



รายงานการวิจัย

เรื่อง

อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของ
นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในสนามบินสุวรรณภูมิ

INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON SERVICE INNOVATION OF ELDERLY
TOURISTS WHO COM TO USE THE SERVICE AT SUVARNABHUMI AIRPORT

ธนกร ณรงค์วานิช

งานวิจัยนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปีการศึกษา 2562

หัวข้อวิจัย	: อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่ออัตราการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในสนามบิณสูวรรณภูมิ
ผู้วิจัย	: นายธนกร ธรรมค้ำวานิช
หน่วยงาน	: วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ปีที่พิมพ์	: พ.ศ. 2563

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับของคุณภาพการให้บริการ และอัตราการให้บริการ (2) เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่ออัตราการให้บริการ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่ออัตราการให้บริการ และ (4) ค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายอัตราการให้บริการ กลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการ ในสนามบิณสูวรรณภูมิ จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.927 ช่วงระหว่างเดือนตุลาคม 2562 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2563 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติที ค่าสถิติเอฟ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการ และอัตราการให้บริการ พบว่า อยู่ในระดับมาก ทั้งในภาพรวม รายด้าน และรายข้อ
2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่ออัตราการให้บริการ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่า เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05
3. ผลศึกษาศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่ออัตราการให้บริการ พบว่าคุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่ออัตราการให้บริการ อยู่ในระดับสูง ($R=0.738$) หรือสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 54.40 ($R^2=0.544$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ผลการค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายอัตราการให้บริการ พบว่า มีตัวพยากรณ์ที่ดี จำนวน 3 ตัว ประกอบด้วย ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) มีอิทธิพลต่ออัตราการให้บริการ อยู่ในระดับสูง ($R=0.734$) หรือสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 53.90 ($R^2=0.539$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ, นวัตกรรมบริการ, นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และ
ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

Research Title : Influence of Service quality on service innovation of elderly tourists who come to use the service at Suvarnabhumi Airport

Name of Researcher : Thanakorn Narongvanich

Name of Institution : College of Tourism and Hospitality Sripatum University

Year of Publication : B.E.2563

ABSTRACT

The purpose of this research was to (1) study the level of service quality and service innovation (2) comparing opinions on service innovation Of elderly tourists Classified by personal factors (3) Study the influence of service quality (4) Find a good predictor for predicting service innovation The samples were elderly tourists. Who come to use the service In the Suvarnabhumi airport, 400 people collected data by using a questionnaire with a confidence equal to 0.927 from October 2019 to February 2020, analyze the data with the finished program. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation. And tested the hypotheses by using a t-test, F-test and multiple regression analysis.

The results showed that:

1. The overall and individual of service quality and service innovation at a high level.
2. The comparison by personal factors: gender, age, marital education, and salary were non-difference on statistically significant at 0.05.
3. The results of the study examined the influence of service quality toward service innovation, found that service quality Influencing service innovation Is at a high level ($R = 0.738$) or can be predicted by 54.40 % ($R^2 = 0.544$) with statistical significance at the level of 0.05
4. Results of the good predictions for the prediction of service innovations found that there are 3 good forecasts which consist of understanding and knowing customers (TQ5), responding customers (TQ3) and the concrete aspects of Service (TQ1) influence service innovation. Is at a high level ($R = 0.734$) or can be predicted 53.90% ($R^2 = 0.539$) with statistically significant at the level of 0.05

Keyword : Service quality Service innovation Elderly tourists' and Suvarnabhumi Airport

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่ออันวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.ณรงค์ ทมเจริญ ที่กรุณาให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ตรวจสอบแก้ไขงานวิจัยนี้ และติดตามความก้าวหน้าอย่างสม่ำเสมอ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนางานวิจัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่ได้มอบทุนสนับสนุนงานวิจัยปีงบประมาณ 2562 ผู้วิจัยขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ได้กรุณาใช้เวลาอันมีค่าอย่างยิ่งของท่าน ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือวิจัยจนได้เครื่องมือที่มีคุณภาพ

ขอขอบคุณ อาจารย์และบุคลากร ของคณะบริหารธุรกิจ อย่างสูงที่เป็นกำลังใจและให้การสนับสนุนการทำงานอย่างต่อเนื่อง

ขอขอบคุณทุกท่านที่ยังไม่ได้เอ่ยนามที่ได้มีส่วนร่วมในงานวิจัยชิ้นนี้เสร็จสิ้นสมบูรณ์ไปด้วยดี คุณความดีหรือประโยชน์อื่นใดอันเกิดจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาคุณ บิคารมารดาและบูรพาจารย์ที่ให้การศึกษอบรมสั่งสอน ให้สติปัญญาและคุณธรรมอันเป็นเครื่องชี้นำความสำเร็จในชีวิตของผู้วิจัยต่อไป

ธนกร ณรงค์วานิช

ผู้วิจัย

เมษายน 2563

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
	คำถามในการวิจัย.....	6
	สมมติฐานของการวิจัย.....	6
	ขอบเขตของการวิจัย.....	6
	นิยามศัพท์.....	9
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	11
2	การทบทวนวรรณกรรม.....	12
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ.....	12
	ประวัติความเป็นมาและแนวคิดทฤษฎีของคุณภาพการให้.....	13
	ความหมายของคุณภาพการให้บริการ.....	19
	องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ.....	20
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการให้บริการ.....	26
	ประวัติความเป็นมาและแนวคิดทฤษฎีของนวัตกรรมการให้บริการ.....	26
	ความหมายของนวัตกรรมการให้บริการ.....	32
	องค์ประกอบนวัตกรรมการให้บริการ.....	34
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผู้สูงอายุ.....	38
	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ.....	38
	ความหมายของผู้สูงอายุ.....	44
	การเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ.....	47
	ปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุ.....	54

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
แนวความคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic).....	56
เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	59
สรุป.....	65
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	66
ขั้นตอนการวิจัย.....	66
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	69
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	70
การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย.....	71
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	72
การวิเคราะห์และแปรความหมายข้อมูล.....	72
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	73
4 ผลการวิจัย.....	76
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	76
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการตามความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ.....	78
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการ ของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ.....	82
ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จาแนกตามปัจจัยส่วน บุคคล.....	87
ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรม การให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศ ยานสุวรรณภูมิ.....	96

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ตอนที่ 6 สรุปสมมติฐานการวิจัย	112
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	114
สรุปผลการศึกษา.....	114
การอภิปรายผล.....	118
ข้อเสนอแนะ.....	127
บรรณานุกรม.....	131
ภาคผนวก.....	139
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	140
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	147

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	จำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	77
4.2	ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ ในภาพรวม.....	78
4.3	ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรม ของการบริการ.....	79
4.4	ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน คุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ.....	80
4.5	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง ลูกค้า.....	80
4.6	ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจ แก่ลูกค้า.....	81
4.7	ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการให้บริการด้านการเข้าใจและรู้จัก ลูกค้า.....	82
4.8	ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนวัตกรรมการให้บริการในภาพรวม.....	83
4.9	ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการ อย่างเสมอภาค.....	83
4.10	ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการ อย่างทันเวลา.....	84
4.11	ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการ อย่างเพียงพอ.....	85
4.12	ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการ อย่างต่อเนื่อง.....	85
4.13	ค่าเฉลี่ยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการ อย่างก้าวหน้า.....	86
4.14	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการ ของท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิจากแ่งตามเพศ.....	87

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.15	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจาแนกตามอายุ.....	88
4.16	การทดสอบความแปรปรวนความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จาแนกตามอายุ.....	89
4.17	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จาแนกตามระดับการศึกษา.....	90
4.18	การทดสอบความแปรปรวนความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จาแนกตามระดับการศึกษา.....	91
4.19	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จาแนกตามสถานภาพการสมรส.....	92
4.20	การทดสอบความแปรปรวนความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จาแนกตามสถานภาพการสมรส.....	93
4.21	การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของสนามบินสุวรรณภูมิจาแนกตามรายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน.....	94
4.22	การทดสอบความแปรปรวนความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จาแนกตามรายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน.....	95
4.23	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรคุณภาพการให้บริการและนวัตกรรมการให้บริการ.....	97
4.24	ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในภาพรวม.....	99
4.25	ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค.....	100

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.26	ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณของ คุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา.....	101
4.27	ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณของ คุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ.....	102
4.28	ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณของ คุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง.....	103
4.29	ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณของ คุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า.....	104
4.30	ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณ การค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศ ยานสุวรรณภูมิในภาพรวม.....	106
4.31	ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณ การค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศ ยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค.....	107
4.32	ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณ การค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศ ยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างทันเวลา.....	108
4.33	ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณ การค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศ ยาน สุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ.....	109

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.34	ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณ การค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง.....	110
4.35	ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณ การค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า.....	111

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
3.1	ลำดับและขั้นตอนการวิจัย.....	68

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของประเทศไทยในปี 2558 นั้นเป็นแรงผลักดันที่สำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมการบินของไทยมีการเติบโตยิ่งขึ้น ด้วยเป็นเพราะว่าประเทศไทยมีบทบาทสำคัญอย่างมากในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากประเทศไทยตั้งอยู่ ณ จุดศูนย์กลางของกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีการขนส่งระหว่างประเทศในภูมิภาคนี้ปรับตัวเพิ่มขึ้นสูง และปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยว การเปิดเสรีด้านการบริการทางการบิน การเพิ่มขึ้นของการลงทุนในภูมิภาคอาเซียน รวมทั้งการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สะดวกต่อการขนส่งทางอากาศมากขึ้นทั้งในด้านเครือข่ายครอบคลุม และความสามารถในการรองรับปริมาณการขนส่งทางอากาศที่สูงขึ้น ล้วนเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ธุรกิจการบินในประเทศไทยขยายตัวมากขึ้น (ปิยกนิษฐ โขติวนิช, สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ และบัณฑิต ผังนิรันดร, 2557)

ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิถือเป็นท่าอากาศยานหลักของประเทศไทยที่เป็นช่องทางในการเดินทาง และเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของธุรกิจการบินทั้งภายในและภายนอกประเทศ นอกจากนี้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจะมีบทบาทสำคัญในด้านการขนส่งผู้โดยสารแล้วยังเป็นศูนย์กลางในการขนส่งทางอากาศโดยสามารถรองรับสินค้าได้สูงสุด 3 ล้านตันต่อปี รองรับเที่ยวบินได้ 76 เที่ยวบินต่อชั่วโมงและยังมีทางหลวงพิเศษที่ทันสมัยเชื่อมต่อระหว่างท่าอากาศยานและกรุงเทพมหานครอีกด้วย จากทิศทางการดำเนินงานของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ปีงบประมาณ 2559-2562 ตามวิสัยทัศน์ที่ต้องการจะเป็นผู้ดำเนินการและจัดการท่าอากาศยานที่ดีระดับโลก (AOT Operates The World's Smartest Airport) ได้มีการทำการตลาดเชิงรุกผ่านการพบปะเจรจากับผู้บริหารสายการบิน, ท่าอากาศยานนานาชาติ และสายการบินจากทั่วโลกกว่า 250 บริษัท เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนความรู้ และเจรจาเปิดเส้นทางบินใหม่ นอกจากนี้ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ได้ตอบสนองนโยบายภาครัฐในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (Asian Economic Community: AEC) ภายใต้แนวคิด “เขตการผลิตเดียว ตลาดเดียว” (Single Market and Production Base) เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางธุรกิจการบินและอุตสาหกรรม การขนส่งทางอากาศในภูมิภาคอาเซียน (วิณารัตน์ ภูวพัฒน์ชัยกิจ, 2559) ทำให้ประเทศไทยต้องตระหนักในความสำคัญของการเตรียมความพร้อมอุตสาหกรรมการบินขนส่งทางอากาศเพื่อรองรับการเจริญเติบโตของธุรกิจการบิน โดยท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นเสมือนประตูแรกที่ต้อนรับผู้เดินทางจากทุกมุมโลกสู่ประเทศไทย จึงเน้น

การพัฒนาคุณภาพการให้บริการ มีการออกแบบการก่อสร้างที่ทันสมัยพร้อมด้วยระบบเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อให้ผู้โดยสารได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว และปลอดภัย อย่างไรก็ตาม บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ตั้งเป้าผลักดันให้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิก้าวขึ้นเป็นผู้นำด้านคุณภาพในการให้บริการของโลกภายใน 6 ปี โดยท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีปัจจัยสนับสนุนหลักจากการขยายโครงสร้างพื้นฐาน แผนการขยายท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในเฟสสอง จากข้อได้เปรียบจากตำแหน่งที่ตั้งและแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายของประเทศไทย ในทางกลับกันท่าอากาศยานสุวรรณภูมิยังมีข้อด้อยในสามด้าน คือ ด้านภาษาของบุคลากร ด้านความแออัดของท่าอากาศยาน และด้านการบริการเพื่ออำนวยความสะดวก ซึ่งทั้งสามปัจจัยเป็นปัจจัยที่สามารถปรับปรุงและพัฒนาได้ (จิตตพัฒน์ พรหมพงษ์, 2558) และเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จดังกล่าว บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) จึงต้องนำนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) มาใช้ดำเนินการปรับปรุงการบริการต่าง ๆ ที่มีให้ดีขึ้น เพราะแนวคิดด้านนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) เริ่มเป็นที่จับตามองกันมากขึ้นเมื่อเศรษฐกิจโลกและความมั่งคั่งของประเทศต่าง ๆ ส่วนแล้วมาจากภาคบริการทั้งสิ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทศวรรษที่ผ่านมา เป็นที่ยอมรับกันว่าเศรษฐกิจโลกได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจที่มีภาคบริการเป็นพื้นฐาน ไม่เพียงเท่านั้นในทุก ๆ ภาคส่วนของธุรกิจก็เน้นการสร้างคุณภาพด้านการบริการเพื่อสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง สร้างความได้เปรียบด้านธุรกิจของตนจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อการให้บริการ เช่น การสรรหา การคิดค้น และการปรับปรุงการบริการให้แตกต่างจากคู่แข่ง (Agarwal & Selen, 2013) โดยการนำเอานวัตกรรมบริการ ซึ่งเป็นการนำแนวความคิดและทฤษฎีการดำเนินงานต่าง ๆ ที่ผ่านการคิดอย่างเป็นระบบ และเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างการบริการที่แตกต่าง เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มักจะอยากได้บริการที่เกินความคาดหวังเสมอ (อัญชิตา ชูศรี, 2557) เพราะนวัตกรรมบริการที่โดดเด่นเหนือคู่แข่งนั้นมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Delafrooz et al., 2013) ซึ่งความพึงพอใจของลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของคุณภาพความสัมพันธ์ (Yu & Tung, 2013) อีกทั้งยังส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า (Yeh, 2015) ซึ่งส่งผลให้เกิดการบอกต่อ (Viral Marketing) อันเป็นคุณประโยชน์ต่อธุรกิจขององค์กรนั้น ๆ

การรับหน้าที่เป็นเจ้าภาพจัดงาน “World Tourism Day 2016” เนื่องในวันท่องเที่ยวโลกที่ผ่านมา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะผู้รับผิดชอบหลักจึงจัดงานขึ้นภายใต้แนวคิด “การท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล ส่งเสริมความสามารถในการเข้าถึงอย่างเท่าเทียม” (Tourism for All Promoting Universal Accessibility) เพราะการมองเห็นถึงความสำคัญของการได้รับความเท่าเทียมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของผู้พิการที่มีจำนวนมากกว่า 1 พันล้านคนทั่วโลก ทั้งยังเป็นการรองรับการเข้าสู่ “สังคมผู้สูงอายุ” (Aging Society) ของโลก ซึ่งองค์การสหประชาชาติ (UN) คาดการณ์ว่าใน

อีก 30 กว่าปีข้างหน้า หรือปี 2593 ผู้สูงอายุจะมีจำนวนถึง 2,092 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนสูงถึง 20% ของประชากรโลก เพิ่มขึ้นจากปี 2558 ซึ่งมีจำนวนเพียง 901 ล้านคน คิดเป็น 12.3 % เท่านั้น (Manager Online, 2561) ในขณะที่เดียวกันประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ตามที่องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) ได้ระบุไว้ว่า ประเทศใดมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีจำนวนประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี มากกว่าร้อยละ 14 ของ ประชากรทั้งประเทศ ถือได้ว่าประเทศนั้นได้เข้าสู่สังคมของผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว จากข้อมูลประชากรของประเทศไทยปี 2561 ประชากรไทยมีจำนวน 64.8 ล้านคน เป็นผู้สูงอายุมากถึง 9.7 ล้านคน (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2562) ซึ่งการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่ เดิมจะใช้ชีวิตเรียบง่าย อยู่อย่างประหยัด และเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมน้อยลง บ้างก็ไม่สามารถทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยตนเองได้ เพราะข้อจำกัดในด้านสุขภาพ แต่ในปัจจุบันผู้สูงอายุบางส่วนมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น สามารถดูแลรักษาสุขภาพของตนเองให้แข็งแรงแม้จะมีอายุมากขึ้น มีความกระตือรือร้นในการใช้ชีวิตและการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ มีความสนใจที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เพื่อต้องการพัฒนาตนเอง และในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีสถานภาพทางการเงินมั่นคง มักจะใช้สิ่งของหรืออุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ และชอบการเดินทางท่องเที่ยว (พงศ์เสวก อเนกจันทน์พร, 2558) เพราะการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่คนวัยเกษียณเลือก ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวจะไม่ใช่ว่าจะเป็นพื้นฐานของการดำรงชีวิต และบางคนยังมองว่าการท่องเที่ยวเป็นการสิ้นเปลือง แต่ก็เป็นเรื่องของการพักผ่อนหย่อนใจ การค้นหาการเป็นสิ่งที่หลายคนปรารถนา เพื่อเสริมสร้างสุขภาพกายและใจ เพราะการท่องเที่ยวเป็นการผ่อนคลายความเครียด อีกทั้งยังได้ประสบการณ์แปลกใหม่ ได้เห็นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ได้สัมผัสวิถีชีวิตหรือวัฒนธรรมในชุมชนที่ไม่เคยได้พบเห็นมาก่อน ได้เข้าใจวัฒนธรรม ภาษา ประเพณีท้องถิ่นรวมถึงสร้างสัมพันธอันดี อีกด้วย (ปรารถนา ศิริเบญจรัตน์, 2553)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญของไทย และมีการขยายตัวในระดับสูง ซึ่งส่งผลให้อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมอยู่ในระดับสูง และเป็นแหล่งรายได้หลักในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การค้า และการลงทุน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) ในกรณีที่ประเทศประสบกับภาวะวิกฤต การท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญที่ช่วยทำให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว เพราะสามารถสร้างรายได้ในระดับสูง และเป็นอุตสาหกรรมที่มีความอ่อนไหวจากปัจจัยด้านบวกและด้านลบจากสถานการณ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ที่ทวีความรุนแรงมากขึ้นทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งสถานการณ์ข้างต้นส่งผลต่อความท้าทายหลายด้านทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (พงศ์เสวก อเนกจันทน์พร, 2558) ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงสู่สังคมผู้สูงอายุส่งผลให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ Ananth et. al. (1992) ที่ศึกษา Marketplace lodging needs of mature travelers พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่ำกว่า และงานวิจัยของ จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย (2557) ที่ศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ : โอกาสใหม่ไทยเติบโตรับ AEC พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนั้นจะมีรูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก ขณะเดียวกันคำนึงถึงความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความมั่นใจด้านบริการ ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จึงมีแนวโน้มของการเติบโตทางการตลาดที่มีศักยภาพมาก และนับเป็นโอกาสอันดีที่ประเทศไทยจะได้พัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่รวมทั้งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างครบวงจร เพื่อตอบสนองแก่ผู้ใช้บริการซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุให้มีมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุในรูปแบบที่มีความหลากหลายอย่างเป็นระบบ เกิดการกระจายรายได้ไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นโอกาสให้ประเทศไทยได้ฟื้นฟูเศรษฐกิจ แต่อย่างไรก็ตาม การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จได้นั้น จำเป็นจะต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ เพื่อที่จะได้สามารถบริหารจัดการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด (สมยศ วัฒนามลชัย และเยาวลักษณ์ ยิ้มอ่อน, 2553) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของหลายท่าน เช่น งานวิจัยของ จิตตพัฒน์ พรหมพงษ์ (2558) ที่พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัยและการให้บริการอื่น ๆ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ท่าอากาศยาน) ปัจจัยด้านบุคลากร และ ปัจจัยด้านความคาดหวัง ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิตามลำดับ งานวิจัยของ วรรณภัทร กันแก้ว (2558) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการในระดับมาก สำหรับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีข้อเสนอแนะ ให้ท่าอากาศยานควรมีการปรับปรุงปัจจัยในการบริการทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมโดยเฉพาะด้านบุคลากรและเทคโนโลยี และงานวิจัยของ ฌมวาท ชาติไทย และอัศวิน แสงพิบูล (2561) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการตอบสนองการให้บริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจ ด้านการให้ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ และความเข้าใจและรับรู้ความต้องการใช้บริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการของสายการบินตะวันออกกลาง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ พบว่า เป็นการศึกษาถึงรูปแบบ พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ (Ananth et. al., 1992 ; จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2557) การศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจในการใช้บริการของท่าอากาศยาน (จิตตพัฒน์ พรหมพงษ์, 2558 ; วรรณภัทร กันแก้ว, 2558) การประเมินประสิทธิภาพการให้บริการ : กรณีศึกษา ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (ปิยะนุช เลิศศิริ, 2554) การท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อ

นักท่องเที่ยวยุคสูงอายุ (ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล, 2561) ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น (ดวงดาว โยชิเดะ และคณะ, 2561) รวมทั้งยังมีการการศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกมากมาย แต่ยังไม่พบว่า มีการศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการว่า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อสวัสดิการการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นการเฉพาะไว้อย่างชัดเจนมากนัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อสวัสดิการการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งจะทำให้เข้าใจถึงระดับของคุณภาพการให้บริการ และ สวัสดิการการให้บริการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุว่า มีความแตกต่างกันมากหรือน้อยเพียงใด รวมทั้งทราบถึงความสัมพันธ์และอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการว่ามีต่อความพึงพอใจต่อสวัสดิการการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อต้องการนำผลการวิจัยที่ได้เสนอต่อหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ที่สนใจสามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณาวางแผนปรับปรุงและพัฒนาในด้านต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสม ตลอดจนใช้เป็นแนวทางในการกำกับดูแล และกำหนดนโยบายในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการและสวัสดิการการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลได้อย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

การศึกษา อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อสวัสดิการการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ครั้งนี้ ผู้วิจัยตั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาระดับของคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจในสวัสดิการการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
2. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อสวัสดิการการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อความพึงพอใจในสวัสดิการการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
4. เพื่อค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีของความพึงพอใจในสวัสดิการการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

1.3 คำถามในการวิจัย

การศึกษา อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อ นวัตกรรม การให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ครั้งนี้ ผู้วิจัยมีคำถามในการวิจัยไว้ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการและ นวัตกรรม การให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อยู่ในระดับใด
2. นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความพึงพอใจต่อนวัตกรรม การให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกันหรือไม่
3. คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจใน นวัตกรรม การให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อยู่ในระดับใด
4. ตัวแปรคุณภาพการให้บริการสามารถเป็นตัวพยากรณ์ที่ดีของ นวัตกรรม การให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ได้หรือไม่

1.4 สมมุติฐานการวิจัย

การศึกษา อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อ นวัตกรรม การให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมุติฐานการวิจัยไว้ 4 ข้อ ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจใน นวัตกรรม การให้บริการ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิอยู่ในระดับมาก
2. นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความพึงพอใจใน นวัตกรรม การให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน
3. คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจใน นวัตกรรม การให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
4. สามารถค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีของความพึงพอใจใน นวัตกรรม การให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษา อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อ นวัตกรรม การให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ครั้งนี้ มีขอบเขตของการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้

1.5.1 ประชากร

การศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อแนวคิดกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของประชากรโดยเลือกศึกษาเฉพาะผู้สูงอายุที่ใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ ข้อมูลเป็นเวลา 5 เดือน

1.5.2 กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่าง สามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (2007) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งมีสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ n แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
P แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม (0.5)
Z แทน	ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ $Z = 1.96$ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ 0.05)
E แทน	ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น (0.05)

แทนค่าในสูตร จะได้

$$\begin{aligned} n &= \frac{(0.5)(1-0.5) (1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= \frac{(0.5)(0.5) (3.8416)}{(0.0025)} \\ &= \frac{(0.9604)}{(0.0025)} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

ดังนั้นขนาดตัวอย่างอย่างขั้นต่ำ คือ 384 ตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แต่การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ที่เหมาะสมจะเป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษานั้นให้กำหนดหรือ

ประมาณการขนาดของกลุ่มตัวอย่างควรมีอย่างน้อย 400 ตัวอย่าง (Tabachnick and Fidell, 2007) สอดคล้องกับ Yamane (1973) ที่กล่าวไว้ว่า ถ้าประชากรมีจำนวนมาก อย่างน้อยต้องมีตัวอย่างที่ทำการศึกษา 400 ตัวอย่างที่ความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 จึงจะเป็นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษาได้ดี ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ไว้ที่จำนวน 400 ตัวอย่าง

1.5.3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในสนามบินสุวรรณภูมิ” จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสามารถนำมากำหนดเป็นขอบเขตในการวิจัยตัวแปรแต่ละตัว ได้ดังนี้

(1) ตัวแปรต้น ได้แก่

ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน ตามแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) และ Schiffman and Wisenblit (2015) ใน 5 ด้าน ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) สถานภาพการสมรส และ (5) รายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน

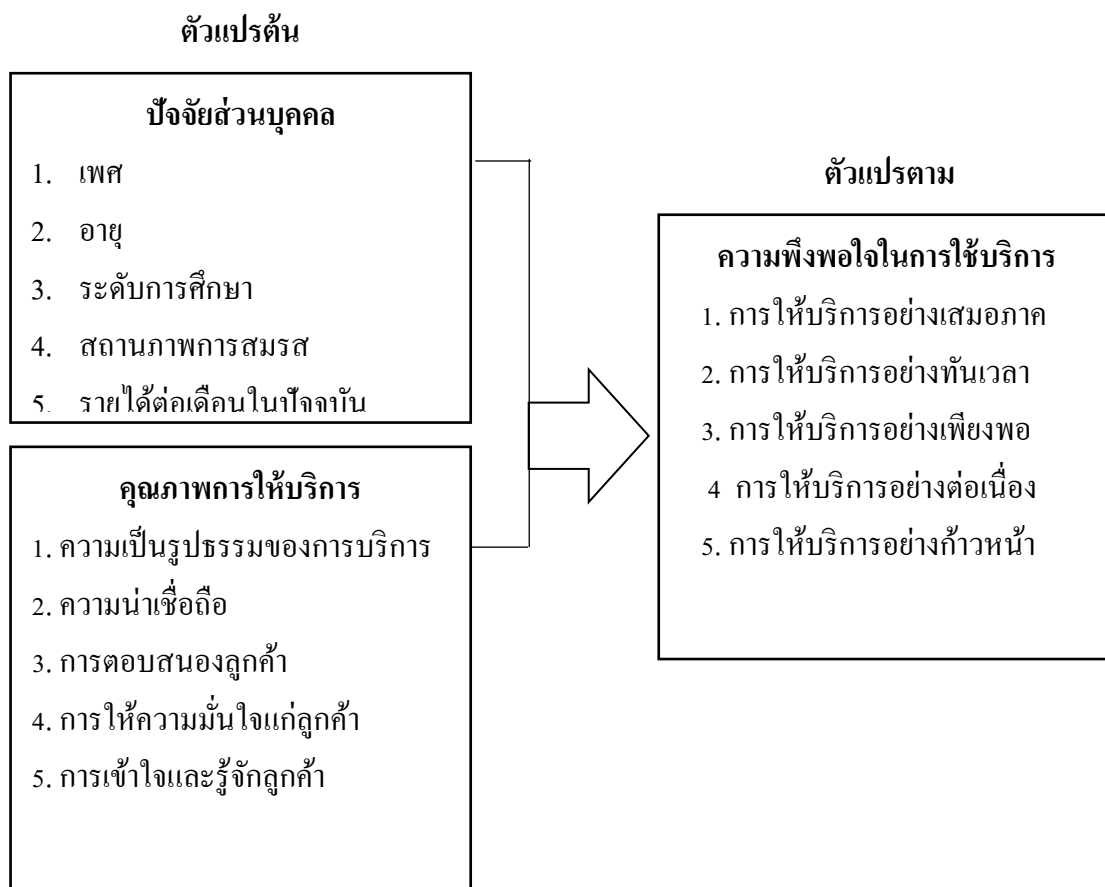
คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ตามแนวคิดองค์ประกอบการวัดคุณภาพการบริการของ Zithaml, Parasuraman & Berry (2013) 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองลูกค้า (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)

(2) ตัวแปรตาม ได้แก่

นวัตกรรมการให้บริการ (Service Innovation) ตามแนวคิดการวัดความพึงพอใจในการใช้บริการของ Millet (2012) ใน 5 ด้าน ได้แก่ การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) การให้บริการ อย่างทันเวลา (Timely Service) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

(3) กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” ที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่ามีตัวแปรที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ได้ดังนี้



ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

1.6 นิยามศัพท์

1. **ผู้สูงอายุ** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 ถึง เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 เท่านั้น

2. **ด้านคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)** หมายถึง การรับรู้ของผู้บริโภคว่าได้รับการบริการที่ดีเลิศจริง (Excellent Service) ซึ่งตรงกับความต้องการที่คาดหวังไว้ และสามารถตอบสนองความต้องการจนเกิดเป็นความพึงพอใจ รู้สึกคุ้มค่า ประทับใจและเกิดเป็นความจงรักภักดี

2.1 **ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)** หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์ และเครื่องใช้ สำนักงานสภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของพนักงาน แผ่นพับ และเอกสาร

ต่าง ๆ ป้ายประกาศ ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสำนักงาน ทำเลที่ตั้ง ลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ว่ามีความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

2.2 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้า งานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้องเหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

2.3 การตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนาน รวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วจะต้องมาจากพนักงาน และกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

2.4 การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง มีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่า ลูกค้าได้รับบริการที่ดี

2.5 การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ แจกแจงข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่อง ใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

3. นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ หรือกิจกรรมใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยการบูรณาการศักยภาพการบริหารจัดการขององค์กร รวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าของบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเกิดความพึงพอใจสูงสุด ใน 5 ด้าน

3.1 การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการให้บริการที่มีฐานคิดที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นผู้ให้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในบริการ ผู้ใช้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

3.2 การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่า การให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ถ้าไม่มีการตรงเวลาจะนำมาซึ่งการสร้างความไม่พอใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการ

3.3 การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการได้อย่างเหมาะสม (The right quantity at the geographical)

3.4 การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจขององค์กรที่ให้บริการว่าจะให้ หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

3.5 การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือ ความสามารถที่ทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ให้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอันจะนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมการให้บริการแก่ผู้สูงอายุ สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และตลอดจนลูกค้าทั่วไป

2. เพื่อเป็นแนวทางให้กับธุรกิจสายการบินอื่น ๆ สามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างคุณภาพการให้บริการ อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ตลอดจนลูกค้าทั่วไป

3. หน่วยงานต่าง ๆ หรือผู้ที่สนใจ สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณาวางแผนตลอดจนใช้เป็นแนวทางในการกำกับ ดูแล ปรับปรุงและพัฒนาในด้านต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสม และกำหนดนโยบายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลได้อย่างยั่งยืนต่อไป

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยตามลำดับ ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ

- 2.1.1 ประวัติความเป็นมาและแนวคิดทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ
- 2.1.2 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ
- 2.1.3 องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการให้บริการ

- 2.2.1 ประวัติความเป็นมาและแนวคิดทฤษฎีของนวัตกรรมการให้บริการ
- 2.2.2 ความหมายของนวัตกรรมการให้บริการ
- 2.2.3 องค์ประกอบนวัตกรรมการให้บริการ

2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

- 2.3.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ
- 2.3.2 ความหมายของผู้สูงอายุ
- 2.3.3 การเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ
- 2.3.4 ปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุ

2.4 แนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic)

2.5 เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.5.1 งานวิจัยภายในประเทศ
- 2.5.2 งานวิจัยในต่างประเทศ

2.6 สรุป

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ

หัวข้อนี้ผู้วิจัยมีประเด็นจะกล่าวถึง (1) ประวัติความเป็นมาและแนวคิดทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ (2) ความหมายของคุณภาพการให้บริการ และ (3) องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ

2.1.1 ประวัติความเป็นมาและแนวคิดทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ

การบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานด้านต่าง ๆ เพราะการบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือ การดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใด ๆ ที่ปราศจากการบริการ ทั้งใน ภาครัฐราชการ และภาคธุรกิจเอกชน การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใด ๆ ก็ต้องมีการบริการรวมอยู่ด้วย เสมอซึ่งเป็นธุรกิจบริการ ตัวบริการนั่นเองคือ สินค้า การขายจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีการ บริการที่ดี กิจกรรมค้าจะอยู่ได้ต้องทำให้เกิดการ “ขายซ้ำ” คือ ต้องรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่ การบริการที่ดีจะ ช่วยรักษาลูกค้าเดิมไว้ ทำให้เกิดการขายซ้ำแล้วซ้ำอีก และชักนำให้มีลูกค้าใหม่ ๆ ตามมา เป็นความจริงว่า “เราสามารถพัฒนาคุณภาพสินค้าที่ละตัวได้ แต่การพัฒนาคุณภาพบริการ ต้องทำพร้อมกัน ทั้งองค์กร” การพัฒนาคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกคนใน องค์กรจะต้องถือเป็นความรับผิดชอบร่วมกัน มิฉะนั้นจะเสียโอกาสแก่คู่แข่งขั้นหรือสูญเสียลูกค้า ไป

คุณภาพการให้บริการ เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการ โดยทำ การเปรียบเทียบระหว่างบริการที่คาดหวัง (Expectation Service) กับบริการที่รับรู้จริง (Perception Service) จากผู้ให้บริการ หากผู้ให้บริการรายใดสามารถที่จะให้บริการที่สอดคล้องตรง ตามความต้องการของผู้รับบริการ หรือสร้างบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะ ส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจาก บริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก (Parasuraman Zeithaml & Berry, 1985) คุณภาพบริการ อาจพิจารณา ได้เป็น 2 มิติ คือ (1) คุณภาพที่ต้องมี (Must be Quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง หากไม่ได้รับการ ตอบสนอง ลูกค้าจะไม่พอใจอย่างมากเป็นระดับที่ยอมรับขั้นต่ำ (2) คุณภาพที่ประทับใจ (Attractive Quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าไม่ได้คาดหวัง แม้ไม่มีก็ไม่เป็นไร แต่ถ้าหากมีจะได้รับการชื่นชมประทับใจ แต่เมื่อเวลาผ่านไปสิ่งนี้จะกลายเป็นความคาดหวังของลูกค้าเป็นคุณภาพที่ต้องมีระบบการบริการ ทั้งหลาย มิติคุณภาพจึงอาจพิจารณาจากลักษณะของระบบบริการ ซึ่งประกอบด้วยการให้บริการด้วย ทักษะที่ถูกต้อง เท่าเทียมกัน ผู้รับบริการเกิด ความพึงพอใจสูงสุด

Ersin KURNAZ (2019) ได้อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า ในการพิจารณาความสำคัญของ บริการ อาจพิจารณาได้ใน 2 ด้าน ได้แก่ (1) ถ้ามีบริการที่ดีจะเกิดผลอย่างไร และ (2) ถ้าบริการไม่ดี จะมีผลเสียอย่างไร บริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้รับบริการมีทัศนคติอัน ได้แก่ ความคิดและความรู้สึก ทั้ง ต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางบวก คือ ความชอบ ความพึงพอใจ ดังนี้

1. มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
2. มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
3. มีความระลึกถึง และยินดีมาขอรับบริการอีก

4. มีความประทับใจที่ดีไปอีกนานแสนนาน
5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น แนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น
6. มีความภักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ
7. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

บริการที่ไม่ดีจะส่งผลให้ผู้บริการมีทัศนคติทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางลบ มีความไม่ชอบและความไม่พึงพอใจ ดังนี้

1. มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ
2. มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
3. มีความผิดหวัง และไม่ยินดีมาใช้บริการอีก
4. มีความประทับใจที่ไม่ดีไปอีกนานแสนนาน
5. มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น ไม่แนะนำให้มาใช้บริการอีก
6. มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ไม่ดี

