บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทำการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดการบริการ
    1.1 ความหมายของการบริการ
    1.2 ความสำคัญของการบริการ
    1.3 ลักษณะของการบริการ
    1.4 ประเภทของการบริการและวงจรของการบริการ
    1.5 ความพึงพอใจในการบริการ
    1.6 หลักการบริการที่เกิดความพึงพอใจ
    1.7 มาตรฐานการให้บริการของท่าอากาศยาน
2. การบริการของท่าอากาศยานแม่สอด
    2.1 ท่าอากาศยาน
    2.2 การบริการของท่าอากาศยาน
    2.3 ประวัติของท่าอากาศยานแม่สอด
    2.4 โครงสร้างของท่าอากาศยานแม่สอด
    2.5 ภารกิจของท่าอากาศยานแม่สอด
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการบริการ

ความหมายของการบริการ

สำหรับความหมายของการให้บริการไม่มีผู้ให้นิยามไว้ มีแต่ผู้นิยามความหมายของการบริการไว้หลายท่าน ดังนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (2531 : 158) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ เช่น ให้บริการ ใช้บริการ เป็นต้น

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 42) กล่าวไว้ว่า การบริการนั้นเป็นกระบวนการของการปฏิบัติเพื่อผู้อื่น ดังนั้นผู้ที่จะให้การบริการจึงควรมีคุณสมบัติที่จะสามารถอำนวยความสะดวกและทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบ และมีความสุข

สุมนา อยู่โพธิ์ (2536 : 3) ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้ บริการ หมายถึง กิจกรรมประโยชน์หรือความพึงพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้าตัวอย่าง เช่น โรงงานอุตสาหกรรมได้ผลผลิตอุปกรณ์ขึ้นมาชิ้นหนึ่งแล้วขายผ่านผู้ค้าปลีกในแง่ของการบริการที่จะต้องเกี่ยวกับวิธีการขายอุปกรณ์ชิ้นนั้น ได้แก่ การติดตั้ง การซ่อม การให้เช่า การฝึกอบรมคนให้รู้จักวิธีการใช้ การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการขายต่อ เป็นต้น

ศุภนิตย์ โชครัตนชัย (2536 : 13) กล่าวว่า การบริการ “เป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรี ให้ความสะดวกรวดเร็วให้ความเป็นธรรม และความเสมอภาค” ซึ่งการให้บริการจะมีทั้งผู้ให้ และผู้รับ ถ้าเป็นการบริการที่ดีเมื่อผู้ให้บริการไปแล้ว ผู้รับจะเกิดความประทับใจ เกิดความชื่นใจหรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการดังกล่าว

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2537 : 142) กล่าวว่า การบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า เช่น โรงเรียน โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ฯลฯ

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539 : 7) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง สิ่งที่จับต้อง สัมผัสได้ยาก และเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญหายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นจากบริกรและจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆโดยทันทีหรือในเวลาเดียวเกือบจะทันทีทันใดที่มีการให้บริการนั้น

กฤษฎ์ อุทัยรัตน์ (2542 : 28) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง ผลิตผลของกิจกรรมต่างๆที่เชื่อมโยงกันและกันระหว่างผู้ส่งมองกับลูกค้า และโดยกิจกรรมภายในของผู้ส่งมอบเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

จิตตินันท์ เดชะคุปต์, ชินรัตน์ สมสืบ และพูนศิริ วัจนะภูมิ (2542 : 6-7) ได้กล่าวถึงนักวิชาการด้านการตลาดหลายท่านได้แสดงความหมายของการบริการในแง่มุมที่เน้นลักษณะของ “การบริการเชิงพาณิชย์” หรือบริการที่มุ่งหวังผลกำไรในธุรกิจบริการ ดังนี้

เลทิเนน (Lehtinen 1983 : 21) ได้กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรมหนึ่ง หรือชุดของกิจกรรมหลายอย่างที่เกิดขึ้นจากกการปฏิสัมพันธ์กับบุคคล หรืออุปกรณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

คอทเลอร์ (Kotler 1988 : 477) ได้กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรือปฏิบัติการใดๆที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด ทั้งนี้ การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้

กรอนรูส์ (Gronroos 1990 : 27) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มากก็น้อย จับต้องไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีเกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการ และ/หรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้า และ/หรือลูกค้ากับระบบการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 43 – 44) ได้กล่าวว่า การบริการเป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปลี่ยนไปด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือ เกื้อกูล เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่เอื้ออาทร มีน้ำใจไมตรี ให้ความสะดวก รวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค ซึ่งการให้บริการจะมีทั้งผู้ให้และผู้รับ ถ้าเป็นการบริการที่ดี เมื่อผู้ให้บริการไปแล้ว ผู้รับบริการจะเกิดความประทับใจ เกิดความชื่นใจหรือเกิดทัศนคติที่ดีต่อการบริการ ดังกล่าว

จากความหมายที่กล่าวนี้ การบริการไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการกับผู้ให้บริการหรือในทางกลับกันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุผลสำเร็จ

ส่วน ดนัย เทียนพุฒ (2543 : 10 – 11) ได้กล่าวถึง การบริการ ว่า การบริการ หมายถึงความสามารถในการเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและตอบสนองลูกค้าด้วยบริการที่เป็นเลิศ นั้นก็หมายถึงท่านสามารถนำเสนอสิ่งที่เหนือกล่าวความคาดหวังของลูกค้ารวมถึงความสามารถในการแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้ภายในเวลาที่รวดเร็วที่สุด

จากความหมายข้างต้นที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล หรือองค์การที่สนองตอบความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับสิ่งที่มุ่งหวังไว้ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำอย่างสูงสุด

ความสำคัญของการบริการ

ความสำคัญของการบริการสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเด็น ดังนี้ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, ชินรัตน์ สมสืบ และพูลศิริ วัจนะภูมิ 2542 : 9)

1. ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ผู้บริโภคสมัยใหม่มีความต้องการใช้บริการต่างๆ หลากหลายมากขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต้องรีบเร่งและแข่งขันตลอดเวลา ทั้งในด้านการดำรงชีวิตและการงานอาชีพ ทำให้จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่นช่วยเหลือจัดการเรื่องต่างๆให้สำเร็จลุล่วงไป ช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล การบริการที่เห็นขณะนี้มีอยู่มากในรูปแบบของการจัดการบริการเชิงพาณิชย์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ธุรกิจบริการในปัจจุบันจึงมีหลากหลายประเภท ซึ่งสามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือประชาชน ทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญาและจิตใจของผู้บริโภค จึงจำเป็นต้องศึกษามาตรฐานของการบริการแต่ละประเภทและเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ตรงความต้องการให้มากที่สุด เพื่อให้ได้รับบริการที่ตนเองพอใจตามอัตภาพของแต่ละบุคคล

2. ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 ความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริหาร จำเป็นที่จะต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการขายสินค้าแต่เพียงอย่างเดียวมาให้ความสนใจเป็นพิเศษกับการบริการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือการขายบริการโดยตรงมากยิ่งขึ้นเพื่อให้การดำเนินการบริการประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งอื่นๆได้โดยเฉพาะผลกำไรและภาพพจน์ของการบริการ กล่าวคือ

2.1.1 ช่วยเพิ่มผลกำไรระยะยาวให้กับธุรกิจ การบริการที่ดีจะต้องเป็นตัวสร้างผลกำไรระยะยาวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่ให้ความสำคัญต่อการบริการมากขึ้นในการตัดสินใจซื้อสินค้า คุณภาพของการบริการจึงบอกถึงความแตกต่างของสินค้าจากคู่แข่งได้ ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสในการขายเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งก็คือ ผลกำไรที่ตามมานั่นเอง

2.1.2 ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจ การดำเนินธุรกิจในทุกประเภทการบริการจะเข้ามาเกี่ยวข้องทุกขั้นตอนของการติดต่อระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ไม่ว่าบริการนั้นจะเกี่ยวข้องกับสินค้าหรือไม่ก็ตาม เริ่มตั้งแต่การให้ข้อมูลข่าวสารหรือคำแนะนำต่างๆแก่ผู้ซื้อประกอบการตัดสินใจซื้อ การแสดงออกถึงความเอาใจใส่และเห็นความสำคัญของผู้ซื้อตลอดระยะเวลาการให้บริการและการเสนอบริการที่ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ซื้อหรือลูกค้า สิ่งเหล่านี้ย่อมสร้างความพึงพอใจและความประทับใจแก่ลูกค้าซึ่งจะมีส่วนทำให้ลูกค้าติดใจและเกิดการพูดกันต่อๆไปในกลุ่มลูกค้า (Words of Mouth) เป็นการประชาสัมพันธ์ภาพพจน์ของธุรกิจดังกล่าวให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น

2.1.3 ช่วยลดการเปลี่ยนใจของลูกค้าไปจากธุรกิจ ธุรกิจใดคำนึงถึงความสำคัญของการบริการและส่งเสริมการบริการที่ดีมีคุณภาพย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เมื่อลูกค้าแน่ใจว่าสินค้าหรือบริการที่เขาจะตัดสินใจซื้อมีการบริการที่ดีกว่าสินค้าหรือบริการอื่นๆ การตกลงซื้อขายจะกระทำได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะลูกค้าเก่าจะมีการซื้อซ้ำหรือซื้อเพิ่มขึ้นโดยไม่ลังเลรวมทั้งแนะนำลูกค้ารายใหม่ให้อีกด้วย

2.1.4 ช่วยรักษาพนักงานให้ปฏิบัติงานกับธุรกิจ การหมุนเวียนเข้าออกของพนักงาน พบว่า มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการบริการเป็นอย่าง กล่าวคือ การให้บริการที่ดีย่อมสร้างความพึงพอใจลูกค้าและรักษาลูกค้าให้ผูกพันกับธุรกิจนั้น ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรสูงและสามารถจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานในอัตราสูงได้ พนักงานก็จะเกิดความพอใจไม่คิดที่จะเปลี่ยนใจไปทำงานที่อื่น แต่ในทางกลับกันธุรกิจเสนอบริการที่ไม่ดีทำให้ลูกค้าไม่พอใจและเปลี่ยนไปบริการอื่นที่ดีกว่า ธุรกิจย่อมประสบความล้มเหลวและส่งผลให้พนักงานไม่พอใจจนกระทั่งลาออกไป จะเห็นได้ว่า การบริการมีส่วนสำคัญต่อการรักษาพนักงานให้ทำงานกับกิจการนั้นๆหรือในทำนองเดียวกับพนักงานก็มีบทบาทสำคัญในการเสนอบริการที่มีคุณภาพ การประกอบธุรกิจดังกล่าวจึงประสบความสำเร็จ

2.2 ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ การขยายตัวของอุตสาหกรรมการบริการในช่วงที่ผ่านมาได้ก่อให้เกิดงานบริการมากขึ้นในหลายสาขาอาชีพจนเติบโตเป็นธุรกิจบริการต่างๆมากมาย โดยมีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการการบริการของประชาชนผู้บริโภค ซึ่งมีแนวโน้มหลากหลายมากขึ้น การประกอบอาชีพบริการจึงเป็นอาชีพสำคัญในตลาดแรงงานและทำรายได้ดี กล่าวคือ

2.2.1 ช่วยให้มีอาชีพและรายได้ ธุรกิจบริการตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานบริการในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ทำให้มีการฝึกอบรมพนักงานแต่ละคนให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจมีผลกำไรและสามารถจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมแก่พนักงานได้ งานบริการเป็นอาชีพที่สุจริตที่ทำรายได้ที่ดีพอสมควรทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของงานบริการและความสามารถของแต่ละบุคคลที่จะฝึกฝนและพัฒนาตนเอง

2.2.2 ช่วยสร้างโอกาสในการเสนอขาย โดยทั่วไปลูกค้ามักมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ค่อนข้างจำกัดในแง่ของเทคโนโลยีการผลิต หรือประสิทธิภาพการใช้งานของสินค้าต่างๆ แต่ลูกค้าจะทราบเงื่อนไขการบริการต่างๆที่ผู้ขายเสนอให้และสามารถนำมาเปรียบเทียบประกอบกับการตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการได้ทันที โอกาสที่ผู้ขายหรือพนักงานบริการจะขายสินค้าหรือบริการทำได้ง่ายและสะดวกขึ้นโดยไม่ต้องเสียเวลาในการโน้มน้าวจิตใจลูกค้า

การบริการนับว่าเป็นกิจกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคมปัจจุบันเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคและการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งหลาย ผู้บริโภคทุกวันนี้จำเป็นต้องพึ่งพาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆมากมายในการจัดการวิถีชีวิตประจำวันให้เป็นไปอย่างปกติสุข การแข่งขันทางเศรษฐกิจให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงตามกระแสโลกในตลาดการค้าเสรีทำให้ผู้ประกอบการต้องหันมาให้ความสำคัญกับการบริการอย่างจริงจังจึงจะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จในที่สุด

