

ความพึงพอใจของผู้โดยสารขาออกทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ต่อคุณภาพการ
ให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ ณ
ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

Thai and Foreign Passenger's Satisfaction towards the Service Quality
on First and Business Class Lounge of Oman Air at Suvarnabhumi
Airport

วรรณวิษา ขาวรุ่งเรือง¹, เนตรศิริ เรืองอริยภักดิ์²

Wanvisa Khawrungruang¹, Natesiri Ruangariyapuk²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษา 1) ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์ 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารขาออก ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีความคิดเห็นต่อปัจจัยกำหนดคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจโดยภาพรวมระดับมากที่สุด (=4.45) โดยมีความคิดเห็นระดับมากที่สุดในด้านความมั่นใจ ความน่าเชื่อถือ ความเอาใจใส่ สิ่งสัมผัสได้ และการตอบสนอง และมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ โดยภาพรวมระดับมากที่สุด (=4.47) โดยมีความพึงพอใจระดับมากที่สุดในด้านบุคลากร อาหาร และเครื่องดื่ม สถานที่ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า 1) เพศ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ในด้านบุคลากร อุปกรณ์อำนวยความสะดวกแตกต่างกัน 2) สัญชาติแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ในด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และโดยภาพรวมแตกต่างกัน 3) จุดประสงค์

ของการเดินทางแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ในด้านอาหาร และเครื่องดื่ม และโดยภาพรวมแตกต่างกัน 4) ความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ในด้านบุคลากร อุปกรณ์อำนวยความสะดวก และ 5) ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ ความเอาใจใส่ และโดยภาพรวม ต่างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ในด้านบุคลากร สถานที่ อาหาร และเครื่องดื่ม อุปกรณ์อำนวยความสะดวก และโดยภาพรวม

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, คุณภาพการให้บริการ, ห้องรับรองพิเศษ

Abstract

This independent study aimed 1) to study satisfaction level towards service provision of first and business class lounge of Oman Air 2) to compare satisfaction towards service quality of first and business class lounge of Oman Air segmented by personal factors and 3) to study the relationship between factors determining service quality and satisfaction towards service quality of first and business class lounge of Oman Air. The research instrument was the questionnaires which were distributed to the 400 samples. The results found that the samples of departure passengers, Suvarnabhumi Airport rated the factors determining service quality of first and business class lounge overall at a highest level. (=4.45) and rated assurance, reliability, empathy, tangibility and responsiveness and were satisfied with service quality of first and business class lounge of Oman Air overall at a highest level (=4.47). The highest satisfaction levels were personnel, food and beverage, place and facilities.

The results of hypothesis testing at a significance level of 0.05 showed that 1) the different gender and education level affected different satisfaction towards service quality of first and business class lounge of Oman Air in the aspects of personnel and facilities 2) different nationalities affected satisfaction towards service quality of first and business class lounge of Oman Air in the aspect of equipment and overall at a different level 3) different objectives of travelling affected different level of service quality of first and business class lounge of Oman Air in the aspect of food and beverage and overall at a different level 4) different frequency of using service affected different satisfaction towards service quality of first and business class lounge of Oman Air in the aspect of personnel and facilities and 5) factors determining service quality in

terms of tangibility, reliability, responsiveness, assurance, empathy and the overall has a relationship with satisfaction towards service quality of first and business class lounge of Oman Air in the aspect of personnel, place, food and beverage, facilities and overall.

Keywords: Satisfaction, Service Quality, Lounge

¹วรรณวิษา ขาวรุ่งเรือง, สาขาการจัดการการบิน สถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, Graduated student in Aviation Personal Development Institute, Kasem Bundit University, E mail : wanvisa.wanvi@gmail.com

²เนตรศิริ เรืองอริยภักดิ์, สถาบันพัฒนาบุคลากรการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, Aviation Personal Development Institute Kasem Bundit University, E mail : natesiri2505@gmail.com

บทนำ

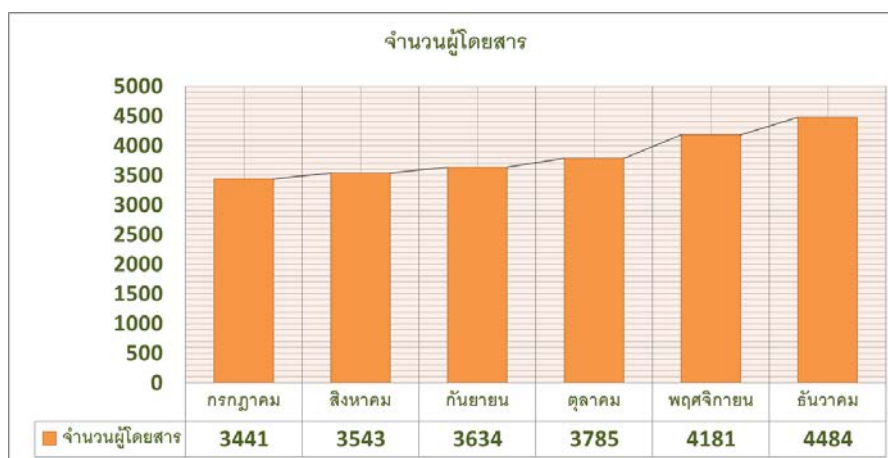
การคมนาคมขนส่งในปัจจุบัน ถือว่าเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่ช่วยให้เกิดการเดินทาง และถือว่าเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว และนักธุรกิจในการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งแดนไกลซึ่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ในประเทศไทยการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศทำรายได้เข้าประเทศเป็นมูลค่ามหาศาลติดต่อกันมาเป็นระยะเวลาหลายปี และมีแนวโน้มว่าจะสูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งเหตุนี้จึงทำให้มีสายการบินประจำชาติเกิดขึ้นมากมายเกือบทุกประเทศทั่วโลก สนามบินสุวรรณภูมิเป็นหนึ่งในท่าอากาศยานที่มีผู้โดยสารมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก และจากการที่มีสายการบินเพิ่มขึ้นนั้น ทำให้มีการแข่งขันในด้านต่างๆ โดยเฉพาะการบริการ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการเลือกใช้บริการในแต่ละสายการบินต่างพัฒนากระบวนการให้บริการทุกด้าน หากกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อสร้างความแตกต่าง และเพื่อเพิ่มลูกค้าใหม่ โดยไม่ลืมที่จะใช้กลยุทธ์รักษาลูกค้าเก่าให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการของสายการบิน และอยู่กับสายการบินตนนานๆ