Kotler & Armstrong (2008) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้

1. ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) หมายความว่า บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ
2. ไม่แน่นอน มีความหลากหลาย (Variability) หมายความว่า คุณภาพของบริการไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อใด ที่ไหน และอย่างไร
3. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) กล่าวคือ การบริโภคบริการจะเกิดขึ้น พร้อม ๆ กัน ดังนั้นผู้ให้บริการรายหนึ่งสามารถให้บริการลูกค้าได้เพียงหนึ่งเดียวในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น ไม่เพียงเท่านี้ผู้ให้บริการแต่ละคนจะมีลักษณะเฉพาะตัวที่ไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ส่งผลให้การบริการมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา
4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) การบริการไม่สามารถผลิตเก็บเอาไว้ได้ ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอการให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการมีไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทัน หรือในบางกรณีก็ไม่มีลูกค้ามาใช้บริการ

ขณะที่ Hsiao-Chi Ling (2019) ได้อธิบายถึงหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการไว้ดังนี้

1. การเข้าถึงลูกค้า (Access) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการ ได้ง่าย ธุรกิจจึงต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวก

ต่าง ๆ เช่น ด้านทำเลที่ตั้ง สถานที่ติดต่อ เวลา ขั้นตอนของการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าต้องเสียเวลารอนาน เพราะอาจทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกเบื่อ และเปลี่ยนไปใช้บริการจากที่อื่น

2. ความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction) คือ เป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการบริการ หากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

ส่วน Zithaml, Parasuraman & Berry (2013) อธิบายถึงคุณภาพการให้บริการไว้ค่อนข้างน่าสนใจว่า คุณภาพการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองลูกค้า (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) ซึ่งอธิบายไว้ค่อนข้างน่าสนใจ ดังนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) หมายถึง งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น เช่น อุปกรณ์ และเครื่องใช้สำนักงานสภาพแวดล้อมและการตกแต่ง การแต่งกายของพนักงาน แผ่นพับ และเอกสารต่าง ๆ ป้ายประกาศ ความสะอาดและความเป็นระเบียบของสำนักงาน ทำเลที่ตั้ง ลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้ารับรู้ว่ามีความตั้งใจในการให้บริการ และลูกค้าสามารถเห็นภาพได้ชัดเจน

2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง การให้บริการต้องตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้า งานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าและสามารถนำมาใช้ได้อย่างรวดเร็ว มีพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าด้วยความเต็มใจ

3. การตอบสนองลูกค้า (Responsive) หมายถึง ความรวดเร็วเป็นความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว ไม่ให้รอคิวนานรวมทั้งต้องมีความกระตือรือร้น เห็นลูกค้าแล้วต้องรีบต้อนรับต้อนรับให้การช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็ว จะต้องมาจากพนักงาน และกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องมีทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมนุษยสัมพันธ์ที่ดี สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ และรู้สึกปลอดภัยสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าได้รับบริการที่ดี

5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) หมายถึง พนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละราย ด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเปรียบเสมือนญาติ และแจ้งข้อมูล

ข่าวสารต่าง ๆ ให้รับทราบ ศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายมีความเหมือนและความแตกต่างในบางเรื่อง ใช้เป็นแนวทางการให้บริการลูกค้าแต่ละรายในการสร้างความพึงพอใจ

งานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ด้านคุณภาพการให้บริการ โดยเฉพาะงานวิจัย ของ Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013) ที่มุ่งศึกษาแบบเจาะจงกลุ่ม (Focus Group Research) โดย วัตถุประสงค์ 10 ประการ และให้ผู้บริโภคนเป็นผู้ประเมินคุณลักษณะนั้น และผลการประเมินคุณภาพการบริการของผู้บริโภค พบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และมีตัวแปร 5 ตัวตามแนวคิดของ Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013) เป็นตัวแปรที่มีความแข็งแกร่งในการนำมาใช้ประเมินด้านคุณภาพของการบริการ ดังนั้นในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงใช้แบบวัดคุณภาพการให้บริการตามแนวคิดของ Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013)

Hui Chen Lee (2019) ได้ชี้แนะว่า การให้บริการและการต้อนรับลูกค้าให้ได้รับความพอใจอยากที่จะมาใช้บริการอีก ควรดำเนินการ ดังนี้

1. พนักงานต้องแต่งกายสะอาด เรียบร้อย
2. ต้อนรับลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน
3. พนักงานมีความรอบรู้ในหน้าที่ บริการด้วยความรวดเร็วมีความกระตือรือร้น
4. ควรมีการสืบหาข้อมูลของลูกค้าจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อจะได้ต้อนรับอย่าง

เหมาะสม

5. การให้บริการลูกค้าจะต้องดูถึงความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ
6. สถานที่ทำการต้องดูแลให้สะอาด มีการจัดที่พักรอสำหรับลูกค้า
7. หมั่นออกเยี่ยมลูกค้าหรือธุรกิจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
8. สร้างสื่อสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าต่อกันจนติดปากต่อปาก ซึ่งเป็นวิธีที่ได้ผลที่สุด
9. การพัฒนาระบบงานโดยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามา
- 10) ให้คำแนะนำด้านวิชาการและการตลาดแก่ลูกค้า

Jean Claude Mbassi (2019) ได้อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า หลักการให้บริการประกอบด้วย

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ กล่าวคือ ประโยชน์และบริการที่องค์การให้การให้นั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่หรือทั้งหมด ไม่ใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคล กลุ่มบุคคล โดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์บริหารแล้ว ยังไม่คุ้มค่ากับการดำเนินการนั้น ๆ ด้วย
2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้ที่มาใช้บริการทุกคนอย่างสม่ำเสมอและเท่าเทียมกัน ไม่มีการให้สิทธิพิเศษแก่บุคคล หรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่งในลักษณะแตกต่างจากบุคคลอื่น ๆ อย่างชัดเจน

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่ายสะดวก สบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างภาระยุ่งยากให้แก่ผู้ให้บริการหรือผู้รับบริการมากจนเกินไป

สรุปได้ว่า การให้บริการ คือ การปฏิบัติรับใช้หรือการให้ความสะดวกต่าง ๆ ที่คนกลุ่มหนึ่งจะเสนอให้คนอีกกลุ่มหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งจะต้องประกอบด้วยความตั้งใจและความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการต่อการบริการนั้น ๆ รวมถึงการให้บริการที่ได้รับการปรับปรุงให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

Marshall L. Fisher (2019) ได้อธิบายถึงการพัฒนารับบริการและคุณภาพบริการไว้อย่างน่าสนใจว่า ประกอบด้วย

1. การพัฒนา (Development) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงตามแผนที่มีการกำหนดทิศทาง (Planned or Directed Change) และรายละเอียดไว้ล่วงหน้าว่าจะพัฒนาอะไร พัฒนาอย่างไร เมื่อใด ใครจะเป็นผู้พัฒนา ทั้งนี้ เพื่อความเป็นดีอยู่ดีของคน ซึ่งหมายความรวมถึงการได้รับความเสมอภาคและความยุติธรรมในสังคม (Social Justice) ด้วย ดังนั้นคนจึงเป็นเป้าหมายสุดท้ายของการพัฒนา เพราะเป็นทั้งผู้ถูกพัฒนาและรับผลของการพัฒนา

2. การบริการ (Services) หมายถึง พฤติกรรมกิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินงานของบุคคล หรือองค์การเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและผลจากการกระทำนั้นก่อให้เกิดความพึงพอใจการบริการที่ดีจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้อื่นได้ตรงตามที่บุคคลนั้นคาดหวังไว้พร้อมทั้งทำให้บุคคลนั้นเกิดความรู้สึกที่ดี และในขณะเดียวกันก็รู้สึกประทับใจในสิ่งที่รับไปพร้อม ๆ กันด้วย

3. การพัฒนารับบริการ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงตามแผนหรือที่มีการกำหนดทิศทาง ซึ่งพฤติกรรมหรือกิจกรรม หรือการกระทำในทางที่มีคุณภาพที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่ง

4. คุณภาพ (Quality) หมายถึง ระดับความเป็นเลิศ (Degree of Excellence) ในคุณลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ปราศจากข้อบกพร่องและตอบสนองความต้องการเป็นที่พึงพอใจ ของลูกค้าหรือผู้รับบริการและเกิดประโยชน์ตามความต้องการของลูกค้า โดยปฏิบัติตาม

มาตรฐานทางเทคนิค หรือมาตรฐานทางวิชาชีพ ซึ่งต้องมีมิติต่าง ๆ ในด้านความรู้ความสามารถของ ผู้ให้บริการรวมถึงการมีความเท่าเทียมและความต่อเนื่องในการรับบริการ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คุณภาพคือความพอใจของลูกค้า

5. คุณภาพบริการ (Service Quality) หมายถึง ระดับความสามารถของผลิตภัณฑ์หรือ บริการ ในการบำบัดความต้องการของลูกค้าที่มีคุณลักษณะได้มาตรฐานปราศจากข้อบกพร่อง (Zero Defect) และ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าถึงขั้นเป็นที่พึงพอใจ (Satisfaction) องค์ประกอบ หลักที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าผู้รับบริการต่อการให้บริการ ซึ่งเป็นหัวใจของคุณภาพบริการ ประกอบด้วย 2 ส่วนหลัก ๆ รวม 4 เป็นปัจจัย กล่าวคือ ส่วนแรก เป็นส่วนของผู้ให้บริการซึ่ง สะท้อนถึงลักษณะการให้บริการมี 3 ปัจจัย คือ

5.1 ด้านระบบการให้บริการ (Service System)

5.2 ด้านกระบวนการให้บริการ (Workflow Process)

5.3 ด้านพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Providers Behavior) และส่วนที่สองเป็นส่วน ของ ผู้รับบริการซึ่งเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ

5.4 ด้านภูมิหลังของ ผู้รับบริการ (Recipients Background) ความพึงพอใจของ ลูกค้า หรือประชาชนผู้มารับบริการจะเกิดขึ้น ได้ต่อเมื่อความต้องการจำเป็น (Need) ของประชาชน ผู้รับบริการ ได้รับการตอบสนองได้อย่างเหมาะสมปราศจากข้อบกพร่องในสภาพแวดล้อมที่น่าพึง พพอใจ ดังนั้น กลยุทธ์ในการบริหารคุณภาพบริการของผู้บริหารคือ การถ่ายทอดองค์ประกอบหลัก ของคุณภาพ บริการดังกล่าวให้เป็นรูปธรรม เพื่อให้ผู้ให้บริการเกิดความเข้าใจและสามารถเห็น แนวทางในการปฏิบัติได้ โดยเริ่มด้วยการกำหนดประเด็นหรือจุดเน้นเพื่อผู้ให้บริการตระหนักและ เข้าใจว่า การให้บริการที่มีคุณภาพจะต้องเป็นไปอย่างถูกต้องตามเทคนิควิธี มีความรวดเร็ว ตรงตาม เวลา เป็นมิตรและเป็นกันเองกับผู้รับบริการ เสริมสร้างทักษะและความรู้ในการให้บริการเพื่อให้ เกิดความมั่นใจแก่ผู้รับบริการว่าตัวผู้ให้บริการเป็นผู้ที่มีทักษะและความเชี่ยวชาญ มีการพัฒนา ปรับปรุงสถานที่ให้เป็นที่ประทับใจของผู้มารับบริการ พัฒนามาตรฐาน และทักษะในการให้บริการ แก่เจ้าหน้าที่ทุกคน ให้ข้อมูลข่าวสารในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตนของผู้รับบริการภาย หลังจากการรับบริการ กำหนดหรือให้ทางเลือกต่าง ๆ แก่ผู้มารับบริการเพื่อให้ผู้รับบริการเป็นผู้ ตัดสินใจว่าจะรับบริการหรือไม่ และถ้าต้องการจะรับบริการชนิดใด สรุปการพัฒนาคุณภาพการ ให้บริการจะต้องมีการเพิ่มเติมหรือการเปลี่ยนแปลงในทิศทางเพื่อสอดคล้องกับการกิจด้วยความ สะดวก รวดเร็วปลอดภัยและเป็นธรรม เพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้รับบริการ

จากการทบทวนวรรณกรรม เอกสาร ตำราต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการ บริการ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิด ทฤษฎี ของ Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013) ที่อธิบายว่าคุณภาพการ

บริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองลูกค้า (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) การเข้าใจ และรู้จักลูกค้า (Empathy) มาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

2.2.2 ความหมายของคุณภาพการให้บริการ

การให้บริการที่มีคุณภาพเป็นหนทางหนึ่งที่ทำให้การบริการประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะองค์กรที่มีรูปแบบการให้บริการที่คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้เพราะคุณภาพในการบริการนั้น ได้กลายเป็นข้อกำหนดหนึ่งที่ต้องนำมาพิจารณาในการเลือกรับบริการองค์กรต่าง ๆ นักวิชาการและนักวิจัยหลายท่าน ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้มากมายหลายท่านด้วยกัน แต่มีที่น่าสนใจ ดังนี้

Ersin KURNAZ (2019) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้อย่างน่าสนใจว่า หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์หรือความพึงพอใจ ซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดรวมกันขายบริการ

Gumushane (2019) ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้อย่างน่าสนใจว่า หมายถึง การให้ลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการในเวลาที่เขาต้องการและในแบบที่เขาต้องการ

Hsiao- Chi Ling (2019) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้อย่างน่าสนใจว่า หมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติอันแสดงออกในรูปแบบของความสะดวกสบายความปลอดภัย เช่น การคมนาคม การสื่อสาร การประกันภัย ซึ่งไม่มีผู้ใดสามารถจับต้องได้

Jean Claude Mbassi (2019) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้อย่างน่าสนใจว่า หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ซึ่งมีเงื่อนไขแห่งการให้ทั้งทางรูปธรรมและนามธรรมในเชิงความสะดวก รวดเร็วถูกต้อง และด้านอรรถาศัยเป็นพื้นฐาน

Marshall L. Fisher (2019) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้อย่างน่าสนใจว่า หมายถึง สิ่งที่จับสัมผัส แต่ต้องได้ยากและเสื่อมสูญหายไปได้ง่าย บริการทำขึ้นทันทีและส่งมอบให้กับผู้รับบริการทันทีหรือเกือบทันที

Matloob Hasan (2019) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้อย่างน่าสนใจว่า หมายถึง พฤติกรรม กิจกรรม การกระทำที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่งโดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น” หรือ “บริการ คือ สิ่งที่จับ สัมผัส แต่ต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นและจะส่งมอบผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ ได้โดยทันที หรือในเวลาเกือบทันทีทันทีที่มีการให้บริการนั้น”

Mehmet Pekkaya (2019) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้อย่างน่าสนใจว่า หมายถึง การบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนเป็นเรื่องของความพอใจเป็นนามธรรมจับต้องไม่ได้ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากสินค้าที่เป็นรูปธรรม ตามแนวคิดทางด้านการบริการ ลักษณะที่ผู้

ให้บริการมีความตั้งใจกระทำ หรือปฏิบัติให้ลูกค้าในขอบเขตที่แน่นอนและทำให้ประสบความสำเร็จนั้นคือ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ตามความคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวังของลูกค้า

Nicholas Wilson (2019) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้อย่างน่าสนใจว่า หมายถึง การดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการอย่างดีเยี่ยมเป็นเลิศ โดยยึดหลักว่าต้องสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย โปร่งใส และเป็นธรรมตรงกับความต้องการของผู้รับบริการให้มากที่สุด อันนำมาซึ่งความประทับใจหรือความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร

Nitin Bansal (2019) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้อย่างน่าสนใจว่า หมายถึง การบริการเป็นการปฏิบัติงานที่กระทำหรือติดต่อเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ การให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งด้วยความพยายามใด ๆ ก็ตามด้วยวิธีการหลากหลายในการทำให้ บุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้รับความช่วยเหลือจัดได้ว่าเป็นการให้บริการทั้งสิ้น

จากการศึกษา ความหมายของนักวิชาการต่าง ๆ จึงมีความเห็นว่า แต่ละความหมายนั้น มีความ คล้ายคลึงกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง การรับรู้ของผู้บริโภค ว่าได้รับการบริการที่ดีเลิศจริง (Excellent Service) ซึ่งตรงกับความต้องการที่คาดหวังไว้ และสามารถตอบสนองความต้องการจนเกิดเป็นความพึงพอใจ รู้สึก คุ่มค่า ประทับใจและเกิดเป็นความจงรักภักดี

2.2.3 องค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ เป็นแนวคิดหนึ่งได้รับการนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการปฏิรูประบบบริหารภาครัฐไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และได้รับความสนใจนำมาปรับปรุงเพื่อใช้เป็นเครื่องมือวัดสมรรถนะในการให้บริการสาธารณะของหน่วยงานภาครัฐมากขึ้นเป็นลำดับในปัจจุบัน ในแง่แนวคิดทางวิชาการ แนวคิดพื้นฐาน (Basic Concept) เรื่องคุณภาพการให้บริการประกอบด้วย 3 แนวคิดหลัก คือ แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) และคุณค่าของลูกค้า (Customer Value) (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985) ตามแนวคิดพื้นฐานดังกล่าว ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการ เป็นพฤติกรรมเชิงจิตวิทยาที่บุคคลมีต่อบริการที่ได้รับ หรือเกิดขึ้น (Oliver, 1993) นักวิชาการและนักวิจัยหลายท่าน ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของคุณภาพการให้บริการไว้มากมายหลายท่านด้วยกัน แต่มีที่น่าสนใจ ดังนี้

Berry (1988) ได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ คุณภาพของงานบริการเพื่อค้นคว้าว่าปัจจัยอะไรที่จัดว่าเป็นตัวตัดสินระดับคุณภาพของบริการในสายตาของผู้ใช้บริการหรือลูกค้า โดยสรุปแล้ว มีปัจจัยที่ลูกค้ามักอ้างอิงถึงอยู่ 10 ปัจจัย คือ

1. Reliability ความเชื่อถือได้ในคุณลักษณะ หรือมาตรฐานการให้บริการ
2. Responsiveness การตอบสนองต่อความต้องการหรือความรู้สึกของลูกค้า
3. Competence ความสามารถหรือสมรรถนะในการให้บริการอย่างรอบรู้
เหมาะสม และเชี่ยวชาญจริง (มือถึง)
4. Access การเข้าถึงง่ายให้บริการได้อย่างไม่ยุ่งยาก
5. Courtesy ความสุภาพ เคารพบนอบ ความอ่อนน้อมให้เกียรติและมี
มารยาทที่ดีของผู้ให้บริการ
6. Communication ความสามารถในการสื่อสารและสัมพันธ์กับลูกค้า ทำให้
ลูกค้าทราบเข้าใจและได้รับคำตอบในข้อสงสัยหรือความไม่เข้าใจต่าง ๆ ได้อย่างกระจ่างชัด
7. Creditability ความเชื่อถือได้ ความมีเครดิตของผู้ให้บริการ
8. Security ความมั่นคงปลอดภัย อบอุ่นสบายใจของลูกค้าในขณะที่ใช้บริการ
9. Customer Understanding ความเข้าใจในลูกค้า เอาใจลูกค้ามาใส่ใจตน
- 10 Tangibles ส่วนที่สัมผัสได้และรับรู้ได้ทางกายภาพของปัจจัยการบริการ

จะเห็นได้ว่า เป็นการมองคุณภาพที่ครอบคลุมทั้งตัวผู้ให้บริการที่ต้องมีความรู้
ความสามารถที่ดีเพียงพอที่จะให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและลักษณะของบริการจะต้องเป็น
บริการที่สะดวกและเป็นสิ่งที่พึงพอใจของผู้รับบริการคุณภาพบริการ อาจพิจารณาได้เป็น 2 มิติ คือ

มิติที่ 1 คุณภาพที่ต้องมี (Must be Quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง หากไม่ได้รับการ
ตอบสนองลูกค้าจะไม่พอใจอย่างมากเป็นระดับที่ยอมรับขั้นต่ำ

มิติที่ 2 คุณภาพที่ประทับใจ (Attractive Quality) เป็นสิ่งที่ลูกค้าไม่ได้คาดหวัง แม้ไม่
มีก็ไม่เป็นไร แต่ถ้าหากมีจะได้รับการชื่นชมประทับใจ แต่เมื่อเวลาผ่านไปสิ่งนี้จะกลายเป็นความ
คาดหวังของลูกค้าเป็นคุณภาพที่ต้องมีระบบการบริการทั้งหลาย มิติคุณภาพจึงอาจพิจารณาจาก
ลักษณะของระบบบริการ ซึ่งประกอบด้วย การให้บริการด้วยทักษะที่ถูกต้อง เท่าเทียมกัน
ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุดนั้น มุ่งองค์ประกอบ ดังนี้ ปัจจัยนำเข้า (Input) หมายถึง ความรู้
ความสามารถของ ผู้ให้บริการ (Competency) ที่สามารถให้บริการแก่ผู้รับบริการได้อย่างถูกต้อง
ตามเทคนิคการให้บริการ กระบวนการ (Process) ความเหมาะสมของการให้บริการ
(Appropriateness) ที่สามารถ ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ซึ่งประกอบด้วย

1. การเข้าถึงบริการ (Accessibility) หมายถึง ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการ
ได้ด้วยความสะดวกรวดเร็ว คือ สามารถรับบริการได้ง่ายและไม่ต้องรอนานจนเกินสมควร
2. ความปลอดภัย (Safety) หมายถึง ความปลอดภัยและอบอุ่นใจในการใช้
บริการ ทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

3. ผลลัพธ์ (Outcome) การยอมรับของผู้รับบริการ (Acceptability) หมายถึง การยอมรับของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการนั้น ประกอบด้วย

ประสิทธิผล (Effectiveness) ผู้ใช้บริการได้รับสิ่งที่ต้องการภายหลังการรับบริการ

ประสิทธิภาพ (Efficiency) คุ่มค่า หมายถึง ผู้รับบริการรู้สึกคุ้มค่ากับการจ่ายเงินเพื่อแลกกับการให้บริการที่ได้รับบริการที่ดี ต้องมีค่าบริการที่เหมาะสมไม่สูงจนทำให้บุคคลบางกลุ่มถูกกีดกัน

ความเสมอภาค (Equity) หมายถึง ความเสมอภาคในการให้บริการแก่ประชาชนทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่มีข้อยกเว้น หรือไม่มีรายได้เปรียบเทียบกับในการไปใช้บริการ

ด้านองค์ประกอบคุณภาพและตัวบ่งชี้คุณภาพบริการ ตัวบ่งชี้คุณภาพบริการ (Service Quality Indicators) เป็นตัวบ่งชี้ถึงคุณภาพบริการเครื่องมือในการวัดคุณภาพบริการหรือประเมินและปรับปรุงคุณภาพบริการ แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

ด้านที่ 1 ประเภทตัวบ่งชี้คุณภาพ

(1) ตัวบ่งชี้คุณภาพด้านโครงสร้าง (Structure Indicators) หรือตัวบ่งชี้ถึงการจัดระบบงานที่ดี (Good System) ทั้งระบบบริการ (Service System) ระบบสนับสนุนบริการ (Supporting Service System) ระบบพัฒนาบริการ (Improving Service System) และระบบบริหารจัดการ (Management System) เช่น อัตรากำลังมีเอกสาร (Document) แสดงลักษณะระบบงานให้อำนวยความสะดวกให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานได้สะดวก อัตรากำลังบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจระบบงาน จำนวนเครื่องมือ จำนวนพนักงานอัยการ นิติกร หรือเจ้าหน้าที่อื่น ๆ ต่อจำนวนคดีที่ให้บริการ เป็นต้น

(2) ตัวบ่งชี้คุณภาพด้านกระบวนการ (Process Indicators) หมายถึง ตัวบ่งชี้กระบวนการทำงานตามระบบที่วางไว้ (Good Implementation) ซึ่งสามารถประเมินได้จากกิจกรรมขั้นตอนในการให้บริการ เช่น การจัดให้มีพนักงานอัยการ/นิติกรไว้คอยให้บริการ ซึ่งสามารถตรวจสอบได้จากการสอบถามจากผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง และจากการสังเกตการปฏิบัติงานหรือให้บริการต่าง ๆ

(3) ตัวบ่งชี้คุณภาพด้านผลลัพธ์ (Outcome Indicators) เป็นตัวบ่งชี้ที่เกิดจากผลการปฏิบัติงานต่อผู้รับบริการบ่งบอกถึงการได้ผลการดำเนินงานตามระบบที่ได้ใช้ประเมินสิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้รับบริการที่เกิดในขณะให้บริการ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ระหว่างกระบวนการ (Proximate Outcome) เช่น การได้พบพนักงานอัยการ/ นิติกรทุกครั้งที่มาขอรับบริการ และผลลัพธ์ขั้นสุดท้าย (Ultimate Outcome) เช่น ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ เป็นต้น การเลือกตัวบ่งชี้ที่ดี จะต้องคำนึงถึงความถูกต้อง

แม่นยำความไว ความยากง่ายในการเก็บข้อมูลเสียค่าใช้จ่ายต่ำและใช้เวลาน้อยที่สุดและบ่งชี้ถึงกิจกรรมหลัก ช่วยให้ค้นหาปัญหาได้ทั้งในปัจจุบันและย้อนหลังและสามารถป้องกันปัญหาได้ มีความน่าเชื่อถือเพียงพอ ประเมินสิ่งที่ต้องการจะประเมินได้ในระดับต่าง ๆ และมีความถูกต้องตามเนื้อหาหลักการกำหนดตัวบ่งชี้คุณภาพ มีข้อพิจารณา ดังนี้

- 1) ตัวบ่งชี้ พึ่งชี้วัดถึง ผลสำเร็จของภารกิจที่รับผิดชอบ
- 2) ตัวบ่งชี้ พึ่งชี้ให้เห็น ปัจจัย (Inputs) กระบวนการ (Process) และผลงาน (Output) ของบริการ (System Theory)
- 3) ตัวบ่งชี้ พึ่งมีความชัดเจนและสะดวกในการใช้ ไม่ว่าจะเป็นตัวบ่งชี้คุณภาพเชิงปริมาณ หรือตัวบ่งชี้คุณภาพเชิงพรรณนา
- 4) ตัวบ่งชี้คุณภาพ พึ่งกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาคุณภาพบริการ
- 5) ตัวบ่งชี้พึ่งมีความยืดหยุ่นเพียงพอที่จะนำไปปรับใช้ได้อย่างเหมาะสม

ด้านที่ 2 วิธีสร้างและพัฒนาตัวบ่งชี้คุณภาพบริการ

การสร้างตัวบ่งชี้คุณภาพบริการของหน่วยงาน อาจทำได้ดังนี้

- 1) สร้างทีมพัฒนาที่มีจุดมุ่งหมายชัดเจนร่วมกัน
 - 2) กำหนดขอบเขตของบริการ
 - 3) ศึกษาความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ
 - 4) ค้นหาแง่มุมสำคัญของการบริการและการดูแลเฝ้าติดตาม
 - 5) กำหนดเครื่องบ่งชี้
 - 6) ตั้งเป้าหมายสำหรับระดับเครื่องบ่งชี้ที่บ่งบอกถึงปัญหาหรือโอกาสในการพัฒนา
 - 7) วางกลไกในการเก็บข้อมูล
 - 8) วางความถี่ที่จะดำเนินการทบทวนผลที่วัดโดยเครื่องบ่งชี้
 - 9) ทดสอบเครื่องบ่งชี้
 - 10) วางผู้ที่จะใช้ประโยชน์จากผลการประเมินและกิจกรรมที่จะดำเนินต่อไป
- ทบทวนและปรับปรุงเครื่องบ่งชี้คุณภาพให้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ นอกจากนี้เครื่องบ่งชี้คุณภาพที่สร้างขึ้นควรมีการนิยามที่ชัดเจน มีการกำหนดตัวอย่างหรือแหล่งของข้อมูลเพื่อให้เกิดความสม่ำเสมอในการปฏิบัติให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ วิธีการและขั้นตอนในการสร้างตัวบ่งชี้คุณภาพบริการที่มีประสิทธิภาพนั้น มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การทบทวนวรรณกรรมและการเลือกตัวบ่งชี้ โดยพิจารณาเลือกตัวบ่งชี้คุณภาพบริการที่ได้จากการทบทวนเอกสารวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและจากการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกรณีศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้น

ขั้นตอนที่ 2 การถ่วงดุลโดยคณะผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความถูกต้องตามเนื้อหา (Face Validity) และความถูกต้องตามการผูกโยง (Construct Validity)

ขั้นตอนที่ 3 การหาความเชื่อถือ (Reliability) โดยการนำไปทดลองใช้ในสถานการณ์จริง เพื่อทดสอบความไวและความจำเพาะของตัวบ่งชี้ในการค้นหาปัญหาคุณภาพ และการนำไปใช้ประโยชน์

ขั้นตอนที่ 4 การจำลองการใช้ (Simulation) เพื่อศึกษาผลของตัวบ่งชี้ในสภาพแวดล้อมที่จะนำไปใช้จริง เป็นขั้นตอนที่จะหาคำตอบเกี่ยวกับคุณค่าของตัวบ่งชี้ในการค้นหาผู้ให้บริการที่ต่อคุณภาพได้อย่างถูกต้องแม่นยำและทำให้ทราบขนาดตัวอย่างว่าจะใช้มากน้อยเพียงใด มีความผิดพลาดในการวัดมากน้อยเพียงใด เป็นต้น

ด้านที่ 3 ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการบริการ (Service) เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กรที่สร้างขึ้นและส่งมอบแก่ผู้รับบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการและเกิดความพึงพอใจจากการกระทำนั้นแก่ผู้รับบริการ ผู้รับบริการ สัมผัสและใช้บริการนั้น ๆ ในเวลาเดียวกัน ดังนั้นตลอดกระบวนการให้บริการทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการต่างมีบทบาทในกิจกรรมบริการนั้นเป็นอย่างมาก การควบคุมคุณภาพบริการจึงต้องควบคุมกระบวนการให้บริการ คุณภาพบริการขึ้นอยู่กับองค์ประกอบตัวแปรและปัจจัยที่เกี่ยวข้องสำคัญ 3 ด้าน คือทรัพยากรบุคคล เครื่องมืออุปกรณ์และระบบบริหารจัดการ

(1) ทรัพยากรบุคคล ตัวแปรที่เกี่ยวกับทรัพยากรบุคคล ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ (1) ผู้ให้บริการ (2) ผู้บริหาร และ (3) ผู้รับบริการ

1) ผู้ให้บริการ ในองค์กรยุคใหม่ผู้ให้บริการมีฐานะเป็นลูกค้าภายในองค์กร (Internal Customer) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้บริการมีส่วนสำคัญต่อคุณภาพบริการ กล่าวคือ พนักงาน (Staff) ผู้ให้บริการทุกระดับจะต้องมีจิตสำนึกที่ดีต่อการให้บริการ (Service Conscious) มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ มีท่าทีที่ดีต่อลูกค้า มีความสามารถในการสื่อสารเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพื่อเพิ่มพูนทั้งองค์ความรู้ (Knowledge) และ ทักษะ (Skill) ในกาให้บริการนั้น มีความรับผิดชอบในหน่วยของตนและตำแหน่งของตนที่มีต่อผู้อื่น และหน่วยอื่นในองค์กรเดียวกัน โดยยึดแนวทางการให้บริการที่เป็นเลิศแก่กันและกันทุกขั้นตอน โดยตระหนักรู้ว่ากระบวนการถัดไปเป็นลูกค้าของตนจนกระทั่งได้ผลผลิตของกระบวนการ สุดท้ายส่งมอบให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ

ทุกช่วงสัมผัสบริการ (Every MOT) การผูกต่อกันเป็นสายของความตระหนักรู้เช่นนี้เรียกว่า สายโซ่แห่งความเป็นลูกค้า (Customer Chain) ทฤษฎี 3 ไอ (Theory of Triple I) กล่าวถึงสาเหตุแห่งการให้บริการที่ด้อยคุณภาพเพราะบุคคลผู้ให้บริการไว้ 3 ประการ คือ

ประการที่ 1 Innocence คือ ความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของผู้ให้บริการเพราะขาดทักษะ (Lack of Skills) ที่เพียงพอในการปฏิบัติงานส่งผลให้ปฏิบัติงานผิดพลาด

ประการที่ 2 Ignorance คือ ความละเลยเป็นความมั่งง่ายของตัวผู้ให้บริการและขาดความระมัดระวัง ปฏิบัติการไปทั้ง ๆ ที่รู้ว่าไม่ควรกระทำเพราะอาจก่อให้เกิดปัญหาต่อไป

ประการที่ 3 Intention คือ ความจงใจกระทำเป็นการกระทำของผู้ให้บริการโดยรู้แกล้ง (Malicious Act) ถึงสาระของสิ่งที่กระทำไปนั้นว่าเป็นสิ่งที่ไม่พึงกระทำ

2) ผู้บริหาร เป็นอีกกลุ่มบุคคลที่มีผลต่อคุณภาพของบริการเพราะเป็นผู้บริหารโอกาสและความเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นผู้บูรณาการ (Integrated) ใน 3 องค์ประกอบสำคัญขององค์กร คือ คน (Person) กระบวนการ (Process) และเทคโนโลยี (Technology) กลยุทธ์ที่สำคัญของผู้บริหารในการบริหารคุณภาพบริการ คือ การถ่ายทอดองค์ประกอบหลัก 4 ประการของความพึงพอใจของลูกค้าผู้รับบริการออกมาให้เป็นรูปธรรมเพื่อให้ผู้ให้บริการเข้าใจและสามารถเห็นแนวทางในการปฏิบัติได้

3) ผู้รับบริการถือว่าเป็นลูกค้าภายนอก (External Customer) เป็นผู้สัมผัสบริการซึ่งเป็น Out Put ของกระบวนการสุดท้าย (Finished Product) มีส่วนสำคัญต่อคุณภาพบริการด้วยเช่นกัน ปัจจัยด้านภูมิหลังของผู้รับบริการ (Recipients Background) เกี่ยวข้องโดยตรงกับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ผู้รับบริการที่เข้าใจบทบาทมีความสามารถในการสื่อสารมีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่เข้าใจในบริการ ความไม่พึงพอใจในบริการของผู้รับบริการที่สะท้อนออกมาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ขอร้องเรียน ข้อเสนอให้ปรับปรุงบริการ ล้วนมีส่วนสำคัญต่อคุณภาพบริการ

(2) เครื่องมืออุปกรณ์ ประกอบด้วย สถานที่ ยานพาหนะและอุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการให้บริการในทุกวงจรบริการ เป็นปัจจัยภายในที่สำคัญตัวหนึ่งของกระบวนการให้บริการที่สามารถควบคุมได้ไม่ยาก มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อคุณภาพบริการ เช่น สถานที่ให้บริการที่สะอาดสะอึก ปลอดภัยและเป็นส่วนตัว ภายใต้อากาศแวดล้อม อุณหภูมิ แสง สี เสียง สะอาด สะดวกเหมาะสม เครื่องสื่อสารและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่ทันสมัยในจำนวนที่เพียงพอ

(3) ระบบบริหารจัดการ เป็นวิธีบริหารงานในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้แต่ละระบบย่อยคือ ระบบบริการ (Service System) และระบบสนับสนุนบริการ (Supporting Service System) ดำเนินการอย่างเหมาะสมมีประสิทธิภาพและสามารถเชื่อมประสานจนส่งผลให้ทุกจุดสัมผัสบริการ (Service Interface Station) ซึ่งเป็นจุดสถานที่ บริเวณที่ผู้ให้บริการส่งมอบบริการแก่ผู้รับบริการได้

สัมผัสกับบริการที่พึงพอใจ (Positive MOT) เกิดความประทับใจ (Good Impression) แก่ผู้รับบริการ การมีระบบบริหารจัดการที่เหมาะสมจึงส่งผลอย่างสำคัญต่อคุณภาพบริการ มีงานวิจัยหลายเรื่องที่มีความเห็นยืนยันสอดคล้องกันเช่นนี้