จากความหมายข้างต้นที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดสรุปได้ว่า ความสำคัญของการบริการนับว่าเป็นหัวใจขององค์กรภาครัฐและภาคธุรกิจ ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการจำเป็นที่จะต้องศึกษาและให้ความสำคัญกับการดำเนินงานบริการอย่างจริงจัง ทั้งนี้การบริการมีความสำคัญต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการบริการทั้งในฐานะของผู้รับบริการ กล่าวคือ การบริการช่วยตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ได้รับคุณภาพชีวิตที่ดีในการดำเนินชีวิตอย่างปกติสุข นอกจากนี้การบริการช่วยตอบสนองความต้องการของผู้ให้บริการในการสร้างผลกำไรและภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจแก่ผู้ประกอบการรวมทั้งทำให้ผู้ปฏิบัติงานบริการมีอาชีพที่มีรายได้และสามารถสร้างโอกาสในการเผชิญหน้าติดต่อกับลูกค้า

ลักษณะของการบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2534 : 143) ได้กล่าวไว้ว่า ลักษณะที่สำคัญของการบริการมีดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ ลูกค้าไม่อาจชิม เห็น รู้สึกได้ยิน ไม่ต้องคำนึงถึงการแจกจ่ายตัวสินค้า

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคขณะเดียวกันแยกไม่ได้

3. ไม่แน่นอน ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่า ผู้ให้บริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไร ที่ไหน อย่างไร

พิมพ์ชนก ศันสนีย์ (2540 : 5 - 6) ได้กล่าวว่า ลักษณะของการบริการมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป ดังนี้

1. สาระสำคัญของความไว้วางใจ (Trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการขณะที่กระบวนการเกิดขึ้น ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการจึงไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างไรจนกว่ากิจกรรมการบริการจะเกิดขึ้น การตัดสินใจซื้อบริการจึงจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปที่ผู้บริโภคสามารถหยิบจับตรวจดูสินค้าก่อนที่จะตัดสินใจซื้อได้ การบริการทำให้เพียงการให้คำอธิบายสิ่งที่

ลูกค้าจะได้รับประกันคุณภาพหรือการอ้างอิงประสบการณ์ที่ผู้อื่นได้เคยใช้บริการมาแล้ว

2. สิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการมีลักษณะเป็นสิ่งที่จำต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสก่อนที่จะมีการซื้อเกิดขึ้นได้ กล่าวคือผู้ซื้อหรือลูกค้าไม่อาจรับรู้การบริการได้ล่วงหน้าหรือก่อนที่จะตกลงใจซื้อเหมือนกันกับซื้อสินค้าทั่วไป นอกจากเน้นการซื้อบริการก็เป็นการซื้อที่จับต้องไม่ได้ เพียงแต่อาศัยความคิดเห็น เจตคติและประสบการณ์เดิมที่ได้รับประกอบการตัดสินใจซื้อบริการต่างๆ โดยผู้อื่นอาจกำหนดเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพหรือประโยชน์ของการบริการที่ตนควรได้รับแล้วจึงตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการ

3. ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) การบริการมีลักษณะที่ไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคล หรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการหรือผู้ขายบริการนั้นๆ ได้ การผลิตและการบริโภค การบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับการขายบริการ ซึ่งจะแตกต่างกับตัวสินค้าที่มีการผลิต การขายสินค้าแล้วจึงเกิดการบริโภคภายหลัง นอกจากนี้การดำเนินการบริการไม่สามารถแบ่งแยกส่วนประกอบในตัวของมันเองออกจากกันเหมือนเช่นการผลิตสินค้าทั่วไปได้ ผู้ให้บริการจะเป็นผู้ขายบริการโดยตรงให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งอาจเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มให้บริการจนกระทั่งบริการนั้นสิ้นสุดลง ทั้งนี้ผู้บริโภคจะมีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการ (การผลิต) ขณะนั้นด้วยโดยทำหน้าที่เป็นผู้รับบริการจากผู้ให้บริการในเวลาเดียวกัน

4. ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity) การบริการมีลักษณะที่ไม่คงที่และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ เนื่องจากบริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละคน ซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ถึงแม้จะเป็นการบริการอย่างเดียวกันจากผู้ให้บริการคนเดียวกันแต่ต่างวาระกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้บริการ ช่วงเวลาของการบริการและสภาพแวดล้อมและบริการที่แตกต่างกัน เนื่องจากการบริการที่มีความหลากหลายผันแปรไปตามปัจจัยหลายอย่างจึงเป็นการยากที่จะกำหนดเป็นมาตรฐานในการบริการอย่างเดียวกัน แม้จะมีการกำหนดเป็นระบบการทำงาน เช่น การบริการบนเครื่องบิน การบริการในธนาคาร การบริการเกี่ยวกับการประกันชีวิต เป็นต้น การให้บริการก็อาจแตกต่างกันได้ ดังนั้น การให้ความสำคัญต่อการคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะกับลักษณะงานและจัดให้มีการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอเป็นเรื่องจำเป็น รวมทั้งการกำหนดมาตรการให้บริการมากเป็นพิเศษ เช่น รับประกันมาตรฐานการบริการ รับฟังคำติชม ข้อคิดเห็น เสนอบริการด้วยเทคโนโลยีทันสมัยเพื่อให้มั่นใจในคุณภาพและความสม่ำเสมอของการบริการ

5. ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษา หรือเก็บสำรองไว้ได้เหมือนกับสินค้าทั่วๆไป เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะ

เกิดเป็นความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูงขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา

6. ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-Ownership) การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของ เมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วๆไป มองเห็นได้ชัด เพราะเมื่อผู้จ่ายเงินซื้อสินค้าใดก็จะเป็นเจ้าของสินค้านั้นอย่างถาวรทันที ในขณะที่ผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อบริการใดก็จะเป็นค่าบริการนั้นที่ผู้ซื้อจะได้รับตามเงื่อนไขของการบริการแต่ละประเภท เพราะการบริการไม่ใช่สิ่งของ แต่เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการของการกระทำนั้น

จากลักษณะของการบริการที่กล่าวมาแล้วในเบื้องต้นพอสรุปได้ว่า ลักษณะของการบริการเป็นสาระสำคัญของการไว้วางใจ ซึ่งการบริการทำให้เพียงอธิบายสิ่งที่ลูกค้าได้รับ การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ไม่อาจสัมผัสได้ก่อนที่จะมีการซื้อเกิดขึ้นได้ การบริการมีลักษณะที่ไม่คงที่และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอน เนื่องจากการบริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับการให้บริการแต่ละคน ถึงแม้จะเป็นการบริการชนิดเดียวกันอย่างเดียวกันจากผู้ให้บริการคนเดียวกันแต่ต่างวาระกัน คุณภาพของการให้บริการก็อาจแตกต่างกันได้ รวมทั้งการบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ คือ เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดความเป็นสูญเปล่า ซึ่งไม่อาจเรียกมาคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้และลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ โดยผู้ซื้อบริการจ่ายเงินเป็นค่าบริการดังกล่าวแล้วก็จะได้รับการบริการตามเงื่อนไขของการบริการในแต่ละประเภทนั้นๆ ซึ่งมิได้เป็นสิ่งของผู้ซื้อบริการจะสามารถเป็นเจ้าของได้

ประเภทของการบริการและวงจรของการบริการ

ประเภทของการบริการ

การบริการอันเนื่องมาจากความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและความต้องการ สภาพความเป็นอยู่ในมาตรฐานที่สูงขึ้นในสังคมปัจจุบัน ทำให้การบริการเกิดขึ้นมากมายหลายรูปแบบ ซึ่งสามารถจัดเป็นประเภทของการบริการ 3 ลักษณะ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, ชินรัตน์ สมสืบ และพูลศิริ วัจนะภูมิ 2542 : 26 - 28) ได้แก่

1. การบริการจำแนกตามลักษณะของผู้ขายบริการเป็นหลัก

ผู้ขายบริการ / ประเภทบริการ	เอกชน	รัฐ
มุ่งกำไร	โรงแรม ธนาคาร	การขนส่ง การไฟฟ้า
ไม่มุ่งกำไร	มูลนิธิ ชมรม	บ้านสงเคราะห์เด็ก บ้านพักคนชรา

การบริการในลักษณะที่ 1 จากตารางเป็นการจำแนกประเภทของการบริการ ลักษณะของผู้ขายบริการเป็นหลัก โดยแยกเป็นรัฐกับเอกชนเป็นเจ้าของกิจการ ซึ่งทั้งสององค์กรจะมุ่งผลตอบแทนเป็นสองลักษณะ คือ ผลตอบแทนที่มุ่งเน้นผลกำไรกับกิจการที่ไม่มุ่งผลกำไร เช่น รัฐบาลจะดำเนินกิจการประเภทการขนส่ง การไฟฟ้าและการประปาเพื่อมุ่งเน้นผลกำไรในการดำเนินการเพื่อนำผลกำไรที่ได้รับไปลงทุนและขยายกิจการเพิ่มขึ้นเพื่อให้ประชาชนได้รับการบริการอย่างทั่วถึง ส่วนกิจการที่ไม่มุ่งเน้นผลกำไรก็จะเป็นประเภทบ้านสงเคราะห์เด็ก บ้านพักคนชรา สถานบริการสาธารณสุข เป็นต้น

2. การบริการจำแนกตามลักษณะของผู้ซื้อบริการเป็นหลัก

ประเภทของการบริการ	ตัวอย่างของการบริการ
1. การบริการเพื่อปัจเจกบุคล 2. การบริการเพื่อองค์การ	การบริการเกี่ยวกับครัวเรือน การบริการสุขภาพ การบริการเกี่ยวกับการผลิต การบริการบำรุงรักษา

การบริการในลักษณะที่ 2 เป็นการจำแนกประเภทการบริการตามผู้ซื้อบริการเป็นหลัก โดยแบ่งเป็นการบริการเพื่อปัจเจกบุคคลก็จะเป็นการบริการที่เกี่ยวกับครัวเรือน การบริการสุขภาพ ส่วนผู้ซื้อบริการเป็นองค์กรก็จะซื้อบริการเกี่ยวกับการผลิต การบริการบำรุงรักษา เป็นต้น

3. การบริการจำแนกตามลักษณะของการให้บริการเป็นหลัก

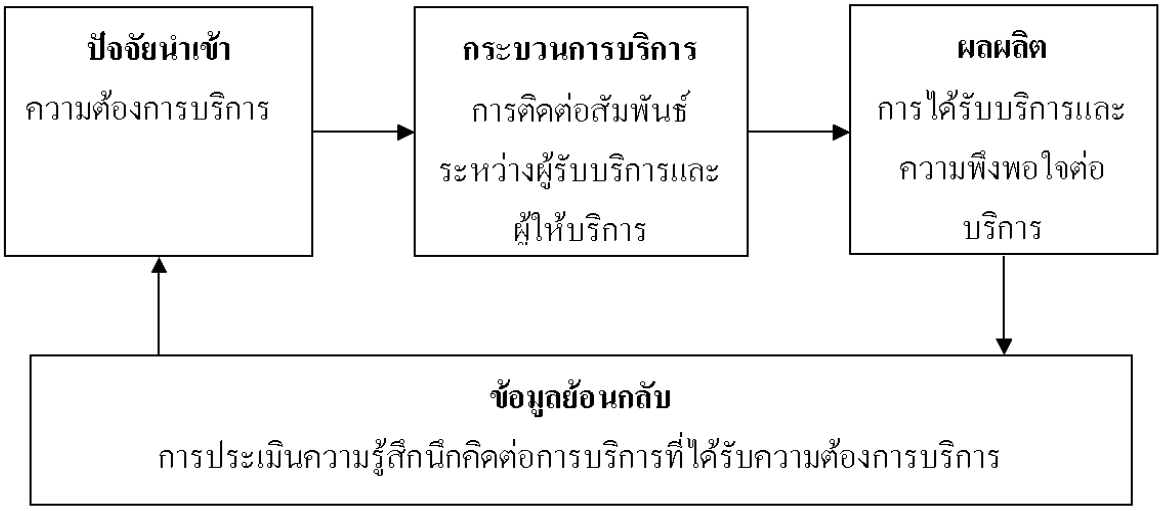
ประเภทของการบริการ	ตัวอย่างของการบริการ
1. การบริการที่มีเป้าหมายเดียว 2. การบริการที่มีหลายเป้าหมาย	ร้านทำผม ร้านอาหาร โรงภาพยนต์ ห้างสรรพสินค้า สวนสนุก โรงแรม

การบริการในลักษณะที่ 3 เป็นการจำแนกประเภทการบริการตามลักษณะของการบริการเป็นหลัก เช่น ถ้าการบริการเป็นเป้าหมายเดียวก็จะทำให้กิจการนั้นชนิดเดียว เช่น ร้านทำผม ร้านอาหาร เป็นต้น ส่วนการบริการที่มีหลายเป้าหมาย เช่น ห้างสรรพสินค้า สวนสนุก และโรงแรม เป็นต้น