อุตสาหกรรมการบินเป็น 1 ใน 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายหลักของประเทศไทยที่รัฐบาลให้ การส่งเสริม และสนับสนุน โดยคาดหวังจะสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ เป็นอย่างมาก และในปัจจุบันอุตสาหกรรมการบินมีการขยายตัวค่อนข้างสูงและมีแนวโน้มที่จะเติบโต อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเห็นได้จากจำนวนเที่ยวบินในแต่ละปีที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากสถิติ เที่ยวบินในปี 2559 มีการให้บริการเที่ยวบินกว่า 900,000 เที่ยวบิน เฉลี่ยเติบโตมากขึ้นร้อยละ 9 และมีการประเมินว่าในปี 2564 ประเทศไทยจะมีเที่ยวบินเพิ่มขึ้น 1.5 ล้านเที่ยวต่อปี และจะมีจำนวน เพิ่มขึ้น 2 ล้านเที่ยวต่อปีในปี 2570 (สำนักวิจัยและพัฒนาธุรกิจการบิน สถาบันการบินพลเรือน, 2560) จึงทำให้อุตสาหกรรมการบินมีการแข่งขันอย่างรุนแรง เนื่องจากปัจจุบันมีสายการบินที่เข้ามาให้บริการเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service Carrier : FSC) เป็น สายการบินที่เน้นให้ความสำคัญประทับใจและให้ความสะดวกในเรื่องต่างๆ และสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Carrier : LCC)

เป็นสายการบินที่มีการจ่ายราคาตั๋วโดยสารถูกกว่าสายการบินที่ให้บริการเต็ม รูปแบบ จึงส่งผลให้สายการบินต่างๆต้องมีการปรับตัว เพื่อให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน และเพื่อสร้างความแตกต่างทางการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการสูงสุดของผู้บริโภค

ปัจจุบันสายการบิน โอมานแอร์ (Oman Air) สายการบินประจำชาติแห่งรัฐสุลต่านโอมาน เปิดให้บริการห้องรับรองสำหรับผู้โดยสารชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจทั้งหมดจำนวน 3 แห่ง ได้แก่ สนามบินนานาชาติเซบ สนามบินนานาชาติซาลาล่าห์ และสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ โดยตั้งอยู่ที่อาคารเทียบเครื่องบิน E ชั้น 3 อาคารผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศ ห้องรับรองผู้โดยสารของทางโอมานแอร์ ได้ถูกออกแบบให้ความหรูหรา มีสไตล์ ซึ่งสามารถรองรับผู้โดยสารได้ถึง 60 คน ซึ่งผู้โดยสารจะได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายรวมไป ถึงการให้บริการศูนย์ธุรกิจ (Business Centre) ที่มอพื้นที่ส่วนตัวในการทำงาน พร้อมการเชื่อมต่อสื่อสารอินเทอร์เน็ต ห้องอาบน้ำ ห้องน้ำที่มีภายในห้องรับรอง นอกเหนือจากนั้นภายในห้องรับรอง ผู้โดยสารยังมีบริการอาหารอาหรับแบบดั้งเดิม อาหารสไตล์ ตะวันออก อาหารไทย อาหารว่าง เมนูเครื่องดื่ม น้ำผลไม้ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ในขณะที่ได้รับความเพลิดเพลินจากการชมความบันเทิง จากทีวีดาวเทียม หรือเลือกที่จะอ่านหนังสือพิมพ์ และนิตยสารทั้งของไทยและต่างประเทศ จัดเตรียมไว้ ผู้โดยสารสามารถใช้บริการที่นอนพัก (Sleeper Couches) ที่มีการจัดเตรียมไว้ในมุมเงียบเพื่อพักผ่อน (quiet area) สำหรับผู้โดยสารที่จะต้องเดินทางเป็นระยะเวลาอันยาวนาน และการพักผ่อนในขณะเดียวกันห้องรับรองผู้โดยสารชั้นหนึ่ง และธุรกิจในแต่สนามบิน ถูกออกแบบโดยมีแนวคิดจากภาพโอเอซิสที่เงียบสงบและผ่อนคลาย และยังคงคุณลักษณะที่โดดเด่นของห้องรับรองผู้โดยสารที่ไม่ต่างกับที่กรุงมัสกัต ประเทศโอมาน คือให้บริการภายใต้นโยบายเดียวกัน (World Surprise Travel. 2011)

ตารางที่ 1 สายการบินโอมานแอร์. (2560). รายงานประจำเดือนของห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์ ปี 2560



