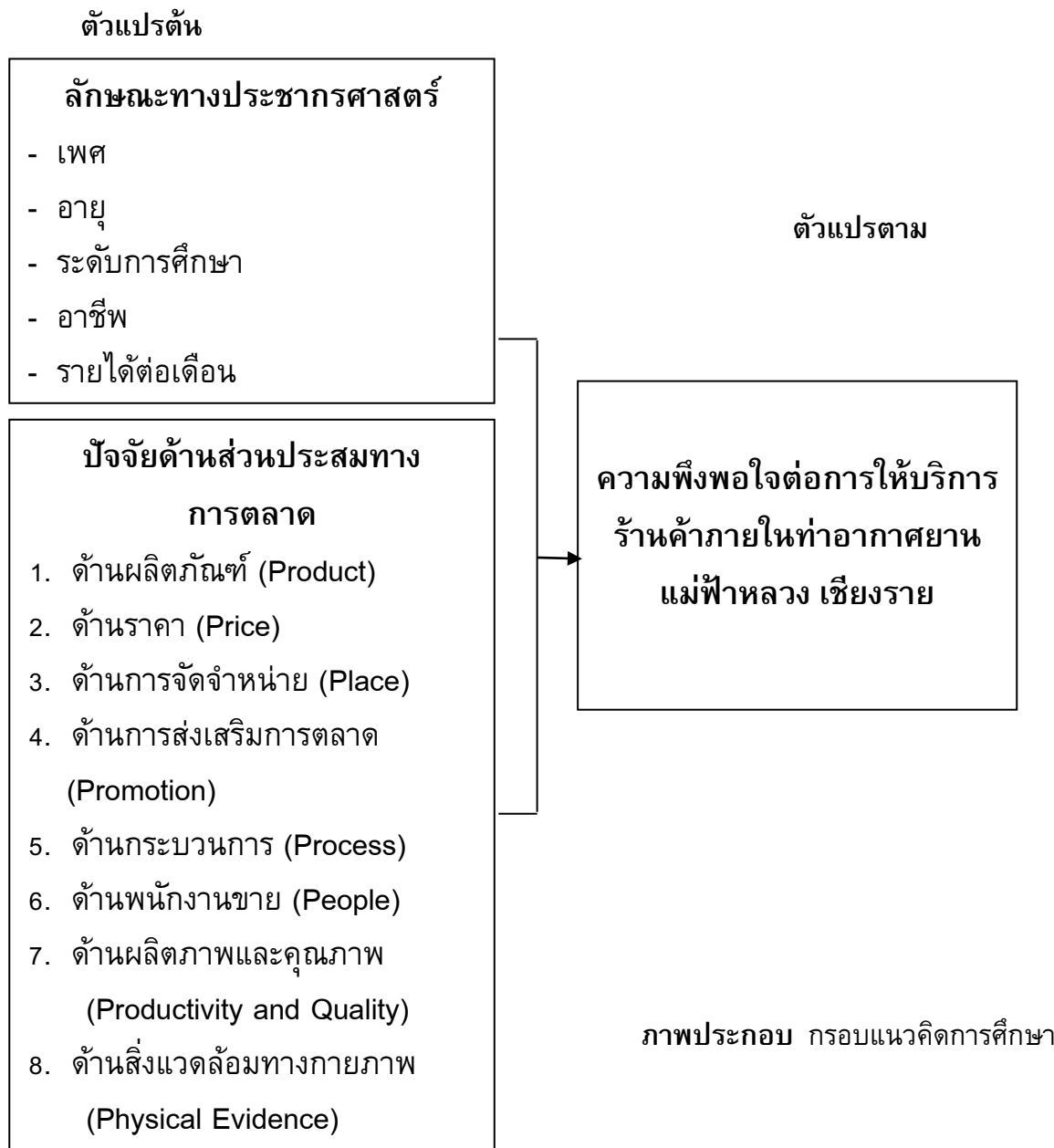
ภรณ์พักตรา ศักดา (2553) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการบริการภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการบริการภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อยู่ในระดับปานกลาง และผู้โดยสารชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจ ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ทุกด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่า ผู้บริหารฝ่ายบริการลูกค้าภาคพื้น บริษัท การบินไทยจำกัด (มหาชน) แผนกห้องรับรอง ควรหามาตรการต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงการให้บริการอย่างครอบคลุมทุกด้านให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ของบริษัทฯ ที่เน้นให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าเป็นหลักมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านบุคลากร พนักงานและด้านสถานที่สภาพแวดล้อม ที่มีค่าเฉลี่ยน้อย เพราะเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจต่อจำนวนพนักงาน มีความเหมาะสมต่อจำนวนผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง เป็นต้น