สรุปได้ว่า การจำแนกประเภทของการบริการขึ้นอยู่กับผู้ขายบริการ ผู้ซื้อบริการและการบริการเป็นหลัก ในการจำแนกประเภทการบริการนั้น โดยทั่วไปเราจะเห็นการแบ่งประเภทของการบริการตามลักษณะของผู้ขายบริการมากกว่า เพราะทำความเข้าใจได้ง่ายและสามารถมองเห็นความหลากหลายของการบริการในด้านต่างๆได้อย่างชัดเจน

วงจรของการบริการ

การบริการเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างมีระบบเป็นขั้นตอนเช่นเดียวกัน การดำเนินกิจกรรมอื่นๆในวงธุรกิจนั้น คือ มีองค์ประกอบของปัจจัยนำเข้า กระบวนการ ปัจจัยนำออก และข้อมูลย้อนกลับ โดยเริ่มต้นจากลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความต้องการการบริการ (ปัจจัยนำเข้า) ความต้องการนี้เองเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้รับบริการพยายามค้นหาการบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการดังกล่าวให้ได้ ผู้รับบริการจึงจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการเพื่อแสดงความต้องการของตนออกมาให้เกิดการรับรู้และมีการดำเนินการในอันที่จะสนองความต้องการนั้น (กระบวนการให้บริการ) ซึ่งในท้ายที่สุดผู้รับบริการจะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ (ปัจจัยนำออก) ผลที่เกิดขึ้นจากการบริการที่ได้รับจะส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้รับบริการ ความพึงพอใจในทางบวกหรือลบขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้รับบริการได้ถูกสนองตอบตามความคาดหวังหรือไม่เพียงใด เมื่อลูกค้ามาติดต่อขอรับบริการจากองค์การบริการใด การปฏิสัมพันธ์หรือการแสดงพฤติกรรมโต้ตอบกันระหว่างลูกค้าหรือผู้รับบริการกับผู้ให้บริการในกระบวนการให้บริการจะเกิดขึ้นเป็นลำดับเหตุการณ์ต่างๆนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นที่ลูกค้าได้สัมผัสหรือเข้าสู่กระบวนการให้บริการขององค์การบริการจนกระทั่งสิ้นสุดการบริการ เรียกว่า “วงจรของการให้บริการ” (Cycle of Service) ซึ่งเป็นชุดเหตุการณ์ที่ลูกค้าจะต้องประสบในระหว่างการรับบริการและเป็นเหตุการณ์ซึ่งเกิดขึ้นต่อเนื่องกันเป็นลูกโซ่เรียงตามลำดับ องค์การที่ยึดมั่นกับการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพจะมองเหตุการณ์ทุกอย่างที่ลูกค้ากับองค์การหรือผู้ให้บริการได้ติดต่อกันเป็นโอกาสสำคัญยิ่งที่จะแสดงฝีมือในการให้บริการที่ลูกค้าจะจดจำ และประทับใจไม่มีวันลืม (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, ชินรัตน์ สมสืบ และพูลศิริ วัจนะภูมิ 2542 : 41)



ภาพที่ 1 วงจรของการบริการ (Cycle of Service)

ที่มา : จิตตินันท์ เดชะคุปต์, ชินรัตน์ สมสืบ และพูลศิริ วัจนะภูมิ 2542 : 41

ในแต่ละช่วงของเหตุการณ์ที่ลูกค้าหรือผู้บริการปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการโดยตรง โดยเฉพาะขณะที่ผู้รับบริการและผู้ให้บริการเผชิญหน้ากันในกระบวนการให้บริการหรือเรียกว่า “ช่วงเวลาของความจริง” จะเป็นช่วงเวลาสำคัญที่ผู้ให้บริการต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษในการแสดงความเอาใจใส่ต่อลูกค้าด้วยความกระตือรือร้น มีไมตรีจิตและแสดงออกด้วยความจริงใจ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและ ไว้วางใจต่อบริการที่ได้รับในกรณีเช่นนี้ หากผู้ให้บริการสามารถแปรเปลี่ยนช่วงเวลาของความเป็นจริงมาเป็น “โอกาสสร้างความประทับใจ” (Moment of Opportunity) ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่เปิดโอกาสให้ผู้บริการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการให้บริการที่ดีมีคุณภาพย่อมเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของการบริการแก่ผู้รับบริการอันนำไปสู่ความสำเร็จของการบริการได้

จากที่กล่าวมาแล้วสรุปได้ว่า วงจรของการบริการเป็นภาพที่แสดงให้เห็นกระบวนการตั้งแต่เริ่มมีความต้องการเกิดขึ้นจากฝ่ายผู้รับบริการ มีกระบวนการให้บริการเกิดขึ้นมากมาย เช่น การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการและท้ายที่สุดก็จะเป็นการได้รับบริการและความพึงพอใจต่อการบริการเกิดขึ้น ซึ่งข้อมูลที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ในแต่ละขั้นตอนก็เป็นข้อมูลย้อนกลับเพื่อนำไปประเมินความรู้สึกนึกคิดของผู้ที่ได้รับบริการโดยจะนำไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการปรับปรุงกิจการต่อไป

ความพึงพอใจในการบริการ

กุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จในงานบริการก็คือ ความพึงพอใจที่ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีต่อการบริการนั่นคือ การที่ลูกค้าได้รับในสิ่งที่คาดหวังไว้ ในการที่ลูกค้าจะ ได้รับในสิ่งที่คาดหวังได้ย่อมเกี่ยวพันกับการปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการและการตอบสนองตอบบริการตามความต้องการของผู้รับบริการคุณภาพการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการจะมีปะสิทธิภาพและประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ให้บริการต่อการบริการด้วย เพราะเมื่อผู้ปฏิบัติงานบริการมีความรู้สึกต่องานที่รับผิดชอบก็ย่อมจะปฏิบัติงานการให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจอย่างเต็มความสามารถสำหรับความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้องกับการบริการ จะเกี่ยวข้องกับการบริการ จะเกี่ยวข้องปัจจัย 3 ด้าน ดังนี้ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, ชินรัตน์ สมสืบ และพูลศิริ วัจนะภูมิ 2542 : 66)

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อบริการอันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับในการบริการกับสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้รับจากการในแต่ละสถานการณ์ของการบริการที่เกิดขึ้น ซึ่ง

ความรู้สึกนี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการในแต่ละครั้งได้

1.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีปัจจัยสำคัญๆ ดังนี้

1.1.1 ผลิตภัณฑ์บริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการจะเกิดขึ้น เมื่อได้รับบริการที่มีลักษณะคุณภาพ และระดับการให้บริการตรงกับความต้องการ ความเอาใจใส่ขององค์การบริการในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยความสนใจในรายละเอียดของสิ่งที่ลูกค้าต้องการใช้ในชีวิตประจำวัน วิธีการใช้หรือสถานการณ์ที่ลูกค้าใช้สินค้าหรือบริการแต่ละอย่าง และคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอบริการเป็นส่วนสำคัญยิ่งในการที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เช่น บริษัทบ้านจัดสรรแห่งหนึ่งยอมลงทุนใช้วัสดุสร้างและตกแต่งบ้านที่มีคุณภาพด้วยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ (พื้นบ้านชั้นล่างปูด้วยหินอ่อนและพื้นบ้านชั้นปูด้วยไม้ปาเก้) ในขณะที่บางบริษัทมุ่งนโยบายลดต้นทุนการสร้างบ้านโดยใช้วัสดุที่ไม่มีคุณภาพ แม้ว่าจะมีราคาถูกกว่าก็ตาม

1.1.2 ราคาค่าบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการขึ้นอยู่กับราคาค่าบริการที่ผู้รับบริการยอมรับหรือพิจารณาว่าเหมาะสมกับคุณภาพของการบริการตามความเต็มใจที่จะจ่าย (willingness) ของผู้รับบริการ ทั้งนี้ เจตคติของผู้รับบริการที่มีต่อราคาค่าบริการกับคุณภาพของการบริการของแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนอาจพิจารณาว่าสินค้าหรือบริการที่มีราคาสูงเป็นสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงในขณะที่ลูกค้าบางคนจะพิจารณาราคาค่าบริการตามลักษณะความยากง่ายของการให้บริการ เป็นต้น

1.1.3 สถานที่บริการ การเข้าถึงบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ทำเลที่ตั้งและการกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึงเพื่อ อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญเช่น ธนาคารมักจะตั้งอยู่ริมถนนสายสำคัญๆ และมีสาขาย่อยของธนาคารตามแหล่งชุมชนต่างๆ หรือบริษัทผลิตและจำหน่ายน้ำมัน จะมีสถานีบริการน้ำมันอยู่ติดริมถนนทั่วประเทศ เป็นต้น

1.1.4 การส่งเสริมแนะนำบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยินข้อมูลข่าวสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการไปในทางบวกซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มีอยู่ก็จะรู้สึกดีกับบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้ เช่น ลูกค้าชมรายการโฆษณาอาหารทางวิทยุโทรทัศน์มองดูน่ารับประทานตามแบบที่ตนเองชอบ จะเกิดความรู้สึกพึงพอใจต่อลักษณะการให้บริการดังกล่าวที่สอดคล้องกับความรู้สึกที่มีอยู่ และอยากไปลองรับประทานอาหารนั้น เป็นต้น

1.1.5 ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ/ผู้บริหารการบริการและผู้ปฏิบัติงานบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริการการบริการที่วางนโยบายการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย เช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานบริการหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึงลูกค้าเป็นสำคัญ จะแสดงพฤติกรรมการบริการและสนองบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ เช่นห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งยินดีคืนเงินให้ลูกค้าทันทีหากลูกค้าไม่พึงพอใจในสินค้าที่ซื้อภายในกำหนดเวลาหนึ่ง หรือหากในสถานการณ์ภัตตาคารแห่งหนึ่งพนักงานเสิร์ฟอาหารมักจะคอยสังเกตอากัปกิริยาของลูกค้าเมื่อต้องการช่วยเหลือโดยไม่ต้องรอเรียก เป็นต้น

1.1.6 สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ลูกค้ามักจะชื่นชมสภาพแวดล้อมของการบริการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอาคารสถานที่ ความสวยงามของการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์และการให้สีสัน การจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้ในการบริการ เช่น ถุงหิ้วใส่ของ กระดาษจดหมาย – ซอง ฉลากสินค้า เป็นต้น

1.1.7 กระบวนการบริการ วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดกระบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างมีความคล่องตัวและสนองตอบความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ เช่น การนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดการระบบข้อมูลของการสำรองห้องพักโรงแรมหรือสายการบิน การใช้เครื่องฝาก – ถอนเงินอัตโนมัติ การใช้ระบบโทรศัพท์อัตโนมัติในการรับ – โอนสายในการติดต่อองค์กรต่างๆ เป็นต้น

1.2 ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับ

1.2.1 ความพึงใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดีมีความสุขของผู้รับบริการ เมื่อได้รับบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารมีชื่อแห่งหนึ่ง และไม่ผิดหวังที่อาหารอร่อยและบริการรวดเร็วหรือลูกค้าเดินทางด้วยรถไปถึงจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัยตรงตามกำหนดเวลา เป็นต้น

1.2.2 ความพึงพอใจที่เกิดความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจของผู้รับบริการเมื่อได้รับการบริการที่เกินความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าเติมน้ำมันรถที่สถานีบริการน้ำมันแห่งหนึ่ง พร้อมกับได้รับบริการตรวจเครื่องยนต์และเติมลมฟรี หรือลูกค้าไปซื้อของที่ห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่ง และได้รับรางวัลพิเศษโดยไม่ได้คาดคิดมาก่อน เพราะเป็นลูกค้ารายที่กำหนดให้รับรางวัล เป็นต้น

สำหรับความไม่พึงพอใจเป็นการแสดงความรู้สึกขุ่นข้องใจอารมณ์ไม่ดี เนื่องจากไม่ได้รับบริการตรงกับความคาดหวัง เช่น ลูกค้าสั่งอาหารและต้องนั่งรอคอยเป็นเวลานาน รถยนต์เพิ่งซ่อมใหม่กลับเสียอีกในวันรุ่งขึ้น เป็นต้น

2. ความพึงพอใจของผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจของผู้ให้บริการเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้ให้บริการต่อการบริการอันเป็นผลจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ผู้ให้บริการได้รับในการบริการกับสิ่งที่ผู้ให้บริการคาดหวังว่าจะได้รับจากการบริการในการดำเนินงานบริการ ซึ่งความรู้สึกดังกล่าวแปรเปลี่ยนได้หลายระดับ ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมและนโยบายของงานบริการแต่ละประเภท

2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ให้บริการ มีปัจจัยสำคัญๆ ดังนี้