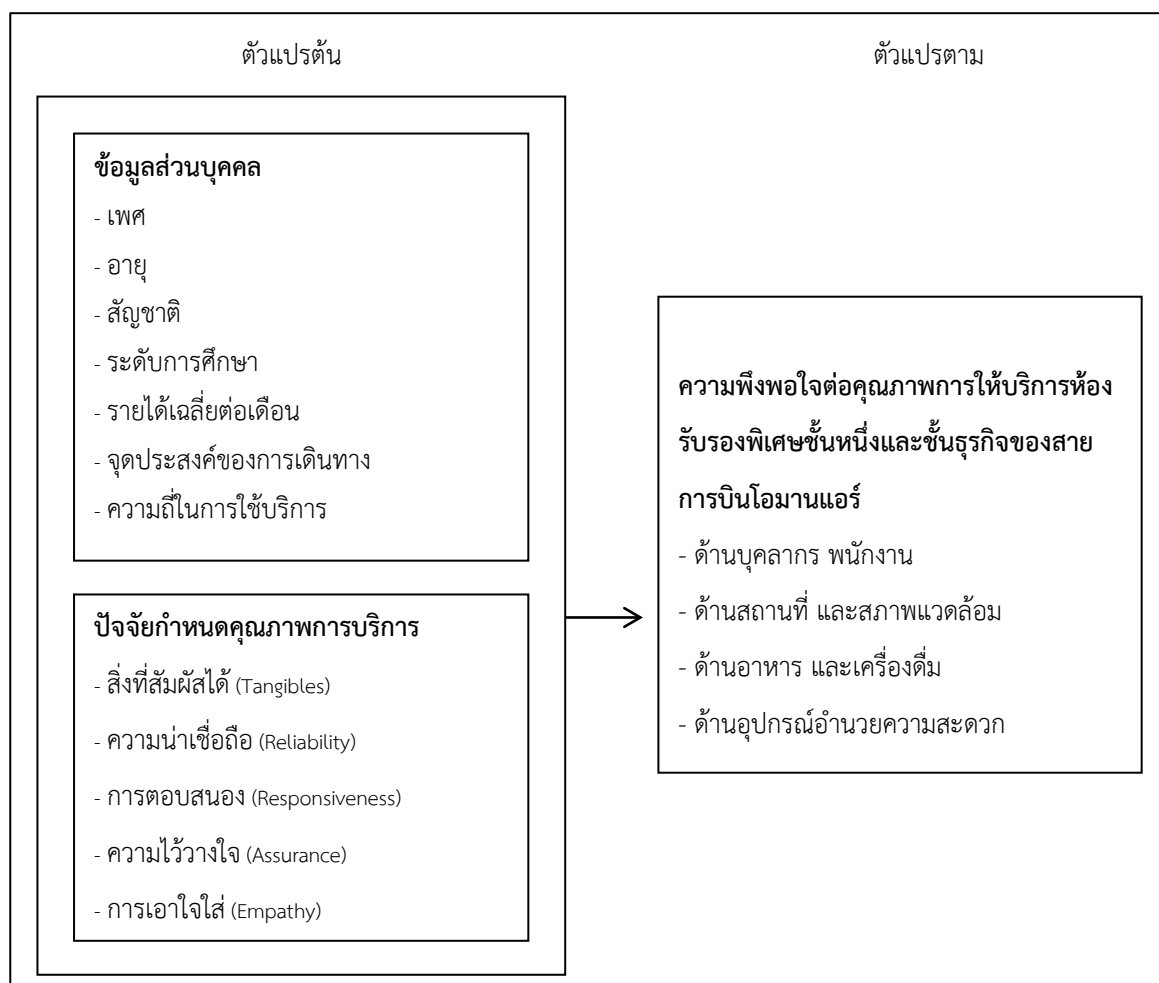
เมื่อพิจารณาจากจำนวนการเข้าใช้บริการห้องรับรองพิเศษสายการบินโอมานแอร์ 6 เดือนย้อนหลัง ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม ในปี พ.ศ.2560 จะเห็นได้ว่ามีจำนวนผู้เข้ารับบริการให้บริการมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น

และมีแนวโน้มจะมากขึ้นเรื่อยๆ อาจจะทำให้คุณภาพการให้บริการบางด้านลดลงเนื่องจากความต้องการใช้บริการที่เพิ่มสูงขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงต้องการที่จะศึกษาความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจของสายการบินโอมาน แอร์ เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจที่แท้จริงของผู้เข้ารับการให้บริการ และเป็นแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพการให้บริการในด้านต่างๆของห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาาระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจสาย การบินโอมานแอร์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้โดยสารขาออก ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ที่ใช้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์ จากสถิติการใช้บริการย้อนหลัง 6 เดือน ตั้งแต่ เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2560 เฉลี่ยเป็นจำนวน 3845 คนต่อเดือน นำมาซึ่งการตรวจสอบและ ค้นหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการคำนวณจากตารางของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970 อ้างใน อีรุฒิ เอกะกุล, 2543) ได้ 351 คน และเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นจึงได้ทำการเก็บสำรองอีก 69 คน เป็นจำนวนทั้งหมด 420 ชุด โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) เลือกเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการที่ เต็มใจ และยินดีให้ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 420 ชุด โดยสร้างและตรวจสอบ คุณภาพเครื่องมือโดยศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจต่อคุณภาพการ ให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ กำหนดโครงสร้าง และขอบเขตของ เนื้อหา ตามกรอบแนวคิดของการศึกษา โดยสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์ของการศึกษา นำแบบสอบถามเสนอแก่อาจารย์ที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญในสายงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 คน เพื่อหาค่าดัชนี สอดคล้อง (Item Objective Congruence index : IOC) โดยค่าที่ยอมรับไม่น้อยกว่า 0.50 และทำการหาค่าความ เชื่อมั่นของเครื่องมือทดสอบ CRONBACH'S COEFFICIENT ALPHA โดยนำแบบสอบถามเพื่อทดสอบหาค่าความ เชื่อมั่นไม่น้อยกว่า 0.70 ไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ชุด