จากการศึกษา แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพของการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง การรับรู้ของผู้บริโภคว่าได้รับการบริการที่ดีเลิศจริง (Excellent Service) ซึ่งตรงกับความต้องการที่คาดหวังไว้และสามารถตอบสนองความต้องการจนเกิดเป็นความพึงพอใจ รู้สึก คุ่มค่า ประทับใจและเกิดเป็นความจงรักภักดี ดังนั้นองค์กรที่มีภารกิจหลักในการให้บริการมักจะมีการกำหนดเป้าหมายในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการภายในองค์กร ความตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ความตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพนี้ เป็นผลสืบเนื่องประการหนึ่งมาจากแรงกดดันจากการแข่งขัน ความก้าวหน้าทางการสื่อสารและโลกาภิวัตน์ รวมไปถึงการแข่งขันและการประเมินสัมฤทธิ์ผลจากการปฏิบัติงานขององค์กรอย่างเข้มข้นเข้มข้น โดยนัยประการหนึ่งเพื่อสร้างความอยู่รอดให้กับองค์กรและคุณภาพเอง เป็นเครื่องซึ่งบ่งถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กรได้เป็นอย่างดี

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการให้บริการ

หัวข้อนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึง (1) ประวัติความเป็นมาและแนวคิดทฤษฎีของนวัตกรรมการให้บริการ (2) ความหมายของนวัตกรรมการให้บริการ และ (3) องค์ประกอบนวัตกรรมการให้บริการ

2.2.1 ประวัติความเป็นมาและแนวคิดทฤษฎีของนวัตกรรมการให้บริการ

ปัจจุบันนวัตกรรมได้เข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาอย่างมาก ซึ่งนวัตกรรมเป็นกระบวนการที่มาจากทางความคิดที่ตกผลึกออกมาจนกลายเป็นสิ่งที่นำไปสู่การพัฒนาที่จะทำ ความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมที่เป็นกระบวนการทางความคิดเพื่อนำไปสู่การพัฒนา และนำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กรในยุคของการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ นักวิชาการได้มีการแบ่งประเภทของนวัตกรรมไว้หลายประเภท โดยในการศึกษาได้ ศึกษาการแบ่งประเภทของนวัตกรรมที่จำแนกตามเป้าหมายของนวัตกรรม ซึ่งพอสรุปโดยสังเขปได้ดังนี้ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2548)

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation) ซึ่งประกอบไปด้วยนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ ที่จับต้องได้ (Tangible product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible product)
2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation) หมายถึงการเปลี่ยนแปลงวิธีการ หรือ กระบวนการในการผลิตสินค้าหรือบริการในรูปแบบที่แตกต่างไปจากที่เคยผลิตแต่เดิม

นอกจากนี้ยังได้มีได้มีการแบ่งประเภทนวัตกรรม ได้แก่ การแบ่งประเภทนวัตกรรมตามวัตถุประสงค์การใช้งาน (วุฒิพงษ์ ภักดีเหล่า,2554)

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกผลิตขึ้นในเชิงพาณิชย์ ที่ได้รับการปรับปรุงหรือเป็นสิ่งใหม่ในตลาด การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องมีการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสนอคุณค่าให้แก่ลูกค้า ซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญ คือ การพัฒนาคุณสมบัติและลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในการออกแบบต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์แบ่งได้ 2 แบบ คือ ผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้ (Tangible product) หรือสินค้าทั่วไป (Goods) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible product) หรือการบริการ (Service)

2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation) เป็นการเปลี่ยนแนวทาง หรือวิธีการ ผลิตสินค้า หรือการให้บริการในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากเดิม ด้วยการพัฒนาสร้างสรรค์กระบวนการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งต้องอาศัยความรู้ทางเทคโนโลยีตลอดจนความรู้กระบวนการและเทคนิคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการประยุกต์ใช้แนวคิดวิธีการหรือกระบวนการใหม่ ๆ ที่ส่งผลให้กระบวนการการผลิตและการทำงาน โดยรวมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพสูงสุด

3. นวัตกรรมการจัดการ (Management innovation) การสร้างนวัตกรรมการจัดการนั้น องค์กรจะต้องใช้ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการมาปรับปรุงระบบโครงสร้างเดิมขององค์กร ซึ่งรูปแบบการบริหารจะเป็นไปในลักษณะการมีส่วนร่วมของพนักงาน ซึ่งจะทำให้เกิดความคิดเห็นใหม่ๆ เกิดความคิดสร้างสรรค์สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสามารถสร้างรายได้และนำไปสู่ผลกำไรให้กับบริษัทได้ เช่น การบริหารองค์กรในลักษณะที่เป็นงานประจำกับสายการบังคับบัญชาที่เป็นแบบโครงการ เป็นต้น

4. นวัตกรรมบริการ (Service innovation) จะเกี่ยวข้องกับการนำเสนอบริการใหม่ ที่เกิดจากการสร้างขึ้นมาใหม่ หรือปรับปรุงสิ่งเดิม เช่น การปรับปรุงลักษณะการทำงาน เทคโนโลยี การใช้งาน หรือด้านอื่น ๆ เป็นต้น

5. นวัตกรรมรูปแบบธุรกิจ (Business innovation) จะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง แนวทางการดำเนินธุรกิจที่สามารถสร้างมูลค่าให้เกิดขึ้น

6. นวัตกรรมการตลาด (Marketing innovation) คือ การพัฒนาตลาดใหม่ที่มีการปรับปรุงวิธีการในการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ไปร โมชั่นหรือราคา

7. นวัตกรรมองค์กร (Organization innovation) คือ การสร้างการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างธุรกิจ การปฏิบัติการ ตัวแบบ และอาจรวมถึงกระบวนการการตลาดและรูปแบบธุรกิจ

เป็นนวัตกรรมที่เน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการและบริหารองค์กร ซึ่งจะต้องใช้ความรู้ความสามารถในด้านการบริหารจัดการมาปรับปรุงการบริหารภายในองค์กร

สรุปได้ว่านักวิชาการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการจัดแบ่งประเภทนวัตกรรมที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบไปด้วยนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible product) และ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible product) และนวัตกรรมกระบวนการที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการพัฒนากระบวนการ หรือวิธีการในขั้นตอนการบริหารงานขององค์กรที่แตกต่างไปจากเดิมเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากที่สุดต่อการปฏิบัติงาน

นวัตกรรมบริการเป็นแนวคิดที่ตั้งใจบริการลูกค้า เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่และเพื่อเป็นการปรับปรุงและเพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจ การบริการสามารถอธิบายเป็นกระบวนการที่ถูกโอนย้ายไปยังลูกค้า และเป็นการโต้ตอบระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า ซึ่งลูกค้ามีอิทธิพลมากต่อการปรับปรุงกระบวนการ (นฤดี จิยะวรนันท์ และภูมิพร ธรรมสถิตเดช, 2555)

Michael Barrett (2015) ได้อธิบายถึงแนวคิดทฤษฎีของนวัตกรรมการให้บริการไว้ที่น่าสนใจว่า นวัตกรรมการให้บริการควรมีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Relative Advantage) หมายถึง สิ่งที่บุคคลคิดว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์มากกว่าความคิดแบบเก่า ๆ เดิม ๆ สิ่งเก่า หรือแม้แต่วิธีการปฏิบัติแบบเก่า โดยวัดจากมุมมองเศรษฐกิจ ความเชื่อของสังคม ความสะดวกและความพึงพอใจ
2. ความเข้ากันได้ดีหรือไปด้วยกันได้ (Compatibility) หมายถึง สิ่งที่บุคคลคิดหรือมีความรู้สึกว่าการนวัตกรรมนั้นมีความเข้ากันกับค่านิยม ประสพการณ์ และความต้องการของแต่ละคน ซึ่งจะทำให้การยอมรับนวัตกรรมนั้นเกิดขึ้นได้ในระยะเวลาที่รวดเร็วกว่านวัตกรรมแบบเข้ากันไม่ได้กับค่านิยม และบรรทัดฐานทางสังคม
3. ความยุ่งยากหรือความสลับซับซ้อน (Complexity) หมายถึง สิ่งที่บุคคลมีความรู้สึกว่าการนวัตกรรมนั้นเป็นสิ่งที่ยากแก่การเข้าใจ และยากแก่การที่จะนำไปใช้ ซึ่งจำเป็นต้องใช้เวลาสักระยะหนึ่ง จึงจะเกิดการยอมรับนวัตกรรมนั้น ๆ
4. ความสามารถในการนำไปทดลองใช้ได้ (Trainability) หมายถึง สิ่งที่บุคคลได้รับ นวัตกรรม และสามารถนำนวัตกรรมนั้นไปทดลองใช้งานได้ในปริมาณที่จำกัด
5. ความสามารถสังเกตได้ (Observability) หมายถึง ผลของนวัตกรรมเป็นสิ่งที่สามารถมองเห็นหรือสังเกตได้โดยบุคคลภายในสังคม จากคุณสมบัติทั้ง 5 ประการของนวัตกรรมนี้ จะทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมขึ้น โดยอาจจะเกิดการยอมรับหรือปฏิเสธ

นวัตกรรมขึ้น กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมหรือกระบวนการในการยอมรับนวัตกรรม (Adoption Process) นั้นประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน (Rogers, 1971) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นต้นตัวหรือรับทราบ (Awareness) เป็นขั้นตอนแรกที่บุคคลรับรู้ได้ว่า มีความคิดใหม่ สิ่งใหม่หรือวิธีปฏิบัติใหม่ ๆ เกิดขึ้นและนวัตกรรมมีอยู่จริง แต่ยังไม่มีความรู้รายละเอียดของสิ่งนั้นอยู่

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นสนใจ (Interest) เป็นขั้นตอนที่บุคคลเกิดความรู้สึกสนใจในนวัตกรรมนั้นทันที เมื่อบุคคลพบปัญหาที่เขาประสบอยู่หรือตรงกับความสนใจ โดยจะเริ่มหาข้อเท็จจริงและข่าวสารมากขึ้น อาจสอบถามจากเพื่อนซึ่งได้เคยทดลองทำมาแล้วหรือแสวงหาความรู้จากผู้ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมนั้น เพื่อสนองตอบความอยากรู้ของตนเอง

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นประเมินผล (Evaluation) ในขั้นตอนนี้บุคคลจะพิจารณาว่า นวัตกรรมนั้นจะมีความเหมาะสมกับเขาหรือไม่ จะให้ผลคุ้มค่าเพียงใด หลังจากที่ได้อ่านนวัตกรรมนั้นมาระยะหนึ่งแล้ว นวัตกรรมนั้นมีความยากและข้อจำกัดสำหรับเขาเพียงใดและจะปรับให้เข้ากับสถานการณ์ได้อย่างไร จึงตัดสินใจว่าจะทดลองใช้ความคิดใหม่ ๆ นั้นหรือไม่

ขั้นตอนที่ 4 ขั้นทดลอง (Trial) เป็นขั้นตอนที่บุคคลได้ผ่านการไตร่ตรองมาแล้วและตัดสินใจที่จะทดลองปฏิบัติตามความคิดใหม่ ๆ ซึ่งอาจทดลองเพียงบางส่วนหรือทั้งหมด การทดลองปฏิบัตินี้เป็นเพียงการยอมรับนวัตกรรมชั่วคราว เพื่อดูผลว่าควรตัดสินใจยอมรับโดยถาวรหรือไม่

ขั้นตอนที่ 5 ขั้นยอมรับปฏิบัติ (Adoption) ถ้าการทดลองของบุคคลได้ผลเป็นที่น่าพอใจ ก็จะยอมรับความคิดใหม่ ๆ อย่างเต็มที่และขยายการปฏิบัติออกไปอย่างต่อเนื่องจนกระทั่ง นวัตกรรมนั้นกลายเป็นวิธีการที่เขายึดถือปฏิบัติโดยถาวรต่อไป ซึ่งถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างถาวร ซึ่งโดยสรุปแล้ว นวัตกรรม หมายถึง ความคิดและกระบวนการใหม่ ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อน หรือการพัฒนาตัดแปลงจากของเดิมให้ดีขึ้น เมื่อนำมาใช้ก็ทำให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ข้อสังเกตเกี่ยวกับสิ่งที่ถือว่าเป็นนวัตกรรม

- 1) เป็นความคิดและกระบวนการกระทำใหม่ทั้งหมดหรือปรับปรุงดัดแปลงจากที่เคยมีมาก่อน
- 2) ความคิดหรือการกระทำนั้นมีการพิสูจน์ด้วยการวิจัยและช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น
- 3) มีการนำวิธีระบบมาใช้อย่างชัดเจน โดยพิจารณาองค์ประกอบทั้ง 3 ส่วน คือ ข้อมูล กระบวนการ และผลลัพธ์

4) ยังไม่เป็นส่วนหนึ่งของระบบงานในปัจจุบัน ความหมายของนวัตกรรมเทคโนโลยี นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) หมายถึง นวัตกรรมที่มีพื้นฐานหรือขอบเขตของการพัฒนามาจากเทคโนโลยี

ดังนั้นนวัตกรรมเป็นความคิดหรือการกระทำใหม่ ๆ ซึ่งคนในสังคมแต่ละวงการจะมีการคิดและทำขึ้นมาอยู่เสมอ นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ได้เรื่อย ๆ ครอบคลุมทั้งที่คนยังมีความปรารถนาใหม่ หรือต้องการคิดค้นหาวิธีการ แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยสิ่งใดที่คิดและทำมานานแล้วถือว่าหมดความเป็นนวัตกรรมไป และมักจะมีสิ่งใหม่เกิดขึ้นมาแทน นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) เป็นแนวคิดในเชิงกลยุทธ์ที่ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการธุรกิจและมีการกล่าวถึงกันอย่างมากเมื่อปลายทศวรรษที่ 1970 และ ต้นทศวรรษที่ 1980 (วลัยลักษณ์ รัตนวงศ์ ฌฐธิดา สุวรรณโณ และธีรศักดิ์ จินดาบด, 2557) นวัตกรรมบริการยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญทางธุรกิจที่นำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน (Weng et al., 2012) โดยนวัตกรรมบริการเป็นการนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบและขั้นตอนการให้บริการ เพื่อบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าโดยเน้นการอำนวยความสะดวก และความรวดเร็วในการเข้ารับบริการ ส่วนประโยชน์ของนวัตกรรมบริการในเชิงธุรกิจ คือ ช่วยสร้างความแตกต่างในการบริการ เพื่อนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โจเซฟ ชุมปีเตอร์ (Joseph Schumpeter) เป็นผู้เสนอทฤษฎีนวัตกรรมซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ทฤษฎีนวัตกรรมของ Schumpeter ได้รับความสนใจจากนักวิชาการหลายคน ซึ่งก็ได้นำมาประยุกต์เพื่อใช้ในการศึกษาด้านนวัตกรรม (Drejer, 2004; OECD, 2005) ขณะเดียวกันแนวคิดของ Schumpeter ก็ยังเป็นรากฐานทฤษฎีที่สำคัญของการพัฒนาแนวคิดนวัตกรรมบริการ (Chen et al., 2009) นวัตกรรมส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นภายใต้รูปแบบการแข่งขันอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละรายพยายามสร้างสรรค์และพัฒนาสิ่งที่มีอยู่ให้ดีขึ้น ทั้งด้านสินค้าและบริการ แต่บางครั้งสิ่งที่เกิดขึ้นอาจเปลี่ยนรูปแบบการแข่งขันไปโดยสิ้นเชิง เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ได้เกิดขึ้นทุกวัน แต่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขในการแข่งขันเปิด โอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ แต่ก็ยังคงทำทนายผู้ประกอบการให้ ปรับกรอบการทำงานให้ทันต่อสภาพการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป

ทั้งนี้ผู้รับบริการจะมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับความต้องการของตนว่าได้รับการตอบสนองมากน้อยเพียงไร หากได้รับการตอบสนองมากก็จะก่อให้เกิดความจงรักภักดีและเกิดการสื่อสารแบบปากต่อปาก แต่ถ้าได้รับการตอบสนองน้อยก็จะรู้สึกในแง่ลบ พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับ (Drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (Biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตั้ง

เครียด เช่น ความหิวกระหาย หรือความลำบากบางอย่างเป็น ความต้องการทางจิตวิทยา (Psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (Recognition) การยกย่อง (Esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (Belonging) ความต้องการส่วนใหญ่ อาจจะไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำ ในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดเป็นความ ตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับมากที่สุด 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎี ของฟรอยด์ และทฤษฎีของ มาสโลว์

Millet (2012) ได้อธิบายไว้อย่างน่าสนใจว่า นวัตกรรมกาให้บริการ มีเป้าหมายสำคัญ ของการบริการ คือ การสร้างความพึงพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน โดยมีหลักและแนวทาง คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการ บริการงานของที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นผู้ใช้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติ อย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในกาให้บริการ ผู้ใช้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติใน ฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานกาให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่า การให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ถ้าไม่มีการตรงเวลาจะนำมาซึ่งการสร้างความไม่พึงพอใจให้ เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการ

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมี จำนวนกาให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quantity at the geographical)

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่ เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจขององค์กรที่ ให้บริการว่าจะให้ หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะ ที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือ ความสามารถ ที่ทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

จากการพิจารณาแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมกาให้บริการ แสดงให้เห็นว่าเป้าหมายของ การให้บริการนั้น คือ การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ดังนั้นการที่จะวัดกาให้บริการว่าจะ บรรลุเป้าหมายหรือไม่นั้น วิธีหนึ่ง คือ การวัดความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการ เพราะการวัด ความพึงพอใจนี้ เป็นการตอบคำถามว่าหน่วยงานมีหน้าที่ให้บริการมีความสามารถสนองตอบต่อ ความต้องการของประชาชนได้หรือไม่เพียงใด อย่างไรก็ตาม พอสรุปความหมายของการบริการได้ว่า เป็นการปฏิบัติรับใช้เพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของลูกค้าหรือคนที่มาขอรับบริการ

การบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสจับต้องได้หรือแสดงความเป็นเจ้าของได้ แต่สามารถที่จะถูกรับรู้ในเชิงความพึงพอใจและสามารถช่วยรักษาลูกค้าไว้ได้

ทั้งนี้ ผลผลิตภาพในการให้บริการในการเพิ่มผลผลิตภาพของการให้บริการสามารถทำได้หลายวิธี คือ การให้พนักงานทำงานมากขึ้น หรือมีความชำนาญสูงขึ้นโดยจ่ายค่าจ้างเท่าเดิม เพิ่มปริมาณการให้บริการ โดยยอมสูญเสียคุณภาพบางส่วนลง เช่น หมอตรวจคนไข้มีจำนวนมากขึ้น โดยลดเวลาที่ใช้สำหรับแต่ละรายลง เปลี่ยนบริการนี้ให้เป็นแบบอุตสาหกรรมโดยเพิ่มเครื่องมือเข้ามาช่วย และสร้างมาตรฐานการให้บริการ เช่น บริการขายอาหารแบบเร่งด่วนและบริการตนเอง การให้บริการที่ไปลดการใช้บริการหรือสินค้าอื่น ๆ เช่น บริการซักรีดเป็นการลดบริการจ้างคนใช้หรือ การใช้เตารีด การออกแบบบริการให้มีคุณภาพมากขึ้น เช่น ชมรมวิ่งจ็อกกิ้งจะช่วยลดการใช้บริการการรักษาพยาบาลลง การให้สิ่งจูงใจลูกค้าให้ใช้แรงงานของเขาแทนแรงงานของบริษัท เช่น ร้านอาหารแบบให้ลูกค้าช่วยตัวเอง ธุรกิจที่ให้บริการที่ต้องการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้ บริการต้องระมัดระวังไม่ให้เกิดภาพพจน์ในแง่การลดคุณภาพของบริการ รวมทั้งรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้า

จากการทบทวนวรรณกรรม เอกสารต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการให้บริการ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิด ทฤษฎีของ Millet (2012) ที่อธิบายไว้ว่า นวัตกรรมการให้บริการประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) มาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

2.2.2 ความหมายของนวัตกรรมการให้บริการ

นวัตกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ หรือการสร้างสิ่งใหม่ หรือผสมผสานองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการสร้างความคิด การดำเนินการผลิต กระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง โดยอาจเป็นการเปลี่ยนอย่างเฉียบพลัน หรือ การเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป เป็นการนำเอาความคิด หรือ สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ในทางเศรษฐศาสตร์ นวัตกรรมจะต้องเพิ่มคุณค่า หรือ เปลี่ยนแปลงในเชิงบวกต่อลูกค้าหรือผลิตภัณฑ์ โดยทั่วไปเมื่อกล่าวถึงนวัตกรรมจะหมายถึง นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งการสร้างนวัตกรรมส่วนใหญ่ถูกพัฒนาขึ้นด้วยเทคโนโลยี แต่การบริการมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ การบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนและเป็นการส่งมอบโดยตรงไปยังลูกค้า โดยมีหลายองค์ประกอบเข้ามาเกี่ยวข้อง นวัตกรรมบริการจึงแตกต่างจากนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญต่อคุณค่าและความต้องการของลูกค้าเป็น

หลัก นักวิชาการและนักวิจัยหลายท่าน ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมการให้บริการไว้มากมายหลายท่านด้วยกัน แต่มีที่น่าสนใจ ดังนี้

Collins Kankam-Kwarteng (2019) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมการให้บริการไว้ว่า หมายถึง การทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยวิธีการใหม่ ๆ และยังหมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต กระบวนการหรือองค์กร ไม่ว่าจะการเปลี่ยนนั้นจะเกิดขึ้นจากการพัฒนาต่อยอดการเปลี่ยนแปลง การประยุกต์ หรือแม้แต่กระบวนการในหลายสาขา นอกจากนี้ยังเชื่อกันว่าการที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นนวัตกรรมได้นั้นจะต้องมีความใหม่อย่างเห็นได้ชัดและความใหม่นั้นจะต้องเพิ่มมูลค่าสิ่งต่าง ๆ ได้ โดยเป้าหมายของนวัตกรรม คือ การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกเพื่อทำให้สิ่งต่าง ๆ เกิดเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น นวัตกรรมก่อให้เกิดผลิตผลเพิ่มขึ้นและเป็นที่มาสำคัญของความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมชาติ

David DOLOREUX (2018) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมการให้บริการไว้อย่างน่าสนใจว่า หมายถึง นวัตกรรมการให้บริการ เป็นความคิดหรือการปฏิบัติใหม่ ๆ ที่คิดแปลกไปจากสิ่งที่เคยปฏิบัติมาทั้งหมดหรือการเปลี่ยนแปลงบางส่วนจากสิ่งที่เคยปฏิบัติมาก่อนที่เกิดจากกระบวนการวิจัยที่ยังไม่เป็นส่วนหนึ่งของระบบงานในปัจจุบัน เพื่อจะนำมาใช้ในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

Hua (Jonathan) Ye (2018) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมการให้บริการไว้อย่างน่าสนใจว่า หมายถึง แนวความคิดการปฏิบัติที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อนหรือเป็นการพัฒนาคัดแปลงจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพ ทำให้ประสิทธิผลสูงกว่าเดิมทั้งยังช่วยประหยัดเวลาและแรงงานได้ด้วย

Jeff S. Johnson (2018) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมการให้บริการไว้อย่างน่าสนใจว่า หมายถึง ความคิดการกระทำหรือสิ่งใหม่ ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ด้วยตัวบุคคลแต่ละคนหรือหน่วยอื่น ๆ ของการยอมรับในสังคม

Jeremy Rose (2019) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมการให้บริการไว้อย่างน่าสนใจว่า หมายถึง การผสมผสานระหว่างเครื่องมือกลและเทคนิคต่าง ๆ ที่มีลักษณะ 3 ประการประกอบกัน ดังนี้ 1) จะต้องเป็นการสร้างสรรค์ขึ้นใหม่ (Creative) และเป็นความคิดที่สามารถปฏิบัติได้ (Feasible Idea) 2) จะต้องสามารถนำไปใช้ได้ผลจริง (Practical Application) และ 3) มีการเผยแพร่ ออกสู่ชุมชน

Krithika Randhawa (2018) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมการให้บริการไว้อย่างน่าสนใจว่า หมายถึง เป็นการนำวิธีการใหม่มาปฏิบัติ หลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้รับการพัฒนา

มาเป็นขั้น ๆ แล้ว โดยเริ่มมาตั้งแต่ 1) คิดค้น (Invention) 2) การพัฒนา (Development) หรือโครงการทดลองปฏิบัติก่อน (Pilot Project) และ 3) นำไปปฏิบัติจริง (Implement)

Robert F. Lusich (2015) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมการให้บริการไว้อย่างน่าสนใจว่า หมายถึง รูปแบบทางความคิดต่าง ๆ พฤติกรรมหรือสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นแตกต่างไปจากสิ่งเดิม ไม่ว่าจะเป็สิ่งทีมองไม่เห็นก็สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า รวมถึงแบบแผนพฤติกรรม ความประพฤติปฏิบัติตามสังคัมประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์ใหม่หรือวิทยาการใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น

จากความหมายของนักวิชาการต่าง ๆ จึงมีความเห็นว่า แต่ละความหมายนั้นคล้ายคลึงกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า นวัตกรรมการให้บริการ หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ หรือกิจกรรมใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยการบูรณาการศักยภาพการบริหารจัดการขององค์กร รวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าของบริการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเกิดความพึงพอใจสูงสุด

2.2.3 องค์ประกอบนวัตกรรมการให้บริการ

การนำนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ แม้ว่าจะเป็นแนวทางสำคัญที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าเพิ่มและสร้างความโดดเด่นให้กับภาคธุรกิจ แต่การดำเนินการดังกล่าว เป็นการเพิ่มภาระต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ ทั้งจากงบประมาณในการลงทุนและค่าใช้จ่ายทางด้านบุคลากรที่ จะเข้ามาดำเนินการ ซึ่งอาจส่งผลต่อกำไรและระยะเวลาในการคืนทุนของผู้ประกอบการ ดังนั้น ก่อนการตัดสินใจนำนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องอย่างยั้งที่ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบและปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่จะทำให้การนำนวัตกรรมมาใช้ประสบความสำเร็จและสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้

รวิวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551) กล่าวถึงองค์ประกอบของนวัตกรรมบริการว่าประกอบด้วย

1. ผู้รับบริการ หรือลูกค้า ซึ่งนับว่าเป็นองค์ประกอบของการบริการที่มีความสำคัญที่สุด เนื่องจากเป้าหมายหลักของการบริการ คือ ความพึงพอใจอย่างสูงสุดของผู้รับบริการ องค์ประกอบอื่น ๆ อีก 4 องค์ประกอบนั้นต่างก็ถูกกำหนดหรือสร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อการสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการทั้งสิ้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ผู้รับบริการ เป็นจุดเริ่มต้นของการบริการ หากไม่มีผู้รับบริการแล้ว องค์ประกอบอื่น ๆ ย่อมไม่เกิดขึ้น

2. หน่วยบริการ หมายถึง หน่วยงานที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อผลิตงานบริการในด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกหรือช่วยเหลือแก่บุคคลอื่น โดยอาจดำเนินการในลักษณะเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัดก็ได้ และเป็นได้ทั้งหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานเอกชน หน่วยงานบริการจะมีบุคคลหรือ กลุ่มบุคคลเป็นผู้นำในการดำเนินงานทางธุรกิจ ซึ่งเรียกว่า ผู้บริหาร หน่วยงาน โดยผู้บริหารหน่วยงานมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดคุณภาพของการบริการ เนื่องจากอยู่ในฐานะผู้นำของหน่วยงานที่มีอำนาจโดยตรงและมีหน้าที่ความรับผิดชอบหลักในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของหน่วยงาน โดยการกำหนดนโยบาย วิสัยทัศน์ กลยุทธ์การบริการ จัดสรรทรัพยากร วางระเบียบและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ตลอดจนเป็นผู้ดำเนินการปฏิบัติงานให้บริการของหน่วยงานด้วย

3. ผู้ปฏิบัติให้งานบริการ เป็นผู้ที่ดำเนินการบริการ หรือลงมือให้บริการต่อผู้รับบริการโดยตรง โดยอาจมีปฏิสัมพันธ์และปรากฏตัวต่อผู้รับบริการหรือไม่ก็ได้

4. ผลลัพธ์บริการ เป็นกระบวนการหรือวิธีการนำเสนอหรือราคาของบริการ หรือคุณค่าต่าง ๆ ที่หน่วยงานบริการและผู้ปฏิบัติงานให้บริการมอบให้กับผู้รับบริการ

5. ลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของการบริการ หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่ผู้รับบริการ สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น การได้กลิ่น การได้ยิน การได้สัมผัส และ การได้สัมผัส องค์ประกอบทางกายภาพจึงครอบคลุมถึงสิ่งต่างๆ มากมาย ไม่ว่าจะเป็นตัวอาคาร ลานจอดรถ การตกแต่ง อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ บรรยากาศ และแม้กระทั่งเครื่องแบบของพนักงาน

ด้าน Jeff S. Johnson (2018) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของนวัตกรรมบริการ ให้บริการ ว่าประกอบด้วย

1. บริการซึ่งเกิดจากการปฏิบัติของบุคคลผู้ให้บริการ (Personalized Service) เป็นผลลัพธ์จากการปฏิบัติงาน (เทคนิคบริการและพฤติกรรมบริการ) ที่ผู้ให้บริการกระทำให้ผู้รับบริการ เช่นการทำหัตถการของแพทย์หรือกริยาท่าทางคำพูดสีหน้าในการให้บริการ

2. บริการที่เกิดจากเครื่องมือสถานที่ที่เตรียมไว้ให้บริการ (Mechanized Service หรือ Facility content in Service) เป็นผลลัพธ์ของบริการที่เตรียมไว้อำนวยความสะดวกหรือประกอบในการให้บริการแก่ผู้รับบริการ เครื่องมือ อาคารสถานที่ สิ่งแวดล้อมหรือบรรยากาศ โดยเมื่อเสร็จสิ้นการให้บริการแล้วไม่ได้มอบให้ลูกค้าไปด้วย

3. ผลลัพธ์ในบริการ (Product content in Service) เป็นสิ่งที่ประกอบในการให้บริการและได้ส่งมอบให้แก่ผู้รับบริการไปด้วย

Millet (2012) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของนวัตกรรมบริการ ว่าประกอบด้วย

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริการงานของที่มีฐานคิดที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้นผู้ให้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ผู้ให้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ถ้าไม่มีการตรงเวลาจะนำมาซึ่งการสร้างความไม่พึงพอใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้ให้บริการ

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quantity at the geographical)

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจขององค์กรที่ให้บริการว่าจะให้ หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มี การปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือ ความสามารถที่ทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

ทั้งนี้จากการศึกษางานวิจัยของ กิตติทัช เขียวฉออ่อน (2560) ได้อธิบายไว้ที่น่าสนใจว่า การบริการที่เป็นเลิศในธุรกิจสายการบินมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากต้องการสร้างชื่อเสียงเพื่อนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพราะความได้เปรียบในธุรกิจสายการบินมีกลไกลแห่งความสำเร็จ ที่สำคัญคือความเป็นเลิศในการให้บริการ (Service Excellence) โดยมาตรฐานการให้บริการต้องมุ่งที่การสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า ตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้า (Hoffman and Bateson, 2006) ซึ่งมาจากการนำเสนอบริการที่ดีเยี่ยมจากตัวพนักงาน โดยใช้การสื่อสารระหว่างกันในกระบวนการการให้บริการ ทั้งนี้รวมถึงการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการ รวมถึงการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เนื่องจากการสื่อสาร ถือเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญในการดำเนินงาน (Keawchaoon, K. and Chantuk, T., 2017) โดยหากพิจารณา ระดับการปฏิบัติการด้านการให้บริการที่มีประสิทธิภาพของพนักงาน (Robbins and DeCenzo, 2005) ในสายการบินในรูปแบบนั้นต้องเริ่มจากการพัฒนาตนเองที่ต้องการเปลี่ยนแปลงศักยภาพและประสิทธิภาพของบุคลากรให้ดีขึ้น ในด้านการตอบสนองความต้องการขององค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่

กำหนดไว้ (Chaowanit, P., 2009) โดยอาศัยทักษะในด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม จนเมื่อทีมมีประสิทธิภาพแล้วจะส่งผลให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพตามไปด้วย (Keawchaoon, K. and Chantuk, T., 2017) อย่างไรก็ตามหากต้องพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการให้บริการนั้น จะต้องสร้างจิตสำนึกร่วมกับการตระหนักถึงภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดีเนื่องจากธุรกิจสายการบินให้ความสนใจกับบุคลากรในองค์กร เนื่องจากเป็นหัวใจสำคัญอีกประการหนึ่งของความสำเร็จหรือล้มเหลวขององค์กร บุคลากรในองค์กรที่จะถือได้ว่ามีคุณภาพ นอกจากจะต้องมีทักษะประสบการณ์ และรู้ความสามารถในการทำงานตามภาระหน้าที่แล้ว ควรต้องมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม สอดคล้องกับงาน บุคลิกภาพซึ่งเน้นคุณลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล จะมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน และปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นทั้งในองค์กรและนอกองค์กร และยังเป็นภาพลักษณ์ ที่สำคัญขององค์กร บุคลิกภาพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่นักวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสนใจและนำมาศึกษาเกี่ยวกับการปรับตัวในการทำงาน (Stening, 1979) เนื่องจากคุณลักษณะบุคลิกภาพ ของบุคคลจะสะท้อนออกมาซึ่งการปรับตัวหรือการแสดงพฤติกรรมรูปแบบต่าง ๆ เช่น พนักงานต้อนรับควรมีลักษณะ หล่อ สวย เรียบเก่ง เป็นคนใจเย็น เก็บอารมณ์ได้ รักในการบริการ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะได้ได้ดี มีความเข้าใจในความรู้สึกของผู้อื่น มีลักษณะท่าทีที่อบอุ่น และมีความประนีประนอม (Schultz & Schultz, 1998)

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการให้บริการ สรุปได้ว่า นวัตกรรมบริการเป็นแนวคิดที่ต่อยอดมาจาก เรื่องโซ่คุณค่า (Value Chain) หรือกระบวนการส่งต่อสินค้าและบริการให้ถึงมือลูกค้าอย่างราบรื่น เพียงแต่ได้เพิ่มเรื่อง การสร้างสรรค์บรรจุกิจกรรม บริการ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างทันที (Real-time) ระบบการส่งมอบสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูง และการใช้อินเทอร์เน็ตหรือระบบดิจิทัลมาให้บริการแก่ลูกค้า การบริการยุคใหม่จึงมีความจำเป็นอย่างสูงที่จะต้องมีข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำในเรื่องความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการ และมีแนวโน้มการพัฒนาบริการด้วยการเชื่อมต่อกับลูกค้า ขยายบริษัทจัดหา ซึ่งผู้จัดหาการบริการก็ต้องติดตามผลความพึงพอใจ ประสบการณ์ และพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาบริการและแข่งขันกับ คู่แข่ง จุดเด่นของภาคบริการจึงอยู่ที่การเร่งหาความคิดใหม่ ๆ ช่วงชิงความต้องการบริโภคสินค้าในวิธีการที่แข่งกับเวลา และเพิ่มแนวทางการจัดหาสินค้าสู่ผู้บริโภคด้วยคุณภาพ ราคา ตำแหน่งคุณค่าของสินค้าและความสัมพันธ์กับคู่แข่ง นวัตกรรมบริการสามารถเริ่มขึ้นตั้งแต่กระบวนการผลิต การวางแผนการผลิต จำเป็นต้องควบรวมการผลิตเข้ากับการบริการ โดยองค์กรต่าง ๆ จะเน้นการสร้างทักษะความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงานภายในมากกว่าการจ้างเอาต์ซอร์ส (Out Source)

ส่งเสริมพนักงานให้มีความสามารถในการใช้นวัตกรรม การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ การเพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัย ประหยัดพลังงาน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

2.3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผู้สูงอายุ

หัวข้อนี้ผู้วิจัยมีประเด็นจะกล่าวถึง (1) ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ (2) ความหมายของผู้สูงอายุ (3) การเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ และ (4) ปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุ โดยสรุปตามลำดับต่อไปนี้

2.3.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ

ทฤษฎีเกี่ยวกับสาเหตุการสูงอายุ

นักทฤษฎีในศาสตร์ต่าง ๆ ได้สนใจสาเหตุที่ทำให้มีการสูงอายุ (แก่) เช่น นักชีวภาพ นักจิตวิทยา และสังคมวิทยา นักทฤษฎีทั้ง 3 สาขาดังกล่าวได้ยอมรับว่า ความรู้จากศาสตร์สาขาใดสาขาหนึ่ง ไม่สามารถที่จะใช้อธิบายกระบวนการสูงอายุที่เกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์ (ประนอม โอทกานนท์ และจิราพร เกศพิชญวัฒนา, 2547) ซึ่งมีดังนี้