2.2.1 ลักษณะงาน ความน่าสนใจและความท้าทายของงานมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ให้บริการได้ทำงานที่สร้างสรรค์เป็นประโยชน์และมีโอกาสที่จะทำให้งานสำเร็จด้วยความสามารถของผู้กระทำ ย่อมทำให้บุคคลนั้นมีความต้องการที่จะปฏิบัติงานด้วยความตั้งใจเต็มใจและเกิดความผูกพันต่องานนั้น เช่น งานบริการส่วนหน้าของโรงแรมเป็นงานที่ต้องปฏิสัมพันธ์ที่ดี ย่อมพึงพอใจต่อลักษณะงานนี้ หรือช่างซ่อมเครื่องคอมพิวเตอร์จำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับกลไกของเครื่องและสนใจค้นหาความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจึงจะสามารถปฏิบัติงานด้วยความรู้สึกที่ดีต่องานที่ทำ เป็นต้น

2.2.2 การนิเทศงานการชี้แนะแนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสมจากผู้บังคับบัญชาหรือผู้นิเทศ นับเป็นส่วนสำคัญของการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการความเข้าใจอันดีระหว่างพนักงานกับผู้นิเทศงานก่อให้เกิดบรรยากาศที่ดีในการทำงาน เช่น การแนะนำการทำงานที่เป็นระบบโดยการวางแผนการดำเนินงานล่วงหน้าทุกครั้ง พร้อมทั้งเตรียมทางเลือกในการตัดสินใจในการบริการ การให้คำปรึกษาเมื่อมีปัญหาเฉพาะหน้า เป็นต้น

2.2.3 เพื่อนร่วมงานความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงานทำให้คนเรามีความสุขในการทำงานสัมพันธภาพระหว่างกลุ่มเพื่อนร่วมงานด้วยความรู้สึกที่ดีต่อกัน ช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยเห็นอกเห็นใจซึ่งกันละกัน มีความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรทุกฝ่ายให้ดำเนินไปตามบทบาทความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล เช่น ลูกค้ารอรับบริการเบิกเงินกับพนักงานธนาคารคนหนึ่งมากเพราะมีปัญหากับบัญชีของลูกค้าอีกรายหนึ่งพนักงานที่ว่างอยู่จึงรีบจัดการบริการแทน เป็นต้น

2.2.4 ค่าจ้างงานปริมาณรายได้หรือเงินเดือนเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ปฏิบัติงานความยุติธรรมความเสมอภาคในการจ้าง และวิธีการให้ค่าจ้างล้วนมีผลต่อ

ความพึงพอใจของพนักงาน นั่นคือ การให้ค่าจ้างในอัตราที่พอเหมาะกับลักษณะงานและมีความสามารถของพนักงาน รวมทั้งการขึ้นเงินเดือนให้ตามโอกาส

2.2.5 โอกาสก้าวหน้าในงานความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงานมีความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้ให้บริการ ความยุติธรรมในการเลื่อนตำแหน่ง การเสนอความดีความชอบ ตลอดจนการยอมรับความสามารถของผู้ปฏิบัติงานให้ได้รับความก้าวหน้าและรับผิดชอบงานในระดับสูงขึ้นตามลำดับขั้นของงาน ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานสำหรับพนักงาน

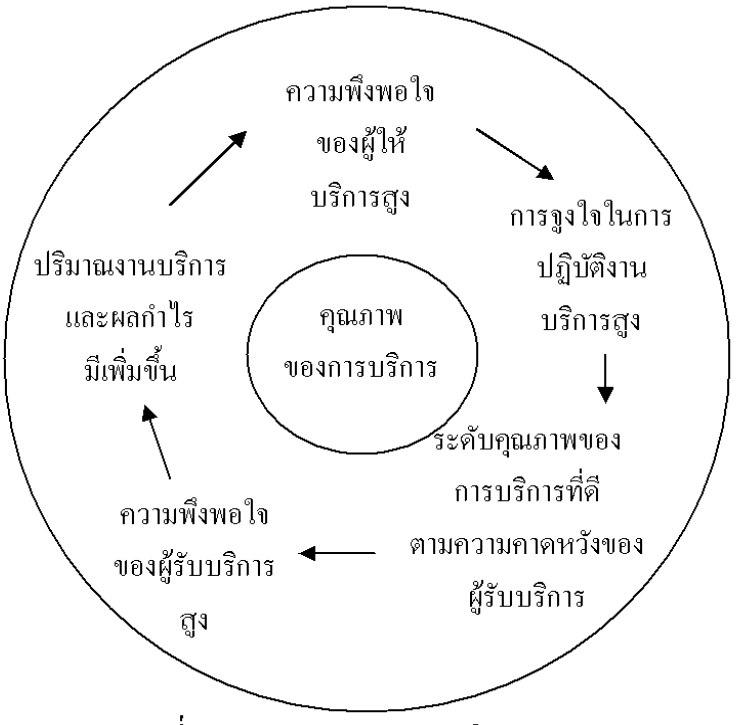
2.2 ประเภทของความพึงพอใจของผู้ให้บริการ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.2.1 ความพึงพอใจในลักษณะงาน เป็นความพึงพอใจทั่วๆไปในภาพรวมเกี่ยวกับลักษณะของงานบริการ เช่น นักบินรู้สึกพึงพอใจกับการขับเครื่องบินโดยสารระหว่างประเทศเพราะเป็นงานที่ท้าทายความสามารถ ช่างเสริมสวยมีความสุขกับการจัดแต่งทรงผมหลากหลายรูปแบบ เป็นต้น

2.2.2 ความพึงพอใจในองค์ประกอบของการงาน เป็นความพึงพอใจเฉพาะในการทำงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องปัจจัยแวดล้อมในการทำงาน เช่น ความพึงพอใจต่อรายได้ และผลประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการ ความพึงพอใจต่อความมั่นคงในอาชีพบริการ เป็นต้น

3. ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ

ความสำเร็จของธุรกิจบริการมิได้ขึ้นอยู่กับการให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า หรือผู้รับบริการแต่เพียงประการเดียวอีกต่อไป การตระหนักถึงความพึงพอใจของผู้ให้บริการโดยเฉพาะผู้ปฏิบัติงานบริการควบคู่ไปกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ คือ เป็นกลยุทธ์สำคัญของการบริหารการบริการและการตลาดสมัยใหม่หรือที่เรียกว่า “การบริหารการตลาดเชิงกลยุทธ์” ซึ่งนำเสนอโดยเฮสเก็ตต์ (Heskett) ได้กล่าวเน้นความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างความพึงพอใจภายในองค์กรและความพึงพอใจภายนอกองค์กรให้มีความเชื่อมโยงกัน โดยความพึงพอใจของลูกค้าจะเป็นผลมาจากความพึงพอใจของผู้ให้บริการ โดยความพึงพอใจของผู้ให้บริการจะเป็นแรงจูงใจโดยตรงต่อการปฏิบัติงานบริการอย่างมีคุณภาพ ซึ่งส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกพึงพอใจและทำให้กิจการบริการมีปริมาณผู้ใช้บริการมากขึ้น อันนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการต่อเนื่องไปเรื่อยๆเรียกว่า “วงจรของความสำเร็จในงานบริการ” ดังภาพ



ภาพที่ 2 วงจรของความสำเร็จในงานบริการ

ที่มา : จิตตินันท์ เดชะคุปต์, ชินรัตน์ สมสืบ และพูลศิริ วัจนะภูมิ 2542 : 66

จากภาพแสดงให้เห็นว่า บริการที่ดีมีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่ได้รับทำให้กิจการสามารถรักษาลูกค้าไว้ได้และมีรายได้ที่ดี เมื่อกิจการมีรายได้สูงก็สามารถจ่ายค่าตอบแทนให้กับผู้ปฏิบัติงานได้สูงขึ้น ส่งผลให้พนักงานเกิดความรู้สึกพึงพอใจต่องานที่รับผิดชอบและสามารถรักษาพนักงานไว้ เป็นการลดสถานการณ์ลาออกหรือเปลี่ยนงานของพนักงาน ทำให้พนักงานมีความเชี่ยวชาญในงาน และสามารตอบสนองบริการที่มีคุณภาพตามความคาดหวังของลูกค้า ลูกค้าก็ย่อมพึงพอใจที่จะใช้บริการต่อเนื่องไปตลอดจนเกิดเป็นความสำเร็จของกิจการบริการดังกล่าว

ในทางตรงกันข้ามหากกิจการใดมิได้คำนึงถึงคุณภาพของการบริโภค โดยให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการกิจการย่อมขาดพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการบริการอันส่งผลให้การบริการประสบความล้มเหลวได้ เพราะลูกค้าไม่พึงพอใจในบริการที่ได้รับทำให้เปลี่ยนใจไปใช้บริการอื่น หากเป็นเช่นนี้ไปเรื่อยๆกิจการย่อมขาดทุนและอาจต้องปิดกิจการได้

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้ให้บริการ ต่างมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานบริการ ผู้บริหารการบริการจำเป็นที่จะต้องสร้างและรักษาความพึงพอใจของ

ผู้รับบริการและผู้ให้บริการที่มีต่อการบริการอย่างเท่าเทียมกัน ความพึงพอใจในการบริการจึงจะบังเกิดขึ้นอย่างแท้จริง

หลักการบริการที่เกิดความพึงพอใจ

มณีวรรณ ตั้นไทย (2533 : 66 – 69) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการในด้านต่างๆ คือ

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการให้บริการ
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

กุลธน ธนาพงศธร (2538 : 27, อ้างถึงใน วิชัย กิตติรักษ์ปัญญา 2546 : 49) ได้กล่าวว่า หลักการบริการที่สำคัญมี 5 ประการ ได้แก่

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของคนส่วนใหญ่ คือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้จะต้องตอบสนองต่อความต้องการของคนส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

2. หลักความสม่ำเสมอ คือ การให้บริการนั้นๆต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ มิใช่ทำๆหยุดๆตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอหน้าและเท่าเทียมกันไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มใดในลักษณะแตกต่างกับบุคคลกลุ่มอื่นๆอย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้ใช้บริการ จะต้องเป็นไปในลักษณะที่ปฏิบัติได้ง่ายสะดวกสบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากใจให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้ใช้บริการมากจนเกินไป

ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538 : 24 – 25) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการ สามารถวัดความพึงพอใจของการบริการได้ 7 ด้าน คือ

1. การบริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ เป็นการบริการอย่างกระตือรือร้น เอาใจใส่ลูกค้าที่มาใช้บริการ มีความรอบคอบสุขุม ระมัดระวัง ต้องรอบรู้งานที่ทำเป็นอย่างดี และต้องทำงานด้วยสมาธิ

2. การบริการอย่างเพียงพอ โดยคำนึงถึงจำนวนที่เหมาะสมและเครื่องมืออุปกรณ์ที่เพียงพอกับผู้ใช้บริการ เพื่อไม่ให้เกิดการรอคอยในการบริการนานเกินไป

3. การบริการอย่างเท่าเทียมกัน การบริการโดยไม่ยึดตัวบุคคล ไม่ดูที่ฐานะยศศักดิ์ วัยวุฒิ คุณวุฒิ เป็นการบริการที่เสมอภาค ใครมาก่อนได้รับบริการก่อน ไม่มีการลัดคิวเอาเปรียบผู้มาใช้บริการก่อน ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง

4. การบริการอย่างก้าวหน้า เป็นการบริการที่มีความก้าวหน้าทันสมัยทางด้านผลงานและการบริการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ไม่หยุดอยู่กับที่ มีการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในงานที่ปฏิบัติ

5. การบริการอย่างสุภาพ อ่อนน้อม มีมนุษย์สัมพันธ์ เป็นการบริการต่อผู้ใช้บริการด้วยคำพูดที่ไพเราะ ถูกกาลเทศะ ไม่ใช้อารมณ์กับผู้ใช้บริการ

6. การบริการอย่างต่อเนื่อง เป็นการบริการที่มีรูปแบบการบริการครบทุกอย่างในจุดเดียวกัน

7. สภาพแวดล้อมต่างๆ เช่น สถานที่ตั้งมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีสถานที่จอดรถ ห้องสุขา เป็นต้น

คานท์ และเดวอท (Kants and Dauet 1973 : 5, อ้างถึงใน กิตตินัย สิทธิชัย 2540 : 42) ได้กล่าวว่า หลักการบริการที่ดีที่ควรปฏิบัติต่อลูกค้าทั้งในองค์กรรัฐและเอกชน ควรยึดหลักปฏิบัติดังนี้

1. ควรให้บริการเฉพาะเรื่องงานเท่านั้น (Specificity) หมายถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการควรจะจำกัดเฉพาะเรื่องงานเท่านั้น ผู้ให้บริการไม่ควรเอาเรื่องส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง

2. การปฏิบัติโดยเสมอภาคเท่าเทียมกัน (Universality) หมายความว่า ผู้ให้บริการจะต้องปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการโดยความเป็นธรรมไม่ถือเขาถือเรา เช่น การให้บริการตามลำดับก่อนหลัง ใครมาก่อนก็ได้รับบริการก่อน เป็นต้นการวางตนเป็นกลาง หมายความว่า ผู้ให้บริการจะต้องบริการผู้ใช้บริการโดยไม่เอาอารมณ์ส่วนตัวมายุ่งเกี่ยวกับการปฏิบัติงานและควรปฏิบัติด้วยเหตุและผลและใช้หลักการความถูกต้อง ไม่ขู่ตะคอกหรือหาเหตุชวนวิวาทกับผู้ใช้บริการ

มิลเลท (Millett, 1954 : 109, อ้างถึงใน วิชัย กิตติรักษ์ปัญญา และคนอื่นๆ 2546 : 51) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการหรือความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่ วัดได้จาก

1. การบริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่า คนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นเอกชนที่ใช้มาตรฐานการบริการเดียวกัน

2. การบริการที่ตรงต่อเวลา (Time Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการบริการสาธารณะจะต้องตรงต่อเวลา ผลการปฏิบัติของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่ตรงต่อเวลา ซึ่งสร้างความไม่พึงพอใจแก่ประชาชน

3. การบริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การบริการสาธารณะต้องมีจำนวนการบริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity at the Right Geographical Location) มิลเลทเห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลาจะไม่มีความหมายเลยถ้ามีจำนวนการบริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการ

4. การบริการที่ต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การบริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพึงพอใจของหน่วยงานที่บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การบริการอย่างก้าวหน้า (Progessive Service) หมายถึง การบริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพในการกระทำหน้าที่ให้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

ซีธและเบอร์รี่ (Parasuraman Zeith and Barry 1991 : 254, อ้างถึงใน วิชัย กิตติรักษ์ปัญญา 2546 : 47) ได้กล่าวว่า หลักการบริการที่ดีต้องประกอบด้วย

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) ประกอบด้วย
   1.1 ความสม่ำเสมอ
   1.2 ความพร้อมที่จะบริการและการอุทิศเวลา
2. การตอบสนอง (Response) ประกอบด้วย
   2.1 ความเต็มใจที่จะบริการ
   2.2 ความพร้อมที่จะบริการและการอุทิศเวลา
   2.3 ความต่อเนื่องในการติดต่อ
3. ความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย
   3.1 ความสามารถในการบริการ
   3.2 ความสามารถในการสื่อสาร
   3.3 ความสามารถในความรู้วิชาการที่จะบริการ
4. การเข้าถึงบริการ (Access) ประกอบไปด้วย
   4.1 ผู้ใช้บริการใช้เวลาคอยน้อย
   4.2 เวลาที่บริการเป็นเวลาที่สะดวกสำหรับผู้ใช้บริการ
   4.3 อยู่ในสถานที่ที่ผู้ใช้บริการติดต่อได้สะดวก

5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) ประกอบไปด้วย
    5.1 การแสดงความสุภาพต่อการใช้บริการ
    5.2 ให้การต้อนรับที่เหมาะสม
    5.3 ผู้ให้บริการมีบุคลิกภาพที่ดี
6. การสื่อสาร (Communication) ประกอบด้วย
    6.1 มีการสื่อสารชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการ
    6.2 มีการอธิบายขั้นตอนการบริการ
7. ความซื่อสัตย์ (Credibility)
8. ความมั่นคง (Security) ได้แก่ความปลอดภัยทางกายภาพ เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์
9. ความเข้าใจ (Understanding) ประกอบด้วย
    9.1 การเรียนรู้ผู้ใช้บริการ
    9.2 การให้คำแนะนำและเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ
    9.3 การให้ความสนใจต่อผู้ใช้บริการ
10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibility) ประกอบด้วย
    10.1 การเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับการบริการ
    10.2 การเตรียมอุปกรณ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ
    10.3 การจัดสถานที่ที่ให้บริการสวยงาม สะอาด

ชัยสัมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 46-47) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการมีความสำคัญต่อประสิทธิผลขององค์ เพราะความพึงพอใจในการบริการเป็นปัจจัยหนึ่งช่วยให้การทำงานประสบความสำเร็จ ผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในการทำงานย่อมปฏิบัติงานได้สำเร็จด้วยความตั้งใจอยู่ในระเบียบวินัย มีความสุขและความพึงพอใจในการทำงาน

การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้านั้น เป็นสิ่งที่ทำได้ยาก แต่สามารถทำได้ ผู้บริหารจะต้องทำให้พนักงานส่งมอบบริการที่ประทับใจให้ลูกค้าในทุกขั้นตอน โดยเฉพาะในขั้นตอนแรกของการบริการ หากลูกค้ามีความพึงพอใจการต้อนรับ ทักทายจากพนักงาน การบริการในขั้นต่อไปดูเหมือนจะง่ายขึ้น แต่หากลูกค้าไม่ประทับใจในการต้อนรับ ก็มีแนวโน้มที่จะจำฝังใจและไม่พอใจการบริการในขั้นต่อไป แม้ว่าการบริการจะมีคุณภาพเพียงใดก็ตาม ความพึงพอใจของลูกค้าจึงเกิดจากการที่ลูกค้าได้รับการตอบสนองความต้องการตามที่ตนได้คาดหวังไว้ หรือได้รับบริการที่มีคุณค่านั่นเอง

มาตรฐานการให้บริการของท่าอากาศยาน

หลักการทั่วไป

การอำนวยความสะดวกในการขนส่งทางอากาศของท่าอากาศยาน ได้แก่ การจัดกิจกรรมต่างๆโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่จำเป็นต้องมีไว้บริการอากาศยาน ผู้โดยสาร ลูกเรือ สินค้า และไปรษณียภัณฑ์ ณ ท่าอากาศยานให้เป็นระบบ มีความสะดวกในการใช้ตามลำดับขั้นตอนและสดคล้องกับสภาพกิจการขนส่ง ณ ท่าอากาศยานนั้นๆ รวมตลอดทั้งการจัดระบบเส้นทางของการจราจร (Traffic Flow) ของท่าอากาศยาน จนเกิดเป็นผลขั้นสุดท้ายให้อากาศยาน ผู้โดยสาร สินค้า และไปรษณียภัณฑ์ต้องเสียเวลาอยู่ที่ท่าอากาศยานโดยไม่จำเป็นน้อยที่สุดและการจัดระบบดังกล่าวนี้จะประสบความสำเร็จตามที่มุ่งหมายได้ ต้องมีการประสานงานที่ดีระหว่างฝ่ายบริหารท่าอากาศยานและฝ่ายสายการบิน

บริการเกี่ยวกับความปลอดภัย

นอกจากการจัดแบ่งประเภทท่าอากาศยานตามบทบาทการให้บริการ และเพื่อจุดประสงค์ของการวางแผนระบบท่าอากาศยานของชาติแล้ว ยังควรจัดแบ่งประเภทท่าอากาศยานเพื่อการให้อนุญาตประกอบการโดยควรจัดแบ่งตามขนาดของอากาศยาน และวัตถุประสงค์ของการใช้อากาศยานให้สอดคล้องกับข้อกำหนดสากลที่ประเทศต่างๆกำหนดขึ้นและบริษัทผู้ผลิตเครื่องบินและอุปกรณ์ด้านการบินอื่นๆนิยมใช้เป็นหลักในการผลิต โดยแบ่งได้ดังนี้

ชั้น 1 (Class I Airport) ระดับหนึ่ง คือ ท่าอากาศยานที่ให้บริการทุกประเภทของการปฏิบัติการบินของสายการบินขนาดใหญ่ที่ทำการบินแบบประจำ และประเภทของการปฏิบัติการบินของสายการบินอื่นๆ

ชั้น 2 (Class II Airport) คือ ท่าอากาศยานระดับสองที่ให้บริการแก่สายการบินประจำที่ใช้เครื่องขนาดเล็ก (10-30 ที่นั่ง) และสายการบินที่ใช้เครื่องบินขนาดใหญ่ (มากกว่า 30 ที่นั่ง) ที่ไม่ใช่สายการบินที่บินประจำ

ชั้น 3 (Class III Airport) คือ ท่าอากาศยานระดับสาม ที่ให้บริการเฉพาะการบินแบบประจำของสายการบินที่ใช้เครื่องบินตั้งแต่ 30 ที่นั่งเท่านั้น

ชั้น 4 (Class IV Airport) คือ ท่าอากาศยานระดับสี่ ในปัจจุบันที่ได้รับอนุญาตแบบจำกัดที่ให้บริการเฉพาะการปฏิบัติการของสายการบินที่ไม่ประจำที่ใช้เครื่องบินเกิน 30 ที่นั่งเท่านั้น โดยจะไม่ให้บริการแก่สายการบินประจำที่ใช้เครื่องยนต์ขนาดใหญ่ และขนาดเล็ก (ในปัจจุบันกรมการขนส่งทางอากาศกำลังเสนอให้ออกข้อบังคับคณะกรรมการการบินพลเรือน เพื่อควบคุมกำกับท่าอากาศยานที่ให้บริการสาธารณะทั้งหมด)

การตรวจค้นกระเป๋าสัมภาระ สินค้า ไปรษณียภัณฑ์ และสิ่งของต่างๆ

การตรวจค้น เป็นองค์ประกอบสำคัญของมาตรการรักษาความปลอดภัย ซึ่งองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ กำหนดให้รัฐภาคีต้องปฏิบัติตามมติที่ A29-5 ในการประชุมสมัชชาที่ 29 ให้ท่าอากาศยานของรัฐภาคีทุกประเทศต้องทำการตรวจค้นผู้โดยสาร กระเป๋าสัมภาระก่อนได้รับอนุญาตให้ขึ้นบนอากาศยาน การตรวจค้นเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกของเจ้าหน้าที่ตรวจอาวุธฯ การตรวจค้นเป็นการแยกวัตถุอันตรายและอาวุธออกจากตัวผู้โดยสาร เพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้นแก่อากาศยาน บุคคลและทรัพย์สินในอากาศยาน และป้องกันมิให้ใช้วัตถุดังกล่าวมาใช้ในทางมิชอบด้วยกฎหมาย ได้แก่ การประทุษร้ายบุคคลบนอากาศยาน การยึดหรือเข้าควบคุมอากาศยาน และการทำลายอากาศยานจนไม่สามารถทำการบินได้

การบริการช่วยเหลือและดับเพลิง

สิ่งสำคัญสำหรับการปฏิบัติการของท่าอากาศยาน คือ การบริการช่วยเหลือและดับเพลิง ในภาคผนวก 14 นี้ Volume I จะกำหนดให้ท่าอากาศยานระหว่างประเทศทุกแห่งต้องจัดให้มีหน่วยให้บริการ จำนวนบริภัณฑ์ และระยะเวลาที่ให้ความช่วยเหลือต่ออากาศยานที่เกิดอุบัติเหตุ ระดับชั้นของท่าอากาศยานเกี่ยวกับการดับเพลิงอากาศยาน จะใช้ขนาดของอากาศยานและจำนวนเที่ยวบิน ณ ท่าอากาศยานแต่ละแห่งมาคิดตามกรรมวิธีของ องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) ได้กำหนดไว้ใน Annex 14

บริการเกี่ยวกับผู้โดยสาร

ได้แก่ การจัดให้ผู้โดยสารมีความสะดวกในการใช้สถานที่และบริการที่จำเป็นดังเช่นในกรณีต่อไปนี้

1. จัดเส้นทางเดินของผู้โดยสารภายในท่าอากาศยานให้เป็นเส้นทางเดินที่สะดวกที่สุด โดยระวังมิให้มีการตัดกันระหว่างเส้นทางของการจราจรที่ต่างประเภทกัน

2. จัดที่ทำการตรวจบัตรโดยสารและสัมภาระของสายการบินให้อยู่ในจุดที่ไม่ห่างจากทางเข้าอาคารมากนัก และมีเส้นทางเดินมาจากจุดที่มีการขนส่งทางผิวพื้นเข้าสู่ท่าอากาศยานที่สะดวก ถ้าเส้นทางเดินนี้ไม่มีความชัดเจนด้วยตนเอง ก็ควรใช้เครื่องหมายสัญญาณที่เหมาะสมช่วย

3. จัดให้มีห้องพักผู้โดยสารขาออกที่มีขนาดและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับจำนวนผู้โดยสารและประเภทของการจราจร

บริการเกี่ยวกับสัมภาระ

ได้แก่ การจัดให้มีความสะดวกเกี่ยวกับสัมภาระในกรณีต่อไปนี้

1. จัดบริเวณรับจ่ายสัมภาระไว้เป็นการเฉพาะสำหรับผู้โดยสารขาเข้าให้อยู่ในที่เหมาะสม เส้นทางเดินของผู้โดยสารขาเข้ามายังจุดนี้ต้องสะดวกไม่ตัดกับเส้นทางเดินของการจราจรอย่างอื่น