การเก็บข้อมูล ผู้ศึกษาทำการติดต่อและประสานงานกับสายการบิน โดยนำหนังสือขออนุญาตเก็บข้อมูล ของมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ไปมอบให้เพื่อขออนุญาตแจกแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีระยะเวลาการ เก็บรวบรวมข้อมูล 1 เดือนตั้งแต่ 25 มกราคม – 25 กุมภาพันธ์ 2562 ผู้ศึกษาดำเนินการแจกแบบสอบถามกับ ผู้โดยสารสายการบินโอมานแอร์ อธิบายทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลในแบบสอบถามกับผู้โดยสารที่ได้รับการแจก แบบสอบถาม และนัดหมายเพื่อทำการเก็บแบบสอบถามคืน และทำการตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วน สมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลข้อมูล

ผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/FW (Statistic Package for Social Sciences for Windows) และกำหนดวิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอข้อมูล ซึ่งแยกวิเคราะห์ตามลำดับดังนี้ การ วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษ ชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าความถี่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบ ตารางประกอบคำอธิบาย การวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจต่อคุณภาพการ

ให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ กับข้อมูลทั่วไปของผู้โดยสาร โดยใช้ค่าทดสอบเอฟ (F-Test) โดยวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance or ANOVA) เพื่อทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างของประชากรมากกว่า 2 กลุ่มโดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Different) และทดสอบค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันโปรดักซ์โมเมนต์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรปัจจัยกำหนดคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์

ผลการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารขาออก ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 50,000 บาท มีจุดประสงค์ของการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว มีความถี่ในการใช้บริการโดยส่วนใหญ่ 1-3 ครั้ง/ปี โดยผู้โดยสารชาวไทยจะให้ความสำคัญทางด้านสถานที่ ส่วนชาวต่างชาติให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพการบริการในด้านอุปกรณ์ความสะดวกมากกว่าสิ่งใด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยกำหนดคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ และสัญชาติ

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการให้บริการ	สัญชาติ						รวม		
	ไทย			ต่างชาติ					
ห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจ	\bar{X}	S.D.	แปลความ	\bar{X}	S.D.	แปลความ	\bar{X}	S.D.	แปลความ
สิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles)	4.51	0.44	มากที่สุด	4.35	0.46	มากที่สุด	4.41	0.46	มากที่สุด
1. ห้องรับรองมีการออกแบบเหมาะสม สวยงาม	4.69	0.49	มากที่สุด	4.37	0.54	มากที่สุด	4.49	0.55	มากที่สุด
2. รสชาติอาหารไทย ที่ให้บริการมีรสชาติที่ดี	4.50	0.59	มากที่สุด	4.36	0.62	มากที่สุด	4.41	0.62	มากที่สุด
3. รสชาติอาหารอาหรับ ที่ให้บริการมีรสชาติที่ดี	4.33	0.69	มากที่สุด	4.34	0.77	มากที่สุด	4.34	0.74	มากที่สุด
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	4.54	0.42	มากที่สุด	4.39	0.48	มากที่สุด	4.44	0.46	มากที่สุด
1. ห้องรับรองมีการลงทะเบียนเข้าใช้บริการอย่างเป็นระบบ	4.54	0.54	มากที่สุด	4.39	0.56	มากที่สุด	4.45	0.55	มากที่สุด
2. ห้องรับรองมีระบบรักษาความปลอดภัย (กล้องวงจรปิด)	4.56	0.54	มากที่สุด	4.34	0.63	มากที่สุด	4.42	0.60	มากที่สุด
3. ห้องรับรองมีสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัยตามที่ได้มีการประชาสัมพันธ์ไว้	4.50	0.55	มากที่สุด	4.43	0.62	มากที่สุด	4.46	0.60	มากที่สุด
การตอบสนอง (Responsiveness)	4.43	0.39	มากที่สุด	4.41	0.51	มากที่สุด	4.41	0.47	มากที่สุด
1. ห้องรับรองมีความสะดวกต่อการเข้าใช้บริการ	4.53	0.54	มากที่สุด	4.46	0.59	มากที่สุด	4.49	0.57	มากที่สุด
2. ห้องรับรองมีขนาดเพียงพอต่อผู้ใช้บริการเหมาะสม	4.30	0.57	มากที่สุด	4.36	0.67	มากที่สุด	4.34	0.63	มากที่สุด
3. ห้องรับรองมีการบริหารจำนวนผู้ใช้บริการที่เหมาะสมตลอดเวลา	4.46	0.58	มากที่สุด	4.40	0.64	มากที่สุด	4.42	0.62	มากที่สุด