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรต้น ได้แก่ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านพนักงานขาย ด้านผลิิตภาพและคุณภาพ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานของการวิจัย

ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงรายแตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้โดยสาร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) กลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารที่เข้าไปใช้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด

ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโร ยามาเน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557, หน้า 47) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert's Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ พึงพอใจมากที่สุด พึงพอใจมาก พึงพอใจปานกลาง พึงพอใจน้อย และพึงพอใจน้อยที่สุด และตอนที่ 3 ข้อเสนอต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบ T-test และ F-test และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Scheffe กำหนดระดับนัยสำคัญไว้ที่ .05

สรุปผลการวิจัย

1. ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย โดยภาพรวมผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ด้านกระบวนการ รองลงมาได้แก่ ด้านพนักงานขาย ส่วนด้านราคา มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด มีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยภาพรวมผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ สินค้าบางอย่างมีการรับประกันคุณภาพ เช่น สินค้า Otop สินค้าที่ทำด้วยมือ รองลงมาได้แก่ ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือ ส่วนมีการให้บริการด้านสุขภาพ เช่น การนวดแผนไทย อาหารเพื่อสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

1.2 ด้านราคา (Price) โดยภาพรวมผู้โดยสารมีความพึงพอใจปานกลางต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ มีการแสดงราคาสินค้าอย่างชัดเจน รองลงมาได้แก่ ความคุ้มค่าของรสชาติอาหารกับราคา ส่วนสามารถชำระค่าสินค้าผ่านบัตรเครดิต หรือชำระสินค้าแบบออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

1.3 ด้านการจัดจำหน่าย (Place) โดยภาพรวมผู้โดยสารมีความพึงพอใจปานกลางต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ การจัดร้านสวยงาม เป็นระเบียบ รองลงมาได้แก่ เวลาเปิด-ปิดร้านมีความเหมาะสมส่วนสามารถส่งสินค้าผ่านแอปพลิเคชันทางโทรศัพท์มือถือ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยภาพรวมผู้โดยสารมีความพึงพอใจปานกลางต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ มีป้ายโฆษณาสินค้าและการให้บริการอย่างชัดเจน และครบถ้วน รองลงมาได้แก่ มีแคตตาล็อกสินค้าหรือรายการสินค้าให้ผู้ใช้บริการเลือกตามความพอใจ ส่วนมีการสมัครสมาชิก และมอบสิทธิพิเศษกับสมาชิก มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

1.5 ด้านกระบวนการ (Process) โดยภาพรวมผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ การเก็บเงินค่าอาหารหรือสินค้าเป็นไปด้วยความรวดเร็ว และถูกต้อง รองลงมาได้แก่ กระบวนการส่งอาหารเครื่องดื่ม และการเสิร์ฟอาหารเครื่องดื่มเป็นไปอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ส่วนมีการบริการที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

1.6 ด้านพนักงานขาย (People) โดยภาพรวมผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ พนักงานขายมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า รองลงมาได้แก่ การแต่งกายของพนักงานสะอาด ดูดี เป็นระเบียบส่วนพนักงานขายมีการให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

1.7 ด้านผลิตภาพและคุณภาพ (Productivity and Quality) โดยภาพรวมผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารมีคุณภาพ รองลงมาได้แก่ ผู้ให้บริการด้านอาหารใส่ใจในคุณภาพการผลิตทุกขั้นตอน ส่วนสินค้าที่วางจำหน่ายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

1.8 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) โดยภาพรวมผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย สำหรับข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ความสะอาดของโต๊ะ เก้าอี้ และบริเวณร้านค้า รองลงมาได้แก่ ชั้นวางอาหารและชั้นวางสินค้า เป็นระเบียบ สวยงาม ส่วนบรรยากาศบริเวณร้านจำหน่ายสินค้าโล่ง ไม่แออัด มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

2. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย แตกต่างกันตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้โดยสาร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่า มีเพียงความแตกต่างระหว่างระดับอายุของผู้โดยสารเท่านั้นที่มีผลทำให้ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงรายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้โดยสารอายุระหว่าง 20-29 ปี มีความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย แตกต่างกับผู้โดยสารอายุระหว่าง 30-39 ปี และอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ข้อเสนอแนะของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย เรียงตามลำดับดังนี้

3.1 สินค้าและบริการภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย มีราคาแพง โดยเฉพาะอาหาร ควรปรับราคาสินค้าและบริการให้ถูกลง และเพิ่มความหลากหลายมากขึ้น (ความถี่ 19 ราย)

3.2 ผู้ประกอบการร้านค้า ควรให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นมิตร และให้การบริการที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง (ความถี่ 12)

3.3 ควรเพิ่มการให้บริการร้าน 7eleven (ความถี่ 6)

3.4 ผู้ประกอบการร้านค้า ควรสร้างบรรยากาศบริเวณร้านจำหน่ายสินค้าให้ไม่แออัด ให้ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการรู้สึกโล่ง เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ (ความถี่ 4)

การอภิปรายผล

1. ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย พบว่า โดยภาพรวมผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย โดยเฉพาะด้านกระบวนการ ได้แก่ การเก็บเงินค่าอาหารหรือสินค้าเป็นไปด้วยความรวดเร็ว และถูกต้อง และกระบวนการสั่งอาหารเครื่องดื่ม และการเสิร์ฟอาหารเครื่องดื่มเป็นไปอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง สอดคล้องกับการศึกษาของ ภรณ์พัชตรา ศักดา (2557) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการบริการภายในท่าอากาศยานสมุย ผลการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้โดยสารภายในท่าอากาศยานสมุย อยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ เอมมิกา แดงรอด และประสพชัย พสุนนท์ (2558) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการศูนย์การค้าชุมชนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครกรณีศึกษา เดอะ เซอร์เคิล ราชพฤกษ์ ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านร้านอาหาร ด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับมาก แต่แตกต่างกับการศึกษาของ ภรณ์พัชตรา ศักดา (2553) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการบริการภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จากผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการบริการภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อยู่ในระดับปานกลาง และยังแตกต่างกับการศึกษาของ สุกัญญา ชวนิชย์ ปริยากร มนุเสวต และกรณัฐ สกุลกฤตติล (2556) ได้ศึกษาถึงการให้บริการแก่ผู้โดยสารของท่าอากาศยานในการกำกับดูแลของกรมการบินพลเรือน ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารได้รับบริการทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริการที่ท่าอากาศยานจัดให้ และด้านบริการที่ให้ความเพลิดเพลิน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

จากการศึกษาครั้งนี้เห็นผลสำคัญที่ส่งผลให้ผู้โดยสารที่มาใช้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย มีความพึงพอใจมากต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย เนื่องจากร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย ส่วนใหญ่ได้นำนโยบายของทางท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง จังหวัด เชียงราย มาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน โดยเฉพาะในเรื่องของการให้บริการ ซึ่งได้คำนึงถึงการพัฒนาคุณภาพบริการ เพื่อความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการท่าอากาศยาน ภายใต้คำขวัญ “ปลอดภัยคือมาตรฐาน บริการคือหัวใจ”

2. ด้านกระบวนการ (Process) ของการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย เป็นด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารที่มาใช้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย มีความพึงพอใจมากที่สุด โดยเฉพาะเรื่อง กระบวนการสั่งอาหารเครื่องดื่ม และการเสิร์ฟอาหารเครื่องดื่ม และการเก็บเงินค่าอาหารหรือสินค้าเป็นไปด้วยความรวดเร็ว และถูกต้อง อาจเป็นเพราะท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย มีร้านอาหารและร้านค้าที่ค่อนข้างมีชื่อเสียง เช่น ภัตตาคารการบินไทย ร้านกาแฟดอยตุง ร้านแบล็กแคนยอน ร้านฟู้ดแลนด์พาย ร้านแดรี่ควีน ซึ่งแต่ละร้านถือว่ามีคุณภาพในการให้บริการอยู่ในระดับที่ดี มีการอบรมให้ความรู้กับพนักงานเกี่ยวกับการให้บริการ ซึ่งในกระบวนการสั่งอาหารเครื่องดื่ม และการเสิร์ฟอาหารเครื่องดื่ม และการเก็บเงินค่าอาหาร