(1) ศาสตร์ด้านชีวภาพ

ทฤษฎีพันธุกรรม (Gene Theory) สรุปได้ว่า สิ่งมีชีวิตนั้นแก่ขึ้นเพราะมีการถ่ายทอดข้อมูล ที่ผิดปกติจากนิวเคลียสของเซลล์ ซึ่งภายในนิวเคลียสของเซลล์มีสารพันธุกรรม DNA มีโครงสร้างเป็นกรดนิวคลีอิก 2 เส้นพันกันเป็นเกลียวคู่ คอยเก็บรักษารหัสหรือข้อความของเซลล์ การถ่ายทอดข้อมูลที่ผิดปกติเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงการถ่ายทอดรหัสปกติของ DNA เมื่อมีการผลิตมากเซลล์แก่ขึ้น โอกาสถ่ายทอดผิดพลาดย่อมมีมาก

ทฤษฎีอวัยวะ (Organ Theory) ทฤษฎีนี้ได้อธิบายกระบวนการสูงอายุไว้ว่า เมื่ออวัยวะมีการใช้งานก็ย่อมมีการเสื่อม

ทฤษฎีสรีรวิทยา (Physiological Theory) ทฤษฎีนี้อธิบายความสัมพันธ์ของปฏิกิริยาเคมี ในร่างกายกับกระบวนการสูงอายุ ข้อคิดจากการอธิบายของทฤษฎีนี้คือ การลดกระบวนการเผาผลาญอาหาร การลดอุณหภูมิของร่างกายเหล่านี้ช่วยทำให้อายุยืน ดังคำกล่าวที่ว่า สิ่งที่เรารับประทานเข้าไปล้วนมีความหมายอย่างยิ่งใหญ่ต่อการมีอายุยืนของเรา

(2) ศาสตร์ด้านจิตวิทยา

อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้สูงอายุที่ได้เปลี่ยนแปลงไป โดยให้ความสนใจต่อการพัฒนาบุคลิกภาพ โดยอธิบายว่าพฤติกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นผลมาจากปัจจัยหลายอย่าง พันธุกรรมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของคนแต่ละวัย การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นเรื่องปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกของบุคคล การศึกษาปัจจัยภายในของบุคคลต้องเข้าใจใน

เรื่องความทรงจำ การรับรู้ และบุคลิกภาพของบุคคล ซึ่งปรากฏการณ์ต่างๆ เหล่านี้ในผู้สูงอายุจะผันแปรไปตามการเปลี่ยนแปลงในระดับต่าง ๆ ของร่างกายนับตั้งแต่ระดับโมเลกุล เซลล์ อวัยวะ และระบบต่าง ๆ ของร่างกาย ส่วนในการศึกษาปัจจัยภายนอกของบุคคลด้านจิตวิทยาอธิบายว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงของเสรีภาพของร่างกายกับสัมพันธ์ภาพของร่างกายมีต่อสังคม ซึ่งเสรีภาพของสังคมนั้นคือ พันธุกรรมของแต่ละบุคคล และส่วนของสังคมนั้น คือ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมและโครงสร้างสังคม

ผู้สูงอายุมิเชลล์ประสาทในสมองตายไปมาก แต่ขณะเดียวกันจะสะสมประสบการณ์อันเกิดจากการเรียนรู้ไว้มาก ถ้าผู้สูงอายุเคยมีประสบการณ์ที่ดีในอดีต ได้รับการยอมรับที่ดี มีสภาพอารมณ์มั่นคง ก็จะมีผลต่อวัยที่สูงขึ้น มีความรอบคอบสุขุมเกิดขึ้นตามมาด้วย และในด้านจิตวิทยาส่วนใหญ่เชื่อว่าทุกคนทุกเชื้อชาติ เมื่อมีอายุมากขึ้นมักจะมีเซาว์ปัญญาเสื่อมลง กล่าวคือ เซาว์ปัญญาพัฒนาเต็มที่ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้น และต่อจากนั้นจะมีเซาว์ปัญญาเสื่อมลงค่อนข้างคงที่ประมาณ 10 ปี แล้วจึงค่อย ๆ เสื่อมลง ซึ่งแนวคิดทางจิตวิทยาได้แก่

ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory) ทฤษฎีนี้ได้กล่าวว่า ผู้สูงอายุจะมีความสุขหรือมีความสุขทุกขนั้นขึ้นอยู่กับภูมิหลังและการพัฒนาด้านจิตใจของผู้นั้น ถ้าผู้สูงอายุเติบโตขึ้นมาด้วยความมั่นคง อบอุ่น มีความรักแบบถ้อยทีถ้อยอาศัย เห็นความสำคัญของคนอื่น รักคนอื่น และทำงานร่วมกับผู้อื่น ได้เป็นอย่างดี ก็จะเป็นผู้สูงอายุที่ค่อนข้างมีความสุข สามารถอยู่กับลูกหลานหรือผู้อื่น ได้โดยไม่ต้องมีความเดือดร้อน แต่ในทางกลับกันถ้าผู้สูงอายุที่เติบโตมาในลักษณะที่ร่วมมือกับใครไม่เป็น ไม่อยากช่วยเหลือผู้ใด จิตใจคับแคบ ผู้สูงอายุผู้นั้นก็มักจะเป็นผู้ที่ไม่ค่อยมีความสุข

ทฤษฎีความปราดเปรื่อง (Intelligence Theory) ทฤษฎีนี้เชื่อว่า ผู้สูงอายุที่ยังปราดเปรื่อง และคงความเป็นปราชญ์อยู่ได้ก็ด้วยความเป็นผู้ที่มีความสนใจเรื่องต่าง อยู่เสมอ มีการค้นคว้าและพยายาม ที่จะเรียนรู้ตลอดเวลา ผู้ที่จะมีลักษณะเช่นนี้ได้จะต้องเป็นผู้ที่มีสุขภาพดีและมีฐานะทางเศรษฐกิจดี พอเป็นเครื่องเกื้อหนุน

นักจิตวิทยายอมรับว่า ในการอธิบายกระบวนการสูงอายทางด้านจิตวิทยาจะสามารถอธิบายได้ด้วยข้อมูลที่มี และแนวคิดที่สำคัญมากมายหลายประการ แต่ความสอดคล้องสัมพันธ์ของข้อมูล และแนวคิดที่จะอธิบายเป็นหนึ่งเดียวยังไม่ชัดเจน

(3) ศาสตร์ด้านสังคมวิทยา

ศาสตร์ด้านสังคมวิทยากล่าวว่า คนไม่ได้เป็นผู้คอยแต่รับสิ่งหรือรับผลที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่คนสามารถที่จะเป็นผู้เปลี่ยนแปลงทั้งพันธุกรรม และสิ่งแวดล้อมรอบข้าง มีทฤษฎีทางสังคมศาสตร์อยู่ 3 กลุ่มที่เป็นพื้นฐานอธิบายพฤติกรรมของผู้สูงอายุ คือ

กลุ่มที่ 1 การถอยห่าง กลุ่มนี้อธิบายว่าผู้สูงอายุจะถอยห่างจากสังคม

กลุ่มที่ 2 การเป็นอิสระ ผู้สูงอายุต้องการมีชีวิตอิสระมากขึ้น

กลุ่มที่ 3 ความร่วมกัน ผู้สูงอายุนั้นจะมีความเหมือนหรือความคล้ายคลึงกันอยู่

ทฤษฎีทางสังคมวิทยา (Sociology Theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงแนวโน้มบทบาทของบุคคล สัมพันธภาพ และการปรับตัวเพื่ออยู่ร่วมกันกับสังคมในช่วงท้ายของชีวิต (ฉวีวรรณ สัตยธรรม, แพ จันทรสุข และ ศุภร์ใจ เจริญสุข, 2557) หรือเป็นทฤษฎีที่พยายามวิเคราะห์ที่ทำให้ผู้สูงอายุต้องมีสถานะทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป พยายามที่จะช่วยให้มีการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข ทฤษฎีนี้เชื่อว่า ถ้าสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วจะทำให้สถานะของผู้สูงอายุถูกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้วย และสถานะทางสังคมจะเป็นอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับจำนวนผู้สูงอายุในสังคมนั้น ซึ่งแนวคิดทางสังคมวิทยาที่สำคัญได้แก่

ทฤษฎีกิจกรรม (Activity Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวว่า เมื่อบุคคลมีอายุมากขึ้นสถานภาพทางสังคมจะลดลง บทบาทเก่าจะถูกถอนตัวออกไป แต่ผู้สูงอายุยังมีความต้องการทางสังคมและจิตวิทยาเหมือนกับบุคคลในวัยกลางคน ดังนั้นผู้สูงอายุควรมีกิจกรรมต่อเนื่องจากวัยที่ผ่านมาความพอใจในการร่วมกิจกรรม สนใจและร่วมเป็นสมาชิกในกิจกรรมต่าง ๆ กิจกรรมเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้สูงอายุที่ทำให้สุขภาพดีทั้งกายและใจ กิจกรรมจึงมีความสำคัญต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุ ทฤษฎีนี้แนะนำถึงการรักษาระดับของกิจกรรมที่จะคงไว้ และให้เหมาะสมกับกระบวนการสูงอายุ เช่น การเล่นเกมที่ใช้สติปัญญาแทนการใช้กำลัง การทำกิจกรรมจะทำให้สภาวะทางกาย จิตใจ และสังคมดีขึ้น จึงควรมีการกระตุ้นให้ผู้สูงอายุมีกิจกรรมต่อไป เพื่อความมั่นคงอยู่ในสังคมอย่างมีคุณค่า (จรัสวรรณ เทียนประภาส และพัชรี ต้นศิริ, 2542)

ทฤษฎีไร้การผูกพัน (Disengagement Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวว่า ผู้สูงอายุและสังคมจะลดบทบาทซึ่งกันและกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้สูงอายุรู้สึกว่าตนเองมีความสามารถลดลง สุขภาพที่เสื่อมถอยรวมทั้งความตายที่ค่อย ๆ มาถึง ผู้สูงอายุจึงหลีกเลี่ยงหนีถอนตัวออกจากสังคมเพื่อลดความเครียด และพอใจกับการไม่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและบทบาทของสังคมนั้น เป็นการถอนสถานภาพและบทบาทของตนให้แก่หนุ่มสาว หรือคนที่จะมีบทบาทได้ดีกว่าในระยะแรกนั้น ผู้สูงอายุอาจจะรู้สึกวิตกกังวล มีความบิบบั่นแต่ในที่สุดผู้สูงอายุก็ยอมรับสภาพใหม่ คือ การไม่เกี่ยวข้องกับสังคมได้ (Hochschild, 1975)

ทฤษฎีแห่งบทบาท (Role Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวว่า เมื่อบุคคลเข้าสู่วัยสูงอายุ จะต้องปรับสภาพต่าง ๆ หลายอย่างที่ไม่ใช่บทบาทเดิมของตนมาก่อน เช่น การละทิ้งบทบาททางสังคม และความสัมพันธ์ ซึ่งเป็นไปแบบวัยผู้ใหญ่ ยอมรับบทบาทของสังคมและความสัมพันธ์ในรูปแบบของคนสูงอายุ และละเว้นจากความผูกพันกับคู่สมรส เนื่องจากการตายของฝ่ายหนึ่ง เป็นต้น

ทฤษฎีของการสูงอายุนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ ทฤษฎีทางชีววิทยา ทฤษฎีทางจิตวิทยา และทฤษฎีทางสังคมวิทยา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (โยธิน แป่มจำนั๊ก, 2549)

ทฤษฎีทางชีววิทยา ประกอบด้วย 9 ทฤษฎี ดังนี้

(1) ทฤษฎีว่าด้วยคอลลาเจน (Collagen Theory) เชื่อว่า เมื่อเข้าวัยสูงอายุสารที่เป็นส่วนประกอบของคอลลาเจน (Collagen) และไฟบรัสโปรตีน (Fibrous Protein) จะมีจำนวนเพิ่มขึ้นและเกิดการจับตัวกันมาก ทำให้เส้นใยหดสั้นเข้าปรากฏรอยย่นมากขึ้น ซึ่งถ้าอยู่ตรงบริเวณกระดูกข้อต่อจะมองเห็นปุ่มกระดูกชัดเจน ซึ่งการจับตัวของเส้นใยจะมีมากในช่วงอายุ 30 – 35 ปี บริเวณที่มีการจับตัวได้แก่ ผิวหนัง กระดูก กล้ามเนื้อ หลอดเลือด และหัวใจ

(2) ทฤษฎีว่าด้วยภูมิคุ้มกัน (Immunological Theory) เชื่อว่า เมื่อมีอายุเพิ่มมากขึ้น ร่างกายจะสร้างภูมิคุ้มกันตามปกติค่อยลง พร้อม ๆ กับสร้างภูมิคุ้มกันชนิดทำลายตัวเองมากขึ้น ทำให้ร่างกายต่อสู้กับเชื้อโรคได้ไม่ดี เจ็บป่วยง่าย และภูมิคุ้มกันชนิดทำลายตัวเองจะไปทำลายเซลล์ต่าง ๆ ของร่างกาย โดยเฉพาะเข้าไปทำลายเซลล์ที่เจริญเต็มที่แล้ว และไม่มีการแบ่งตัวใหม่ เช่น เซลล์สมอง เซลล์กล้ามเนื้อหัวใจ ทำให้หัวใจวายได้ง่าย

(3) ทฤษฎีว่าด้วยยีน (Genetic Theory) เชื่อว่า การสูงอายุนั้นเป็นลักษณะที่เกิดขึ้นตามกรรมพันธุ์ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของอวัยวะบางส่วนของร่างกายคล้ายคลึงกันหลายชั่วคนเมื่อมีอายุเท่ากัน

(4) ทฤษฎีว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงและความผิดพลาดของเซลล์ร่างกาย (Somatic Mutation and Error Theory) ทฤษฎีแรกกล่าวถึง สภาวะการแบ่งตัวผิดปกติ (Mutation) ทำให้เกิดการสูงอายุได้เร็วขึ้น เช่น การได้รับรังสีเล็กน้อยเป็นประจำ หรือได้รับขนาดสูงทันที จะมีผลทำให้เซลล์ชีวิตสั้นลง ส่วนทฤษฎีความผิดพลาดเชื่อว่า เมื่อเข้าสู่วัยสูงอายุการเปลี่ยนแปลงในด้านโครงสร้างของ DNA และถูกส่งต่อไปยัง RNA และเอนไซม์ที่เพิ่งสังเคราะห์ขึ้นมาใหม่ เอนไซม์ที่ผิดปกตินี้จะผลิตสารชนิดหนึ่งภายในเซลล์ มีผลต่อขบวนการเผาผลาญ ซึ่งอาจเสื่อมหรือสูญเสียสมรรถภาพ ถ้าจำนวน RNA ลดลงมากมีผลทำให้เสียชีวิต

(5) ทฤษฎีว่าด้วยการเสื่อมและถดถอย (Wear Tear Theory) ทฤษฎีนี้เปรียบเทียบสิ่งมีชีวิตทั้งหลายเหมือนเครื่องจักร เชื่อว่า หลังจากการใช้งานครั้งแล้วครั้งเล่าย่อมมีการสึกหรอ แต่สิ่งมีชีวิตต่างจากเครื่องจักรตรงที่สามารถซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอเองได้ เนื้อเยื่อบางชนิด เช่น ผิวหนัง เยื่อบุทางเดินอาหาร เม็ดเลือดแดง มีการสร้างเซลล์ใหม่ขึ้นมาทดแทนเซลล์เก่าที่ตายไปอย่างต่อเนื่อง เป็นการชะลอความเสื่อมและถดถอย แต่ในระบบเซลล์อื่น ๆ เช่น เซลล์ประสาท และเซลล์กล้ามเนื้อ จะไม่มีการเพิ่มเซลล์ใหม่อีก เมื่อเข้าสู่การมีอายุการเสริมสร้างจะต่างจากพวกแรก คือ เป็นการเสริมสร้างภายในเซลล์เดิม ประสิทธิภาพการซ่อมแซมจึงด้อยกว่า จึงชะลอความเสื่อม

และถดถอยได้น้อยกว่า ซึ่งจะเห็นว่าถ้าหน้าที่ของร่างกายทั้งโครงสร้างมีการใช้ก็จะทำให้เกิดการหมดยุ ถ้ามีการใช้มากมีผลทำให้เกิดการสูงอายุเร็วขึ้น

(6) ทฤษฎีว่าด้วยการดูดซึมที่บกพร่อง (Deprivation Theory) เมื่อคนมีอายุมากขึ้นจะมีการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากความเสื่อมที่เกิดขึ้นที่ผนังเซลล์ของระบบต่าง ๆ ภายในร่างกาย เป็นผลให้การดูดซึมหรือการส่งผ่านออกซิเจน และสารอาหารต่าง ๆ ในกระแสเลือดไปสู่เซลล์ของอวัยวะ ต่าง ๆ ไปรับออกซิเจนและสารอาหารไม่เพียงพอ อวัยวะต่างๆ จึงเสื่อมลง

(7) ทฤษฎีว่าด้วยการสะสม (Accumulation Theory) กล่าวว่า ในน้ำเหลือง (Serum) ของคนหรือสัตว์ที่สูงอายุพบว่า มีการสะสมของสารบางอย่างซึ่งมีผลทำให้หยุดการเจริญเติบโตของเซลล์ และ สารนี้มักจะไม่มีพบน้ำเหลืองของคนหรือสัตว์ที่มีอายุน้อย สารที่สะสมนี้มีผลแทรกแซงขบวนการเผาผลาญของเซลล์ ทำให้ประสิทธิภาพของการซึมผ่านของผนังเซลล์ลดลง ในที่สุดจะทำให้การทำงานของอวัยวะต่าง ๆ เสื่อมลงและเสียไปในที่สุด

(8) ทฤษฎีว่าด้วยสารที่เกิดจากการเผาผลาญ (Free Radical Theory) กล่าวถึง การให้ออกซิเจนของเซลล์และการเผาผลาญพวกโปรตีน คาร์โบไฮเดรต และอื่น ๆ จะทำให้เกิดอนุมูลอิสระอันเป็นสารที่ทำลายผนังเซลล์ทำให้เสื่อมสลายลง สารนี้ถูกเร่งให้เกิดมากขึ้นโดยการไปลดการคณาผลาญของร่างกาย นอกจากนั้นพวกวิตามินเอ วิตามินซี และไนอาซิน ยังช่วยจับสารอนุมูลอิสระอีกด้วย

(9) ทฤษฎีว่าด้วยความเครียดและการปรับตัว (Stress Adaptation Theory) กล่าวว่า ความเครียดที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันมีผลทำให้เซลล์ตาย บุคคลต้องเผชิญความเครียดบ่อย ๆ จะทำให้บุคคลนั้นเข้าสู่วัยสูงอายุเร็ว

จากทฤษฎีดังกล่าว สรุปได้ว่า ทฤษฎีความสูงอายุในแง่ชีววิทยามีความคล้ายคลึงกัน คือ การอธิบายสาเหตุของความชราที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงภายใน

ทฤษฎีทางจิตวิทยา ประกอบด้วย 2 ทฤษฎี ดังนี้

(1) ทฤษฎีบุคลิกภาพ (Personality Theory) ทฤษฎีนี้ได้กล่าวว่า ผู้สูงอายุจะมีความสุขหรือมีความทุกข์นั้นขึ้นอยู่กับภูมิหลังและการพัฒนาด้านจิตใจของผู้นั้น ถ้าผู้สูงอายุเติบโตขึ้นมาด้วยความมั่นคงอบอุ่น มีความรักแบบถ้อยทีถ้อยอาศัย เห็นความสำคัญของคนอื่น รักคนอื่น และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี ก็จะเป็นผู้สูงอายุที่ค่อนข้างมีความสุข สามารถอยู่กับลูกหลานหรือผู้อื่นได้โดยไม่ต้องมีความเดือดร้อน แต่ในทางกลับกันถ้าผู้สูงอายุที่เติบโตมาในลักษณะที่ร่วมมือกับใครไม่เป็น ไม่อยากช่วยเหลือ ผู้ใด จิตใจคับแคบ ผู้สูงอายุผู้นั้นก็มักจะเป็นผู้ที่ไม่ค่อยมีความสุข

(2) ทฤษฎีความฉลาดแปรื่อง (Intelligence Theory) ทฤษฎีนี้เชื่อว่า ผู้สูงอายุที่ยังฉลาดแปรื่อง และคงความเป็นปราชญ์อยู่ได้ก็ด้วยความเป็นผู้ที่มีความสนใจเรื่องต่าง ๆ อยู่เสมอ มีการค้นคว้าและพยายาม ที่จะเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา ผู้ที่จะมีลักษณะเช่นนี้ได้จะต้องเป็นผู้ที่มีสุขภาพดีและมีฐานะทางเศรษฐกิจดี พอเป็นเครื่องเกื้อหนุน

สรุปได้ว่า ทฤษฎีทางจิตวิทยา มีความคล้ายคลึงกันที่มองว่าการเปลี่ยนแปลง บุคลิกภาพและพฤติกรรมของผู้สูงอายุนั้น เป็นการพัฒนาและปรับตัวของความนึกคิด ความรู้ ความเข้าใจ แรงจูงใจ การเปลี่ยนแปลงของอวัยวะรับสัมผัสทั้งปวงตลอดจนสังคมวิทยาที่มีผู้ศึกษานั้น ๆ อาศัยอยู่

ทฤษฎีทางสังคมวิทยา ประกอบด้วย 5 ทฤษฎี ดังนี้

(1) ทฤษฎีบทบาท (Role Theory) มีแนวความคิดว่า การปรับตัวต่อการเป็นวัยผู้สูงอายุ น่าจะเกี่ยวข้องกับทฤษฎีบทบาท คือ บุคคลผู้นั้นจะรับบทบาททางสังคมที่แตกต่างกันไปตลอดชั่วชีวิตของเขา เช่น บทบาทการเป็นพ่อแม่ สามี ภรรยา ฯลฯ ความเป็นอยู่ของบุคคลจะถูกกำหนดโดย บทบาทหน้าที่ที่ตนกำลังรับกำลังเป็นอยู่ได้เหมาะสมเพียงใด โดยที่อายุจะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งในการที่จะกำหนดบทบาทของแต่ละบุคคลในช่วงชีวิตที่ผ่านมาของตนเอง อันจะส่งผลไปถึงการยอมรับบทบาททางสังคมที่กำลังจะมาถึงหรือกำลังจะเปลี่ยนไปในอนาคต

(2) ทฤษฎีกิจกรรม (Activity Theory) ผู้สูงอายุที่มีกิจกรรมอยู่เสมอ ๆ จะมีบุคลิกที่ กระฉับกระเฉง และมีภารกิจอย่างสม่ำเสมอ จะทำให้มีความพึงพอใจในชีวิตและการปรับตัวได้ดีกว่าผู้สูงอายุที่ปราศจากกิจกรรมหรือบทบาทหน้าที่ใด ๆ มีภาพพจน์เกี่ยวกับตนเองในด้านบวก และชอบในการเข้าร่วมกิจกรรมของผู้สูงอายุยังเป็นการทดแทนบทบาทที่เสียไปจากการที่ต้องเป็น เป้าหมาย และการเกษียณอายุจากการปฏิบัติงาน ซึ่งผู้สูงอายุจะมีความสุขได้ ควรต้องมีบทบาททางสังคมหรือกิจกรรมทางสังคมตามสมควร เช่น มีงานอดิเรกทำ หรือการเป็นสมาชิกกลุ่ม สมาคม ชมรม เป็นต้น

(3) ทฤษฎีการแยกตนเอง (Disengagement Theory) เชื่อว่า การที่ผู้สูงอายุไม่เข้ามีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรม และบทบาททางสังคมนั้น เป็นการถอนสถานภาพและบทบาทของตนเอง ตามปกติแล้วผู้สูงอายุจะลดกิจกรรมให้น้อยลง ในขณะที่จะปรับตนเองให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงตามปกติของกระบวนการของการเป็นผู้สูงอายุ

(4) ทฤษฎีความต่อเนื่อง (Continuity Theory) ผู้สูงอายุจะแสวงหาบทบาททางสังคมให้มา ทดแทนบทบาททางสังคมเก่าที่ตนสูญเสียไป และยังคงสภาพที่จะพยายามปรับตนเองเข้ากับ สภาพแวดล้อมใหม่อย่างต่อเนื่องอยู่เสมอ

(5) ทฤษฎีระดับชั้นอายุ (Age Stratification Theory) อายุเป็นหลักเกณฑ์สากลที่จะกำหนดบทบาท สิทธิ หน้าที่ เป็นต้น ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามชั้นอายุจากอายุหนึ่งไปสู่อีกอายุหนึ่ง

เสนอ อิศรสุขศรี (2547) ได้ให้ทฤษฎีที่เป็นสาเหตุการสูงอายุไว้เช่นกัน โดยกล่าวว่า สาเหตุที่ทำให้คนเราแก่นนั้นมีอยู่ 7 ทฤษฎี สามารถสรุปได้ดังนี้

ทฤษฎีที่ 1 กล่าวว่า ที่คนแก่นนั้นก็เพราะเกิดภาวะของการขาดน้ำภายในอวัยวะต่าง ๆ ทำให้อวัยวะเหล่านั้นทุกอวัยวะจะแห้งเหือดไปที่ละน้อยๆ จึงทำให้คนแก่ลง ๆ

ทฤษฎีที่ 2 กล่าวว่า ที่คนเราแก่นนั้นก็เพราะความสัมพันธ์ในการทำหน้าที่ของระบบต่าง ๆ ของร่างกายผันแปรไป การทำหน้าที่ไม่สัมพันธ์กันหรือแม้เพียงส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกายทำหน้าที่ไม่สัมพันธ์กัน คนก็แก่ลง

ทฤษฎีที่ 3 กล่าวว่า ที่คนเราแก่ก็เพราะพิษที่เกิดขึ้นจากโรคภัยไข้เจ็บจากอาหารและสิ่งแวดล้อมที่เข้าสู่ร่างกายอยู่ตลอดเวลา ตั้งแต่เกิดเรื่อยมาพิษที่ได้รับเข้าสู่ร่างกายนั้นค่อย ๆ เพิ่มขึ้นจนทำให้อวัยวะทั่วร่างกายเสื่อมโทรม คนจึงแก่

ทฤษฎีที่ 4 กล่าวว่า ที่คนเราแก่ก็เพราะสารเคมีที่อยู่ในน้ำรอบเซลล์ทั่วร่างกายตามปกตินั้นเกิดความผิดปกติผันแปรไปจึงเกิดความเสื่อมโทรมของเซลล์ อวัยวะต่าง ๆ เสื่อมไป คนจึงแก่

ทฤษฎีที่ 5 กล่าวว่า ที่คนเราแก่ก็เพราะการขาดความสมดุลของน้ำย่อยที่มีอยู่ในร่างกายจากความผิดปกติอย่างใดอย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นในร่างกาย อวัยวะต่าง ๆ จึงเสื่อม คนจึงแก่

ทฤษฎีที่ 6 กล่าวว่า ที่คนเราแก่ก็เพราะตับและไต ซึ่งมีหน้าที่ทำลายและกำจัดพิษต่าง ๆ ที่เข้าสู่ร่างกาย ไม่อาจทำหน้าที่ได้สมบูรณ์ดีพอ เมื่อพิษที่เข้าสู่ร่างกายมีมากขึ้น ๆ ก็จะทำให้อวัยวะต่าง ๆ เสื่อมไป คนจึงแก่

ทฤษฎีที่ 7 กล่าวว่า ที่คนเราแก่ก็เพราะสารเคมีที่วัตถุธาตุต่าง ๆ ที่มีอยู่ มีน้ำที่อยู่นอกเซลล์และในเซลล์ทั่วร่างกายผันแปรผิดปกติไป อวัยวะต่าง ๆ ทั่วร่างกายจึงเสื่อมโทรม คนจึงแก่ได้

จากการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ สรุปได้ว่า สาเหตุที่ทำให้คนเราแก่นนั้นมีมากมายหลายความเห็นดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ซึ่งความแก่จะเกิดจากสาเหตุใดก็ตาม แต่ความแก่ของคนเรานั้นล้วนเป็นการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่เสื่อมถอยหรือลดลงทั้งทางกายภาพและการเปลี่ยนแปลงภายในจิตใจ

2.3.2 ความหมายของผู้สูงอายุ

คำที่ใช้เรียกบุคคลว่า ชราหรือสูงอายุนั้น โดยทั่วไปเป็นคำที่ใช้เรียกแทนบุคคลที่มีอายุมาก ผมหขาว หน้าตาเหี่ยวแห้ง การเคลื่อนไหวเชื่องช้า พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2556) ให้

ความหมายของคำว่าชราว่า แก่ด้วยอายุชำรุดทรุดโทรม แต่คำนี้ไม่เป็นที่นิยมเพราะก่อให้เกิดความหดหู่ใจ และท้อแท้สิ้นหวัง ทั้งนี้จากผลการประชุมของคณะผู้อาวุโส โดย พล.ต.ต.หลวงอรรถสิทธิ์สุนทร เป็นประธานได้กำหนดคำให้เรียกว่า ผู้สูงอายุแทน ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2512 เป็นต้นมา ซึ่งคำนี้เป็นคำที่มีความหมายยกย่องให้เกียรติแก่ผู้ที่ชราภาพกว่าเป็นผู้ที่สูงทั้งวัยวุฒิ คุณวุฒิ และประสบการณ์มากกว่า

จากการประชุมวิชาการด้านผู้สูงอายุขององค์การสหประชาชาติในองค์การสหประชาชาติ ในปี ค.ศ. 1995 United Nation Conference on Aging ใช้คำว่า Older Person สำหรับเรียกผู้สูงอายุ และได้ให้ความหมายว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป โดยพิจารณาจากกระบวนการทางชีววิทยาที่เป็นช่วงสุดท้ายของวัฏจักรชีวิตของเรา โดยเฉพาะในระยะ 1 ใน 3 หรือ 1 ใน 4 ของช่วงอายุของเรา จะมีความสูญเสียทางจิตใจ เศรษฐกิจและสังคมมากที่สุด (United Nation ,1995)

องค์การอนามัยโลก (The World Health Organization : WHO) ใช้คำว่า elderly สำหรับเรียกผู้สูงอายุ และได้รับความหมายว่า ผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป เช่นเดียวกับความหมายขององค์การสหประชาชาติ และได้แบ่งช่วงของผู้สูงอายุออกเป็น 3 ช่วงด้วยกัน คือ ช่วงที่หนึ่ง เรียกว่า The elderly เป็นช่วงอายุระหว่าง 60-75 ปี ช่วงที่สอง เรียกว่า The old หมายถึงช่วงอายุระหว่าง 76-90 ปี และช่วงสุดท้าย เรียกว่า The very old หมายถึงช่วงอายุตั้งแต่ 90 ปีขึ้นไป (Alshammari, et. al, 2018)

Soysal et. al (2016) ได้ให้ความหมายของผู้สูงอายุ ว่า หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นธรรมดาในสิ่งมีชีวิตและได้แบ่งระดับของความสูงอายุออกเป็น 4 ประเภท คือ

1. การสูงอายุตามวัย (Chronological aging) หมายถึง การสูงอายุตามปีปฏิทินโดยนับจากปีที่เกิดเป็นต้นไป
2. การสูงอายุตามสภาพร่างกาย (Biological aging) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายและกระบวนการหน้าที่ที่ปรากฏขณะที่มีอายุเพิ่มขึ้น
3. การสูงอายุตามสภาพจิตใจ (Psychological aging) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในหน้าที่ของการรับรู้ แนวความคิด ความจำ การเรียนรู้ เซาว์นปัญญาและลักษณะที่ปรากฏในระยะต่าง ๆ ของแต่ละคนที่มีอายุเพิ่มขึ้น
4. การสูงอายุตามสภาพสังคม (Sociological aging) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ สถานภาพของบุคคลในระบบสังคม เช่น ครอบครัว หน้าที่การงาน รวมถึงความสำคัญในฐานะผู้ที่มีประสบการณ์

Mitchell (2016) กล่าวถึง ความสูงอายุ (Aging) ว่าหมายถึงการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ในระยะสุดท้ายในช่วงอายุของมนุษย์ และดำเนินไปอย่างต่อเนื่องจนถึงสุดอายุขัยของ

สิ่งมีชีวิตนั้น ๆ ประเทศไทยกำหนดให้บุคคลที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ถือเป็นผู้สูงอายุ และถือเป็นเกณฑ์ที่ใช้สำหรับการปลดเกษียณอายุราชการด้วย ความสูงอายุเมื่อเกิดกับผู้ใดจะมีลักษณะดังนี้

1. ผิวหนังเหี่ยวย่น ผมหงอก ฟันโยก ผู้หญิงหมดประจำเดือน และมีความเสื่อมโทรมปรากฏให้เห็นโดยทั่วไป

2. มีความรู้สึกเรียวแรงอ่อนลง เหนื่อยง่าย มองภาพไม่ชัด หูตึง รับประทาน กลืนน้อยลง ความจำเสื่อม เรียนรู้สิ่งใหม่ได้ช้า ขาดความคล่องแคล่ว การทำงานลดลง เจ็บป่วยง่าย

3. ขาดความมั่นใจในตนเอง วิตกกังวลง่าย หงอยเหงา ใจน้อย บางครั้งซึมเศร้า แยกตัวหรือบางคนอาจพุดมาก เพื่อเจอ

Rose (2018) อธิบายว่า ผู้สูงอายุหรือวัยสูงอายุ เป็นภาวะของการมีอายุสูงขึ้นหรือแก่มากขึ้น โดยพิจารณาตั้งแต่อายุ 60 ปีขึ้นไป และถือว่าวัยนี้เป็นวัยที่อยู่ในระยะสุดท้ายของวัยผู้ใหญ่ ซึ่งอาจมีความอ่อนแอของร่างกายและจิตใจ ตลอดจนการเจ็บป่วยหรือความพิการร่วมด้วย

Wildenbos, Peute & Jaspers (2018) ได้กำหนดการเป็นบุคคลสูงอายุไว้ว่า บุคคลผู้จะเข้าข่ายเป็นผู้สูงอายุ มีเกณฑ์ในการพิจารณาแตกต่างกัน โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเป็นผู้สูงอายุไว้ 4 ลักษณะดังนี้

1. พิจารณาความเป็นผู้สูงอายุจากอายุจริงที่ปรากฏ (Chronological Aging) จากจำนวนปีหรืออายุที่ปรากฏจริงตามปีปฏิทินโดยไม่นำเอาปัจจัยอื่นมาร่วมพิจารณาด้วย

2. พิจารณาความเป็นผู้สูงอายุจากลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย (Physiological Aging หรือ Biological Aging) กระบวนการเปลี่ยนแปลงนี้จะเพิ่มขึ้นตามอายุขัยในแต่ละปี

3. พิจารณาความเป็นผู้สูงอายุจากลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจ (Psychological Aging) จากกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจ สติปัญญา การรับรู้และเรียนรู้ที่ถดถอยลง

4. พิจารณาความเป็นผู้สูงอายุจากบทบาททางสังคม (Sociological Aging) จากบทบาทหน้าที่ทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป การมีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มบุคคล ตลอดจนความรับผิดชอบในการทำงานลดลง

Bane (2019) ได้เสนอข้อคิดเห็นของ Barrow and Smith ว่า เป็นการยากที่จะกำหนดว่าผู้ใดชราภาพหรือสูงอายุ แต่สามารถพิจารณาจากองค์ประกอบต่าง ๆ ได้ดังนี้คือ

1. ประเพณีนิยม (Tradition) เป็นการกำหนดผู้สูงอายุ โดยยึดตามเกณฑ์อายุที่ออกจากงาน เช่น ประเทศไทยกำหนดอายุวัยเกษียณอายุ เมื่ออายุครบ 60 ปี แต่ประเทศสหรัฐอเมริกา กำหนดอายุ 65 ปี เป็นต้น

2. การปฏิบัติหน้าที่ทางร่างกาย (Body Functioning) เป็นการกำหนดโดยยึดตามเกณฑ์ทางสรีรวิทยาหรือทางกายภาพ บุคคลจะมีการเสื่อมสลายทางสรีรวิทยาที่แตกต่างกันในวัยสูงอายุ

อวัยวะต่าง ๆ ในร่างกาย จะทำงานน้อยลงซึ่งแตกต่างกันในแต่ละบุคคล บางคนอายุ 50 ปี ฟันอาจจะหลุดทั้งปาก แต่บางคนอายุถึง 80 ปี ฟันจึงจะเริ่มหลุด เป็นต้น

3. การปฏิบัติหน้าที่ทางด้านจิตใจ (Mental Functioning) เป็นการกำหนดตามเกณฑ์ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ การจำ การเรียนรู้ และความเชื่อมทางด้านจิตใจ สิ่งที่พบมากที่สุด ในผู้ที่ สูงอายุคือ ความจำเริ่มเสื่อม ขาดแรงจูงใจซึ่งไม่ได้หมายความว่าบุคคลผู้สูงอายุทุกคนจะมีสภาพเช่นนี้

4. ความคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-Concept) เป็นการกำหนดโดยยึดความคิดที่ผู้สูงอายุมองตนเอง เพราะโดยปกติผู้สูงอายุมักจะเกิดความคิดว่า “ตนเองแก่ อายุมากแล้ว” และส่งผลต่อบุคลิกภาพ ทางกาย ความรู้สึกทางด้านจิตใจ และการดำเนินชีวิตประจำวัน สิ่งเหล่านี้จะเปลี่ยนแปลงไปตามแนวความคิด ที่ผู้สูงอายุนั้น ๆ ได้กำหนดขึ้น

5. ความสามารถในการประกอบอาชีพ (Occupation) เป็นการกำหนดโดยยึดความสามารถในการประกอบอาชีพ โดยใช้แนวความคิด จากการเสื่อมถอยของสภาพทางร่างกาย และจิตใจ คนทั่วไปจึงกำหนดว่าวัยสูงอายุเป็นวัยที่ต้องพักผ่อน หยุดการประกอบอาชีพ ดังนั้นบุคคลที่อยู่ในวัยสูงอายุ จึงหมายถึง บุคคลที่มีวัยเกินกว่าวัยที่จะอยู่ในกำลังแรงงาน

6. ความกดดันทางอารมณ์และความเจ็บป่วย (Coping with Stress and Illness) เป็นการกำหนดโดยยึดตามสภาพร่างกาย และจิตใจ ผู้สูงอายุจะเผชิญกับสภาพโรคร้ายไข้เจ็บอยู่เสมอ เพราะสภาพทางร่างกายและอวัยวะต่าง ๆ เริ่มเสื่อมลง นอกจากนั้นยังอาจเผชิญกับปัญหาทางด้านสังคมอื่น ๆ ทำให้เกิดความกดดันทางอารมณ์เพิ่มขึ้นอีก ส่วนมากมักพบกับผู้มีอายุระหว่าง 60-65 ปีขึ้นไป

จากการศึกษา ความหมายของผู้สูงอายุ สรุปได้ว่า ผู้สูงอายุ หรือ วัยชรา หมายถึง มนุษย์ที่มีอายุ อยู่ในช่วงปลายของชีวิต นิยามของผู้สูงอายุ แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับว่ามองผ่านความรู้สาขาใด เช่น ทางชีววิทยา ประชากรศาสตร์ การจ้างงาน และทางสังคมวิทยา เป็นต้น สำหรับประเทศไทย ตามกฎหมาย กำหนดไว้ว่าผู้สูงอายุคือบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ในขณะที่ประเทศพัฒนาแล้วส่วนใหญ่จะมีสัดส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งประเทศสูงกว่าประเทศกำลังพัฒนา เช่น สหรัฐอเมริกา กำหนดไว้ว่าผู้สูงอายุ คือบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป กล่าวคือ ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60-65 ปีขึ้นไปที่มีการเปลี่ยนแปลง ของร่างกายและจิตใจไปในทางที่เสื่อมลง มีบทบาททางสังคมและกิจกรรมทางอาชีพที่ลดลง

2.3.3 การเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุ เป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านสรีระ ด้านจิตใจ และด้านสังคม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้สามารถสรุป (Tomioka, Kurumatani & Hosoi, 2017) ได้ดังต่อไปนี้

(1) การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกาย

การเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายที่เกิดขึ้นในทุกระบบหน้าที่ของร่างกาย ซึ่งการเปลี่ยนแปลง ของอวัยวะและระบบต่าง ๆ รวมทั้งปัญหาทางด้านร่างกายของผู้สูงอายุ มีดังนี้

1) ระบบผิวหนัง ผิวหนังบางลง เซลล์ผิวหนังมีจำนวนน้อยลง เซลล์ที่เหลืออยู่เจริญช้าลงทำให้การหายของแผลช้าลง การทำงานของตัวรับการกระตุ้นที่ผิวหนังและการไหลเวียนโลหิตส่วนปลายลดลง จึงทำให้เกิดแผลและอุบัติเหตุที่ผิวหนังได้ง่าย ผิวหนังขาดการดึงตัว ไชมันใต้ผิวหนังลดลงที่บริเวณใบหน้าและหลังมือ แต่เพิ่มขึ้นบริเวณหน้าท้องและต้นขา รวมทั้งการกดทับเส้นเลือดฝอยใต้ผิวหนังจะหนา การซึมผ่านของออกซิเจน อาหารเข้าสู่เซลล์เนื้อเยื่อต่ำ ความแข็งแรงของผิวหนังลดลง ผมและขนมีจำนวนน้อยลงเมลา닌ซึ่งผลิตจากเซลล์สร้างสีของผมลดลง ทำให้ผมและขนทั่วไปสีจางลงกลายเป็นสีขาว หรือสีเทา เส้นผมร่วงและแห้งง่าย เนื่องจากการไหลเวียนโลหิตบริเวณศีรษะลดลง (Squire)

2) ระบบกล้ามเนื้อและกระดูก จำนวนและขนาดเส้นใยของกล้ามเนื้อลดลง มีเนื้อเยื่อเกี่ยวพันเข้ามาแทนที่มากขึ้น มีผลทำให้ความแข็งแรงและความว่องไวในการเคลื่อนที่ของร่างกายลดลง ประสิทธิภาพการทำงานของเอนไซม์ในกล้ามเนื้อลดลง เซลล์กระดูกลดลง แคลเซียมสลายออกจากกระดูกมากขึ้นและไปเกาะบริเวณกระดูกอ่อน เช่น ชายโครง ทำให้การเคลื่อนไหวของทรวงอกลดลง ทำให้กระดูกผู้สูงอายุเปราะและหักง่าย แม้ว่าจะไม่ได้รับอุบัติเหตุ ความยาวของกระดูกสันหลังลดลงและค้อมมากขึ้น เพราะฮอร์โมนกระดูกบางลง ทำให้เกิดหลังค่อมและเอียงมากขึ้นความสูงลดลง 2 นิ้วจากอายุ 20-70 ปี (1.2 เซนติเมตร ทุก 20 ปี) ความยาวของกระดูกยาวคงที่แต่ภายในจะกลวงมากขึ้น การทรงตัวไม่ดี ไม่กระฉับกระเฉง ความสามารถในการดูแลตนเองและการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันจึงลดลง กระดูกอ่อน บริเวณข้อต่อต่าง ๆ เสื่อมมากขึ้นตามอายุ น้ำไขข้อลดลงเป็นสาเหตุทำให้กระดูกเคลื่อนที่มาสัมผัสกัน เกิดข้ออักเสบและติดเชื้อง่าย

3) ระบบหัวใจและไหลเวียนในกล้ามเนื้อหัวใจฝ่อลีบ มีเนื้อเยื่อ ฟังคืด ไชมัน และสารไลโปฟุสซิน มาสะสมภายในเซลล์มากขึ้น ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง ลิ้นหัวใจแข็งแรงและหนาขึ้น มีแคลเซียมมาเกาะมากขึ้น ทำให้การปิดเปิดของลิ้นหัวใจไม่ดี เกิดภาวะลิ้นหัวใจรั่วและตีบได้ ผนังหลอดเลือดหนาและมีความยืดหยุ่นน้อยลงเพราะมีเส้นใยคอลลาเจนมากขึ้น เกิดภาวะหลอดเลือดแดงแข็งตัว ความแรงของชีพจรลดลง กล้ามเนื้อหัวใจทำงานเพิ่มขึ้น และต้องการออกซิเจนเพิ่มขึ้น

4) ระบบทางเดินหายใจ หลอดลมและหลอดลมมีขนาดใหญ่ขึ้น ความยืดหยุ่นของเนื้อเยื่อปอดลดลงเพราะมีเส้นใยอัสตินลดลง ความแข็งแรงและการหดตัวของกล้ามเนื้อที่ช่วยในการหายใจเข้าออกลดลง เนื้อหุ้มปอดแห้งทึบ ทำให้ปอดขยายและหดตัวได้น้อยลง การระบาย

อากาศหายใจลดลง อุณหภูมิจำนวนลดลง อุณหภูมิที่เหลือนจะมีขนาดใหญ่ขึ้น ผนังอุณหภูมิต่างง่าย เกิดโรคอุณหภูมิต่างง่าย หลอดลมแข็งขาดความยืดหยุ่น ทำให้หายใจหอบเหนื่อยได้ง่าย

5) ระบบทางเดินอาหาร การผลิตเอนไซม์ และลดลง 1 ใน 3 ทำให้การย่อยแป้งและน้ำตาลในปากลดลง ความรู้สึกหิวอาหารน้อยลงเนื่องจากการเคลื่อนไหวของกระเพาะอาหารลดลง การผลิตน้ำย่อย กรดเกลือและเอนไซม์ต่าง ๆ ในกระเพาะอาหารลดลง การดูดซึมแคลเซียมและธาตุเหล็ก วิตามินบี 2 ลดลง ผู้สูงอายุเกิดโรคกระดูกผุและโลหิตจางได้ง่าย การเคลื่อนไหวของลำไส้เล็กและลำไส้ใหญ่ลดลง ประกอบกับการหดตัวของกล้ามเนื้อหน้าท้องลดลง และผู้สูงอายุชอบรับประทานอาหารอ่อน ย่อยง่ายที่ไม่มีกาก จึงเป็นเหตุให้เกิดภาวะท้องผูก ทำให้เบื่อบริโภคอาหาร ท้องอืดง่าย ตับมีความสามารถในการทำลายพิษลดลง จึงเกิดพิษของยาได้ง่ายในผู้สูงอายุ ปริมาณน้ำดีลดลง รวมทั้งมีความหนืดเพิ่มขึ้นตามอายุ มีผลทำให้เกิดนิ่วในถุงน้ำดีได้ง่าย ตับอ่อนทำหน้าที่เสื่อมลงผลิตอินซูลินได้น้อย และที่ผลิตมานั้น มีประสิทธิภาพในการนำน้ำตาลเข้าสู่เนื้อเยื่อต่ำ ทำให้น้ำตาลที่เหลือถูกสะสมเป็นไขมันส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่ง จะคงอยู่ในกระแสเลือด และมีบางส่วนเท่านั้นที่ถูกขับออก ผู้สูงอายุจึงเป็นเบาหวานอย่างอ่อนได้ หรือมีแนวโน้มที่จะเป็นเบาหวานได้ง่ายกว่าวัยหนุ่ม-สาว

6) ระบบทางเดินปัสสาวะ อัตราการกรองของไตลดลง ทำให้การดูดกลับของสารต่าง ๆ น้อยลง ทำให้ปัสสาวะเจือจางมากขึ้น ความถ่วงจำเพาะของปัสสาวะลดลงทำให้การถ่ายปัสสาวะไม่ดี กล้ามเนื้อกระเพาะปัสสาวะอ่อนกำลังลง จึงมีปัสสาวะตกค้างอยู่มากมายหลังถ่ายปัสสาวะแต่ละครั้งมีผลทำให้ผู้สูงอายุปัสสาวะบ่อย นอกจากนี้ผู้สูงอายุชายมีต่อมลูกหมากโต ทำให้ปัสสาวะได้ลำบาก ผู้หญิงกลับปัสสาวะไม่อยู่ เพราะกล้ามเนื้ออุ้งเชิงกรานหย่อน โดยเฉพาะในหญิงที่คลอดบุตรมาแล้วหลายคน

7) ระบบสืบพันธุ์ ผู้สูงอายุชายลูกอัณฑะที่ขี้เล็กลงและผลิตเชื้ออสุจิได้น้อยลงขนาดและรูปร่างของเชื้ออสุจิเปลี่ยนแปลง มีความสามารถในการผสมกับไข่ที่น้อยลง ความหนืดของน้ำเชื้อลดลง ไขมันบริเวณใต้ผิวหนังและขนลดลง ผู้สูงอายุหญิงรังไข่จะฝ่อเล็ก มดลูกมีขนาดเล็กลง เยื่อบุภายในมดลูกบางลง มีเนื้อพังคืดมากขึ้น ปากมดลูกเหี่ยวและมีขนาดเล็กลง รอยย่นและความยืดหยุ่นทางช่องคลอดเล็กลง ทำให้เกิดความรู้สึกเจ็บในระหว่างร่วมเพศและความรู้สึกทางเพศลดลง ช่องคลอดสีขาวซีด เพราะมีเลือดมาเลี้ยงน้อยลง ภายในช่องคลอดมีความเป็นด่างมากขึ้น ทำให้เกิดการอักเสบและติดเชื้อได้ง่าย

8) ระบบต่อมไร้ท่อ น้ำหนักของต่อมใต้สมองลดลง 20 เปอร์เซ็นต์ มีเนื้อเยื่อเกี่ยวพันเข้ามาแทนที่มากขึ้น การไหลเวียนเลือดที่ต่อมใต้สมองลดลง การผลิตฮอร์โมนรังไข่เพิ่มขึ้นในผู้หญิง แต่ทั้งนี้ และเพิ่มขึ้นอย่างช้า ๆ ในผู้ชาย ส่วนการผลิตฮอร์โมนอื่นอาจคงที่หรือลดลง

9) ระบบประสาทและประสาทสัมผัส ประสิทธิภาพการทำงานทางสมองและประสาทอัตโนมัติลดลง ความเร็วในการส่งสัญญาณประสาทลดลง ทำให้ความไวและความรู้สึกตอบสนองต่อปฏิกิริยาต่าง ๆ ลดลง การเคลื่อนไหวและความคิด เชื่องช้า บางครั้งอวัยวะที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวทำงานได้ไม่สัมพันธ์กัน อาจทำให้เกิดอันตรายและอุบัติเหตุได้ง่าย ความจำเสื่อม โดยเฉพาะความจำเรื่องราวใหม่ แต่สามารถจำเรื่องราวเก่า ๆ ในอดีตได้ดี โดยความจำเสื่อมจะเกิดขึ้นเพียงเล็กน้อยในช่วงอายุ 60-70 ปีและค่อย ๆ เพิ่มขึ้นตามอายุ การเรียนรู้และความจำ ผู้สูงอายุจะมีปัญหาเกี่ยวกับความจำ เมื่ออายุ 70 ปีขึ้นไป โดยความจำประกอบด้วยความจำในอดีต (Remote memory) คือความจำเรื่องราวในอดีตที่ผ่านมา ความจำในเรื่องปัจจุบัน (Recent Memory) เป็นความจำในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เรื่องราว ประสบการณ์ หรือข้อมูลที่ได้รับในรอบ 24 ชั่วโมง ความจำเฉพาะหน้า (Immediate Memory) เป็นการจดจำเรื่องที่เกิดขึ้นในทันที ช่วงระยะเวลาอันสั้น (ตัวเลข 5 – 7 หลัก) ความสามารถในการเรียนรู้เรื่องใหม่ ๆ ลดลงต้องอาศัยเวลานานในการเรียนรู้ สามารถทำงานที่มีประสบการณ์มาแล้วได้ดี ความกระตือรือร้นลดลง แบบแผนการนอนเปลี่ยนแปลง เวลานอนน้อยลง เวลาตื่นมากขึ้น รุ่มาตาเล็กลง ปฏิกริยาตอบสนองทางม่านตาต่อแสงลดลง ทำให้การปรับตัวสำหรับการมองเห็นในสถานที่ต่าง ๆ ไม่ดี ความไวในการมองตามภาพลดลง ความสามารถในการเทียบสีลดลง ทำให้แยกสีที่คล้ายกันได้ยากขึ้น การผลิตน้ำตาลลดลง ทำให้ตาแห้งและเกิดการระคายเคืองต่อเยื่อตาได้ง่าย

การได้ยินลดลง มีอาการหูตึงมากขึ้น ระดับเสียงสูงจะสูญเสียการได้ยินมากกว่าระดับเสียงต่ำ จึงเป็นเหตุให้ผู้สูงอายุเป็นคนแยกตัว ช่างสงสัยและหวาดระแวงในสิ่งต่าง ๆ

การรับกลิ่นไม่ดี เพราะมีการเสื่อมของเยื่อจมูกและกระเปาะรับกลิ่นในสมอง ทำให้ผู้สูงอายุไม่สามารถรับกลิ่นที่อาจก่อให้เกิดอันตรายได้ เช่น กลิ่นก๊าซรั่ว กลิ่นไฟไหม้ การรับรสของลิ้นเสียไป เนื่องจากต่อมรับรสมีจำนวนลดลง โดยเฉพาะต่อมรับรสหวาน จึงเป็นเหตุให้ผู้สูงอายุรับประทานอาหารรสจัดมากขึ้น หรือรับประทานอาหารไม่อร่อย เกิดภาวะเบื่ออาหาร การรับความรู้สึกสัมผัสต่อสิ่งต่าง ๆ ลดลง การรับความรู้สึกเจ็บปวดทั้งภายในและภายนอกร่างกายลดลง ทำให้ผู้สูงอายุเกิดอันตรายได้ง่ายโดยไม่มีอาการเตือน

เมื่อสภาพร่างกายเสื่อมโทรมลง ทำให้ผู้สูงอายุที่แข็งแรงมาตลอดมีโอกาสเป็นโรคต่าง ๆ ได้มากขึ้นกว่าผู้ที่มีอายุน้อย เช่น โรคปอดบวม ปอดอักเสบ ความดันโลหิตสูง เบาหวาน โรคกล้ามเนื้อหัวใจขาดเลือด ความผิดปกติของหลอดเลือดในสมอง โรคกระดูกพรุนเป็นต้น นอกจากนี้ เนื่องจากความเสื่อมของการมองเห็น การได้ยินและการเคลื่อนไหวที่ไม่สัมพันธ์กัน ทำให้ผู้สูงอายุมีโอกาสเกิดอุบัติเหตุได้ง่าย และอุบัติเหตุเพียงเล็กน้อยก็อาจไปทำให้เกิดอันตรายแก่กระดูก หลอดเลือด หรือเส้นประสาททำให้เกิดความพิการติดตามมาอีกด้วย

ผู้สูงอายุที่เจ็บป่วยมักจะมีหลายโรค (Multiple Pathology and Diseases) และมีการแสดงของโรคที่แตกต่างจากที่พบในผู้ป่วยวัยผู้ใหญ่ทั่วไป เช่น เป็นปอดบวม แต่อาการและอาการแสดงของปอดไม่ชัดเจน กลับมีอาการซึม สับสน เมื่อมีหลายโรคก็มักจะไต่ยาพร้อม ๆ กันหลายชนิด ทำให้ร่างกายได้รับผลจากฤทธิ์ข้างเคียงของยาต่าง ๆ เข้าไปอีกนอกจากนั้นเมื่อผู้สูงอายุเจ็บป่วย หรือกระดูกกล้ามเนื้อได้รับอันตราย ก็จะฟื้นตัวและหายช้าเกิดปัญหาอื่น ๆ ตามมา

(2) การเปลี่ยนแปลงทางด้านจิตใจและอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านร่างกายและสังคม การแสดงพฤติกรรมที่แสดงออกของสภาพอารมณ์และจิตใจของผู้สูงอายุนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์และลักษณะพัฒนาการด้านต่าง ๆ ที่ผ่านมาในชีวิตและบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล โดยทั่วไปสภาพความเสื่อมทางอารมณ์และจิตใจ มักจะเกิดควบคู่กันกับการเปลี่ยนแปลงหรือความเสื่อมทางด้านร่างกายประกอบกับการต้องสูญเสียบทบาท ตำแหน่งหรือหน้าที่ทางสังคม เช่น การเกษียณอายุหรือการเคยเป็นผู้เป็นที่พึ่งของลูกหลาน กลับต้องเปลี่ยนสภาพมาเป็นผู้พึ่งพา ลูกหลานแทน การต้องสูญเสียสิ่งที่รักหรือบุคคลอันเป็นที่รัก รวมถึงการขาดการดูแลเอาใจใส่จากคนในครอบครัว หรือทอดทิ้งให้อยู่ตามลำพัง จึงทำให้เกิดปัญหาทางอารมณ์ ประกอบกับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจ ได้แก่ ความจำเขาวนปัญญา การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และความเจ็บเหงาเดียวดาย ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

ความจำ ความจำเสื่อมถอยลงเป็นปรากฏการณ์เบื้องต้นของการเปลี่ยนแปลงไปสู่วัยสูงอายุ ความจำต่อสิ่งใหม่ ๆ มีน้อย กระบวนการจำมีเพียงระยะสั้น มักลืมเหตุการณ์ปัจจุบันหรือเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้นได้ง่าย แต่พบว่าจำเหตุการณ์ในอดีตได้ดี การมีชีวิตอยู่กับอดีตและความหลังเป็นสิ่งปกติวิสัยในผู้สูงอายุ

เขาวนปัญญา ความรวดเร็วของการใช้ความคิดลดลงตามอายุที่เพิ่มขึ้น แต่ความแม่นยำยังคงมีเท่า ๆ กับคนหนุ่มสาว ถ้าให้เวลามากขึ้นผู้สูงอายุสามารถที่จะแสดงความคิดเห็นหรือใช้วิจารณญาณได้ดีในสถานการณ์ที่ต้องอาศัยความสุขุม จากประสบการณ์และความรู้อันได้รับการสะสมมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ส่วนความสามารถในการคำนวณวิเคราะห์สิ่งต่าง ๆ อาจลดลง แต่ความรู้สึกทั่วไปและที่เกี่ยวกับภาษายังคงมีอยู่กระทั้งในบั้นปลายของชีวิต

การเรียนรู้ ความสามารถในการเรียนรู้ขึ้นอยู่กับความทรงจำ ซึ่งมักจะลดน้อยลงในวัยชรา การรับรู้และการเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ในบริบทของชีวิตที่มีความซับซ้อนจะเรียนรู้ได้ยาก เช่น เทคโนโลยีใหม่ ๆ ทางด้านสารสนเทศ และการขาดแรงจูงใจจะมีผลต่อความสามารถในการเรียนรู้ในระยะนี้

บุคลิกภาพ ลักษณะและรูปแบบที่เป็นมาแต่ดั้งเดิมของคุณลักษณะทางบุคลิกภาพจะยังคงไว้แต่ลักษณะเด่นเฉพาะ และจะแสดงออกมาในวัยสูงอายุตามอิทธิพลหรือข้อจำกัดทางกาย และจิตใจ

ภาวะเหงา เป็นภาวะที่แสดงถึงการขาดการสนองตอบโต้ทางอารมณ์ จากการศึกษาพบว่า ในวัยผู้สูงอายุส่วนใหญ่ร้อยละ 42 เป็นหม้าย ฉะนั้นวัยนี้จะต้องพบกับการสูญเสียที่ยิ่งใหญ่ในช่วงชีวิต คือ การสูญเสียคู่สมรส ซึ่งจะสร้างความกระทบกระเทือนใจได้สูงมาก การอยู่อย่างโดดเดี่ยวขาดคู่คิดจะทำให้จิตใจหดหู่ รวมทั้งเพื่อนฝูงในวัยเดียวกันก็ได้ล้มหายตายจากไปบ้างแล้ว ที่เหลืออยู่ก็อาจจะขาดการติดต่อเนื่องจากสุขภาพไม่เอื้ออำนวยในการเดินทาง จึงต้องอยู่อย่างเหงาหงอยก่อให้เกิดความรู้สึกท้อแท้ในชีวิต มีอารมณ์ฉุนเฉียว โกรธง่าย สิ้นหวังและอาจเป็นสาเหตุทำให้ระบบต่าง ๆ ของร่างกายยิ่งอ่อนแอลงได้อีก

ความรู้สึกไม่มั่นใจ ขาดเสถียรภาพทางจิตใจ (Insecure) ภาวะไม่มีเสถียรภาพทางจิตใจ เกิดจากการที่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่นในด้านการดำเนินชีวิตประจำวัน ด้านเศรษฐกิจ ด้านความคุ้มครองให้ปลอดภัย ทำให้ผู้สูงอายุหงุดหงิดง่าย โมโหง่าย สะเทือนใจง่าย ด้วยเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ ทำให้กลายเป็นคนหุยมหิม ใจน้อย ฉุนเฉียว โกรธง่าย และวุ่นวายในกิจการของผู้อื่น เป็นสาเหตุนำไปสู่การขัดแย้งกับลูกหลาน หรือผู้ดูแลได้

ความรู้สึกกลัวตาย ความกลัวตายทำให้ผู้สูงอายุกังวลกับความเจ็บป่วยเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่เกิดขึ้น จึงมักจะต้องพบแพทย์บ่อย ๆ เพราะความกลัวตายนี้ทำให้ผู้สูงอายุหาโรครักษาไข้เจ็บใส่ตนเอง จนบางครั้งลูกหลานอาจขุ่นเคืองและรำคาญได้

ความรู้สึกหมดหวัง สิ้นหวัง (Helplessness and Hopelessness) เนื่องจากความเสื่อมของสมรรถภาพทางด้านร่างกายและจิตใจ ผู้สูงอายุอาจมีความคิดสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ให้แก่ลูกหลาน ให้แก่สังคม อาจกระทำตนให้เป็นประโยชน์ แต่ถูกจำกัดด้วยความเสื่อมถอยทางร่างกายและจิตใจที่ผู้สูงอายุไม่อาจจะยับยั้งได้ ความรู้สึกหมดหวัง ทำให้เกิดความรู้สึกโกรธตนเอง อาจกลายเป็นภาวะเศร้าได้ในที่สุด

ผู้สูงอายุที่ปรับตัวไม่ได้ อาจเกิดปัญหาทางจิตตามมา ซึ่งปัญหาทางจิตในผู้สูงอายุที่พบได้บ่อยคือ ซึมเศร้า ซึ่งอาการซึมเศร้านี้อาจจะเกิดเนื่องจากภาวะทางจิตโดยตรง หรืออาจเกิดเนื่องจากการมีพยาธิสภาพที่สมอง หรือเซลล์สมองเสื่อมร่วมด้วยก็ได้ นอกจากภาวะซึมเศร้าแล้ว โรคอารมณ์แปรปรวน ชนิดคลั่ง (Mania และ Bipolar Disorder) ก็พบได้ แต่มักจะมีสาเหตุสืบเนื่องมาจากผลข้างเคียงของยาบางชนิด หรือเป็นผู้ที่ปัญหาทางด้านอารมณ์มาก่อน แล้วนอกจากนี้ การที่ประสาทการรับรู้ของผู้สูงอายุเสื่อม ประกอบกับความไม่สมดุลทางอารมณ์ก็ทำให้เกิดโรคจิตหวาดระแวงได้

โดยสรุปแล้วการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจของผู้สูงอายุ มีผลเกี่ยวเนื่องจากความเสื่อมทางกาย ความสามารถในการปรับตัวปรับใจต่อการเปลี่ยนแปลงและการสูญเสียหรือเหตุการณ์ร้าย ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต ตลอดจนภาวะทางเศรษฐกิจ ครอบครัว และสิ่งแวดล้อม

(3) การเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม สังคมของมนุษย์มีการอยู่ร่วมกันมีปฏิริยาโต้ตอบ มีการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นซึ่งกันและกัน และมีความรู้สึกว่าตนเป็นสมาชิกของกลุ่ม ซึ่งเหล่านี้เป็นความต้องการทางสังคม ในผู้สูงอายุก็เช่นเดียวกัน ผู้สูงอายุต้องการการยอมรับจากสมาชิกอื่น ๆ ในกลุ่ม ในครอบครัวและในสังคม แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านร่างกายเกิดขึ้น ความสามารถในการทำกิจกรรมซ้าลง เนื่องจากความเสื่อมของร่างกายจึงทำให้ผู้สูงอายุถูกจำกัดหรือลดความสำคัญทางสังคม โดยสังคมของผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะเหลือแค่เพียงครอบครัวและเพื่อนร่วมงานที่มีความสนใจและค่านิยมคล้าย ๆ กัน เท่านั้น พฤติกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุ จะเน้นความสัมพันธ์กับคนในครอบครัว ได้แก่ คู่ครอง บุตร-หลาน ดังนั้นผู้สูงอายุจึงจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนแปลงบทบาทในครอบครัวจากเป็นผู้นำ หรือหัวหน้าครอบครัว ก็เปลี่ยนมาเป็นที่ปรึกษาของบุตรหลานแทน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมที่มีผลต่อผู้สูงอายุ (Hansson & Marin, 2017) ดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างและความผูกพันภายในครอบครัว

สังคมไทยในปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมยุคอุตสาหกรรม เกิดการเคลื่อนย้ายของกลุ่มผู้ใช้แรงงานจากชนบทเข้าสู่เมือง ทั้งผู้สูงอายุไว้ที่บ้าน ผู้สูงอายุที่เคยใช้ชีวิตที่อบอุ่นในอดีตกับลูกหลาน ต้องประสบกับปัญหาในการปรับตัว ให้กับสังคมสมัยใหม่ มีการใช้ชีวิตอยู่ตามลำพังมากขึ้น ก่อให้เกิดความวิตกกังวล หดหู่ น้อยใจ ว้าเหว่และปัญหาสุขภาพจิตตามมา

2) การสูญเสียบุคคลที่มีความหมายต่อตนเอง

วัยผู้สูงอายุ เป็นวัยที่ได้รับการกระทบกระเทือนใจอยู่เสมอ จากการสูญเสียบุคคลใกล้ชิด เช่น คู่ชีวิต ญาติสนิท เพื่อนสนิท ซึ่งการสูญเสียคู่ชีวิตนับเป็นการสูญเสียที่กระทบต่อความรู้สึกของผู้สูงอายุมากที่สุด

3) การปลดเกษียณหรือออกจากงาน

การปลดเกษียณหรือออกจากงาน ถือเป็นภาวะวิกฤตของชีวิต โดยเฉพาะในผู้สูงอายุที่เคยรับราชการหรือมีบทบาททางสังคม ทั้งนี้เพราะเกษียณอายุทำให้ผู้สูงอายุถูกแยกออกจากงาน เพื่อนร่วมงาน บทบาทและหน้าที่ในสังคมลดลง ตลอดจนเป็นการลดบทบาทการเป็นผู้นำ ผู้หาเลี้ยงครอบครัว ผู้สูงอายุจึงรู้สึกด้อยค่าในตนเอง มีการเข้าร่วมกิจกรรมในสังคมน้อยลง ขาดการพบปะติดต่อกัน พุดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น และแยกตัวออกจากสังคม

4) การเปลี่ยนแปลงทางขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม

ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้สภาพชีวิตและความเป็นอยู่ในสังคมไทยเปลี่ยนไปในลักษณะคล้ายกับสังคมตะวันตกมากยิ่งขึ้น เป็นสาเหตุทำให้ผู้สูงอายุต้องประสบปัญหาเกี่ยวกับบุตรหลาน มีความขัดแย้งกัน ในระหว่างค่านิยมและพฤติกรรมต่าง ๆ ของคนในวัยหนุ่มสาวในปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะผู้สูงอายุมีการยึดมั่นขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมดั้งเดิม

จากการศึกษา การเปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ สรุปได้ว่า เมื่อบุคคลเข้าสู่วัยสูงอายุต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจและอารมณ์ รวมทั้งด้านสังคมด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลให้ผู้สูงอายุต้องดูแลและรักษาในสุขภาพกาย สุขภาพจิต

2.3.4 ปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่ประชากรวัยหนุ่มสาวมีสัดส่วนน้อยลง ทั้งที่ยังมีหน้าที่การงานอื่นที่ต้องรับผิดชอบ ทำให้ผู้สูงอายุต้องประสบกับปัญหาต่าง ๆ มากมาย ทั้งทางด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต ปัญหาทางด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ปัญหาที่อยู่อาศัย เป็นต้น ปัญหาดังกล่าวนอกจากกระทบต่อผู้สูงอายุโดยตรงแล้ว ยังส่งผลกระทบต่อชุมชนและสังคมในภาพรวมที่ต้องให้การดูแลและให้สวัสดิการผู้สูงอายุในด้านต่าง ๆ เช่น การรักษาพยาบาล การให้สวัสดิการต่าง ๆ อีกมากมาย ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญระดับชาติ

Clark et. at. (2017) ได้เน้นถึงความต้องการของผู้สูงอายุโดยยึดแนวคิดของ Clark et. at. พบว่า ผู้สูงอายุต้องการในสิ่งต่อไปนี้

1. ต้องการทำตนให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม
2. ต้องการมีส่วนร่วมหรือเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ชุมชน
3. ต้องการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
4. ต้องการเข้าร่วมสนุกกับเพื่อนตามปกติ
5. ต้องการการยอมรับนับถือ
6. ต้องการแสดงออกในผลสำเร็จของตน

Hussein & Ismail (2017) แบ่งความต้องการของผู้สูงอายุออกเป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ความต้องการการสนับสนุนจากครอบครัว ผู้สูงอายุที่ถูกปล่อยให้อยู่โดดเดี่ยวจะขาดความมั่นคงทางอารมณ์และจิตใจรวมทั้งเศรษฐกิจ จึงต้องหันไปพึ่งการช่วยเหลือจากบุคคลหรือองค์กรสังคมสงเคราะห์ภายนอกครอบครัว ผู้สูงอายุจึงมีความต้องการที่จะได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวของตนเองควบคู่ไปกับการช่วยเหลือจากภายนอกครอบครัว เช่น กลุ่มอาสาสมัครทั้งองค์การภาครัฐและองค์การภาคเอกชน

2. ความต้องการด้านการประกันรายได้ โดยเฉพาะการประกันสังคมประเภท ประกันชราภาพ เมื่อเข้าสู่วัยชราและเลิกประกอบอาชีพแล้ว จะได้รับบำนาญชราภาพเพื่อช่วยให้ สามารถดำรงชีวิต อยู่ได้อย่างมีความสุขและมั่นคงปลอดภัยตามควรแก่สภาพในบั้นปลายชีวิต ไม่ เป็นภาระแก่บุตรหลานและสังคม

3. ความต้องการมีส่วนร่วมในชุมชน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบาง ประเภทในสังคม สังคมจึงควรให้โอกาสแก่ผู้สูงอายุได้มีส่วนร่วมในการปรับปรุงชีวิตของชุมชนให้ ดีขึ้น ให้มี โอกาสได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ในการพัฒนาตนเอง ในการปรับตัวให้ทันสมัยกับการ เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ในการปรับปรุง วัฒนธรรมและในการรักษาสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจให้ แข็งแรงอยู่เสมอ

4. ความต้องการที่ลดการพึ่งพาตนเองให้น้อยลง หากครอบครัวและสังคมส่งเสริมให้ ผู้สูงอายุได้มีโอกาสร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในครอบครัวและสังคมแล้วจะเป็นการช่วยผู้สูงอายุให้รู้จัก พึ่งพาตนเอง ไม่เป็นภาระแก่สังคมในบั้นปลายชีวิต

5. ความต้องการทางสังคมของผู้สูงอายุ ได้แก่

5.1 ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว กลุ่มสังคม

5.2 ความต้องการการยอมรับและเคารพยกย่องนับถือจากบุคคลในครอบครัว และสังคม

5.3 ความต้องการเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในสายตาของสมาชิกในครอบครัวของ กลุ่ม ของชุมชน และของสังคม

5.4 ความต้องการมีสัมพันธ์อันดีกับบุคคลภายในครอบครัว ชุมชน และสังคม สามารถปรับตัวให้เข้ากับบุตรหลานในครอบครัวและสังคมได้

5.5 ความต้องการมีโอกาสทำในสิ่งที่ตนปรารถนา

6. ความต้องการทางกายและจิตใจ เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่สุดในชีวิตมนุษย์ ความต้องการทางด้านร่างกาย ได้แก่ ปัจจัย 4 ความต้องการทางด้านจิตใจ ได้แก่ ความมั่นคง ปลอดภัยโดยเฉพาะความต้องการด้านที่อยู่อาศัยที่ปลอดภัย คลายจากความวิตกกังวลและความ หวาดกลัว ความต้องการได้รับการยอมรับนับถือ ความต้องการที่จะได้รับการยอมรับว่าเป็นสมาชิกของ กลุ่มสังคมและครอบครัว ความต้องการโอกาสก้าวหน้า โดยเฉพาะในเรื่องของความสำเร็จของการ ทำงานในบั้นปลายชีวิต

7. ความต้องการด้านเศรษฐกิจ ต้องการได้รับการช่วยเหลือ ด้านการเงินจากบุตรหลาน เพื่อสะสมไว้ใช้จ่ายในภาวะที่ตนเองเจ็บป่วย ต้องการให้รัฐช่วยจัดหาอาชีพ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนรายได้ ทั้งนี้ เพื่อตนจะได้มีบทบาททางเศรษฐกิจ ช่วยให้เห็นพ้นจากภาวะบีบคั้นของเศรษฐกิจใน สถานการณ์ปัจจุบัน