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการให้บริการ	สัญชาติ						รวม		
	ไทย			ต่างชาติ					
ห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจ	\bar{X}	S.D.	แปล ความ	\bar{X}	S.D.	แปล ความ	\bar{X}	S.D.	แปล ความ
ความมั่นใจ (Assurance)	4.58	0.39	มากที่สุด	4.52	0.44	มากที่สุด	4.54	0.43	มากที่สุด
1. ความสะอาดของพื้นที่บริการโดยรวมภายในห้องรับรอง	4.59	0.51	มากที่สุด	4.52	0.57	มากที่สุด	4.54	0.55	มากที่สุด
2. ห้องรับรองให้บริการอาหาร และเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ	4.54	0.50	มากที่สุด	4.47	0.56	มากที่สุด	4.50	0.54	มากที่สุด
3. ห้องรับรองใช้ภาชนะอาหาร และเครื่องดื่มที่สะอาด ปลอดภัย	4.61	0.53	มากที่สุด	4.55	0.57	มากที่สุด	4.58	0.56	มากที่สุด
ความเอาใจใส่ (Empathy)	4.44	0.41	มากที่สุด	4.44	0.45	มากที่สุด	4.44	0.43	มากที่สุด
1. ห้องรับรองมีการให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน	4.48	0.51	มากที่สุด	4.42	0.58	มากที่สุด	4.44	0.55	มากที่สุด
2. ห้องรับรองมีจุดบริการให้ความช่วยเหลือท่านอย่างเหมาะสม	4.39	0.55	มากที่สุด	4.45	0.54	มากที่สุด	4.43	0.55	มากที่สุด
3. ห้องรับรองมีการเช็คปริมาณอาหาร เครื่องดื่ม และเติมเต็มตลอดเวลา	4.46	0.59	มากที่สุด	4.45	0.59	มากที่สุด	4.45	0.59	มากที่สุด
ภาพรวม	4.50	0.26	มากที่สุด	4.42	0.34	มากที่สุด	4.45	0.32	มากที่สุด

ตารางที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัย	ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจ				
	ด้านบุคลากร	ด้านสถานที่	ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	ด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวก	ภาพรวม
ข้อมูลส่วนบุคคล					
1. เพศ	✓	-	-	✓	✓
2. อายุ	-	-	-	-	-
3. สัญชาติ	-	-	-	✓	✓
4. ระดับการศึกษา	✓	-	-	✓	✓
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	-	-	-	-	-
6. จุดประสงค์การเดินทาง	-	-	✓	-	✓
7. ความถี่ในการใช้บริการ	✓	-	-	✓	-
คุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษ					
1. สิ่งที่สามารถทำได้	✓	✓	✓	✓	✓
2. ความน่าเชื่อถือ	✓	✓	✓	✓	✓
3. การตอบสนอง	✓	✓	✓	✓	✓
4. ความมั่นใจ	✓	✓	✓	✓	✓
5. ความเอาใจใส่	✓	✓	✓	✓	✓
6. ภาพรวม	✓	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ ✓ หมายถึง แตกต่างกัน/สัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ยอมรับสมมติฐาน)

- หมายถึง ไม่แตกต่างกัน/ไม่สัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ปฏิเสธสมมติฐาน)

สรุปผล

กลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารขาออก ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.8 มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.5 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 50,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.3 โดยส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ของการเดินทางคือท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 62.5 มีความถี่ในการใช้บริการโดยส่วนใหญ่ 1-3 ครั้ง/ปี คิดเป็นร้อยละ 58.8 ให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพการบริการในด้านสถานที่เป็นอันดับแรก กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อปัจจัยกำหนดคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจโดยภาพรวมระดับมากที่สุด (=4.45) โดยมีความคิดเห็นระดับมากที่สุดในด้านความมั่นใจ (=4.54) ความน่าเชื่อถือ และความเอาใจใส่ (เท่ากัน=4.44) สิ่งที่สามารถสัมผัสได้ และการตอบสนอง (เท่ากัน=4.41) โดยในแต่ละประเด็นของแต่ละด้านยังคงมีความคิดเห็นระดับมากที่สุดทั้งสิ้น

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์

กลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารขาออก ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 คน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ โดยภาพรวมระดับมากที่สุด (=4.47) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีความพึงพอใจระดับมากที่สุดในด้านบุคลากร (=4.71) ด้านอาหาร และเครื่องดื่ม (=4.45) ด้านสถานที่ (=4.42) ด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวก (=4.30) โดยมีเพียงประเด็นเดียวที่มีความรู้สึกพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ ห้องรับรองมีบริการห้องน้ำ ห้องอาบน้ำที่เพียงพอต่อการใช้บริการ (=4.13) ส่วนประเด็นอื่นๆ เกือบทั้งหมดล้วนรู้สึกพึงพอใจระดับมากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า

1) เพศ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ในด้านบุคลากร อุปกรณ์อำนวยความสะดวกแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านอื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

2) อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ในด้านบุคลากร สถานที่ อาหารและเครื่องดื่ม อุปกรณ์อำนวยความสะดวก และโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

3) สัญชาติแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ในด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และโดยภาพรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านอื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

4) จุดประสงค์ของการเดินทางแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ในด้านอาหาร และเครื่องดื่ม และโดยภาพรวมแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านอื่นๆ กลับพบว่าไม่มีความแตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

5) ความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ในด้านบุคลากร อุปกรณ์อำนวยความสะดวกแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนด้านอื่นๆ กลับพบว่าไม่มีความแตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ ความเอาใจใส่ และโดยภาพรวมต่างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ ในด้านบุคลากร สถานที่ อาหารและเครื่องดื่ม อุปกรณ์อำนวยความสะดวก และโดยภาพรวม จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาผู้วิจัยได้นำประเด็นที่สำคัญมาใช้ในการอภิปรายผลดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารขาออก ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 21-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 50,000 บาท มีจุดประสงค์ของการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว มีความถี่ในการใช้บริการโดยส่วนใหญ่ 1-3 ครั้ง/ปี ให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพการบริการในด้านสถานที่มากกว่า เนื่องจากผู้โดยสารขาออกส่วนใหญ่ประทับใจขึ้นชอบห้องรับรองมีกลิ่นที่ดี หอม สะอาด ที่รู้สึกผ่อนคลาย ห้องรับรองตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสม ง่าย และห้องรับรองของผู้โดยสารขาออกมีการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยเป็นสัดส่วนเหมาะสมดี ส่งผลให้ผู้โดยสารขาออกให้ความมั่นใจเกี่ยวกับการใช้ภาชนะอาหาร และเครื่องดื่มที่สะอาด ปลอดภัย และให้ความสำคัญกับความสะอาดของพื้นที่บริการโดยรวมภายในห้องรับรอง พร้อมด้วยมี