2. จัดให้มีการขนสัมภาระจากเครื่องบินมาถึงบริเวณรับจ่ายสัมภาระในเวลาอันสมควร

3. จัดให้มีอุปกรณ์ช่วยในการขนสัมภาระอย่างเพียงพอ

4. เมื่อปริมาณสัมภาระมีมาก ให้พิจารณาจัดหาระบบเครื่องจักรมาใช้ในการแจกจ่ายและลำเลียงประเป๋า เช่น สายพาน เป็นต้น

5. จัดเส้นทางเดินจากบริเวณรับจ่ายสัมภาระสู่ภายนอกอาคารไปยังบริเวณที่สมารถเดินทางเข้าเมืองได้สะดวก

บริการเกี่ยวกับสินค้า

ได้แก่ การจัดระบบการรับส่งสินค้าภายในท่าอากาศยาน ให้มีความสะดวกอย่างเหมาะสม เป็นต้นว่า มีคลังเก็บสินค้า เส้นทางลำเลียงและวิธีการขนถ่ายสินค้าที่เหมาะสมกับปริมาณ และมีพื้นที่เพียงพอสำหรับอุปกรณ์บรรจุสินค้า ฯลฯ

บริการบนลานจอดเครื่องบิน

จัดให้กิจกรรมบนลานจอดเป็นไปอย่างเหมาะสม เพื่อให้การลงจากเครื่องบินและการปฏิบัติงานบนลานจอดเป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว อันเป็นการลดการเสียเวลาบนลานจอดนานของเครื่องบินโดยใช้แนวทางดังต่อไปนี้

1. จัดที่จอดเครื่องบินให้อยู่ห่างจากอาคารให้น้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการนำสินค้าไปบรรทุกขึ้นและขนลงจากเครื่องบิน

2. จัดให้เครื่องบินที่ไม่มีการขนจราจรให้อยู่ห่างจากตัวอาคารมากพอที่จะไม่เป็นอุปสรรคต่อการจราจรบนลานจอด

3. จัดอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้เพื่อการบริการเครื่องบินไว้ให้พร้อม

4. จัดให้มีความสะดวกและปลอดภัยในการเติมน้ำมันเชื้อเพลิง

5. จัดให้มีบริการขนส่งระหว่างบริเวณลานจอดเครื่องบินที่อยู่ห่างไกลกับตัวอาคารเมื่อมีเหตุผลที่สมควรด้านระยะทาง และความปลอดภัย ฯลฯ

บริการอื่นๆ

1. จัดให้มีกระดานหรือป้ายประกาศข้อมูลเกี่ยวกับเที่ยวบิน เพื่อให้ผู้โดยสารและสาธารณะชน ที่เกี่ยวข้องได้ทราบเกี่ยวกับเที่ยวบินทั้งขาเข้า ขาออก การยกเลิกเที่ยวบิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงกำหนดเวลาเข้าและออกที่ล่าสุด และถ้าจำเป็นควรให้มีระบบประกาศทางเครื่องขยายเสียงที่สามารถรับฟังได้ชัดเจนทั่วถึงกัน

2. จัดหรือปรับสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการให้เอื้ออำนวยต่อความจำเป็นของบุคคลชรา บุคคลที่ไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ด้วยตนเอง และการขนสัมภาระผู้โดยสาร

3. จัดให้มีบริการขนส่งทางพื้นผิวที่รวดเร็วและเชื่อถือได้ระหว่างท่าอากาศยานกับตัวเมือง โดยมีราคาที่สมเหตุสมผล

4. จัดให้ความสะดวกในการใช้รถเข็นในบริเวณที่จอดรถ และในเส้นทางระหว่างบริเวณที่จอดรถกับอาคาร

5. จัดให้มีสถานที่ที่ลูกเรือต้องเดินทางเข้าไปติดต่อหรือรายงานเกี่ยวกับการปฏิบัติการบินให้อยู่ในบริเวณที่เข้าถึงได้ง่ายและไม่อยู่กระจัดกระจาย

6. จัดให้มีบริการรับฝากสัมภาระที่ท่าอากาศยาน

7. จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางร่างกายที่ท่าอากาศยานอย่างสอดคล้องและเหมาะสมกับลักษณะและปริมาณของการจราจร

8. จัดสถานที่เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้าให้เหมาะสม ในลักษณะที่ไม่เกิดความแออัดและเป็นอุปสรรคต่อเส้นทางเดินที่สำคัญของผู้โดยสาร

9. จัดให้มีบริการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และมีวิธีการที่เหมาะสมและรวดเร็วไว้รองรับกรณีที่ต้องการการรักษาพยาบาลเฉพาะด้านต่อไป

10. จัดให้มีเครื่องมือในการตรวจเพื่อการรักษาความปลอดภัยทางการบินพลเรือนหรือเพื่อการควบคุมสารเสพติดให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยคำนึงให้เหมาะสมกับสภาพการจราจรเพื่อมิให้เกิดความล่าช้า และปัญหาในการออกเดินทางของเครื่องบินและควรจัดให้มีความเป็นส่วนตัวสำหรับการตรวจค้นร่างกายอย่างละเอียด

การบริการของท่าอากาศยานแม่สอด

ท่าอากาศยาน

ท่าอากาศยาน หมายถึง สถานที่บนพื้นดินหรือบนพื้นน้ำ ที่ใช้เป็นที่ขึ้นและลงของเครื่องบิน เพื่อรับส่งผู้โดยสาร สัมภาระสินค้า ไปรษณียภัณฑ์ ฯลฯ และในท่าอากาศยานจะมีอาคารและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่จะให้บริการแก่เครื่องบิน ผู้โดยสาร การขนส่งสัมภาระไปรษณียภัณฑ์ หรืออาจกล่าวได้อีกคำนิยามหนึ่งว่า ท่าอากาศยาน คือ สถานที่ซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างการขนส่งทางอากาศและภาคพื้นดิน คนทั่วไปมักเรียกท่าอากาศยานว่า สนามบิน ซึ่งคำทั้งสองคำนี้มีความหมายเหมือนกัน ต่างกันที่คำว่า “ท่าอากาศยาน” ได้มีการระบุใช้ในพระราชบัญญัติศุลกากร ฉบับที่ 8 พ.ศ. 2480 ส่วนคำว่า “สนามบิน” เป็นคำที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติการเดินอากาศ สำหรับภาษาอังกฤษที่ใช้เรียกท่าอากาศยาน โดยทั่วไปใช้คำว่า AIRPORT แต่ทางด้านวิชาการของการขนส่งทางอากาศ จะใช้คำว่า AERODROME

เนื่องจากประเทศไทยมีสภาพที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมในการเป็นชุมทางการบิน ประกอบกับมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม เป็นที่นิยมของคนทั่วโลก นอกจากนี้ยังเป็นประเทศที่มีนโยบายเศรษฐกิจเสรี ทำให้มีผู้มาลงทุนทำกิจการต่างๆ หลายด้าน ท่าอากาศยานจึงเป็นสถานที่ที่มีบทบาทสำคัญ เพราะท่าอากาศยานจะทำหน้าที่เสมือนเป็นสะพานเชื่อมระหว่างประเทศ เพื่อการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และเทคโนโลยี ดังนั้น ในปัจจุบันจึงมีท่าอากาศยานซึ่งใช้สนับสนุนกิจการพาณิชย์อยู่ทุกภาคของประเทศไทย ซึ่งท่าอากาศยานแต่ละแห่งจะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจในภูมิภาค หรือ ในจังหวัดที่ท่าอากาศยานนั้นๆ ตั้งอยู่

ภารกิจของท่าอากาศยาน

จากคำนิยามสั้นๆ ที่ว่า ท่าอากาศยานเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างการขนส่งทางอากาศ และทางภาคพื้นนี้ จะเห็นว่าท่าอากาศยานก่อให้เกิดกิจการสำคัญระดับชาติ ที่เรียกว่ากิจการขนส่งทางอากาศ ซึ่งหมายถึง การขนส่งผู้โดยสาร สัมภาระสินค้า ไปรษณียภัณฑ์ทางเครื่องบิน จากจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่งด้วยวัตถุประสงค์หลายๆ ประการ เช่น เพื่อการท่องเที่ยว การค้า การลงทุน การเยี่ยมเยียนซึ่งกันละกัน เป็นต้น ในโลกปัจจุบันกิจการขนส่งทางอากาศเป็นกิจการที่มีการแข่งขันสูงและทุกประเทศต่างให้ความสำคัญ เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ถึงแม้จะมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง แต่ก็คุ้มค่า ด้วยเหตุนี้ท่าอากาศยานจึงเป็นสถานที่ที่มีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมกิจการขนส่งทางอากาศ ในฐานะเป็นสถานที่ให้บริการกิจการด้านนี้โดยเฉพาะ ซึ่งการให้บริการ ก็คือภารกิจหลักของท่าอากาศยานทุกแห่งทั่วโลก

ท่าอากาศยานจะให้บริการ 3 ด้านหลักๆ คือให้บริการต่อเครื่องบิน ผู้โดยสาร และการขนส่งสินค้าทางอากาศ อย่างไรก็ตาม การให้บริการของท่าอากาศยานยังรวมถึงการให้บริการบุคคลกลุ่มต่างๆ ที่ปฏิบัติงาน หรือประกอบธุรกิจในท่าอากาศยาน ตลอดจนผู้มารับหรือส่งผู้โดยสารอีกด้วย โดยท่าอากาศยานทุกแห่งจะตั้งเป้าหมายไว้ว่า ผู้ใช้บริการต้องได้รับความสะดวกสบายความสะดวกรวดเร็ว และความปลอดภัย เมื่อมาใช้ท่าอากาศยาน

การบริการของท่าอากาศยาน

การบริการของท่าอากาศยาน แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

ประเภทแรก เรียกว่า สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) บริการประเภทนี้เป็นความจำเป็นของท่าอากาศยานที่ต้องจัดให้มีไว้ เช่น เครื่องอำนวยความสะดวกให้เครื่องบินขึ้นลง การนำเครื่องบินเข้าจอดที่ลานจอดอากาศยาน การปรนนิบัติบำรุงเครื่องบิน การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและสถานที่ที่เพียงพอต่อผู้โดยสาร การจัดพื้นที่รับส่งสินค้า พื้นที่ใช้สอยสำหรับเป็นสำนักงาน เป็นต้น คุณลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกมี 3 ประการ คือ ต้องมีมาตรฐาน ต้องมีเพียงพอ และต้องมีความปลอดภัย

ประการที่สอง เป็นบริการที่ท่าอากาศยานจัดให้ โดยผู้ใช้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย (Services) เช่น บริการตรวจหนังสือเดินทาง การตรวจสินค้า และสัมภาระตามกฎหมายศุลกากร เป็นต้น ซึ่งบริการประเภทนี้ต้องมีคุณลักษณะ 4 ประการ คือ ต้องมีความรวดเร็ว ต้องมีความสะดวก ต้องมีความสบายและต้องสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ

ประการที่สาม เป็นบริการประเภทให้ความเพลิดเพลินกับผู้โดยสาร (Amenities) ได้แก่ ร้านค้าต่างๆ ภัตตาคาร ห้องพักแรม เป็นต้น ซึ่งผู้ใช้บริการจะต้องเสียค่าใช้จ่าย เมื่อใช้บริการเหล่านี้ บริการด้านนี้ต้องมีคุณลักษณะ 3 ประการ คือ ต้องราคาย่อมเยา ต้องเหมาะสม และต้องเป็นที่นิยมยินดี

การบริการเป็นภารกิจหลักของท่าอากาศยานหรือเป็นผลิตผลของท่าอากาศยานที่ท่าอากาศยานทั่วโลกจะแข่งขันกันเพื่อสร้างสรรค์ พัฒนา และปรับปรุงการบริการที่ท่าอากาศยานของตน เพื่อให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจที่สุด เพราะความพึงพอใจนี้จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินงาน ชื่อเสียงของท่าอากาศยาน และรายได้ของท่าอากาศยานซึ่งจะส่งผลต่อการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่สุด

กิจกรรมในท่าอากาศยาน

ท่าอากาศยานเป็นสถานที่ที่รวมกิจกรรมต่างๆ ไว้หลากหลายประเภท โดยเฉพาะกิจกรรมด้านการบริการ กิจกรรมของท่าอากาศยาน แบ่งได้ตามพื้นที่คือ กิจกรรมในเขตการบิน และกิจกรรมในเขตนอกการบิน