จากการศึกษา ปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุ สรุปได้ว่า ปัญหาและความต้องการของผู้สูงอายุ เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ ความต้องการของผู้สูงอายุก็จะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ด้าน ทั้งนี้สำหรับการปรับตัวของผู้สูงอายุนั้นจะต้องอาศัยการสนับสนุนจากบุคคลหลายฝ่าย เพื่อจะเป็นการลดปัญหาและสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้อย่างครอบคลุม

จากการศึกษา ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผู้สูงอายุ สรุปได้ว่า ผู้สูงอายุ หมายถึง ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่มีการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย และจิตใจไปในทางที่เสื่อมลง มีบทบาท ทางสังคม และกิจกรรมในการประกอบอาชีพลดลง การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคม อวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายเริ่มเสื่อมลงไปตามอายุของผู้สูงอายุซึ่งสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์ ความสนใจต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนบทบาทหน้าที่และสัมพันธภาพทางสังคมลดลงการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ส่งผลต่อการเกิด ภาวะสุขภาพที่เจ็บป่วยของผู้สูงอายุหากไม่มีวิธีป้องกัน และการจัดการภาวะสุขภาพที่เหมาะสม ดังนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการกระทำกิจกรรมทางด้านร่างกายเพื่อให้เกิดผลกระทบต่อการพัฒนาจิตใจ โดยเฉพาะ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวร่างกายที่ถูกวิธีและสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของผู้สูงอายุจะส่งผลให้ภาวะสุขภาพผู้สูงอายุ มีความสมบูรณ์ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และจิตวิญญาณ ที่มีพลัง (Power) สามารถช่วยเหลือตนเองดูแลตนเอง (Self-Care) พึ่งตนเองได้ (Self-Reliance) และสามารถนำศักยภาพที่มีอยู่ในตัวผู้สูงอายุนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้อื่น ต่อสังคม และต่อประเทศชาติได้ ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาโดยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา คือ ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ ในการวิจัยครั้งนี้

2.4 แนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic)

แนวคิดประชากรศาสตร์เชื่อว่าพฤติกรรมของมนุษย์ที่แตกต่างกันเกิดจากแรงขับเคลื่อนภายนอกที่มากระตุ้นประกอบกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจึงส่งผลให้มนุษย์มีพฤติกรรมบางอย่างที่ แตกต่างกัน โดยประชากรที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ใกล้เคียงกันย่อมมีพฤติกรรมบางอย่างใกล้เคียงกัน และ แตกต่างกันเมื่อมีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน โดยลักษณะประชากรศาสตร์ที่สำคัญได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) และ Schiffman and Wisenblit (2015) กล่าวถึง คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ไว้ว่า สามารถใช้ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ เพื่อการแบ่งส่วนตลาดทำให้มีประสิทธิภาพในการกำหนดตลาดเป้าหมายและง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ประกอบด้วย

1. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในเรื่องของพฤติกรรมในการบริโภคมากเพราะเพศที่แตกต่างกันมักจะมีทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่บริโภคต่าง ๆ กัน โดยมากเกิดจากสาเหตุในเรื่องของการได้รับการเลี้ยงดู การปลูกฝังนิสัยมาตั้งแต่ในวัยเด็ก โดยเฉพาะประเทศไทย ซึ่งมีวัฒนธรรมในการเลี้ยงดูเด็กผู้ชายและเด็กผู้หญิงที่แตกต่างกันอย่างมากระหว่างเด็กผู้ชายจะถูกเลี้ยงให้มีความกล้าแสดงออกและมีความรับผิดชอบเพื่อจะได้เป็นหัวหน้าครอบครัวต่อไป ส่วนเด็กผู้หญิงจะถูกเลี้ยงในลักษณะที่ให้สงบเสงี่ยมและเป็นผู้ตามหรือเป็นภรรยาที่ดี ทำให้มีพฤติกรรมที่มีแนวโน้มในการไม่ค่อยกล้าแสดงความคิดเห็น จากที่กล่าวมาจึงอาจกล่าวได้ว่าในสังคมไทยเพศชาย มีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของครอบครัวมากกว่าเพศหญิง โดยเฉพาะสินค้าที่เป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าและใช้เทคโนโลยีสูง ถึงแม้ว่าในปัจจุบันอาจมีการเปลี่ยนแปลงในด้านสังคมวัฒนธรรมไปบ้างแต่ก็ยังคงมีความแตกต่างในพฤติกรรมซื้อของเพศชายและเพศหญิงอยู่ไม่น้อย

2. อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการในสินค้าและบริการต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าที่เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ ซึ่งหากแบ่งช่วงกลุ่มตามพฤติกรรมที่มีลักษณะใกล้เคียงกันสามารถ แบ่งออก เป็นกลุ่ม ๆ ดังนี้

2.1 กลุ่มวัยกลางคนจนถึงกลุ่มผู้สูงอายุ คือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มนี้ในปัจจุบัน จะมีพฤติกรรมในการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการแตกต่างจากยุคที่ผ่านมา กล่าวคือจะมีอำนาจการตัดสินใจบริโภคมากกว่าเมื่อก่อน เนื่องจากมีรายได้และมีการวางแผนการลงทุนที่ดี มีความทันสมัยและรับฟังข่าวสารข้อมูลอยู่เสมอ กลุ่มวัยกลางคนและผู้สูงอายุมีแนวโน้มจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการจากประสบการณ์และความเชื่อมั่นในตนเองมากกว่าการเชื่อข้อมูลภายนอก เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และส่วนใหญ่อิทธิพลของคนในครอบครัวจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของคนกลุ่มนี้ต่ำ กล่าวคือกลุ่มวัยกลางคนและกลุ่มผู้สูงอายุมีแนวโน้มจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่รู้จักและตราหือที่คุ้นเคยมากกว่าการยอมรับสิ่งใหม่ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มนี้มีความอ่อนไหวในเรื่องราคาน้อย โดยยินดีจ่ายแพงขึ้นสำหรับสินค้าหรือบริการที่ดี

2.2 กลุ่มหนุ่มสาวจนถึงวัยกลางคน คือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-45 ปี คนกลุ่มนี้มีเหตุผลในการจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น โดยไม่ค่อยยึดติดกับตราสินค้าที่หูหรือมีราคาแพง โดยมีพฤติกรรมที่น่าสนใจ คือ เลือกตามยี่ห้อของตัวเอง คนกลุ่มนี้มองสินค้านำตราหือที่ถูกลงกว่าตราหือที่นิยมใช้ในกลุ่มคนมีเงิน ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะอำนาจซื้อไม่เพียงพอ แต่สิ่งที่กลุ่มนี้แสดงออกมาไม่ได้อยู่ในลักษณะที่มีปมด้อย แต่พยายามสร้างแนวโน้มของกลุ่มตนเองว่าตราหือที่เลือกเป็นตัวแทนของความทันสมัย และสร้างความรู้สึกเชิงลบกับตราหืออื่นๆ ว่าเป็นเรื่องไร้สาระของคนรวย

2.3 กลุ่มวัยรุ่น คือผู้ที่มีอายุระหว่าง 13-22 ปี คนกลุ่มนี้ค่อนข้างมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสูง และใช้เวลาในการตัดสินใจซื้อสั้น ไม่ค่อยรอบคอบในการซื้อ เพราะรายได้ทั้งหมดส่วนใหญ่มาจากผู้ปกครอง วัยรุ่นมักมีพฤติกรรมตัวเป็นกลุ่ม โดยสมาชิกในกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อกันและกันในการสร้างค่านิยม และรูปแบบแนวคิดใหม่ เช่น การแต่งตัว สถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงทั้งชนิดและตราสินค้าของสินค้าที่ซื้อ โยคาราวัยรุ่นที่ชื่นชอบทั้งดาราไทยและดาราต่างประเทศล้วนมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

3. สถานภาพสมรส หรือสถานภาพครอบครัว มีลักษณะสำคัญ 3 ประการ คือ การเข้าสู่ชีวิตสมรส (อายุแรกสมรส) การแตกแยกของชีวิตสมรส (อันเนื่องมาจากการตาย, การแยกกันอยู่, การหย่าร้าง) และการสมรสใหม่ สถานภาพสมรสเป็นคุณลักษณะทางประชากรที่สำคัญที่เกี่ยวกับเรื่องทางเศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย ประเด็นสำคัญที่สุด ในการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบเกี่ยวกับสถานภาพสมรสของประชากร คือ ประเภทของสถานภาพสมรส องค์การสหประชาชาติได้รวบรวมและแบ่งแยกประเภทของสถานภาพสมรส ดังนี้ (1) โสด (2) สมรส (3) หม้ายและไม่สมรสใหม่ (4) หย่าร้างและไม่สมรสใหม่ (5) สมรสแต่แยกกันอยู่โดยไม่ถูกต้องตามกฎหมาย สถานภาพสมรส มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคล คนโสดจะมีอิสระทางความคิดมากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว การตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ จะใช้เวลาน้อยกว่าคนที่แต่งงานแล้ว เนื่องจากไม่มีภาระผูกพัน หรือคนที่ต้องอยู่ในความรับผิดชอบมากเท่ากับคนที่แต่งงานแล้ว

4. ระดับการศึกษา (Education) ระดับขั้นสูงสุดที่เรียนจบจากสถาบันการศึกษา ในการวัดถึงระดับการศึกษาที่ได้รับมิได้นับจำนวนปีที่บุคคลศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาหากแต่ใช้ขั้นสูงสุดที่บุคคลเรียนจบ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิดค่านิยม ทักษะและพฤติกรรมแตกต่างกับคนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับข่าวสารที่ดีเพราะเป็นผู้มีความกว้างขวางและเข้าใจสารที่รับได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ ในขณะที่คนมีการศึกษาดำรงจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์วิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ มากกว่าประเภทอื่นบ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสารและอัตราการรู้หนังสือ ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ กว้างขวางลึกซึ้งแตกต่างกัน ออกไป ทำให้ผู้พูดสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหาและตัวอย่างที่จะยกมากล่าวได้ การศึกษานอกจากจะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้นแล้ว การศึกษายังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติค่านิยมและคุณธรรมความคิดอีกเช่นกัน

5. รายได้ (Income) รายได้ของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ ซึ่งโอกาสเหล่านั้นประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

เช่น คนที่มีรายได้ระดับปานกลางก็จะมีพฤติกรรมการซื้อสลากออมสินมากกว่าคนที่มีรายได้ระดับสูง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคนที่มีรายได้ระดับสูงหรือคนรายนั้นมีแนวโน้มที่จะไปเล่นหุ้นมากกว่า ดังนั้น นักการตลาดต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออมและอัตราดอกเบี้ย เช่น ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำคนมีรายได้น้อย บริษัทต้องปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคา ลดการผลิตและสินค้าคงคลังและวิธีการต่าง ๆ เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียนและสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมไว้ อาจกล่าวได้ว่า รายได้เป็นดัชนีที่นิยมใช้กันมากที่สุดใน การที่จะวัดฐานะทางเศรษฐกิจของครัวเรือนและบุคคลรายได้จะผันแปรตามระดับการศึกษาและอาชีพ มักนิยมพิจารณาจากรายได้ของบุคคลหรือรายได้ของครัวเรือนต่อหน่วยเวลา รายได้จึงเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการบริโภค รายได้เป็นเครื่องมือกำหนดความต้องการของคน ตลอดจนกำหนดความคิด กำกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ

จากการศึกษาแนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic) สรุปได้ว่า เราสามารถที่จะแบ่งลักษณะประชากรศาสตร์เพื่อแบ่งส่วนตลาดและกำหนดตลาดเป้าหมายได้ดังนี้ คือ เพศ อายุระดับ การศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ช่วยให้นักการตลาดได้จำแนกกลุ่มผู้บริโภคแต่ละประเภทตามที่กำหนดไว้ได้อย่างชัดเจน เช่น กลุ่มอายุหรือกลุ่มรายได้ เช่นเดียวกับระดับชนชั้นทางสังคมที่จะถูกกำหนดโดยวัตถุประสงค์การคำนวณดัชนีการชี้วัด 3 ตัวแปร คือ รายได้ (จำนวนเงินเดือน) ระดับการศึกษา (การศึกษาสูงสุด) และอาชีพ (ระดับศักดิ์จะเกี่ยวข้องกับ การประกอบอาชีพ ต่าง ๆ) สามารถนำมาใช้แบ่งประชากรที่จะศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ได้

2.5 เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 งานวิจัยภายในประเทศ

ศิริรัตน์ สะหุณิล (2556) ที่ศึกษา ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดใน ด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และบริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการ ให้บริการโดยรวมมากที่สุด ด้านช่องทางจัดจำหน่ายให้ความสำคัญ กับปัจจัยด้านจำนวน และการกระจายตัวพื้นที่ต่าง ๆ ของสถานีรถไฟฟ้ามากที่สุด และด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัด กิจกรรมส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ มากที่สุด เป็นต้น สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในด้าน จิตวิทยาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการเรียนรู้จากประสบการณ์ถึงความสะดวกสบายจากที่เคยใช้ บริการ รถไฟฟ้ามาก่อนมากที่สุด ด้านเศรษฐกิจ และการเมืองให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนโยบาย การส่งเสริม และเร่ง ขยายโครงการเชื่อมต่อเส้นทางรถไฟฟ้ามากที่สุด และด้านสังคม และ ประชากรศาสตร์ให้

ความสำคัญกับปัจจัยด้านรูปการดำเนินชีวิตในสังคมเมืองที่รีบเร่งและแข่งขันกับ เวลามากที่สุด แล
ในด้านความพึงพอใจ พบว่าพอใจในความคุ้มค่าของคุณภาพบริการที่ได้รับมากที่สุด

ศุภโชค อรทัย (2558) ที่ศึกษา ความพึงพอใจในการใช้บริการรับชำระเงินตามใบแจ้งหนี้
(Bill Payment) ณ เคาน์เตอร์เซอร์วิสของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจ ในการใช้บริการรับชำระเงินตามใบแจ้ง หนี้ (Bill Payment) ของผู้ให้บริการในเขต
กรุงเทพมหานคร มี 5 ปัจจัย โดยสามารถเรียงลำดับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจจากมากไปหาน้อย
ได้คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ความสะดวก รวดเร็วและ ความสามารถในการแก้ไขข้อผิดพลาด ปัจจัย
ด้านช่องทาง การจัดทำนาย การใช้บริการไม่ยุ่งยาก ชับซ้อน ความน่าเชื่อถือและความหลากหลาย
ปัจจัยด้านการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด การจัดที่จอดรถและสิ่ง
อำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ และปัจจัยด้านราคาตามลำดับ ในส่วนของปัจจัยทางด้านลักษณะ
ประชากรศาสตร์ที่แตกต่างในด้านเพศ อายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และช่วงของรายได้เฉลี่ยต่อ
เดือน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรับชำระเงินตามใบแจ้งหนี้ (Bill Payment) ณ
เคาน์เตอร์เซอร์วิสของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันหรือไม่ ผลการวิจัยพบว่า
โดยรวมไม่แตกต่างกันในระหว่างผู้ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่
แตกต่างกัน แต่ในขณะที่อาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการรับชำระเงินตามใบ
แจ้งหนี้ (Bill Payment) ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยพบว่า กลุ่มผู้มี
อาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการรับชำระเงินตามใบ
แจ้งหนี้ (Bill Payment) ณ เคาน์เตอร์เซอร์วิสมากที่สุด

สุกัสนรา คงชม (2558) ที่ศึกษานวัตกรรมของเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการที่ส่งผล
ต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ผู้ให้บริการสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร
พบว่า นวัตกรรมของเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผู้ให้บริการ
สัญญาณ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
ได้แก่ นวัตกรรม ของเทคโนโลยีด้านการสังเกตได้ คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ
ด้านการรับประกัน และ ด้านการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ในขณะที่นวัตกรรมของเทคโนโลยี
และคุณภาพการบริการที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผู้ให้บริการสัญญาณ โทรศัพท์เคลื่อนที่
ของผู้ให้บริการในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ นวัตกรรมของเทคโนโลยีด้านประโยชน์ที่ได้รับจาก
นวัตกรรม ด้านการเข้ากันได้ดีกับสิ่งที่มีอยู่เดิม ด้านความซับซ้อน ด้านการทดสอบได้ คุณภาพการ
บริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้ และด้านความรวดเร็ว

เบญชญา แจ้งเวชฉาย (2559) ที่ศึกษา คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ
ผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ของ

ผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ คุณภาพ การบริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยร่วมกันพยากรณ์ ความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 78.10 ในขณะที่คุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการตอบสนอง ต่อลูกค้าไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร

ชลธิชา ศรีบำรุง (2559) ที่ศึกษา คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัว พ้อ จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคาร กรุงเทพ สาขาดอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็วมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการทำให้ผู้มาใช้ บริการเกิดความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร และ ด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ พฤติกรรมของผู้รับบริการจากธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัว พ้อ จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการส่วนใหญ่มาใช้บริการประเภทฝาก-ถอน โดยมีความถี่ในการมา รับบริการเดือนละ 2-3 ครั้ง วันที่มาใช้บริการ เป็นส่วนใหญ่ คือ วันจันทร์-ศุกร์ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ มากที่สุด คือ ระหว่าง 13.01-16.30 น. ผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อคุณภาพ การให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวพ้อ จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการจากธนาคาร กรุงเทพ สาขาดอนหัวพ้อ ที่มีอาชีพ และความถี่ในการใช้บริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการ ให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้รับบริการธนาคารกรุงเทพ สาขา ดอนหัวพ้อ ที่มีระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน วันที่มาติดต่อขอรับบริการ และช่วงเวลา มาติดต่อรับ บริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน

เยาวลักษณ์ การะเกษ (2559) ที่ศึกษา ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อการให้บริการจ่ายเบี้ย ยังชีพขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองหมื่นถ่าน อำเภออาจสามารถ จังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า (1) ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อการให้บริการจ่ายเบี้ยยังชีพขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองหมื่น ถ่าน อำเภออาจสามารถ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุดด้าน เรียงจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ, ด้าน ขั้นตอนการให้บริการ, ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม, และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (2) ผลการ ทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้สูงอายุ ที่มีเพศ อายุ และอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการ จ่ายเบี้ยยังชีพขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองหมื่นถ่าน อำเภออาจสามารถ จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวม ไม่แตกต่างกัน ปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ และ (3) ผู้สูงอายุมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการ ให้บริการจ่ายเบี้ยยังชีพ ขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองหมื่นถ่าน อำเภออาจสามารถ จังหวัด ร้อยเอ็ด ได้แก่ ควรจัดทำคู่มือ และ เอกสารเผยแพร่ความรู้เรื่องการจ่ายเบี้ยยังชีพ เจ้าหน้าที่ควรมี

ความตรงต่อเวลาในการปฏิบัติงาน ความมีป้าย แสดงแผนที่อาคาร และส่วนงานการให้บริการต่าง ๆ และควรจัดเจ้าหน้าที่คอยแนะนำผู้สูงอายุที่มาใช้บริการ

วิณรัตน์ ภูวพัฒน์ชัยกิจ (2559) ที่ศึกษา คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยและปัจจัยคุณภาพการให้บริการในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านความเข้าใจและรับรู้ความต้องการ และด้านความเป็นรูปธรรม อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในภาพรวมส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านความเป็นรูปธรรมส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคุณภาพ การให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านความน่าเชื่อถือด้านการให้ ความมั่นใจ และด้านความเข้าใจ และรับรู้ความต้องการ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย

ภาคิน นิธิโชติการ, ศักดิ์สินีภักดิ์ กลิ่นนสุนทร และปฎิมา ประโยชน์อุดมกิจ (2560) ที่ศึกษา ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อการให้บริการของโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) พบว่า ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อการให้บริการของ โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) ในภาพรวม และรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการสุขภาพ รองลงมา คือ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านการประสานงาน ด้านอخصยผู้ให้บริการ และด้านความสะอาดและผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุภูมิลานาที่พำนักในปัจจุบัน และสิทธิการรักษาพยาบาลต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การ มหาชน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้สูงอายุที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) ไม่ แตกต่าง กัน

ราชนทรณ์พนธ์ฐวศกร (2561) ที่ศึกษา ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อการให้บริการจ่าย เบี้ยยังชีพขององค์การบริหารส่วนตำบลบางพูด อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่า ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการเบี้ยยังชีพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีความ พึงพอใจอันดับที่หนึ่งคือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ อันดับที่สองคือ ด้าน ขั้นตอนและระยะเวลาการ ให้บริการ และอันดับสุดท้ายคือ ด้านวัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยี2) แนวทางในการเสริมสร้างและพัฒนา การให้บริการเบี้ยยังชีพขององค์การบริหารส่วนตำบลบางพูดให้ มีประสิทธิภาพมากขึ้น ควรมีการประสานงานกับพนักงานให้มีการลดกระบวนการขั้นตอนในการ

จ่ายเงินเบี้ยยังชีพให้รวดเร็ว เพราะยังมี ขั้นตอนในการให้บริการที่นานเกินไปและกระบวนการ
 สิ่งงานยังไม่รวบรัดเท่าที่ควร

พรรณเพ็ญ พลาชัย (2561) ที่ศึกษา การจัดการคุณภาพ สำหรับการนำเทคโนโลยี และ
 นวัตกรรม ไปใช้ประโยชน์ในชุมชน พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบกับการจัดการคุณภาพในการนำ
 เทคโนโลยีและนวัตกรรม ไปใช้ประโยชน์ในชุมชนจำนวน 14 ปัจจัยหลัก ประกอบด้วย ความเป็น
 ผู้นำ, การสื่อสาร, การทำงานเป็นทีม, มุ่งเน้น กระบวนการ, การมุ่งเน้นลูกค้า, การจัดการ
 เทคโนโลยี, การวางแผนเชิงกลยุทธ์, สารสนเทศและการวิเคราะห์, การพัฒนา งานวิจัย, การ
 ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง, การจัดการฝึกอบรม, คุณภาพของผลิตภัณฑ์, การวัดผลลัพธ์, และ
 ประสิทธิภาพทางการเงิน

2.5.2 งานวิจัยในต่างประเทศ

Hanif & Asgher (2018) ที่ศึกษา Service innovation and service innovation performance: A
 study of banking services พบว่า ผลกระทบที่แข็งแกร่งของนวัตกรรมบริการหลายมิติที่มีต่อ
 ประสิทธิภาพของบริการนวัตกรรม แต่ละมิติของนวัตกรรมบริการการบริการคาดการณ์ประสิทธิภาพของ
 นวัตกรรมบริการอย่างมาก สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในทฤษฎีของการแข่งขันและความไม่
 แน่นนอนไม่สามารถบรรเทาความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมบริการและประสิทธิภาพการบริการ
 นวัตกรรม ด้วยวิธีนี้การศึกษานี้ให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่ามากมายในด้านนวัตกรรมบริการและ
 การจัดการประสิทธิภาพซึ่งสามารถเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสียหลายกลุ่มเช่นนักวิจัย
 ผู้ปฏิบัติงานและผู้กำหนดนโยบายในการพัฒนา และใช้กลยุทธ์นวัตกรรมบริการที่ดีที่สุด

Mu, Bossink & Vinig (2018) ที่ศึกษา Employee involvement in ideation and healthcare
 service innovation quality พบว่า ภายใต้งานใจของนวัตกรรมบริการที่สูงขึ้น มีความสัมพันธ์
 โดยตรงกับการมีส่วนร่วมของพนักงานระดับแนวหน้า และการมีส่วนร่วมของผู้บริหารระดับสูงใน
 เชิงบวกต่อคุณภาพ นวัตกรรมบริการการดูแลสุขภาพ

Rajapathirana & Hui (2018) ที่ศึกษา Relationship between innovation capability,
 innovation type, and firm performance พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการสร้างสรรค์
 ประเภทนวัตกรรม, ความพยายามด้านนวัตกรรม และประสิทธิภาพขององค์กร รวมถึงนวัตกรรม
 การตลาด และประสิทธิภาพทางการเงิน มีนัยสำคัญในระดับสูง สามารถนำไปสู่การจัดการ
 ความสามารถด้านนวัตกรรม อย่างมีประสิทธิภาพ

Arora & Narula (2018) ที่ศึกษา Linkages Between Service Quality, Customer Satisfaction
 and Customer Loyalty: A Literature Review พบว่า คุณภาพการให้บริการขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ
 รวมถึงการตั้งค่าบริการสถานการณ์เวลาและอื่น ๆ นอกจากนี้คุณภาพบริการมีผลกระทบเชิงบวกต่อ

ความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีของลูกค้า งานวิจัยนี้ได้พัฒนาความเชื่อมโยงระหว่างคุณภาพการบริการ ที่มีต่อ นวัตกรรมการให้บริการ คือ ความพึงพอใจของลูกค้าและความภักดีของลูกค้า ซึ่งเป็นผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมของคุณภาพการบริการต่อความภักดีของลูกค้า

Hasan, Khan & Farooqi (2019) ที่ ศี ก ษ ๑ Service Quality Measurement Models: comparative analysis and application in airlines industry พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าและการใช้บริการซ้ำนั้นขึ้นอยู่กับประเภทของบริการที่มีให้โดยอุตสาหกรรมสายการบิน ทุกมิติของคุณภาพการบริการที่ตามมาในการศึกษาความน่าเชื่อถือการตอบสนองการรับรองการเอาใจใส่ พบว่า มีความสัมพันธ์ที่ติระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้นอุตสาหกรรมควรมุ่งเน้นที่การเพิ่มคุณภาพการบริการเพื่อรักษาและขยายฐานลูกค้า

Hassan et. al. (2019) ที่ ศี ก ษ ๑ Mediating effect of corporate image and students' satisfaction on the relationship between service quality and students' loyalty in TVET HLIs พบว่า แบบจำลองการวัด โมเดล โครงสร้างความสัมพันธ์ทั้งหมด ระหว่างคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์ และความภักดีของนักศึกษา มีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง แสดงให้เห็นถึงความสำคัญระหว่างคุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ มีความสัมพันธ์ และมีผลกระทบโดยตรงต่อและความภักดีของนักศึกษา

Kankam-Kwarteng, Donko & Acheampong (2019) ที่ ศี ก ษ ๑ Measuring Performance of SMEs Service Firms: Customer Orientation and Service Innovation Approach พบว่า การกำหนดเป้าหมายของลูกค้าและนวัตกรรมบริการมีส่วนสำคัญต่อประสิทธิภาพของ SMEs อย่างไรก็ตาม โครงการนวัตกรรมบริการบางส่วนเป็นสื่อกลางความสัมพันธ์ระหว่างการกำหนดเป้าหมายของลูกค้าและนวัตกรรมบริการ เพื่อให้ผลการดำเนินงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพในระดับสูง

Ling & Chao (2019) ที่ ศี ก ษ ๑ THE QUALITY OF SERVICE AT COMMUNITY HEALTH CENTERS IN TAIWAN ผลการวิจัยพบว่า มีผลกระทบระหว่างคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ ความแตกต่างที่ใหญ่ที่สุดในคุณภาพการบริการ คือ ช่องว่างประสิทธิภาพการบริการ (GAP3) แสดงให้เห็นว่ายังมีห้องสำหรับการปรับปรุงเกี่ยวกับการให้บริการที่ศูนย์สุขภาพ และตัวแปรทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า เช่น กลุ่มอายุที่สูงกว่าระดับการศึกษาต่ำและคนที่ไม่มียานพาหนะมีความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับต่ำกว่า

TOSUNOĞLU, CENGİZ & DÖNMEZ (2019) ที่ ศี ก ษ ๑ The Effect Of Service Quality Received From Members Of Accounting Profession On Consumer Satisfaction: Sampling Of

Gumushane โดยการสร้างแบบจำลองเพื่อตรวจสอบผลของคุณภาพการบริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามกับ 205 บริษัท ที่ดำเนินงานใน Gumushane พบว่า คุณภาพของการบริการที่ได้รับจากนักบัญชีมืออาชีพส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้อาจกล่าวได้ว่าสิ่งที่จับต้องได้ซึ่งเป็นมิติด้อยของคุณภาพการบริการมีผลมากที่สุดต่อความพึงพอใจของลูกค้า

2.6 สรุป

จากการทบทวนวรรณกรรม เอกสาร ตำรา และงานที่วิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” ผู้วิจัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดเป็นขอบเขตในการวิจัยตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยแต่ละตัว ได้ดังนี้

2.6.1 ตัวแปรต้น ได้แก่

(1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน ตามแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) และ Schiffman and Wisenblit (2015) ใน 5 ด้าน ประกอบด้วย (1) เพศ (2) อายุ (3) ระดับการศึกษา (4) สถานภาพการสมรส แล (5) รายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน

(2) คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ตามแนวคิดองค์ประกอบการวัดคุณภาพการบริการของ Ziethaml, Parasuraman & Berry (2013) 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองลูกค้า (Responsive) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)

2.6.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

นวัตกรรมการให้บริการ (Service Innovation) ตามแนวคิดการวัดความพึงพอใจในการใช้บริการของ Millet (2012) ใน 5 ด้าน ได้แก่ การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) การให้บริการ อย่างทันเวลา (Timely Service) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่ออันวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” ในครั้งนี้ ใช้วิทยาการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจในอันวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่ออันวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจในอันวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (4) เพื่อค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีของความพึงพอใจในอันวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยนำข้อมูลเชิงประจักษ์จากประสบการณ์จริงมาตรวจสอบกับกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นจากหลักการ แนวคิด และทฤษฎี ดังนั้นเพื่อให้ผลการวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่ออันวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” ตามหลักการ แนวคิด และวิธีการของนักวิจัยและนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้ทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ดังต่อไปนี้

3.1 ขั้นตอนการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่ออันวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” มีลำดับขั้นตอนการวิจัยดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การยกร่างเครื่องมือ (แบบสอบถาม)

(1) ผู้วิจัยจัดเตรียมโครงการวิจัยตามระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย โดยศึกษาสภาพปัญหา ด้วยการค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วารสาร บทความวิชาการ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ จัดทำสรุปข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย และออกแบบการวิจัย (Conceptual Framework) เชิงทฤษฎี

(2) ผู้วิจัยยกร่างแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามตัวแปรที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 แล้วนำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ว่ามีความเหมาะสม มีความชัดเจนของ

ภาษา และครอบคลุมเนื้อหา/วัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน แล้วจึงนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การทดสอบคุณภาพ (Reliability) เครื่องมือ (แบบสอบถาม)

(1) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรง เชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญไปดำเนินการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้สูงอายุ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คนแล้วนำข้อมูลมาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค

(2) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบคุณภาพไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้สูงอายุ จำนวน 400 คน ที่ได้จากวิธีการสุ่มเชิงช่วงชั้นอย่างมีสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ทางสถิติ และดำเนินการวิเคราะห์ห้อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ขั้นตอนที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ทั้งนี้แบบสอบถาม 1 ฉบับ แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) และส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปว่ามีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการให้บริการ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยวิธี Likert Scale มี 5 ระดับ

ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามความคิดเห็นของผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยวิธี Likert Scale มี 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามความคิดเห็นของผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยวิธี Likert Scale มี 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

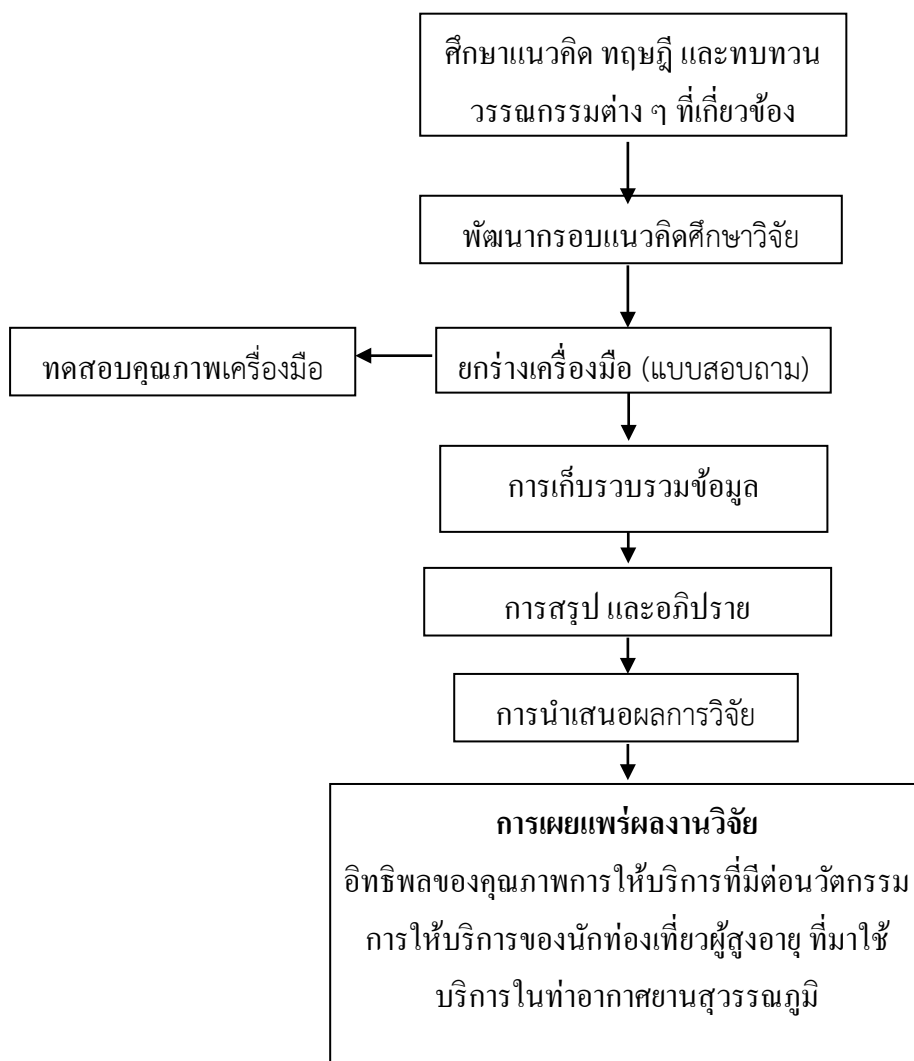
ขั้นตอนที่ 4 สรุปและอภิปรายผล

ผู้วิจัยนำเสนอผลจากการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ สรุปผล และอภิปรายผลการวิจัย โดยมีเหตุผลประกอบตามหลักวิชาการและเป็นที่ยอมรับ รวมทั้งเป็นการสื่อสารที่ทุกคนสามารถทำความเข้าใจได้โดยง่าย

ขั้นตอนที่ 5 การนำเสนอ และเผยแพร่ผลการวิจัย

ผู้วิจัยเผยแพร่งานวิจัย “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” โดยตีพิมพ์บทความวิชาการในวารสาร ทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อเผยแพร่ผลการวิจัยให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาด้านวิชาการด้านวิชาชีพ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม

ลำดับและขั้นตอนการวิจัยเชิงดังกล่าว แสดงได้ดังภาพประกอบที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 ลำดับและขั้นตอนการวิจัย

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อพฤติกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของประชากรและวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

(1) ประชากร

การศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อพฤติกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของประชากรโดยเลือกศึกษาเฉพาะผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลา ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ ข้อมูลเป็นเวลา 5 เดือน

(2) กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรมีจำนวนมาก มีขนาดใหญ่ และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ขนาดของตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (2007) โดยกำหนด ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งมีสูตรในการคำนวณที่ใช้ ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ n แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
P แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม (0.5)
Z แทน	ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ $Z = 1.96$ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ 0.05)
E แทน	ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น (0.05)

แทนค่าในสูตร จะได้

$$\begin{aligned} n &= \frac{(0.5)(1-0.5) (1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= \frac{(0.5)(0.5) (3.8416)}{(0.0025)} \\ &= \frac{(0.9604)}{(0.0025)} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

ดังนั้นขนาดตัวอย่างอย่างขั้นต่ำ คือ 384 ตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 แต่การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ที่เหมาะสมจะเป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษานั้นให้กำหนดหรือประมาณการขนาดของกลุ่มตัวอย่างควรมีอย่างน้อย 400 ตัวอย่าง (Tabachnick and Fidell, 2007) สอดคล้องกับ Yamane (1973) ที่กล่าวไว้ว่า ถ้าประชากรมีจำนวนมาก อย่างน้อยต้องมีตัวอย่างที่ทำการศึกษา 400 ตัวอย่างที่ความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 จึงจะเป็นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมและเป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษาได้ดี ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างไว้ที่จำนวน 400 ตัวอย่าง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาจากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) และส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปว่ามีอิทธิพลต่อวัตกรรมการให้บริการ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยวิธี Likert Scale มี 5 ระดับ

ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวน แนวคิด ทฤษฎีของ Zeithaml, Parasuraman & Berry (2013) และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของ Likert ซึ่งลักษณะของข้อคำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นเชิงบวก และเชิงลบให้ตอบในลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน เพื่อแปลความหมายของแบบสอบถามได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยอย่างมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด ประกอบด้วยข้อคำถามทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)
2. ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)
3. ด้านการตอบสนองลูกค้า (Responsive)
4. ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)
5. ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)

ตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการ (Service Innovation) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีของ Millet (2012) และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใช้มาตราส่วนประมาณค่าของ Likert ซึ่งลักษณะของข้อคำถามประกอบด้วยข้อความที่เป็นเชิงบวกและเชิงลบ ให้ตอบ ในลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน เพื่อแปลความหมายของแบบสอบถาม ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยอย่างมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด ประกอบด้วย ข้อคำถามทั้ง 5 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service)
2. ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service)
3. ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service)
4. ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)
5. ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

การตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

การหาค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Validity)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงในเนื้อหา (Validity) โดยหาค่าดัชนีของความสอดคล้องกันระหว่างข้อคำถาม แต่ละข้อกับจุดประสงค์ (Index of Item Objective Congruence หรือ IOC) ระหว่างข้อคำถาม กับนิยามศัพท์เฉพาะของ ยุทธ ไกยวรรณ (2546) แปลความหมายของคะแนน ดังนี้

- +1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงตามนิยามศัพท์เฉพาะ
- 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงตามนิยามศัพท์เฉพาะ
- 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นวัดไม่ตรงตามนิยามศัพท์เฉพาะ

และเลือกข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 ส่วนที่มีค่าน้อยกว่า 0.6 นำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Validity) แล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลมาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาค (ยุทธพงษ์ ไกยวรรณ, 2543)

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยทำการติดต่อฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยทำหนังสือชี้แจง ขอความร่วมมือพร้อมแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมถึงผู้ตอบแบบสอบถามทุกคน
2. ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้นำส่งและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในบางส่วน และบางส่วนจะใช้ส่งทางไปรษณีย์ให้กับผู้ประสานงาน ซึ่งปฏิบัติงานอยู่ภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในกรณีที่ยังไม่ได้รับแบบสอบถามคืน ผู้วิจัยจะดำเนินการติดตาม ครั้งที่ 2 และ 3 โดยวิธีการต่าง ๆ เช่น ส่งแบบสอบถามไปให้ใหม่ โทรศัพท์ สอบถาม และติดตามด้วยตนเอง ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน 400 ชุด ไปดำเนินการเก็บข้อมูล
4. ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์จนครบตามจำนวน 400 ชุด และนำไปวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่อไป

3.5 การวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำเร็จรูปดังนี้

1. การตรวจแบบสอบถามและการให้คะแนน

1.1 ตรวจความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม

1.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ และแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบมาตราวัดของ Likert โดยแบ่งข้อความแต่ละข้อเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยอย่างมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วย น้อยที่สุด

2. เกณฑ์ในการให้คะแนน

การให้คะแนนแบ่งออกเป็น การให้คะแนน สำหรับข้อคำถามโดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

- | | | |
|---|-------------|--|
| 5 | หมายความว่า | มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมากที่สุด |
| 4 | หมายความว่า | มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับมาก |
| 3 | หมายความว่า | มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับปานกลาง |
| 2 | หมายความว่า | มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับน้อย |
| 1 | หมายความว่า | มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับน้อยที่สุด |

3. การแปลความหมายคะแนน

กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

- 4.51 - 5.00 หมายถึง คุณภาพการให้บริการ หรือความพึงพอใจในการใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด
- 3.51 - 4.50 หมายถึง คุณภาพการให้บริการ หรือความพึงพอใจในการใช้บริการ อยู่ในระดับมาก
- 2.51 - 3.50 หมายถึง คุณภาพการให้บริการ หรือความพึงพอใจในการใช้บริการ อยู่ในระดับปานกลาง
- 1.51 - 2.50 หมายถึง คุณภาพการให้บริการ หรือความพึงพอใจในการใช้บริการ อยู่ในระดับน้อย
- 1.00 - 1.50 หมายถึง คุณภาพการให้บริการ หรือความพึงพอใจในการใช้บริการ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมด แล้วนำมาวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัย โดยกำหนดระดับของความมีนัยสำคัญ 0.05 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีดังนี้

1. ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และรายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน
2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) ใช้สำหรับวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
3. วิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่าง เพศ หรือตัวแปรที่แยกเป็น 2 ระดับทดสอบโดยใช้สถิติที่ t-test (Independent) อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน หรือตัวแปรที่มากกว่า 2 ระดับขึ้นไปโดยใช้สถิติเอฟ (F-test : One-way ANOVA) กรณีที่ผลการทดสอบ พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยจะดำเนินการทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe' method)

4. ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สำหรับการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

บทที่ 4 ผลการวิจัย

ผลการวิจัย อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อ นวัตกรรม การให้บริการของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในบทนี้ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามในลักษณะคำอธิบายประกอบตารางตามลำดับ สามารถแบ่งเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในสนามบินสุวรรณภูมิ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับนวัตกรรม การให้บริการของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบนวัตกรรม การให้บริการของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อ นวัตกรรม การให้บริการของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ตอนที่ 6 สรุปสมมติฐานการวิจัย

เพื่อความสะดวกในการนำเสนอข้อมูลผลการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลความหมาย ผู้วิจัยใช้สัญลักษณ์แทนค่าสถิติในการนำเสนอ ดังนี้

(\bar{x})	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
df	แทน	Degree of Freedom
SS	แทน	Sum of Squares
MS	แทน	Mean Square
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ F
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาความมีนัยสำคัญจากการแจกแจงแบบ t
Sig.	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาความเป็นนัยสำคัญจากการแจกแจง
		Sig. (2-tailed)
a	แทน	ค่าคงที่ (Constant) ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หุคูณ
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์
SE _{est}	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
TQ1	แทน	ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ
TQ2	แทน	ด้านความน่าเชื่อถือ
TQ3	แทน	ด้านการตอบสนองลูกค้า
TQ4	แทน	ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า
TQ5	แทน	ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า
TOQ	แทน	คุณภาพการให้บริการในภาพรวม
TI1	แทน	ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค
TI2	แทน	ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา
TI3	แทน	ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ
TI4	แทน	ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง
TI5	แทน	ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า
TOI	แทน	นวัตกรรมการให้บริการในภาพรวม

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ เพื่อค้นหาค่าสถิติพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง ปรากฏดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	224	56.00
หญิง	176	44.00
อายุ		
60-65 ปี	191	47.70
66-70 ปี	108	27.00
71-75 ปี	45	11.30
มากกว่า 75 ปีขึ้นไป	56	14.00
สถานภาพการสมรส		
โสด	110	27.40
สมรส	213	53.30
หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่	77	19.30
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	55	13.70
ปริญญาตรี	168	42.00
สูงกว่าปริญญาตรี	177	44.30
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	55	13.70
15,001-20,000 บาท	97	24.30
มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป	248	62.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ข้อมูลทั่วไปมีดังนี้

1. เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 ตามลำดับ
2. อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 60-65 ปี มีจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.70 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 66-70 ปี มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ

27.00 ช่วงอายุมากกว่า 75 ปีขึ้นไป มีจำนวน 56 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.00 และช่วงอายุ 71-75 ปี มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 ตามลำดับ

3. สถานภาพสมรส พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.30 รองลงมาคือ สถานภาพโสด มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.40 และสถานภาพหย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 ตามลำดับ

4. ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 177 คน คิดเป็น ร้อยละ 44.30 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 ตามลำดับ

5. รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมาคือ 15,001-20,000 บาท มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.30 และรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ผู้วิจัยนำข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 5 ด้านประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ปรากฏดังตารางที่ 4.2-4.7

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณภาพการให้บริการ ในภาพรวม

คุณภาพการให้บริการ	ค่าสถิติ		แปลผล	ลำดับที่
	(\bar{x})	S.D.		
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.04	0.56	มาก	2
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.06	0.58	มาก	1
ด้านการตอบสนองลูกค้า	4.03	0.56	มาก	3

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	3.78	0.71	มาก	5
ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	3.99	0.80	มาก	4
รวมเฉลี่ย	3.98	0.54	มาก	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ในภาพรวมคุณภาพการให้บริการ ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในสนามบิณสูววรรณภูมิ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.98$; S.D.=0.59) เมื่อพิจารณา รายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{x}=4.06$; S.D.=0.58) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความเป็น รูปธรรมของการบริการ ($\bar{x}=4.04$; S.D.=0.58) ด้านการตอบสนองลูกค้า ($\bar{x}=4.03$; S.D.=0.56) ด้าน การเข้าใจและรู้จักลูกค้า ($\bar{x}=3.99$; S.D.=0.56) และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ($\bar{x}=3.78$; S.D.=0.71) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.3 ถึง 4.7 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็น รูปธรรมของการบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	ค่าสถิติ		แปลผล	ลำดับที่
	(\bar{x})	S.D.		
1. อุณหภูมิภายในสนามบิณ มีความเหมาะสม	4.16	0.69	มาก	1
2. ที่นั่งภายในสนามบิณ มีความสะดวกสบาย	3.87	0.86	มาก	4
3. ภายในสนามบิณมีป้ายบอกรายละเอียดที่ชัดเจน	4.05	0.69	มาก	3
4. พนักงานที่ให้บริการภายในสนามบิณ มีความสุภาพต่อ ผู้โดยสาร	4.10	0.68	มาก	2
รวมเฉลี่ย	4.04	0.56	มาก	

จากตารางที่ 4.3 พบว่า โดยภาพรวม คุณภาพการให้บริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของ การบริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.04$; S.D.=0.56) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อุณหภูมิ ภายในสนามบิณมีความเหมาะสม ($\bar{x}=4.16$; S.D.=0.69) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ พนักงานที่ ให้บริการภายในสนามบิณ มีความสุภาพต่อผู้โดยสาร ($\bar{x}=4.10$; S.D.=0.68) ภายในสนามบิณมี ป้ายบอกรายละเอียดที่ชัดเจน ($\bar{x}=4.05$; S.D.=0.69) และที่นั่งภายในสนามบิณมีความ สะดวกสบาย ($\bar{x}=3.87$; S.D.=0.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ

ด้านความน่าเชื่อถือ	ค่าสถิติ		แปลผล	ลำดับที่
	(\bar{x})	S.D.		
5. การให้บริการของสนามบินได้รับความเชื่อถือมาอย่างยาวนาน	4.36	0.76	มาก	1
6. เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารภายในสนามบิน สามารถออกบัตรได้อย่างถูกต้อง	3.91	0.90	มาก	3
7. พนักงานประจำเคาท์เตอร์ของแต่ละสายการบินมีความรอบคอบและเชื่อถือได้	4.21	0.67	มาก	2
8. เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารภายในสนามบิน มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการในแต่ละสถานี	3.77	0.86	มาก	4
รวมเฉลี่ย	4.06	0.58	มาก	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า โดยภาพรวม คุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.06$; S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การให้บริการของสนามบิน ได้รับความเชื่อถือมาอย่างยาวนาน ($\bar{x} = 4.36$; S.D. = 0.76) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ พนักงานประจำเคาท์เตอร์ของแต่ละสายการบินมีความรอบคอบและเชื่อถือได้ ($\bar{x} = 4.21$; S.D. = 0.67) เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารภายในสนามบิน สามารถออกบัตรได้อย่างถูกต้อง ($\bar{x} = 3.91$; S.D. = 0.90) และเครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารภายในสนามบิน มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการในแต่ละสถานี ($\bar{x} = 3.77$; S.D. = 0.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า

ด้านการตอบสนองลูกค้า	ค่าสถิติ		แปลผล	ลำดับที่
	(\bar{x})	S.D.		
9. เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารภายในสนามบิน สามารถตอบสนองการใช้บริการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	4.05	0.61	มาก	2
10. พนักงานของสนามบิน ให้บริการทำนด้วยความเต็มใจ	4.09	0.66	มาก	1
11. พนักงานของสนามบิน สามารถตอบสนองต่อสิ่งที่ท่านร้องขอได้ทันที	3.97	0.75	มาก	3

รวมเฉลี่ย	4.03	0.56	มาก
------------------	-------------	-------------	------------

จากตารางที่ 4.5 พบว่า โดยภาพรวม คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.03$; S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานของสนามบินให้บริการท่านด้วยความเต็มใจ ($\bar{x} = 4.09$; S.D. = 0.66) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารภายในสนามบิน สามารถตอบสนองการให้บริการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.05$; S.D. = 0.61) และพนักงานของสนามบิน สามารถตอบสนองต่อสิ่งที่ท่านร้องขอได้ทันที ($\bar{x} = 3.97$; S.D.=0.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณภาพการให้บริการด้าน การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า	ค่าสถิติ		แปลผล	ลำดับที่
	(\bar{x})	S.D.		
12. ภายในสนามบิน มีช่องทางในการร้องเรียนหรือให้คำแนะนำการบริการหลายช่องทาง เช่น กล้องรับความคิดเห็น, Call Center หรือ Website	3.48	0.99	ปานกลาง	3
13. ภายในสนามบิน มีระบบการจัดการความปลอดภัยด้านการป้องกันการตกราง (Railway Safety)	3.85	0.75	มาก	2
14. พนักงานของสนามบินมีการเอาใจใส่ลูกค้า	4.02	0.75	มาก	1
รวมเฉลี่ย	3.78	0.71	มาก	

จากตารางที่ 4.6 พบว่า โดยภาพรวม คุณภาพการให้บริการด้าน การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$; S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานของสนามบินมีการเอาใจใส่ลูกค้า ($\bar{x} = 4.02$; S.D.= 0.75) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ภายในสนามบิน มีระบบการจัดการความปลอดภัยด้านการป้องกันการตกราง (Railway Safety) ($\bar{x} = 3.85$; S.D.= 0.75) และ ภายในสนามบิน มีช่องทางในการร้องเรียนหรือให้คำแนะนำการบริการหลายช่องทาง เช่น กล้องรับความคิดเห็น Call Center หรือ Website ($\bar{x} = 3.48$; S.D.= 0.99) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คุณภาพการให้บริการด้านการเข้าใจ และรู้จักลูกค้า

ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า	ค่าสถิติ		แปลผล	ลำดับที่
	(\bar{x})	S.D.		
15. การให้ความช่วยเหลือเป็นพิเศษสำหรับผู้โดยสาร เป็นรายบุคคลเช่น ผู้สูงอายุ เป็นต้น	3.82	1.13	มาก	3
16. พนักงานของสนามบิน มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียด การให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารแต่ละคน	3.98	0.91	มาก	2
17. พนักงานของสนามบิน ให้บริการลูกค้าด้วยความเป็นมิตร	4.17	0.72	มาก	1
รวมเฉลี่ย	3.99	0.80	มาก	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า โดยภาพรวม คุณภาพการให้บริการด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$; S.D.= 0.80) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานของสนามบิน ให้บริการลูกค้าด้วยความเป็นมิตร ($\bar{x} = 4.17$; S.D.= 0.72) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ พนักงานของสนามบิน มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารแต่ละคน ($\bar{x} = 3.98$; S.D.= 0.91) และการให้ความช่วยเหลือเป็นพิเศษสำหรับผู้โดยสารเป็นรายบุคคล เช่น ผู้สูงอายุ เป็นต้น ($\bar{x} = 3.82$; S.D.= 1.13) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ผู้วิจัยนำข้อมูลเกี่ยวกับการวิเคราะห์เกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการ ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 5 ด้านประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ปรากฏดังตารางที่ 4.8-4.13

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นวัตกรรมบริการให้บริการในภาพรวม

นวัตกรรมบริการให้บริการ	ค่าสถิติ		แปลผล	ลำดับที่
	(\bar{x})	S.D.		
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	4.09	0.57	มาก	3
ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	4.02	0.67	มาก	4
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	4.00	0.54	มาก	5
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.30	0.57	มาก	2
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	4.57	0.46	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ย	4.20	0.37	มาก	

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ในภาพรวมนวัตกรรมบริการให้บริการ ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในสนามบึงสุวรรณภูมิ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$; S.D.=0.37) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ($\bar{x} = 4.57$; S.D.= 0.46) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($\bar{x} = 4.30$; S.D.= 0.57) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ($\bar{x} = 4.09$; S.D.= 0.57) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ($\bar{x} = 4.02$; S.D.= 0.67) และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{x} = 4.00$; S.D.= 0.54) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.9 ถึง 4.13 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นวัตกรรมบริการให้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค

ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	ค่าสถิติ		แปลผล	ลำดับที่
	(\bar{x})	S.D.		
1. การได้รับบริการของพนักงานในสนามบึงตามลำดับก่อน-หลัง ได้อย่างถูกต้อง	4.19	0.61	มาก	1
2. การได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกันเหมือนกับคนอื่น ๆ	4.09	0.73	มาก	2
3. การได้รับบริการอย่างยุติธรรม	4.00	0.67	มาก	3
รวมเฉลี่ย	4.09	0.57	มาก	

จากตารางที่ 4.9 พบว่า โดยภาพรวม นวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาคมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$; S.D.= 0.57) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การได้รับบริการของพนักงานในสนามบินตามลำดับก่อน-หลัง ได้อย่างถูกต้อง ($\bar{x} = 4.16$; S.D.= 0.78) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกันเหมือนกับคนอื่น ๆ ($\bar{x} = 3.98$; S.D.= 0.77) และการได้รับบริการอย่างยุติธรรม ($\bar{x} = 3.94$; S.D.= 0.97) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างทันเวลา

ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	ค่าสถิติ		แปลผล	ลำดับที่
	(\bar{x})	S.D.		
4. การให้บริการของสนามบินและสายการบินตรงต่อเวลา	3.94	0.97	มาก	3
5. จำนวนเที่ยวบินที่เปิดให้บริการต่อวันเพียงพอและสามารถทำให้เดินทางถึงจุดหมายได้ทันเวลา	3.98	0.77	มาก	2
6. การใช้เครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสารของภายในสนามบิน ทำให้สะดวกและรับตั๋วโดยสารได้อย่างรวดเร็ว	4.16	0.78	มาก	1
รวมเฉลี่ย	4.02	0.67	มาก	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า โดยภาพรวม นวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างทันเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$; S.D.= 0.67) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การใช้เครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสารของภายในสนามบิน ทำให้สะดวกและรับตั๋วโดยสารได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.16$; S.D.= 0.78) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ จำนวนเที่ยวบินที่เปิดให้บริการต่อวันเพียงพอและสามารถทำให้เดินทางถึงจุดหมายได้ทันเวลา ($\bar{x} = 3.98$; S.D.= 0.77) และการให้บริการของสนามบินและสายการบินตรงต่อเวลา ($\bar{x} = 3.94$; S.D.= 0.97) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นวัตกรรมบริการให้บริการด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	ค่าสถิติ		แปลผล	ลำดับที่
	(\bar{x})	S.D.		
7. จำนวนพนักงานที่ให้บริการภายในสนามบินมีจำนวนที่เพียงพอต่อการให้บริการ	3.93	0.70	มาก	3
8. ป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ เช่น แผนที่ ทางออกหรือจุดขึ้น-ลงภายในสนามบิน มีความเพียงพอต่อการให้บริการ	4.07	0.75	มาก	1
9. การใช้บริการสนามบิน และสายการบินทำให้เดินทางได้สะดวก	4.02	0.82	มาก	2
รวมเฉลี่ย	4.00	0.54	มาก	

จากตารางที่ 4.11 พบว่า โดยภาพรวม พบว่า นวัตกรรมบริการให้บริการด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$; S.D.= 0.54) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ เช่น แผนที่ ทางออกหรือจุดขึ้น-ลงภายในสนามบิน มีความเพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{x} = 4.07$; S.D.= 0.75) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การใช้บริการสนามบิน และสายการบินทำให้เดินทางได้สะดวก ($\bar{x} = 3.4.02$; S.D.= 0.82) และจำนวนพนักงานที่ให้บริการภายในสนามบินมีจำนวนที่เพียงพอ ต่อการให้บริการ ($\bar{x} = 3.93$; S.D.= 0.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นวัตกรรมบริการให้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	ค่าสถิติ		แปลผล	ลำดับที่
	(\bar{X})	S.D.		
10. สนามบินควรมีการขยายเส้นทางการบินมากขึ้น	4.19	0.71	มาก	3
11. สนามบินควรมีการเพิ่มจำนวนเที่ยวบินของแต่ละเส้นทางให้มากขึ้น	4.22	0.72	มาก	2
12. สนามบินควรมีการให้บริการพิเศษแก่ผู้สูงอายุ เมื่อแวะเปลี่ยนเที่ยวบิน เช่น ห้องรับรองเฉพาะผู้สูงอายุ	4.51	0.70	มากที่สุด	1
รวมเฉลี่ย	4.30	0.57	มาก	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า โดยภาพรวม พบว่า นวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.30$; S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า สโมสรบิณฑการมีการให้บริการพิเศษแก่ผู้สูงอายุ เมื่อเวลาเปลี่ยนเที่ยวบิน เช่น ห้องรับรองเฉพาะผู้สูงอายุ ($\bar{x} = 4.51$; S.D.=0.70) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ สโมสรบิณฑการเพิ่มจำนวนเที่ยวบินของแต่ละเส้นทางให้มากขึ้น ($\bar{x} = 4.22$; S.D.= 0.72) และสโมสรบิณฑการขยายเส้นทางการบินมากขึ้น ($\bar{x} = 4.19$; S.D.= 0.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า

ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	ค่าสถิติ		แปลผล	ลำดับที่
	(\bar{x})	S.D.		
13. สโมสรบิณฑการมีเพิ่มจำนวนที่นั่งรอภายในสโมสรบิณฑการให้มากขึ้น	4.63	0.50	มากที่สุด	1
14. สโมสรบิณฑการปรับปรุงการให้บริการต่าง ๆ ให้สะดวกและใช้งานง่ายขึ้น เช่น เครื่องออกตั๋วอัตโนมัติ	4.50	0.60	มาก	3
15. สโมสรบิณฑการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการมากขึ้นเพื่อความรวดเร็วของการให้บริการด้านต่าง ๆ	4.59	0.57	มากที่สุด	2
รวมเฉลี่ย	4.57	0.46	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า โดยภาพรวม พบว่า นวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.57$; S.D.= 0.46) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า สโมสรบิณฑการมีเพิ่มจำนวนที่นั่งรอภายในสโมสรบิณฑการให้มากขึ้น ($\bar{x} = 4.63$; S.D.= 0.50) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ สโมสรบิณฑการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการมากขึ้นเพื่อความรวดเร็ว ของการให้บริการด้านต่าง ๆ ($\bar{x} = 4.59$; S.D.= 0.57) และสโมสรบิณฑการปรับปรุงการให้บริการต่าง ๆ ให้สะดวก และใช้งานง่ายขึ้น เช่น เครื่องออกตั๋วอัตโนมัติ ($\bar{x} = 4.50$; S.D.= 0.60) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการเปรียบเทียบนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรม การให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ที่ว่า

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน

ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และรายได้ ต่อเดือนในปัจจุบัน

ผลการเปรียบเทียบดังกล่าว ปรากฏดังตารางที่ 4.14-4.22

1. นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของสนามบินสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการ ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจำแนกตามเพศ

นวัตกรรมการให้บริการ ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	ชาย (n=224)		หญิง (n=176)		t	Sig.	ผลการ ทดสอบ
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.			
	ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	4.12	0.60	4.04			
ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	4.09	0.66	3.94	0.66	2.105	0.036*	แตกต่าง
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	4.04	0.53	3.96	0.54	1.348	0.178	ไม่แตกต่าง
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.33	0.56	4.26	0.60	1.217	0.224	ไม่แตกต่าง
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	4.56	0.46	4.57	0.47	-0.186	0.853	ไม่แตกต่าง
รวม	4.23	0.38	4.16	0.37	1.882	0.061	ไม่แตกต่าง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่เป็นเพศชาย ($\bar{x} = 4.23$; S.D.= 0.38) มีความคิดเห็นมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการ

ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ สูงกว่าเพศหญิง ($\bar{x} = 4.16$; S.D.= 0.37) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยรวมไม่แตกต่างกัน ($t = 1.882$, Sig. = 0.061) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน 1.1 ที่ว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน ทั้ง 4 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างทันเวลา แตกต่างกัน ($t = -2.105$, Sig. = 0.036) ส่วนด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ($t = 1.368$, Sig. = 0.172) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ($t = 1.348$, Sig. = 0.178) ด้าน การให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($t = 1.217$, Sig. = 0.224) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ($t = -0.186$, Sig. = 0.853) พบว่า ไม่แตกต่างกัน (Sig. > 0.05) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ

2. นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจำแนกตามอายุ

นวัตกรรมการให้บริการ ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	60-65ปี (n=191)		66-70ปี 108)		71-75ปี (n= 45)		มากกว่า75ปี (n=56)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	3.98	0.60	4.20	0.57	4.27	0.45	4.09	0.46
ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	4.00	0.68	4.11	0.69	4.14	0.64	3.85	0.56
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	3.95	0.56	4.06	0.59	4.17	0.45	3.94	0.34
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.27	0.57	4.30	0.63	4.25	0.54	4.42	0.50
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	4.58	0.45	4.58	0.51	4.54	0.43	4.51	0.44
รวม	4.16	0.37	4.25	0.43	4.27	0.31	4.17	0.29

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่มีอายุ 71-75 ปี ($\bar{x} = 4.27$; S.D.= 0.31) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ สูงกว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มีอายุ 66-70 ปี ($\bar{x} = 4.25$; S.D.= 0.43) นักท่องเที่ยว

ผู้สูงอายุที่มีอายุ มากกว่า 75 ปีขึ้นไป ($\bar{x} = 4.17$; S.D.= 0.29) และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุ 60-625 ปี ($\bar{x} = 4.16$; S.D.= 0.37) ตามลำดับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (Oneway-ANOVA) ปรากฏดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 การทดสอบความแปรปรวนความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามอายุ

นวัตกรรมการให้บริการ ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.	ผลการ ทดสอบ
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	ระหว่างกลุ่ม	4.841	3	1.614	5.114	0.002*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	124.959	396	0.316			
	รวม	129.800	399				
ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	ระหว่างกลุ่ม	3.224	3	1.075	2.406	0.067	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	176.899	396	0.447			
	รวม	180.123	399				
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	2.367	3	0.789	2.710	0.045*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	115.266	396	0.291			
	รวม	117.633	399				
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	1.033	3	0.344	1.025	0.382	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	133.052	396	0.336			
	รวม	134.084	399				
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้าระหว่างกลุ่ม	ระหว่างกลุ่ม	0.309	3	0.103	0.468	0.705	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	87.239	396	0.220			
	รวม	87.549	399				
ในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.929	3	0.310	2.190	0.089	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	55.991	396	0.141			

รวม 56.920 399

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ในภาพรวม นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยรวมไม่แตกต่างกัน ($F = 2.190$, $Sig. = 0.089$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน 1.2 ที่ว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน ทั้ง 5 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน เพียง 2 ด้าน คือ ด้านการให้บริการ อย่างเสมอภาค ($F = 5.114$, $Sig. = 0.002$) และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ($F = 2.710$, $Sig. = 0.045$) ที่แตกต่างกัน ($Sig. < 0.05$) ส่วนด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ($F = 2.406$, $Sig. = 0.067$) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($F = 1.025$, $Sig. = 0.382$) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ($F = 0.468$, $Sig. = 0.705$) พบว่า ไม่แตกต่างกัน ($Sig. > 0.05$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3. นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามระดับการศึกษา

นวัตกรรมการให้บริการ ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	ต่ำกว่า ป.ตรี (n=55)		ป.ตรี (n=168)		สูงกว่า ป.ตรี (n=177)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	4.03	0.49	4.06	0.61	4.13	0.55
ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	3.93	0.57	3.99	0.71	4.09	0.65
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	3.93	0.46	4.00	0.58	4.03	0.52
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.41	0.52	4.27	0.59	4.29	0.58
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	4.49	0.57	4.57	0.43	4.58	0.46
รวม	4.16	0.28	4.18	0.38	4.23	0.39

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{x} = 4.23$; S.D.= 0.39) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ สูงกว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ($\bar{x} = 4.18$; S.D.= 0.38) และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{x} = 4.16$; S.D.= 0.28) ตามลำดับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (Oneway-ANOVA) ปรากฏดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 การทดสอบความแปรปรวนความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามระดับการศึกษา

นวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	ระหว่างกลุ่ม	0.723	2	0.362	1.112	0.330	ไม่แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	129.076	397	0.325			
	รวม	129.800	399				
ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	ระหว่างกลุ่ม	1.376	2	0.688	1.528	0.218	ไม่แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	178.748	397	0.450			
	รวม	180.123	399				
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	0.420	2	0.210	0.712	0.492	ไม่แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	117.213	397	0.295			
	รวม	117.633	399				
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	0.803	2	0.402	1.196	0.303	ไม่แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	133.281	397	0.336			
	รวม	134.084	399				
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	ระหว่างกลุ่ม	0.365	2	0.182	0.831	0.436	ไม่แตกต่างกัน
	ภายในกลุ่ม	87.184	397	0.220			

	รวม	87.549	399			
ในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.300	2	0.150	1.051	0.351 ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	56.620	397	0.143		
	รวม	56.920	399			

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.18 ในภาพรวม นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยรวมไม่แตกต่างกัน ($F = 1.051$, $Sig. = 0.351$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน 1.3 ที่ว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่แตกต่างกัน ทั้ง 5 ด้าน ดังนี้ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ($F = 1.112$, $Sig. = 0.330$) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ($F = 1.528$, $Sig. = 0.218$) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ($F = 0.712$, $Sig. = 0.492$) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($F = 1.196$, $Sig. = 0.303$) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ($F = 0.831$, $Sig. = 0.436$) ($Sig. > 0.05$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

4. นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามสถานภาพการสมรส

นวัตกรรมการให้บริการ ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	โสด		สมรส		หย่า/หม้าย/แยกกัน	
	(n=110)		(n=213)		(n=77)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	4.09	0.56	4.11	0.61	4.02	0.43
ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	4.03	0.62	4.10	0.66	3.81	0.70
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	4.05	0.52	4.00	0.59	3.94	0.41
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.38	0.64	4.28	0.55	4.23	0.54

ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	4.56	0.49	4.59	0.46	4.51	0.43
รวม	4.23	0.36	4.22	0.40	4.10	0.30

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่มีสถานภาพโสด ($\bar{x} = 4.23$; S.D.= 0.36) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ สูงกว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพสมรส ($\bar{x} = 4.22$; S.D.= 0.40) และ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพหย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ ($\bar{x} = 4.10$; S.D.= 0.30) ตามลำดับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (Oneway-ANOVA) ปรากฏดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความแปรปรวนความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามสถานภาพการสมรส

นวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	ระหว่างกลุ่ม	0.504	2	0.252	0.774	0.462	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	129.295	397	0.326			
	รวม	129.800	399				
ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	ระหว่างกลุ่ม	4.551	2	2.275	5.145	0.006*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	175.573	397	0.442			
	รวม	180.123	399				
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	0.420	2	0.242	0.822	0.440	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	117.213	397	0.295			
	รวม	117.633	399				
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	0.803	2	0.600	1.792	0.168	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	133.281	397	0.335			
	รวม	134.084	399				
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	ระหว่างกลุ่ม	0.365	2	0.148	0.974	0.510	ไม่แตกต่าง

	ภายในกลุ่ม	87.184	397	0.220		
	รวม	87.549	399			
	ระหว่างกลุ่ม	0.300	2	0.43	2.851	0.059 ไม่แตกต่าง
ในภาพรวม	ภายในกลุ่ม	56.620	397	0.141		
	รวม	56.920	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ในภาพรวม นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยรวมไม่แตกต่างกัน ($F=2.851$, $Sig.=0.059$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ สมมติฐาน 1.4 ที่ว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน ทั้ง 5 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน เพียง 1 ด้าน คือ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ($F=5.145$, $Sig.=0.006$) ที่แตกต่างกัน ($Sig.<0.05$) ส่วนด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ($F=0.774$, $Sig.=0.462$) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ($F=0.882$, $Sig.=0.440$) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($F=1.792$, $Sig.=0.168$) และด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ($F=0.974$, $Sig.=0.510$) พบว่า ไม่แตกต่างกัน ($Sig.>0.05$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือนในปัจจุบันต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของสนามบินสุวรรณภูมิจำแนกตามรายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน

นวัตกรรมการให้บริการ ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	10,000-15,000		15,001-20,000		20,000 ขึ้นไป	
	(n=55)		(n=97)		(n=248)	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	4.03	0.55	4.15	0.50	4.08	0.59
ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	3.93	0.64	4.14	0.61	4.00	0.69

ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	3.97	0.50	4.07	0.55	3.98	0.54
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	4.31	0.57	4.22	0.58	4.33	0.574.45
0.ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า	4.45	0.56	4.51	0.44	4.61	0.44
รวม	4.14	0.33	4.22	0.36	4.20	0.39

จากตารางที่ 4.21 พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่มีรายได้ต่อเดือนในปัจจุบันอยู่ในช่วง 10,000-15,000 บาท ($\bar{x} = 4.22$; S.D.= 0.36) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ สูงกว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือนในปัจจุบันอยู่ในช่วงมากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป ($\bar{x} = 4.20$; S.D.= 0.39) และนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือนในปัจจุบันอยู่ในช่วง 10,000-15,000 บาท ($\bar{x} = 4.14$; S.D.= 0.33) ตามลำดับ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (Oneway-ANOVA) ปรากฏดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 การทดสอบความแปรปรวนความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน

นวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค	ระหว่างกลุ่ม	0.583	2	0.291	0.895	0.409	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	129.217	397	0.325			
	รวม	129.800	399				
ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา	ระหว่างกลุ่ม	1.948	2	0.974	2.170	0.116	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	178.175	397	0.449			
	รวม	180.123	399				
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	ระหว่างกลุ่ม	0.633	2	0.317	1.075	0.342	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	117.000	397	0.295			
	รวม	117.633	399				

ด้านการให้บริการอย่าง ต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	0.761	2	0.980	1.133	0.323	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	133.324	397	0.336			
	รวม	134.084	399				
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้าระหว่างกลุ่ม		1.670	2	0.835	3.859	0.022*	แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	87.879	397	0.216			
	รวม	87.549	399				
ในภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.237	2	0.119	0.830	0.437	ไม่แตกต่าง
	ภายในกลุ่ม	56.683	397	0.143			
	รวม	56.920	399				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 ในภาพรวม นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่มีรายได้ต่อเดือนในปัจจุบันต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยรวมไม่แตกต่างกัน ($F = 0.830$, $Sig. = 0.437$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน 1.5 ที่ว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือนในปัจจุบันต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณารายด้าน ทั้ง 5 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือนในปัจจุบันต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน เพียง 1 ด้าน คือ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ($F = 3.859$, $Sig. = 0.022$) ที่แตกต่างกัน ($Sig. < 0.05$) ส่วนด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ($F = 0.895$, $Sig. = 0.409$) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ($F = 2.170$, $Sig. = 0.116$) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ($F = 1.075$, $Sig. = 0.342$) และด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($F = 1.133$, $Sig. = 0.323$) พบว่า ไม่แตกต่างกัน ($Sig. > 0.05$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการ
ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการ ENTER เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 ที่ว่า

คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

คุณภาพการให้บริการ (TOQ) ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (TQ4) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5)

นวัตกรรมการให้บริการ (TOI) ประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (TI1) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (TI2) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (TI3) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5)

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการ ดังกล่าว ปรากฏดังตารางที่ 4.23-4.xx

1. ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรคุณภาพการให้บริการ ที่กับนวัตกรรมการให้บริการ

ตารางที่ 4.23 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรคุณภาพการให้บริการ และ นวัตกรรมการให้บริการ

