

หัวข้อวิทยานิพนธ์	คุณภาพการให้บริการและภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานอุตะเถา ระยอง-พัทยา
คำสำคัญ	คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจ, ภาพลักษณ์องค์กร
ชื่อนักศึกษา	นริศรา เอมธานี
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ดร.ชลธิศ คาราวงษ์
ระดับการศึกษา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2557

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารและภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานอุตะเถา ระยอง-พัทยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจและภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานอุตะเถา ระยอง-พัทยา ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้โดยสารที่มาใช้บริการท่าอากาศยานอุตะเถา ระยอง-พัทยา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ และแบบมาตราส่วน 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่าผู้โดยสารที่มาใช้บริการท่าอากาศยานอุตะเถา ระยอง-พัทยา มีระดับความพึงพอใจ และภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานอุตะเถา ระยอง-พัทยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจ และภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานอุตะเถา ระยอง-พัทยา พบว่าผู้โดยสารที่มีด้านสถานภาพแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่าผู้โดยสารที่มีด้านสัญชาติ ด้านสถานภาพ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และด้านประสบการณ์ที่มาใช้บริการที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานอุตะเถา ระยอง-พัทยา พบว่าปัจจัยด้านความเอาใจใส่ ด้านลักษณะกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความไว้วางใจ มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานอุตะเถา ระยอง-พัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยคุณภาพการ

ให้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานอุตะเถา ระยอง-พัทยา พบว่าปัจจัยด้านความเอาใจใส่ และ
ด้านลักษณะกายภาพ มีผลต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานอุตะเถา ระยอง-พัทยา อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ .05

SPU CHONBURI

Thesis Title	Service Quality and Corporate Image of U-Tapao Rayong - Pataya Airport
Keyword	Service Quality, Satisfaction, Corporate Image
Student	Naritsara Aimthane
Thesis Advisors	Dr. Chonlatis Darawong
Level of Study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate School, Sripatum University Chonburi Campus
Year	2014

ABSTRACT

The objectives of this research were to study the level of passenger satisfaction and the image of U-Tapao Rayong-Pataya airport by personal factors and the influence of services quality on passenger satisfaction and the image of U-Tapao Rayong-Pataya airport. The population and samples were 400 passengers at U-Tapao Rayong-Pataya airport. The instrument used for data collection were check-list and 5-point scales questionnaire. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way ANOVA and multiple linear regression analysis.

The result showed that the passenger satisfactions level and the image of U-Tapao Rayong -Pataya airport is high in overall. The comparison of the passenger satisfactions and the image of U-Tapao Rayong-Pataya airport by personal factors, it was found that the passengers with different status were satisfied different on the significant statistical level of .05 and the passengers with different nationality, status, average income per month and experience of the service were opinions to the image of U-Tapao Rayong-Pataya airport different on the significant statistical level of .05. From the analysis of the service quality factors had an influence to passenger satisfaction at U-Tapao Rayong-Pataya airport. I found that the service quality factors include the attention of provider, physical characteristics of the service, reliability of the service and trust of the service had an influence to passenger satisfaction on the significant statistical level of .05. And the analysis of the service quality factors had an influence to the image of U-Tapao Rayong-Pataya airport. I found that

the service quality factors include the attention of providers and physical characteristics of the service had an influence to the corporation image on the significant statistical level of .05.

SPU CHONBURI