กิจกรรมในเขตการบิน

ตามคำนิยามของเขตการบิน ซึ่งได้แก่ พื้นที่ภายในสนามบินที่เครื่องบินใช้สำหรับการขึ้น ลง และการขับเคลื่อน ทำให้กิจกรรมที่อยู่ในเขตนี้เป็นเรื่องการให้บริการต่อเครื่องบินเป็นหลัก เรียกว่า การบริการในลานจอดอากาศยาน หรือ บริการภาคพื้น คือการให้บริการเมื่อเครื่องบินจอดที่ท่าอากาศยาน เพื่อรับ-ส่ง ผู้โดยสารขึ้น-ลง หรือขนถ่ายสัมภาระขึ้นลง โดยแบ่งลักษณะงานออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การบริการในเรื่องของการระวางบรรทุก คือ การนำสัมภาระของผู้โดยสาร หรือสินค้า ขึ้น-ลงจากเครื่องบิน และขนส่งสัมภาระดังกล่าว ไป-กลับระหว่างเครื่องบินกับอาคารผู้โดยสารหรืออาคารคลังสินค้า

2. การบริการให้กับตัวเครื่องบิน เปรียบได้กับการส่งกำลังบำรุงให้เครื่องบินทางด้านต่างๆ เช่น การทำความสะอาดภายในภายนอกเครื่องบินการผลิตความเย็นป้อนให้กับเครื่องบิน การเติมน้ำมันให้เครื่องบิน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้เครื่องบินพร้อมสำหรับการเดินทางครั้งต่อไป

นอกจากกิจกรรมด้านการบริการภาคพื้นข้างต้นแล้ว ยังมีกิจกรรมด้านอื่นๆ อีก ได้แก่ การรักษาความปลอดภัย ซึ่งผู้ที่จะเข้าไปปฏิบัติงานในลานจอดอากาศยาน จะต้องได้รับบัตรอนุญาตผ่านทางเข้าออกเขตหวงห้าม การดับเพลิงและกู้ภัย กรณีเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เป็นกิจกรรมหลักภายในเขตการบินทั้งสิ้น

กิจกรรมในเขตนอกการบิน

กิจกรรมในเขตนอกการบินส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมภายในอาคารผู้โดยสาร ซึ่งมีทั้งกิจกรรมที่เป็นกรรมวิธีสำหรับผู้โดยสาร และกิจกรรมที่เป็นการบริการ กิจกรรมที่เป็นกรรมวิธีสำหรับผู้โดยสารได้แก่ กรรมวิธีด้านบัตรโดยสาร ด้านการรักษาความปลอดภัย กรรมวิธีเกี่ยวกับกระเป๋าเดินทางและสัมภาระ และที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้โดยสารที่จะเดินทางเข้าออกระหว่างประเทศ คือ กรรมวิธีของทางราชการ เช่น พิธีการตรวจคนเข้าเมืองศุลกากร ด่านกักโรค ด่านตรวจพืช ด่านตรวจสัตว์

กิจกรรมที่เป็นการบริการส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมเชิงพาณิชย์ที่ท่าอากาศยานจัดหามาให้บริการ ผู้ที่ดำเนินการเกี่ยวกับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ในท่าอากาศยาน มักเรียกกันว่า ผู้ประกอบการในท่าอากาศยานบางแห่ง ภายในจะมีร้านค้า ศูนย์อาหารนอกตากนั้น ท่าอากาศยานยังต้องจัดให้มีกิจกรรมให้บริการด้านการสื่อสาร การแลกเปลี่ยนเงินตราห้องพักแรม บริการรถรับส่ง ทั้งนี้เพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้ผู้มาใช้ท่าอากาศยาน

บุคคลที่เกี่ยวข้องกับท่าอากาศยาน

เนื่องจากท่าอากาศยานเป็นที่รวมของกิจกรรมนานาประเภท ดังนี้จึงมีบุคคลที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก ท่าอากาศยานขนาดใหญ่จะมีบุคคลที่ปฏิบัติงานในท่าอากาศยานนับหมื่นคนต่อวัน บุคคลที่เกี่ยวข้องกับท่าอากาศยานบางแห่งได้เป็น

1. พนักงานของท่าอากาศยาน คือ พนักงานของหน่วยงานที่บริหารท่าอากาศยาน ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ ในท่าอากาศยาน หน่วยงานที่บริหารท่าอากาศยานพาณิชย์ในประเทศไทยมี 3 หน่วยงาน คือ การท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย บริหารงานท่าอากาศยานกรุงเทพ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยานหาดใหญ่ และท่าอากาศยานภูเก็ต กรมการบินพาณิชย์ บริหารงานท่าอากาศยานภายในประเทศ และกองทัพเรือ บริหารงานท่าอากาศยานอู่ตะเภา

2. ผู้โดยสาร คือ ผู้ที่เดินทางไปกับเครื่องบิน บุคคลกลุ่มนี้เป็นลูกค้าสำคัญของท่าอากาศยานโดยทั่วไปแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ ผู้โดยสารขาเข้า และผู้โดยสารขาออก

3. พนักงานของสายการบิน พนักงานส่วนนี้จะให้บริการและดูแลผู้โดยสารที่เดินทางโดยใช้สายการบินของตน

4. เจ้าหน้าที่ส่วนราชการ เป็นเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการเครื่องบิน และกรรมวิธีสำหรับผู้โดยสาร เช่น เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง ศุลกากร เจ้าหน้าที่ด่านควบคุมต่างๆ เป็นต้น

5. ผู้ประกอบการ คือ ผู้ประกอบธุรกิจประเภทต่างๆ ในท่าอากาศยาน เพื่อให้บริการผู้โดยสาร

6. ผู้มาติดต่อรับส่งสินค้า คือ ผู้ที่ต้องการส่งสินค้าไปยังปลายทางภายในประเทศหรือต่างประเทศ หรือรับสินค้าที่ส่งมาทางเครื่องบินซึ่งบุคคลเหล่านี้ต้องดำเนินกรรมวิธีด้านศุลกากรตลอดจนการรับส่งสินค้า

7. ผู้มารับหรือมาส่งผู้โดยสาร ถึงแม้บุคคลกลุ่มนี้จะไม่ได้อยู่ประจำในท่าอากาศยาน แต่ก็เป็นบุคคลสำคัญที่ท่าอากาศยานต้องอำนวยความสะดวกและจัดบริการต่างๆ ให้ โดยเฉพาะในเขตพื้นที่สาธารณะ

บุคคลกลุ่มต่างๆ ข้างต้น ยกเว้นพนักงานของท่าอากาศยาน จัดว่าเป็นลูกค้าของท่าอากาศยานทั้งสิ้น ซึ่งทางท่าอากาศยานจะต้องจัดหาสถานที่ในการปฏิบัติงาน รวมทั้งให้การดูแลและอำนวยความสะดวกให้ เพื่อให้การดำเนินงานของท่าอากาศยานเป็นไปอย่างราบรื่น และประสบผลสำเร็จ (สารานุกรมไทยฉบับเยาวชน 2540 : 258 – 275)

ประวัติของท่าอากาศยานแม่สอด

ท่าอากาศยานแม่สอด เดิมเป็นท่าอากาศยานเล็ก ๆ อยู่ทางภาคตะวันตกเฉียงเหนือ ของประเทศไทย สร้างขึ้นมาหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 ตั้งอยู่ที่ ต.ท่าสายลวด อ.แม่สอด จ.ตาก เดิมเป็นสนามบินที่ใช้ในกิจการทหารอยู่ในความดูแลของกองทัพอากาศต่อมาเมื่อมีการดำเนินการขนส่งพัสดุภัณฑ์ และผู้โดยสารในกิจการการบินพลเรือนขึ้น ซึ่งในระยะเริ่มแรกนั้นกิจการอยู่ในความรับผิดชอบของทหาร และใช้สนามบินแม่สอดเป็นครั้งคราว จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2472 เมื่อเสนาบดีได้พิจารณาและลงมติให้แยกกิจการการบินพลเรือนออกจากกิจการทหารและได้มีการจัดตั้งบริษัท เดินอากาศ ในปี พ.ศ. 2473 ดำเนินการเป็นรัฐพาณิชย์ กองการบินพลเรือน กระทรวงพาณิชย์ กิจการการบินพลเรือนของประเทศจึงได้แยกตัวออกจากกิจการบินทหาร โดยมีบริษัท เดินอากาศ จำกัด เป็นผู้ดำเนินการการขนส่งทางอากาศ

กิจการการเดินอากาศในระยะเริ่มแรก นั้น เมื่อบริษัท เดินอากาศ จำกัด ได้รับสัมปทานการขนส่งทางอากาศ เมื่อ พฤษภาคม 2475 ได้เปิดขยายดำเนินการขนส่งทางอากาศในเส้นทาง พิษณุโลก – ตาก – แม่สอด ขึ้น จนเมื่อเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 บริษัทฯ จึงได้งดบินและยุบเลิกกิจการเนื่องจากมีอุปสรรคบางประการโดยเฉพาะเครื่องบินของบริษัทฯในเส้นทาง เชียงใหม่ – แม่สะเรียง – แม่ฮ่องสอน ถูกเครื่องบินฝ่ายตรงข้ามยิงตก บริษัทฯ จึงงดทำการบินเมื่อวันที่ 5 เมษายน 2488 และยุบเลิกกิจการด้านการบินในปี พ.ศ. 2489

และต่อมาในปี พ.ศ.2502 บริษัทเดินอากาศไทย จำกัด และบริษัท Scandinavian Airline System (SAS.) ได้รวมทุนกันจัดตั้งบริษัทการบินไทย จำกัด โดยบริษัทเดินอากาศไทย จำกัด ถือหุ้น 70% และ SAS. ถือหุ้น 30% เปิดทำการบินระหว่างประเทศขึ้น นี่คือความเป็นมาของบริษัทการบินของไทย ในชื่อต่าง ๆ ในระยะแรก ซึ่งในช่วงปี พ.ศ. 2491-2494 ไม่พบหลักฐานที่แน่ชัดว่าบริษัทฯ ได้เปิดบินขึ้น-ลง ที่ท่าอากาศยานแม่สอด หรือไม่ คงมีเครื่องบินของกองทัพอากาศไทย โดยใช้ท่าอากาศยานแม่สอดในภารกิจทางทหาร เป็นครั้งคราว สำหรับในกิจการด้านพลเรือน บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด เป็นผู้ดำเนินการขนส่งผู้โดยสารโดยได้เปิดบริการครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2496 และดำเนินการเรื่อยมาจนถึงปี พ.ศ. 2503-2504 สำนักงานการบินพลเรือน ได้เห็นความสำคัญในด้านการขนส่งทางอากาศในขณะนั้น จึงได้ปรับปรุงสภาพพื้นสนามบินโดยทำการเสริมพื้นผิวบดอัดดินลูกรังให้แน่นและเรียบขึ้น และทำการสร้างที่ท่าอากาศยานอาคารหอควบคุมจราจรทางอากาศ เป็นอาคารไม้สองชั้นครึ่ง สำหรับให้บริการควบคุมจราจรทางอากาศ สร้างอาคารสถานีเครื่องช่วยการเดินอากาศ และ ได้ทำการติดตั้งอุปกรณ์เครื่องช่วยการเดินอากาศ NDB (Non Directional Beacon) ขึ้นในปีต่อมา

ซึ่งในช่วงดังกล่าวนี้ บริษัทเดินอากาศไทย จำกัด ได้นำเครื่องบิน DC-3 หรือ Dagota มาใช้บริการ รับ-ส่งผู้โดยสาร สินค้า และพัสดุภัณฑ์ ณ ท่าอากาศยานแม่สอด และได้ทำการบินติดต่อกันเรื่อยมา ในปี พ.ศ. 2506 สำนักงานการบินพลเรือน กรมการขนส่ง ได้รับการยกฐานะเป็นกรมชื่อว่า “กรมการบินพาณิชย์” เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2506 ในระหว่างนี้ ท่าอากาศยานแม่สอดก็ได้เปิดบริการเรื่อยมาจนถึงปี พ.ศ. 2513 บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด งดบินขึ้นลงที่ท่าอากาศยานแม่สอดอีกครั้งหนึ่ง ในปี พ.ศ. 2513 นี้เอง กรมการบินพาณิชย์ได้ดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงท่าอากาศยานแม่สอด ให้เป็นท่าอากาศยานมาตรฐานอีกชั้นหนึ่ง คือ ได้มีการสร้างทางวิ่งใหม่ กำหนดเป็น ทางวิ่ง 09 และ 27 พื้นผิวลาดยางแอสฟัลส์ (Asphalt) ขนาด 30 + 1,500 เมตร สร้างเสร็จในปี พ.ศ. 2515 ด้วยงบประมาณ 21.45 ล้านบาท จากนี้จึงได้ก่อสร้างอาคารที่ท่าอากาศยาน หอควบคุมจราจรทางอากาศ ขึ้นใหม่ แล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2517 รวมทั้งอาคารสถานีดับเพลิง (โรงเก็บรถดับเพลิง) อย่างไรก็ตามเมื่อสร้างเสร็จ บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด ก็ยังไม่เปิดบินที่ท่าอากาศยานแม่สอด คงเปิดบริการขึ้น-ลง เฉพาะเครื่องบินของทางราชการ ทั้งทางทหารหน่วยบิน ตำรวจ และเกษตรเท่านั้น ปี 2526 ปรับปรุงซ่อมแซมอาคารที่ทำการที่พักผู้โดยสาร ปี 2527 บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด เปิดเส้นทางบิน พิษณุโลก-ตาก-แม่สอด-เชียงใหม่และกลับ ปี 2528 ทำการซ่อมแซมทางวิ่ง ลานจอด และถนนภายในท่าอากาศยานแม่สอด ปี 2530 ขยายและต่อเติมอาคารที่พักผู้โดยสาร ห้องฝ่ายบริหาร ห้องประชุม ห้อง VIP ห้องผู้โดยสารขาเข้า-ขาออก ที่ทำการบริษัทการบิน ปี 2532 ติดตั้งระบบไฟ Papi, Runway, Taxiway, Threshold/End Light ปี 2533 ติดตั้งเครื่อง Walk Through และอาคารสถานี VOR/DME ปี 2540 ติดตั้งเครื่อง X-RAY สัมภาระ ปี 2544 ติดตั้งเครื่อง X-RAY กระเป๋าสัมภาระ