หรือสินค้า เป็นอยู่ในกระบวนการให้บริการอยู่แล้ว จึงส่งผลให้ผู้โดยสารหรือผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

3. ด้านพนักงานขาย (People) โดยภาพรวมผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย โดยเฉพาะเรื่องความซื่อสัตย์ของพนักงานต่อลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ อาจเป็นเพราะเจ้าของหรือผู้ประกอบการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย ได้มีการคัดเลือกพนักงานที่มีประสิทธิภาพ เลือกคนที่มีความซื่อสัตย์สุจริตเข้ามาทำงาน จึงส่งผลให้ผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย

4. ด้านผลิตภาพและคุณภาพ (Productivity and Quality) โดยภาพรวมผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย โดยเฉพาะในเรื่องวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารมีคุณภาพ อาจเป็นเพราะผู้ให้บริการด้านอาหารใส่ใจในคุณภาพการผลิตทุกขั้นตอน จึงส่งผลให้ผู้โดยสารมีความพึงพอใจมากต่อการให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

เพื่อให้การให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงรายมีการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ตามแนวทางการพัฒนาท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย ควรเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนการให้บริการดังต่อไปนี้ จะเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการสร้างความประทับใจ สร้างความพึงพอใจแก่ผู้โดยสารหรือผู้มาใช้บริการ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการให้บริการของท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงรายโดยภาพรวม ได้แก่

1. ผู้ประกอบการร้านค้า ควรให้บริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นมิตร และให้การบริการที่ได้มาตรฐานเหมือนกันทุกครั้ง
2. ควรเพิ่มจำนวนผู้ให้บริการร้านค้า หรือเพิ่มการให้บริการร้าน 7eleven เพื่อให้มีสินค้าที่หลากหลาย และกำหนดราคาสินค้าและบริการภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย ให้เป็นมาตรฐาน โดยอิงจากราคาตลาด อีกทั้ง
3. ผู้ประกอบการร้านค้า ควรสร้างบรรยากาศบริเวณร้านจำหน่ายสินค้าให้ไม่แออัด ให้ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการรู้สึกโล่ง เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาในเชิงคุณภาพ ซึ่งจะได้ข้อมูลในเชิงลึก จะได้เพิ่มแนวทางในการสร้างความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย มากขึ้น
2. ควรเพิ่มจำนวนกลุ่มประชากรที่เป็นชาวต่างชาติ เพื่อให้ครอบคลุมผู้มาใช้บริการร้านค้าภายในท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย เพื่อนำผลการศึกษาไปพัฒนาการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการผู้บริการทุกกลุ่มเป้าหมาย

รายการอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2561). กลยุทธ์การตลาด 8P สำหรับผู้ประกอบการ. สืบค้นเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2561 จาก <https://www.facebook.com/industryprmoi/posts>.
- ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย. (2561). ข้อมูลท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวงเชียงราย.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ : วี.อินเตอร์ พรินท์.
- บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2561). รายงานประจำปี 2560.
- เปี่ยมรัก ฉัตรธนาเสนี. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการจัดกิจกรรมถนนคนเดิน ถนนท่าแพ. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภรณ์พักตรา ตักดา. (2553). ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการบริการภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- _____. (2557). ความพึงพอใจของผู้โดยสาร ที่มีต่อการบริการภายในท่าอากาศยานสมุย. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- สุภกัญญา ขวณิชย์ ปรียากร มนูญเสวต และกรณัฐ์ สุกุลกฤติล. (2556). การให้บริการแก่ผู้โดยสารของท่าอากาศยานในการกำกับดูแลของกรมการขนส่งทางบก. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย สืบค้นเมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน 2561 จาก <https://tci-thaijo.org/index.php>.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2553). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอมมิกา แดงรอด และประสพชัย พสุนนท์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการศูนย์การค้าชุมชนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครกรณีศึกษา เดอะ เซอร์เคิล ราชพฤกษ์. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.