ห้องรับรองให้บริการอาหาร และเครื่องดื่มที่มีคุณภาพอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิเชษฐ วงษ์พันธุ์ ทา (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยระหว่าง 15,001-30,000 บาท และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บงกชกรณ์ บุญสำราญ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการห้องรับรอง ผู้โดยสารสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ณ สนามบินเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารหรือผู้ที่มาใช้บริการห้องรับรองส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีหรือสูงกว่า อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท/เดือน มีสถานภาพสมรส โสด หากพิจารณาความเป็นรูปลักษณะของการบริการ พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านสถานที่สะอาด เป็นระเบียบ สวยงาม นำให้บริการ โดยรองลงมาคือ มีเอกสาร/สื่อต่างๆ/อินเทอร์เน็ตให้กับผู้โดยสารที่ใช้บริการห้องรับรอง อย่างเพียงพอ ภายในห้องรับรองมีอากาศถ่ายเทดี แสงสว่างเพียงพอ จำนวนที่นั่งเพียงพอกับการให้บริการ และสุดท้ายของว่าง และเครื่องดื่มมีความหลากหลาย สะอาด รสชาติดี แต่อย่างไรก็ตาม ควรมีการแนะนำรายละเอียดเรื่องของว่าง บางครั้งผู้โดยสารไม่รับประทานเนื้อวัว หรือรับประทานหมูไม่ได้ ควรมีมุมเด็กเล็กสำหรับผู้โดยสารเป็นครอบครัว โดยมีคำชมในด้านนี้คือ บริการนำพื่อใจควรรักษาระดับมาตรฐานไว้

ระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์ พบว่า ผู้โดยสารขาออก ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ ภาพรวมระดับมากที่สุด และจากการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า เพศต่างกัน อายุต่างกัน สัญชาติต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน จุดประสงค์ของการเดินทางต่างกัน โดยรวมมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ เนื่องจาก ผู้โดยสารขาออกส่วนใหญ่มีความพึงพอใจด้านบุคลากร มากกว่า เพราะ พนักงานสวมใส่แบบฟอร์มที่มีความเป็นเอกลักษณ์ โดยที่พนักงานให้บริการอย่างยิ้มแย้ม แจ่มใส เป็นมิตร และใส่ใจทุกขั้นตอน มีกริยามารยาทเหมาะสมในการให้บริการ ประกอบด้วยพนักงานมีความรวดเร็ว มีประสิทธิภาพในการให้บริการ รองลงมา มีความพึงพอใจด้านอาหารและเครื่องดื่มเนื่องจากผู้โดยสารขาออกส่วนใหญ่มีความพึงพอใจรูปแบบการจัดวางอาหาร และเครื่องดื่ม ที่มีความหลากหลายของอาหารที่ให้บริการ อาหาร และเครื่องดื่มมีปริมาณเพียงพอที่มีความเป็นเอกลักษณ์เหมาะสมดี ด้านสถานที่มีความพึงพอใจเพราะประทับใจขึ้นขอบห้องรับรอง มีกลิ่นที่ดี หอม สะอาด ที่รู้สึกผ่อนคลาย ห้องรับรองตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสม หาง่าย และห้องรับรองของผู้โดยสารขาออกมีการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยเป็นสัดส่วนเหมาะสมดี และด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวกพึงพอใจเพราะภายในห้องรับรองมีหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสารที่หลากหลายไว้คอยให้บริการแก่ผู้โดยสารขาออก ตลอดจนมีบริการ Wi-Fi ความเร็วสูง มีห้องน้ำ และห้องอาบน้ำที่เพียงพอต่อการให้บริการแก่ผู้โดยสารขาออก ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ สอดคล้องกับงานวิจัยของ คมนานุช วิจิตรนาค (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารภายในประเทศที่ใช้บริการของท่าอากาศยานดอนเมือง ผลการวิจัยพบว่า การให้บริการของพนักงานมีอัธยาศัยและความสุภาพอ่อนน้อมไมตรี พนักงานมีความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการ มีทักษะ ความรู้สามารถตอบสิ่งที่ซักถามได้เป็นอย่างดี มีความเข้าใจความต้องการของผู้โดยสาร สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเมื่อเกิดปัญหา ในขณะที่ ในบริเวณตัวอาคารและบริเวณภายนอกอาคาร ห้องสุขาของผู้โดยสารมีความสะอาดเหมาะสม สำหรับด้านร้านอาหาร และเครื่องดื่มควรมีความสะอาด มีร้านอาหาร และเครื่องดื่มให้เลือกหลากหลายรายการ โดย

กำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บงกชกรณ์ บุญสำราญ (2555) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง คุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการห้องรับรองผู้โดยสารสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ณ สนามบิน เชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า การตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารที่ใช้บริการห้องรับรองสามารถใช้บริการได้ง่าย สะดวกในการใช้บริการ ที่สำคัญพนักงานมีความสามารถให้ข้อมูลและให้คำแนะนำ ในการใช้บริการได้ถูกต้อง และครบถ้วน พนักงานมีความเต็มใจให้บริการ พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการ พนักงานมีความสุข และมีมารยาท มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาที่มีความจริงจัง มีทักษะในการให้บริการ พนักงานมีชื่อเสียง ใจจริง เอาใจใส่ต่อผู้โดยสารที่ใช้บริการห้องรับรองอย่างจริงจัง มีความเอื้ออาทร มีความเป็นกันเองสม่ำเสมอทุกครั้งต่อ ผู้โดยสารที่ใช้บริการห้องรับรอง ที่สำคัญพนักงานมีแนะนำบริการต่างๆ ในห้องรับรองได้ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารที่ใช้บริการห้องรับรองตามที่ผู้โดยสารคาดหวังเอาไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพร เรืองพนิชกุล (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของผู้โดยสารชาวไทยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า พนักงานควรมีทักษะ และความชำนาญในการให้บริการ ที่สำคัญพนักงานควรมี ลักษณะท่าทางที่สุภาพตลอดระยะเวลาในระหว่างการให้บริการ มีความประทับใจในการให้บริการ มีความสามารถ แก้ไขปัญหาให้ลุล่วงไปได้ แต่สิ่งที่สัมผัสได้ คือ พนักงานในแผนกมีบุคลิกดี แต่งกายเหมาะสมดีมาก สถานที่มี อุปกรณ์มีสภาพสมบูรณ์เหมาะสมพร้อมใช้ต่อการให้บริการ พนักงานทุกคนมีความเต็มใจที่จะให้บริการ ได้รับความ สะดวก รวดเร็วจากการแก้ปัญหาในทันทีที่มีปัญหาเกิดขึ้น เนื่องจากพนักงานมีการเรียนรู้ความผิดพลาดจากลูกค้า จึงสามารถตอบคำถามที่ต้องการได้ให้ข้อมูลไปในทิศทางเดียวกันส่งผลให้มีความน่าเชื่อถืออย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภรณ์พัชตรา ศักดา (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อ การบริการภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ผลการวิจัย พบว่า ด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวกผู้โดยสารให้ความพึงพอใจต่อจำนวนของ แก้ว จาน ชาม ช้อน ส้อม และจัด วางเป็นระเบียบมีความเหมาะสมต่อจำนวนผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการ มีความพึงพอใจต่อโทรทัศน์ เครื่อง คอมพิวเตอร์ ระบบติดต่อสื่อสาร และอินเทอร์เน็ต ที่มีประสิทธิภาพต่อความต้องการของผู้โดยสารภายในห้อง รับรองชั้นธุรกิจของสายการบินไทย มีความพึงพอใจต่อจำนวนสิ่งพิมพ์ หนังสือ นิตยสาร โตะ แก้ว ไขฟา มี ความพึงพอใจต่อสุขภัณฑ์ต่างๆ ภายในห้องน้ำที่มีความสะอาดและทันสมัย แต่อย่างไรก็ตาม ด้านอาหารและ เครื่องดื่มเป็นปัจจัยสำคัญเนื่องจากผู้โดยสารเห็นว่าจำนวนอาหารและเครื่องดื่มควรมีความเหมาะสมต่อจำนวน ผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการ ควรมีคุณภาพ รสชาติ ชนิด/ประเภทของอาหารเครื่องดื่มที่เหมาะสมที่หลากหลายให้ เลือกรับประทาน หากพิจารณาด้านสถานที่ พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญจำนวนห้องน้ำมีความเหมาะสมต่อ จำนวนผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการ ควรจัดแบ่งพื้นที่ภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจให้มีความเหมาะสม แสงสว่าง เพียงพอ ระบบถ่ายเทอากาศดี มีระบบจัดป้ายบอกทางที่เหมาะสมสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ในด้านบุคลากร พนักงาน พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกิจกรรมการทำทางของพนักงานที่เหมาะสม พนักงานมีเครื่องแต่งกายที่ เหมาะสมต่อการปฏิบัติงาน มีการประสานงานกันเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารอย่างรวดเร็ว

ปัจจัยกำหนดคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ พบว่า คุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่งและชั้นธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ ในภาพรวมระดับมากที่สุด จากการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจต่อ คุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้นธุรกิจสายการบินโอมานแอร์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ ความเอาใจ ใส่ และโดยภาพรวม ต่างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการห้องรับรองพิเศษชั้นหนึ่ง และชั้น