ปี 2546 การปฏิรูประบบราชการใหม่ ให้เปลี่ยนชื่อ กรมการบินพาณิชย์ เป็น กรมการขนส่งทางอากาศ ปี 2547 ติดตั้งระบบโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) และได้ประกาศเป็นสนามบินศุลกากร ปี 2548 ได้ต่อเติม และปรับปรุงอาคารที่พักผู้โดยสาร พื้นที่ศุลกากร ตรวจคนเข้าเมือง และด่านควบคุมโรค พร้อมสายพานลำเลียงกระเป๋า ตามสัญญาเลขที่ 63/2548 งบประมาณทั้งสิ้น 1,980,000.- บาท ในปัจจุบันสามารถให้บริการอากาศยานต่างๆได้ตามมาตรฐานขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO)

โครงสร้างของท่าอากาศยานแม่สอด

ท่าอากาศยานแม่สอด เป็นหน่วยงานราชการส่วนกลางที่อยู่ในความรับผิดชอบ กำกับดูแลของกรมการขนส่งทางอากาศ กระทรวงคมนาคม มีการจัดแบ่งส่วนงานภายในเป็น 3 ฝ่าย ดังนี้

1. ฝ่ายบริหารและพิธีการบิน มีอำนาจหน้าที่ดำเนินการเกี่ยวกับงานด้านสารบรรณ การเจ้าหน้าที่ การเงิน บัญชี พัสดุ นิติกรรมสัญญา การจัดหารายได้ งานอำนวยความสะดวกแก่

ผู้โดยสาร อากาศยาน สินค้า สัมภาระ และผู้ใช้บริการทั่วไป งานประชาสัมพันธ์และบริการข้อมูลข่าวสารของท่าอากาศยาน ประมวลข้อมูลทางด้านการขนส่งทางอากาศของหน่วยงาน รวมถึงการจัดทำข้อมูลสถิติและรายงานต่าง ๆ ดำเนินการด้านพิธีการบิน ปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมายหรือปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

2. ฝ่ายความปลอดภัย มีอำนาจหน้าที่ ดำเนินการจัดทำแผนรักษาความปลอดภัยและจัดทำแผนการกู้ภัยและดับเพลิงของท่าอากาศยานรวมทั้งประสานแผนกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องและฝึกซ้อมเป็นประจำ ดำเนินการตรวจผู้โดยสาร สินค้า สัมภาระ และบุคคลที่จะเข้าไปในบริเวณพื้นที่หวงห้ามของท่าอากาศยาน ดำเนินการรักษาความปลอดภัยสถานที่และประสานเพื่อร่วมแก้ไขปัญหาเมื่อมีเหตุฉุกเฉินที่ท่าอากาศยาน ดำเนินการด้านกู้ภัยและดับเพลิงอากาศยานและอาคารสถานที่ ควบคุม กำกับ ดูแล และจัดระบบจราจรภายในท่าอากาศยานและลานจอดอากาศยานให้เกิดความปลอดภัย ปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมายหรือปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

3. ฝ่ายช่างเทคนิค มีอำนาจหน้าที่ ควบคุม ดูแล ซ่อมแซมบำรุงรักษาอาคาร สถานที่และสิ่งแวดล้อม ระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมทั้งยานพาหนะ เครื่องมือ เครื่องใช้ ต่าง ๆ ภายในท่าอากาศยาน ควบคุม ดูแล และวางแผนบริหารการใช้พื้นที่เพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้โดยสาร หรืออากาศยานกรณีที่มีการซ่อมบำรุง ปรับปรุงอาคาร หรือสิ่งปลูกสร้างอื่น ๆ ของท่าอากาศยาน ควบคุมทะเบียนที่ราชพัสดุและระวังแนวเขตที่ดินของท่าอากาศยาน ควบคุมระบบไฟฟ้าสนามบิน ปฏิบัติงานอื่นที่ได้รับมอบหมายหรือปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

ภารกิจของท่าอากาศยานแม่สอด

1. ควบคุมกิจการขนส่งทางอากาศในเขตความรับผิดชอบให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎระเบียบ และข้อบังคับ ตลอดจนความตกลงและอนุสัญญาว่าด้วยการบินพลเรือนระหว่างประเทศ

2. ให้บริการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่อากาศยาน ผู้โดยสาร และบุคคลอื่นที่ใช้บริการท่าอากาศยาน รวมทั้งการขนส่งสินค้า สัมภาระ และไปรษณียภัณฑ์ทางอากาศ

3. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือที่ได้รับมอบหมาย

การบริการของท่าอากาศยานแม่สอด

การบริการของท่าอากาศยานแม่สอด เป็นการบริการสาธารณะเพื่อประชาชนโดยตรง เพื่อบริการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่อากาศยาน ผู้โดยสาร(ประชาชนหรือ

ผู้ใช้บริการ) และบุคคลอื่นที่ใช้บริการท่าอากาศยาน รวมทั้งการขนส่งสินค้า สัมภาระ และไปรษณียภัณฑ์ทางอากาศ การควบคุมกิจการขนส่งทางอากาศในเขตความรับผิดชอบให้เป็นไปตามกฎหมาย กฎ ระเบียบ และข้อบังคับ ตลอดจนความตกลงและอนุสัญญาว่าด้วยการบินพลเรือนระหว่างประเทศ เป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างการขนส่งทางอากาศ และทางภาคพื้น จากจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่ง เช่น การท่องเที่ยว การค้า การลงทุน การเยี่ยมเยียนซึ่งกันและกัน เป็นต้น ซึ่งการบริการ คือภารกิจหลักของท่าอากาศยานทุกแห่งทั่วโลก

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดการบริการของท่าอากาศยาน เพื่อมุ่งพัฒนาการบริการให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจใน 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง บริการที่ท่าอากาศยานจำเป็นต้องจัดให้มีไว้ เช่น อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก อาคารที่พักผู้โดยสาร ห้องน้ำ ที่นั่งพัก ลานจอดรถยนต์ เป็นต้น

2. ด้านบริการที่ท่าอากาศยานจัดให้ หมายถึง บริการที่ท่าอากาศยานจัดให้ โดยผู้ใช้บริการไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย เช่น การตรวจอาวุธและวัตถุระเบิด การรักษาความปลอดภัย การกู้ภัยและดับเพลิง การตรวจค้นกระเป๋าเดินทาง เป็นต้น

3. ด้านบริการที่ให้ความเพลิดเพลิน หมายถึง การบริการที่ให้ความเพลิดเพลินกับผู้ใช้บริการ ซึ่งผู้ใช้บริการต้องเสียค่าใช้จ่ายเมื่อใช้บริการ เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร รถบริการรับ/ส่ง โทรศัพท์สาธารณะ เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ได้มีผู้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการบริการ สรุปได้ดังนี้

จันทร์เพ็ญ ตูเทศานันท์ (2542 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการจัดการบริการของสถานธนานุบาลในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังนี้ ด้านความพอเพียง ด้านความรวดเร็ว ด้านความสะดวก ด้านความซื่อสัตย์ ด้านการบริการข้อมูลข่าวสาร ด้านความสุภาพ และด้านความเป็นธรรม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง เพราะสถานธนานุบาลสามารถให้บริการแก่ประชาชนทุกคนที่มาใช้บริการ แต่มีข้อเสนอแนะให้สถานธนานุบาลปรับปรุงนโยบายและการดำเนินงานให้เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาการบริการ โดยการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและอุปกรณ์มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนรับรู้ผลการ

ดำเนินงาน ตลอดจนควรเพิ่มบริการด่วน มีอาคารสถานที่ได้มาตรฐาน และควรมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความพร้อมที่จะปฏิบัติงาน

ณัฐวุฒิ พิริยะจีระอนันต์ (2544 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเทศบาลนครเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า ด้านค่าธรรมเนียม ด้านอุปกรณ์ ด้านพนักงานที่ให้บริการ และด้านขั้นตอนการให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ส่วนด้านสถานที่ และด้านการติดต่อสื่อสาร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนระดับปัญหา พบว่า ด้านค่าธรรมเนียม ด้านการบริการ ด้านพนักงาน ด้านอุปกรณ์ มีปัญหาอยู่ในระดับมาก และด้านสถานที่ ด้านการติดต่อ ด้านขั้นตอนการให้บริการ มีปัญหาอยู่ในระดับน้อย

อณุวัฏ บรรลุทางธรรม (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาคุณภาพการใช้บริการรถไฟฟ้า (BTS) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า ด้านความเชื่อถือ มีคุณภาพของการให้บริการอยู่ในระดับสูง ด้านความเข้าใจลูกค้า มีคุณภาพของการให้บริการอยู่ในระดับสูง ด้านสิ่งที่มองเห็นและสัมผัสได้ มีคุณภาพของการให้บริการอยู่ในระดับสูง ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีคุณภาพของการให้บริการอยู่ในระดับสูง

ศรีจิตรา สวัสดิ์พานิช (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของ บริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)ในจังหวัดปทุมธานี จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการบริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังนี้ ด้านบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายบริการ ด้านพนักงาน ด้านคุณภาพหรือประโยชน์ของการบริการ และด้านขั้นตอนหรือวิธีการให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

สุทน ประกอบเพชร (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด มหาชน จากการศึกษาพบว่า ด้านความสะอาดของสถานที่ ด้านการแสดงเครื่องหมายต่างๆ ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มในอาคารผู้โดยสาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคารผู้โดยสาร ด้านบริการที่จอดรถยนต์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านร้านค้าภายในอาคาร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ภัทรพร ตุลารักษ์ (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาประสิทธิภาพในการบริการด้านประชาสัมพันธ์ ท่าอากาศยานกรุงเทพ จากการศึกษาพบว่า ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 61 ด้านข้อมูล ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 56 ด้านความถูกต้องของข้อมูลในการบริการ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 48 ด้านผู้ให้บริการมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 64 ด้านความเท่าเทียมกันในการให้บริการ ผู้รับบริการมีความพึงพอใจ คิดเป็นร้อยละ 53

สิทธิปัฐพ์ มงคลอภิบาลกุล (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อการให้บริการของพนักงานบริการท่าอากาศยานเชียงราย จากการศึกษาพบว่า ด้านการเข้าถึงลูกค้า ด้านความไว้วางใจ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความสามารถ ด้านความมีน้ำใจ ด้านการเข้าถึงจิตใจของลูกค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย ส่วนด้านความปลอดภัย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สำหรับการปรับปรุงการให้บริการนั้นผู้ประกอบการเสนอจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ การปรับปรุงอาคารที่พักผู้โดยสาร การปรับทัศนียภาพ และการเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้มากขึ้น

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การพัฒนาการบริการให้มีคุณภาพและเกิดความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการนั้น มีปัจจัยต่างๆ ที่ต้องพิจารณาหลายด้าน เช่น ด้านการเข้าถึงลูกค้า ด้านความสะดวก ด้านสถานที่ ด้านความปลอดภัย เป็นต้น ปัจจัยต่างๆเหล่านี้เป็นตัวช่วยให้ทราบถึงระดับของสภาพ ปัญหา และความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงพัฒนางานบริการของผู้ให้บริการในด้านต่างๆที่มุ่งหวังให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในระดับสูงที่สุด

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการบริการของท่าอากาศยาน ประกอบด้วยการบริการใน 3 ด้าน ได้แก่

1. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
2. ด้านบริการที่ท่าอากาศยานจัดให้
3. ด้านบริการให้ความเพลิดเพลิน

โดยศึกษาถึงสภาพ ปัญหา และความต้องการการบริการ รวมทั้งหาแนวทางการพัฒนาการบริการของท่าอากาศยานแม่สอด ใน 3 ด้าน ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการบริการ การพัฒนาการบริการเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงสุดบนพื้นฐานของคุณภาพ