ธุรกิจของสายการบินโอมานแอร์ในด้านบุคลากร สถานที่ อาหาร และเครื่องดื่ม อุปกรณ์อำนวยความสะดวก และโดยภาพรวม จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เป็นเช่นนี้เนื่องจากผู้โดยสารชาวออกส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านสิ่งที่สัมผัสได้เกี่ยวกับห้องรับรองมีการออกแบบเหมาะสม สวยงาม รสชาติอาหารไทย และรสชาติอาหารอาหรับที่ให้บริการมีรสชาติที่ดี มากกว่า รองลงมา ด้านความน่าเชื่อถือให้ความสำคัญเกี่ยวกับห้องรับรองมีสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัยตามที่ได้มีการประชาสัมพันธ์ไว้ โดยที่ก่อนใช้บริการห้องรับรองมีการลงทะเบียนเข้าใช้บริการอย่างเป็นระบบมีระบบรักษาความปลอดภัย (กล้องวงจรปิด) ในขณะที่ ด้านการตอบสนองให้ความสำคัญเกี่ยวกับห้องรับรองมีความสะดวกต่อการเข้าใช้บริการ ห้องรับรองมีขนาดเพียงพอ มีระบบการบริหารจำนวนผู้ให้บริการที่เหมาะสมตลอดเวลา ด้านความมั่นใจให้ความสำคัญเกี่ยวกับห้องรับรองใช้ภาชนะอาหาร และเครื่องดื่มที่สะอาดปลอดภัย ความสะอาดของพื้นที่ให้บริการ มีอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพไว้รับรองแก่ผู้โดยสารชาวออกได้อย่างเหมาะสม และสำหรับด้านความเอาใจใส่ ผู้โดยสารชาวออกให้ความสำคัญเกี่ยวกับห้องรับรองมีการเช็กปริมาณอาหาร เครื่องดื่ม และเติมเต็มตลอดเวลา มีจุดบริการให้ความช่วยเหลืออย่างเท่าเทียมเสมอภาคกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภรณ์พัทธรา ศักดา (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการบริการภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ผลการวิจัยพบว่า มีความพึงพอใจต่อด้านอาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากผู้โดยสารเห็นว่าจำนวนอาหารและเครื่องดื่มควรมีความเหมาะสมต่อจำนวนผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการ ควรมีความคุณภาพ รสชาติ ชนิด/ประเภทของอาหารเครื่องดื่มที่เหมาะสมที่หลากหลายให้เลือกรับประทาน ด้านอุปกรณ์อำนวยความสะดวกผู้โดยสารให้ความพึงพอใจต่อจำนวนของ แก้ว จาน ชาม ช้อน ส้อม และจัดวางเป็นระเบียบมีความเหมาะสมต่อจำนวนผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการ มีความพึงพอใจต่อโทรทัศน์ เครื่องคอมพิวเตอร์ ระบบติดต่อสื่อสาร และอินเทอร์เน็ต ที่มีประสิทธิภาพต่อความต้องการของผู้โดยสารภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจของสายการบินไทย มีความพึงพอใจต่อจำนวนสิ่งพิมพ์ หนังสือ นิตยสาร โตะ แก้ว ไซฟา มีความพึงพอใจต่อสุขภัณฑ์ต่างๆ ภายในห้องน้ำที่มีความสะอาดและทันสมัย เมื่อหากพิจารณาด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญจำนวนห้องน้ำมีความเหมาะสมต่อจำนวนผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการ ควรจัดแบ่งพื้นที่ภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจให้มีความเหมาะสม แสงสว่างเพียงพอ ระบบถ่ายเทอากาศดี มีระบบจัดป้ายบอกทางที่เหมาะสมสามารถมองเห็นได้ชัดเจน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ บงกชกรณ์ บุญสำราญ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการห้องรับรองผู้โดยสารสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ณ สนามบินเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญสถานที่สะอาด เป็นระเบียบ สวยงาม น่าใช้บริการ มากกว่า รองลงมา มีเอกสาร/สื่อต่างๆ/อินเทอร์เน็ตให้กับผู้โดยสารที่ใช้บริการห้องรับรอง อย่างเพียงพอภายในห้องรับรองมีอากาศถ่ายเทดี แสงสว่างเพียงพอ จำนวนที่นั่งเพียงพอกับการให้บริการ และควรมีของว่างและเครื่องดื่มมีความหลากหลาย สะอาด รสชาติดี และควรมีการแนะนำรายละเอียดเรื่องของว่าง บางครั้งผู้โดยสารไม่รับประทานเนื้อวัว หรือรับประทานหมูไม่ได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ คณานุช วิชิตนาค (2550) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารภายในประเทศที่ใช้บริการของท่าอากาศยานดอนเมือง ผลการวิจัยพบว่า ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่ให้ความสำคัญความสะอาดของร้านอาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากความต้องการของร้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีเพียงพอความหลากหลายหลายหลายของรายการอาหาร ที่สำคัญคุณภาพของอาหารต้องเหมาะสมกับราคา

เอกสารอ้างอิง

- Kotler, Philip. (1997). **Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control**. P.172. 9th ed. New Jersey : A Simon & Schuster Company.
- Cronbach, L. J. (2003). *Essential of Psychology Testing*. New York: Hanpercollishes, pp. 204.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (2013). A Conceptual Model of ServiceQuality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41 -50.
- World Surprise Travel. (2554). Oman Air เปิดบริการห้องรับรองพิเศษ (Lounge) ที่สุวรรณภูมิแล้ว. เข้าถึงได้จาก: <http://worldsurprisetravel.blogspot.com/2011/12/oman-air-lounge.html>. (วันที่ค้นข้อมูล: 16 มกราคม2562).
- คณานุช วิชิตนาถ. (2550). ความพึงพอใจของผู้โดยสารภายในประเทศที่ใช้บริการของท่าอากาศยานดอนเมือง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- ณัฏดา ทิพย์จันทา. (2558). คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารภายในประเทศ: กรณีศึกษา ผู้โดยสารชาวออกชาวไทย ท่าอากาศยานดอนเมือง. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- ธนพร เรื่องพณิชยกุล. (2555). ความคิดเห็นของผู้โดยสารชาวไทยเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช/นนทบุรี.
- ธีรภูมิ เอกะกุล . (2543). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุดรราชธานี: สถาบันราชภัฏอุดรราชธานี.
- บงกชกรณ บัญสาราญ. (2555). คุณภาพบริการตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการห้องรับรองผู้โดยสารสายการบิน บางกอกแอร์เวย์ ณ สนามบินเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภรณ์พัชตรา ศักดา. (2553). ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการบริการภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ, หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย.
- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2560). รายงานสภาวะอุตสาหกรรมการบินของไทย ปี 2560. เข้าถึงได้จาก: <https://www.caat.or.th/wp-content/uploads/2018/08/AE-รายงานสภาวะอุตสาหกรรมการบิน-ประจำปี-2560.pdf>. (วันที่ค้นข้อมูล: 16 มกราคม 2562).