	TQ1	TQ2	TQ3	TQ4	TQ5	TI1	TI2	TI3	TI4	TI5
TQ1	1.000	0.543**	0.549**	0.546**	0.599**	0.496**	0.596**	0.546**	0.238**	0.059 ^{ns}
TQ2		1.000	0.670**	0.677**	0.673**	0.426**	0.591**	0.411**	0.223**	0.198**
TQ3			1.000	0.697**	0.701**	0.563**	0.730**	0.568**	0.090 ^{ns}	0.074 ^{ns}
TQ4				1.000	0.767**	0.478**	0.640**	0.569**	0.111*	0.142**
TQ5					1.000	0.590**	0.715**	0.586**	0.056 ^{ns}	0.147**
TI1						1.000	0.697**	0.696**	0.180**	0.042 ^{ns}
TI2							1.000	0.737**	0.008 ^{ns}	-0.052 ^{ns}
TI3								1.000	0.094 ^{ns}	-0.022 ^{ns}
TI4									1.000	0.503**
TI5										1.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ns ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 45 คู่ พบว่า คุณภาพการให้บริการ (TOQ) ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (TQ4) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมการให้บริการ (TOI) ประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (TI1) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (TI2) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (TI3) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5) ในทิศทางบวก อยู่ในระดับต่ำ ($r < 0.50$) ถึงปานกลาง ($0.50 < r < .80$) มีค่าตั้งแต่ 0.111 ถึง 0.767 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพการให้บริการ พบว่า ทุกคู่ มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรที่มีค่าความสัมพันธ์กันมากที่สุด คือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (TQ4) กับด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) มีความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.467 ส่วนคู่ที่มีค่าความสัมพันธ์กันน้อยที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) มีความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.543

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนวัตกรรมการให้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรที่มีค่าความสัมพันธ์กันมากที่สุด คือ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (TI2) กับด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (TI3) มีความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.737 ส่วนคู่ที่มีค่าความสัมพันธ์กันน้อยที่สุด คือ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (TI1) กับด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4) มีความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.180 นอกจากนี้ ยังพบความสัมพันธ์แบบไม่มีนัยสำคัญ จำนวน 5 คู่ คือ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (TI1) กับด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5) มีความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.042 ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (TI2) กับด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4) มีความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.008 ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (TI3) กับด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4) มีความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.094 โดยมีจำนวน 2 คู่ที่มีค่าความสัมพันธ์กันเป็นลบ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (TI2) กับด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5) มีความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -0.052 และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (TI3) กับด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5) มีความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -0.022

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการกับนวัตกรรมการให้บริการ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรที่มีค่าความสัมพันธ์กันมากที่สุด คือ คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง ลูกค้า (TQ3) กับนวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างทันเวลา

(TI2) มีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.730 ส่วนคู่ที่มีค่าความสัมพันธ์กันน้อยที่สุด คือ คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (TQ4) กับนวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4) มีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.111 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังพบความสัมพันธ์แบบไม่มีนัยสำคัญ จำนวน 4 คู่ คือ คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) กับนวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5) มีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.059 คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) กับนวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4) มีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.090 คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) กับนวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5) มีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.074 และคุณภาพการให้บริการด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) กับนวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4) มีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.056

2. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของสนามบินสุวรรณภูมิ ในภาพรวม

ตารางที่ 4.24 ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการ (TOQ) ที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในภาพรวม (TOI)

ตัวแปร เกณฑ์	ตัว พยากรณ์	b	β	t	R	R ²	F	SE _{est}	Sig.
นวัตกรรม การ ให้บริการ (TOB) ในภาพรวม	a = 2.095			18.675 *					
	TQ1	0.173	0.261	5.894*					
	TQ2	0.045	0.069	1.337	0.738	0.544	94.173	±0.25654	0.000*
	TQ3	0.160	0.238	4.426*					
	TQ4	0.041	0.078	1.330					
	TQ5	0.106	0.226	3.767*					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 สามารถอธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

นวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในภาพรวม (TOI) พบว่า คุณภาพการให้บริการ (TOQ) ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (TQ4) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในภาพรวม (TOI) อยู่ในระดับสูง มีค่าเท่ากับ 0.738 ($R = 0.738$) หรือร้อยละ 54.40 ($R^2 = 0.544$) มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 0.25654 เมื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติพบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ค่า โดยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) มีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.261$) รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ($\beta = 0.238$) และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) ($\beta = 0.226$) ตามลำดับ และสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_{TOI} = 2.095 + 0.173X_{TQ1} + 0.045X_{TQ2} + 0.160X_{TQ3} + 0.041X_{TQ4} + 0.106X_{TQ5}$$

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_{TOI} = 0.261Z_{TQ1} + 0.069Z_{TQ2} + 0.238Z_{TQ3} + 0.078Z_{TQ4} + 0.226Z_{TQ5}$$

2.1 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการ ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (TI1)

ตารางที่ 4.25 ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการ (TOQ) ที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (TI1)

ตัวแปร	ตัว	b	β	t	R	R^2	F	SE _{est}	Sig.
เกณฑ์	พยากรณ์								
		a = 1.572		8.191 *					
ด้านการ	TQ1	0.189	0.189	3.757*					
ให้บริการ	TQ2	-0.085	-0.086	-1.474	0.644	0.415	55.985	± 0.43887	0.000*
อย่างเสมอ	TQ3	0.305	0.299	4.925*					
ภาค (TI1)	TQ4	-0.047	-0.059	-0.892					
	TQ5	0.236	0.370	5.457*					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 สามารถอธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

นวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (TI1) พบว่า คุณภาพการให้บริการ (TOQ) ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (TQ4) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (TI1) อยู่ในระดับสูง มีค่าเท่ากับ 0.644 ($R = 0.644$) หรือร้อยละ 41.50 ($R^2 = 0.415$) มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 0.43887 เมื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ค่า โดยด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) มีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.370$) รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ($\beta = 0.299$) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ($\beta = 0.189$) ตามลำดับ สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_{TI1} = 1.572 + 0.189X_{TQ1} - 0.085X_{TQ2} + 0.305X_{TQ3} - 0.047X_{TQ4} + 0.236X_{TQ5}$$

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_{TI1} = 0.189Z_{TQ1} - 0.086Z_{TQ2} + 0.299Z_{TQ3} - 0.059Z_{TQ4} + 0.370Z_{TQ5}$$

2.2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการ ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (TI2)

ตารางที่ 4.26 ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการ (TOQ) ที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (TI2)

ตัวแปรเกณฑ์ตัวพยากรณ์	b	β	t	R	R^2	F	SE_{est}	Sig.
a = 0.130			0.725					
ด้านการให้บริการ	TQ1	0.209	0.177	4.465*				
อย่างทันเวลา (TI2)	TQ2	0.003	0.003	0.064	0.796	0.634	136.657	± 0.40890
	TQ3	0.471	0.393	8.179*				0.000*
	TQ4	0.031	0.033	0.628				
	TQ5	0.256	0.306	0.5705*				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 สามารถอธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

นวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (TI2) พบว่า คุณภาพการให้บริการ (TOQ) ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (TQ4) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการให้บริการ ของสนามบินสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (TI2) อยู่ในระดับสูงมาก มีค่าเท่ากับ 0.796 ($R = 0.796$) หรือร้อยละ 63.40 ($R^2 = 0.634$) มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 0.40890 เมื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ค่า โดยด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) มีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.393$) รองลงมาคือ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) ($\beta = 0.306$) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ($\beta = 0.177$) ตามลำดับ สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_{TI2} = 0.130 + 0.209X_{TQ1} + 0.003X_{TQ2} + 0.471X_{TQ3} + 0.031X_{TQ4} + 0.256X_{TQ5}$$

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_{TI2} = 0.177Z_{TQ1} + 0.003Z_{TQ2} + 0.393Z_{TQ3} + 0.033Z_{TQ4} + 0.306Z_{TQ5}$$

2.3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการ ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (TI3)

ตารางที่ 4.27 ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการ (TOQ) ที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (TI3)

ตัวแปรเกณฑ์ตัวพยากรณ์	b	β	t	R	R^2	F	SE_{est}	Sig.
a = 1.539			8.741					
ด้านการให้บริการ	TQ1	0.254	0.266	5.505*				
อย่างเพียงพอ	TQ2	-0.178	-0.191	-3.379*	0.676	0.457	66.223	± 0.40277
(TI3)	TQ3	0.241	0.249	4.243*				0.000*
	TQ4	0.161	0.213	3.349*				
	TQ5	0.147	0.217	3.315*				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 สามารถอธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

นวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (TI3) พบว่า คุณภาพการให้บริการ (TOQ) ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (TQ4) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการให้บริการ ของสนามบินสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (TI3) อยู่ในระดับสูง มีค่าเท่ากับ 0.676 ($R = 0.676$) หรือร้อยละ 45.70 ($R^2 = 0.457$) มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 0.40277 เมื่อทดสอบความมีนัยสำคัญ ทางสถิติ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้ง 5 ค่า โดยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) มีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.266$) รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ($\beta = 0.249$) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) ($\beta = 0.217$) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (TQ4) ($\beta = 0.213$) และ ด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ($\beta = -0.191$) ตามลำดับ สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_{TI3} = 0.1539 + 0.254X_{TQ1} - 0.178X_{TQ2} + 0.241X_{TQ3} + 0.161X_{TQ4} + 0.147X_{TQ5}$$

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_{TI3} = 0.266Z_{TQ1} - 0.191Z_{TQ2} + 0.249Z_{TQ3} + 0.213Z_{TQ4} + 0.217Z_{TQ5}$$

2.4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการ ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4)

ตารางที่ 4.28 ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการ (TOQ) ที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4)

ตัวแปรเกณฑ์	ตัวพยากรณ์	b	β	t	R	R^2	F	SE _{est}	Sig.
	a = 3.047			12.667 *					
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4)	TQ1	0.275	0.270	4.362*	0.332	0.110	9.760	± 0.55028	0.000*
	TQ2	0.293	0.293	4.060*					
	TQ3	-0.095	-0.092	-1.221					
	TQ4	0.025	0.031	0.386					
	TQ5	-0.190	-0.263	-3.149*					

ตัวแปรเกณฑ์ตัวพยากรณ์	b	β	t	R	R ²	F	SE _{est}	Sig.
-----------------------	---	---------	---	---	----------------	---	-------------------	------

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 สามารถอธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

นวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4) พบว่า คุณภาพการให้บริการ (TOQ) ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (TQ4) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการให้บริการ ของสนามบินสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4) อยู่ในระดับต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.332 (R = 0.332) หรือร้อยละ 11.00 (R² = 0.110) มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ±0.55028 เมื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ค่า โดยด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ($\beta = 0.293$) มีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ($\beta = 0.270$) และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) ($\beta = 0.263$) ตามลำดับ สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_{TI4} = 3.047 + 0.275X_{TQ1} + 0.293X_{TQ2} - 0.095X_{TQ3} + 0.025X_{TQ4} - 0.190X_{TQ5}$$

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_{TI4} = 0.270Z_{TQ1} + 0.293Z_{TQ2} - 0.092Z_{TQ3} + 0.031Z_{TQ4} - 0.263Z_{TQ5}$$

2.5 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการ ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5)

ตารางที่ 4.29 ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณของคุณภาพการให้บริการ (TOQ) ที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5)

ตัวแปรเกณฑ์ตัวพยากรณ์	b	β	t	R	R ²	F	SE _{est}	Sig.
a = 4.185			20.867 *					
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5)	TQ1	-0.061	-0.074	-1.160				
	TQ2	0.192	0.237	3.188*	0.230	0.053	4.403	±0.45874 0.001*
	TQ3	-0.122	-0.146	-1.888				
	TQ4	0.033	0.051	0.610				
	TQ5	0.055	0.095	1.096				

ตัวแปรเกณฑ์ตัวพยากรณ์	b	β	t	R	R ²	F	SE _{est}	Sig.
-----------------------	---	---------	---	---	----------------	---	-------------------	------

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 สามารถอธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

นวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5) พบว่า คุณภาพการให้บริการ (TOQ) ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (TQ4) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5) อยู่ในระดับต่ำ มีค่าเท่ากับ 0.230 (R = 0.230) หรือร้อยละ 5.30 (R² = 0.053) มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 0.45874 เมื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 ค่า โดยด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ($\beta = 0.237$) มีอิทธิพลสูงสุด สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_{TI5} = 4.185 - 0.061X_{TQ1} + 0.192X_{TQ2} - 0.122X_{TQ3} + 0.033X_{TQ4} + 0.055X_{TQ5}$$

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_{TI5} = -0.074Z_{TQ1} + 0.237Z_{TQ2} - 0.146Z_{TQ3} + 0.051Z_{TQ4} + 0.095Z_{TQ5}$$

3. ผลการวิเคราะห์เพื่อค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดี ในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการ โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการ STEPWISE เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4 ที่ว่า

ค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

คุณภาพการให้บริการ (TOQ) ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (TQ4) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5)

นวัตกรรมการให้บริการ (TOI) ประกอบด้วย ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (TI1) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (TI2) ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (TI3) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5)

ผลการวิเคราะห์เพื่อค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีดังกล่าว ปรากฏดังตารางที่ 4.30-4.35

ตารางที่ 4.30 ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณ การค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในภาพรวม (TOI)

ตัวแปร เกณฑ์	ตัว พยากรณ์	b	β	t	R	R ²	F	SE _{est}	Sig.
นวัตกรรม	a = 2.141			40.937 *					
การให้บริการ (TOB)	TQ1	0.184	0.277	5.894*					
	TQ3	0.192	0.285	4.426*	0.734	0.539	154.406	±0.25738	0.000*
ในภาพรวม	TQ5	0.136	0.289	3.767*					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.30 สามารถอธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

ผลการค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของสุวรรณภูมิ ในภาพรวม (TOI) พบว่า มีตัวพยากรณ์ที่ดี จำนวน 3 ตัว ประกอบด้วย ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) ซึ่งมีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.289$) รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ($\beta = 0.285$) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ($\beta = 0.277$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ โดยมีระดับความสามารถในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.734 คิดเป็นร้อยละ 53.90 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 0.25738 และสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ทำนายความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในภาพรวม (TOI) ในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_{TOI} = 2.141 + 0.184X_{TQ1} + 0.192X_{TQ3} + 0.136X_{TQ5}$$

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_{TOI} = 0.277Z_{TQ1} + 0.285Z_{TQ3} + 0.289Z_{TQ5}$$

3.1 ผลการค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (TII)

ตารางที่ 4.31 ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณ การค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (TII)

ตัวแปร เกณฑ์	ตัว พยากรณ์	b	β	t	R	R ²	F	SE _{est}	Sig.
ด้านการ ให้บริการ อย่างเสมอ ภาค (TII)	a = 1.485 TQ1 TQ3 TQ5			20.670 *					
		0.172	0.171	3.463*	0.640	0.410	91.648	±0.43984	0.000*
		0.256	0.252	4.528*					
		0.221	0.310	5.352*					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 สามารถอธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

ผลการค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (TII) พบว่า มีตัวพยากรณ์ที่ดี จำนวน 3 ตัว ประกอบด้วย ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) ซึ่งมีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.310$) รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ($\beta = 0.252$) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ($\beta = 0.171$) อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ โดยมีระดับความสามารถในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.640 คิดเป็นร้อยละ 41.00 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ±0.43984 และสามารถเขียน เป็นสมการพยากรณ์ทำนายความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค (TII) ในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_{TII} = 1.485 + 0.172X_{TQ1} + 0.256X_{TQ3} + 0.221X_{TQ5}$$

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_{TII} = 0.171Z_{TQ1} + 0.252Z_{TQ3} + 0.310Z_{TQ5}$$

3.2 ผลการค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (TI2)

ตารางที่ 4.32 ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณ การค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (TI2)

ตัวแปร เกณฑ์	ตัว พยากรณ์	b	β	t	R	R ²	F	SE _{est}	Sig.
ด้านการ ให้บริการ	a = 0.134			0.787 *					
อย่าง ทันเวลา (TI2)	TQ1	0.213	0.180	4.620*					
	TQ3	0.484	0.404	9.228*	0.796	0.634	228.516	±0.40810	0.000*
	TQ5	0.271	0.324	7.090*					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.32 สามารถอธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

ผลการค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (TI2) พบว่า มีตัวพยากรณ์ที่ดี จำนวน 3 ตัว ประกอบด้วย ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ซึ่งมีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.404$) รองลงมาคือ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) ($\beta = 0.324$) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ($\beta = 0.180$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ โดยมีระดับความสามารถในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.796 คิดเป็นร้อยละ 63.40 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ในการพยากรณ์ เท่ากับ ±0.40810 และสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ทำนายความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของนวัตกรรมการให้บริการ ของสนามบินสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างทันเวลา (TI2) ในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_{TI2} = 1.34 + 0.213X_{TQ1} + 0.484X_{TQ3} + 0.271X_{TQ5}$$

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_{TI2} = 0.180Z_{TQ1} + 0.404Z_{TQ3} + 0.324Z_{TQ5}$$

3.3 ผลการค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (TI3)

ตารางที่ 4.33 ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณ การค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (TI3)

ตัวแปร เกณฑ์	ตัว พยากรณ์	b	β	t	R	R ²	F	SE _{est}	Sig.
ด้านการ ให้บริการ อย่าง เพียงพอ (TI3)	a = 1.539			8.741 *					
	TQ1	0.254	0.266	5.505*					
	TQ2	-0.178	-0.191	-3.379*					
	TQ3	0.241	0.249	4.243*	0.676	0.457	66.223	±0.40277	0.000*
	TQ4	0.161	0.213	3.349*					
	TQ5	0.147	0.217	3.315*					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 สามารถอธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

ผลการค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (TI3) พบว่า มีตัวพยากรณ์ที่ดี จำนวน 5 ตัว ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) มีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.266$) รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ($\beta = 0.249$) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) ($\beta = 0.217$) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (TQ4) ($\beta = 0.213$) และด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ($\beta = -0.191$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ โดยมีระดับความสามารถในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.676 คิดเป็นร้อยละ 45.70 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 0.40277 และสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ทำนายความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (TI3) ในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_{TI3} = 0.1539 + 0.254X_{TQ1} - 0.178X_{TQ2} + 0.241X_{TQ3} + 0.161X_{TQ4} + 0.147X_{TQ5}$$

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_{TI3} = 0.266Z_{TQ1} - 0.191Z_{TQ2} + 0.249Z_{TQ3} + 0.213Z_{TQ4} + 0.217Z_{TQ5}$$

3.4 ผลการค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4)

ตารางที่ 4.34 ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณ การค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4)

ตัวแปร เกณฑ์	ตัว พยากรณ์	b	β	t	R	R ²	F	SE _{est}	Sig.
ด้านการ ให้บริการ อย่าง ต่อเนื่อง (TI4)	a = 2.945			13.080 *					
	TQ1	0.265	0.260	4.268*					
	TQ2	0.271	0.272	4.112*	0.327	0.107	15.787	±0.54993	0.000*
	TQ5	-0.205	-0.283	-4.089*					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.34 สามารถอธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

ผลการค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4) พบว่า มีตัวพยากรณ์ที่ดี จำนวน 3 ตัว ประกอบด้วย ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) มีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = -0.283$) รองลงมาคือ ด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ($\beta = 0.272$) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ($\beta = 0.260$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ โดยมีระดับความสามารถในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.327 คิดเป็นร้อยละ 10.70 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ±0.54993 และสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ทำนายความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของนวัตกรรมการให้บริการ ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (TI4) ในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_{TI4} = 2.945 + 0.265X_{TQ1} + 0.271X_{TQ2} - 0.205X_{TQ5}$$

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_{T14} = 0.260Z_{TQ1} + 0.272Z_{TQ2} - 0.283Z_{TQ5}$$

3.5 ผลการค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5)

ตารางที่ 4.35 ผลค่าสถิติที่ใช้พิจารณาความเหมาะสมของการทดสอบความถดถอยพหุคูณ การค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5)

ตัวแปร เกณฑ์	ตัว พยากรณ์	b	β	t	R	R ²	F	SE _{est}	Sig.
ด้านการ ให้บริการ	a = 3.923			24.136 *					
อย่าง ก้าวหน้า (TI5)	TQ2	0.160	0.198	4.025*	0.198	0.039	16.202	±0.45975	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.35 สามารถอธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

ผลการค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5) พบว่า มีตัวพยากรณ์ที่ดี จำนวน 1 ตัว ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ($\beta = 0.98$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ โดยมีระดับความสามารถในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.198 คิดเป็นร้อยละ 3.90 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ±0.54993 และสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ทำนายความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า (TI5) ในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_{TI5} = 3.923 + 0.160X_{TQ2}$$

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_{TI5} = 0.198Z_{TQ2}$$

ตอนที่ 6 สรุปสมมติฐานการวิจัย

การศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยไว้ 4 ข้อ ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการ และนวัตกรรมการให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิอยู่ในระดับมาก
2. นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน
3. คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
4. สามารถค้นหาตัวแปรที่ดีเพื่อทำนายนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้

จากผลการการวิจัยตอนที่ 1 ถึงตอนที่ 5 ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

(1) คุณภาพการให้บริการ และนวัตกรรมการให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการ และนวัตกรรมการให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อยู่ในระดับมากทั้งในภาพรวมและรายด้าน สรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ที่ว่าคุณภาพการให้บริการ และนวัตกรรมการให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อยู่ในระดับมาก

(2) นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และรายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานที่ 2 ที่ว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แตกต่างกัน

(3) คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อ

นวัตกรรมการให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ทั้งในภาพรวมและรายด้าน สรุปได้ว่า ขอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3 ที่ว่าคุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

(4) สามารถค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีเพื่อทำนายนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้ ผลการวิจัยพบว่า สามารถค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีเพื่อทำนายนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ทั้งในภาพรวมและรายด้าน สรุปได้ว่า ขอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 4 ที่ว่าสามารถค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีเพื่อ ทำนายนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่ออัตราการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับของคุณภาพการให้บริการและอัตราการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (2) เพื่อเปรียบเทียบอัตราการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่ออัตราการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และ (4) เพื่อค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายอัตราการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามมาตรฐานประมาณค่า Rating Scale ที่มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ทั้งฉบับเท่ากับ 0.927 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติที สถิติเอฟ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษารื่อง อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่ออัตราการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

1.1 เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 และเป็นเพศหญิง มีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 ตามลำดับ

1.2 อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 60-65 ปี มีจำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.70 รองลงมา คือ ช่วงอายุ 66-70 ปี มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ช่วงอายุมากกว่า 75 ปีขึ้นไป มีจำนวน 56 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.00 และช่วงอายุ 71-75 ปี มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 ตามลำดับ

1.3 สถานภาพสมรส พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.30 รองลงมาคือ สถานภาพโสด มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.40 และสถานภาพหย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 ตามลำดับ

1.4 ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับ สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 177 คน คิดเป็น ร้อยละ 44.30 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 ตามลำดับ

1.5 รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมาคือ 15,001-20,000 บาท มีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.30 และรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีจำนวน 55 คน คิดเป็น ร้อยละ 13.70 ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาคุณภาพการให้บริการ ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า โดยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$; S.D.= 0.59) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{x} = 4.06$; S.D.= 0.58) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ($\bar{x} = 4.04$; S.D.= 0.58) ด้านการตอบสนองลูกค้า ($\bar{x} = 4.03$; S.D.= 0.56) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ($\bar{x} = 3.99$; S.D.= 0.56) และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ($\bar{x} = 3.78$; S.D.= 0.71) ตามลำดับ และ เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบดังนี้

2.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$; S.D.= 0.56) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อุณหภูมิภายในท่าอากาศยานมีความเหมาะสม ($\bar{x} = 4.16$; S.D.= 0.69) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ พนักงานที่ให้บริการภายในท่าอากาศยาน มีความสุภาพ ต่อผู้โดยสาร ($\bar{x} = 4.10$; S.D.= 0.68) ภายในท่าอากาศยานมีป้ายบอกรายละเอียดที่ชัดเจน ($\bar{x} = 4.05$; S.D.= 0.69) และที่นั่งภายในท่าอากาศยานมีความสะดวกสบาย ($\bar{x} = 3.87$; S.D.= 0.86) ตามลำดับ

2.2 ด้านความน่าเชื่อถือ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.06$; S.D.= 0.58) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การให้บริการของท่าอากาศยานได้รับความเชื่อถือมาอย่างยาวนาน ($\bar{x} = 4.36$; S.D.= 0.76) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ พนักงานประจำเคาน์เตอร์ของแต่ละสายการบิน มีความรอบคอบและเชื่อถือได้ ($\bar{x} = 4.21$; S.D.= 0.67) เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารภายในท่าอากาศยานสามารถออกบัตรได้อย่างถูกต้อง ($\bar{x} = 3.91$; S.D.= 0.90) และเครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารภายในท่าอากาศยานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการในแต่ละสถานี ($\bar{x} = 3.77$; S.D.= 0.86) ตามลำดับ

2.3 ด้านการตอบสนองลูกค้า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.03$; S.D.= 0.56) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานของท่าอากาศยานให้บริการท่านด้วยความเต็มใจ ($\bar{x} = 4.09$; S.D.= 0.66) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารภายในท่าอากาศยาน

สามารถตอบสนอง การใช้บริการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.05$; S.D.= 0.61) และพนักงานของท่าอากาศยานสามารถตอบสนองต่อสิ่งที่ท่านร้องขอได้ทันที ($\bar{x} = 3.97$; S.D.= 0.75) ตามลำดับ

2.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$; S.D.= 0.71) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานของท่าอากาศยานมีการเอาใจใส่ลูกค้า ($\bar{x} = 4.02$; S.D.= 0.75) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ภายในสนามบิน มีระบบการจัดการความปลอดภัยด้านการป้องกันการตกราง (Railway Safety) ($\bar{x} = 3.85$; S.D.= 0.75) และภายในท่าอากาศยานมีช่องทางในการร้องเรียนหรือให้คำแนะนำการบริการหลายช่องทาง เช่น กล้องรับความคิดเห็น Call Center หรือ Website ($\bar{x} = 3.48$; S.D.= 0.99) ตามลำดับ

2.5 ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$; S.D.= 0.80) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า พนักงานของท่าอากาศยานให้บริการลูกค้าด้วยความเป็นมิตร ($\bar{x} = 4.17$; S.D.= 0.72) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ พนักงานของท่าอากาศยานมีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับ รายละเอียดการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารแต่ละคน ($\bar{x} = 3.98$; S.D.= 0.91) และการให้ความช่วยเหลือเป็นพิเศษสำหรับผู้โดยสารเป็นรายบุคคล เช่น ผู้สูงอายุ เป็นต้น ($\bar{x} = 3.82$; S.D.= 1.13) ตามลำดับ

3. ผลการศึกษานวัตกรรมบริการให้บริการ ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ($\bar{x} = 4.20$; S.D.= 0.37) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ($\bar{x} = 4.57$; S.D.= 0.46) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($\bar{x} = 4.30$; S.D.= 0.57) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ($\bar{x} = 4.09$; S.D.= 0.57) ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ($\bar{x} = 4.02$; S.D.= 0.67) และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ($\bar{x} = 4.00$; S.D.= 0.54) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบดังนี้

3.1 ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$; S.D.= 0.57) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การได้รับบริการของพนักงานในท่าอากาศยานตามลำดับก่อน-หลัง ได้อย่างถูกต้อง ($\bar{x} = 4.16$; S.D.= 0.78) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกันเหมือนกับคนอื่น ๆ ($\bar{x} = 3.98$; S.D.= 0.77) และการได้รับบริการอย่างยุติธรรม ($\bar{x} = 3.94$; S.D.= 0.97) ตามลำดับ

3.2 ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.02$; S.D.= 0.67) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การใช้เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารของภายในท่าอากาศยานทำให้สะดวกและรับบัตรโดยสารได้อย่างรวดเร็ว ($\bar{x} = 4.16$; S.D.= 0.78) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ จำนวนเที่ยวบินที่เปิดให้บริการต่อวันเพียงพอและสามารถทำให้เดินทางถึงจุดหมายได้ทันเวลา

($\bar{x} = 3.98$; S.D.= 0.77) และการให้บริการของท่าอากาศยานและสายการบินตรงต่อเวลา($\bar{x} = 3.94$; S.D.=0.97) ตามลำดับ

3.3 ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.00$; S.D.=0.54) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บ้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ เช่น แผนที่ ทางออกหรือจุดขึ้น-ลง ภายในท่าอากาศยาน มีความเพียงพอต่อการให้บริการ ($\bar{x} = 4.07$; S.D.= 0.75) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การใช้บริการท่าอากาศยานและสายการบินทำให้เดินทางได้สะดวก ($\bar{x} = 3.4.02$; S.D.=0.82) และจำนวนพนักงานที่ให้บริการภายในท่าอากาศยานมีจำนวนที่เพียงพอ ต่อการให้บริการ ($\bar{x} = 3.93$; S.D.= 0.70) ตามลำดับ

3.4 ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.30$; S.D.= 0.57) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ท่าอากาศยานควรมีการให้บริการพิเศษแก่ผู้สูงอายุเมื่อแวะเปลี่ยนเที่ยวบิน เช่น ห้องรับรองเฉพาะผู้สูงอายุ ($\bar{x} = 4.51$; S.D.= 0.70) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ท่าอากาศยานควรมีการเพิ่มจำนวนเที่ยวบินของแต่ละเส้นทางให้มากขึ้น ($\bar{x} = 4.22$; S.D.= 0.72) และท่าอากาศยานควรมีการขยายเส้นทางการบินมากขึ้น ($\bar{x} = 4.19$; S.D.= 0.71) ตามลำดับ

3.5 ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.57$; S.D.= 0.46) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ท่าอากาศยานควรมีเพิ่มจำนวนที่นั่งรอภายในท่าอากาศยานให้มากขึ้น ($\bar{x} = 4.63$; S.D.= 0.50) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ท่าอากาศยานควรนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการมากขึ้นเพื่อความรวดเร็วของการให้บริการด้านต่าง ๆ ($\bar{x} = 4.59$; S.D.= 0.57) และท่าอากาศยานควรปรับปรุงการให้บริการต่าง ๆ ให้สะดวก และใช้งานง่ายขึ้น เช่น เครื่องออกบัตรโดยสารอัตโนมัติ ($\bar{x} = 4.50$; S.D.=0.60) ตามลำดับ

4. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน ต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่อวัตกรรมการให้บริการของสนามบินสุวรรณภูมิ (TOI) พบว่า คุณภาพการให้บริการ (TOQ) ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ด้านการให้ความมั่นใจ แก่ลูกค้า (TQ4) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) มีอิทธิพลต่อวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในภาพรวม (TOI) อยู่ในระดับสูง มีค่าเท่ากับ 0.738 ($R = 0.738$) หรือร้อยละ 54.40 ($R^2 = 0.544$) มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 0.25654 เมื่อ

ทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 3 ค่า โดยด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) มีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.261$) รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ($\beta = 0.238$) และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) ($\beta = 0.226$) ตามลำดับ และสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลในรูปคะแนนดิบ และคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_{TOI} = 2.095 + 0.173X_{TQ1} + 0.045X_{TQ2} + 0.160X_{TQ3} + 0.041X_{TQ4} + 0.106X_{TQ5}$$

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_{TOI} = 0.261Z_{TQ1} + 0.069Z_{TQ2} + 0.238Z_{TQ3} + 0.078Z_{TQ4} + 0.226Z_{TQ5}$$

6. ผลการค้นหาดัชนีพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (TOI) พบว่า มีตัวพยากรณ์ที่ดี จำนวน 3 ตัว ประกอบด้วย ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) ซึ่งมีอิทธิพลสูงสุด ($\beta = 0.289$) รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ($\beta = 0.285$) และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ($\beta = 0.277$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ โดยมีระดับความสามารถในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.734 คิดเป็นร้อยละ 53.90 มีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 0.25738 และสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ทำนายความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในภาพรวม (TOI) ในรูปคะแนนดิบ และ คะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

สมการคะแนนดิบเป็นดังนี้

$$\hat{Y}_{TOI} = 2.141 + 0.184X_{TQ1} + 0.192X_{TQ3} + 0.136X_{TQ5}$$

สมการคะแนนมาตรฐานเป็นดังนี้

$$\hat{Z}_{TOI} = 0.277Z_{TQ1} + 0.285Z_{TQ3} + 0.289Z_{TQ5}$$

5.2 การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อ นวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ครั้งนี้ ผู้วิจัยมีประเด็นการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. อภิปรายผลการศึกษาคูณภาพการให้บริการ และนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

1.1 ผลจากการศึกษาคูณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า อยู่ในระดับมาก ทั้งในภาพรวม รายด้าน และรายข้อ โดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเป็น

รูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า และด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ตามลำดับ สามารถอธิบายได้ว่า การบริการเป็นสิ่งสำคัญ เพราะการบริการ (Service) คือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจและชื่นชมองค์กร ซึ่งการบริการถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กรก็จะดีไปด้วย เป็นสิ่งดีสิ่งหนึ่งอันเป็นผลดีกับองค์กร เมื่อหลังความสำเร็จเกือบทุกงาน มักจะพบว่า งานบริการเป็นเครื่องมือสนับสนุนงานด้านต่าง ๆ เช่น งานประชาสัมพันธ์ งานบริการ เป็นต้น ดังนั้น งานบริการจึงเป็นงานที่สร้างความพึงพอใจและประทับใจให้กับลูกค้า หรือผู้มาใช้บริการและผู้มาติดต่อ การให้บริการที่ดีจะส่งผลโดยตรงต่อผลการปฏิบัติงานขององค์กร ถ้าบริการดีและมีคุณภาพแล้ว ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ เกิดความเชื่อถือ ศรัทธา ซึ่งเป็นสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ก็จะมีผลในการสั่งซื้อ หรือใช้บริการซ้ำในโอกาสต่อไป สอดคล้องกับ Lewis, and Bloom (1983) ที่ให้นิยามของคุณภาพการให้บริการว่าเป็นสิ่งที่ชี้วัดถึงระดับของการบริการที่ส่งมอบ โดยผู้ให้บริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของเขาได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Delivering Service Quality) จึงหมายถึงการตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ ประการสำคัญท่าอากาศยานสุวรรณภูมิถือเป็นท่าอากาศยานหลักของประเทศไทย ได้มีการทำการตลาดเชิงรุก เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางธุรกิจการบินและอุตสาหกรรมการบินส่งทางอากาศ (วิวัฒน์ ภูพัฒน์ชัยกิจ, 2559) เพื่อให้ผู้โดยสารได้รับความสะดวก สบาย รวดเร็ว ด้วยการบริการที่มีคุณภาพ ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีคุณภาพการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ทั้งในภาพรวม รายด้าน และรายข้อ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของหลายท่าน เช่น งานวิจัยของ Arora & Narula (2018) ที่ศึกษา Linkages Between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: A Literature Review พบว่า คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า อยู่ในระดับมาก งานวิจัยของ สุภัตตรา คงชม (2558) ที่ศึกษา นวัตกรรม ของเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ผู้ให้บริการสัญญาณโทรศัพท์ เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร พบว่า นวัตกรรมของเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการ ของผู้ให้บริการสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากทั้งในภาพรวม รายด้าน และรายข้อ และงานวิจัยของ วิวัฒน์ ภูพัฒน์ชัยกิจ (2559) ที่ศึกษา คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย พบว่า คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย อยู่ในระดับมาก ทั้งในภาพรวม รายด้าน และรายข้อ

1.2 ผลจากการศึกษานวัตกรรมทำให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า อยู่ในระดับมาก ทั้งในภาพรวม รายด้าน และรายข้อ โดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา และด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ตามลำดับ สามารถอธิบายได้ว่า โดยทั่วไปเมื่อก้าวถึงนวัตกรรมจะหมายถึง นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ เป็นการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ หรือการสร้างสิ่งใหม่ หรือผสมผสาน องค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการสร้างความคิด เป็นการนำเอาความคิด หรือสิ่งที่เปลี่ยนแปลง ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ซึ่งการสร้างนวัตกรรมส่วนใหญ่ถูกพัฒนาขึ้นด้วยเทคโนโลยี แต่การบริการมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ การบริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนและเป็นการส่งมอบโดยตรงไปยังลูกค้า โดยมีหลายองค์ประกอบเข้ามาเกี่ยวข้อง นวัตกรรมบริการจึงแตกต่างจากนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสำคัญต่อคุณค่า และความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก สอดคล้องกับ Krithika Randhawa (2018) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมทำให้บริการว่า เป็นการนำวิธีการใหม่มาปฏิบัติ หลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้รับการพัฒนาเป็นขั้น ๆ แล้ว โดยเริ่มมาตั้งแต่การคิดค้น (Invention) การพัฒนา (Development) หรือโครงการทดลองปฏิบัติก่อน (Pilot Project) และการนำไปปฏิบัติจริง (Implement) ประการสำคัญท่าอากาศยานสุวรรณภูมิถือเป็นท่าอากาศยานหลักของประเทศไทย ได้ตั้งเป้าผลักดันให้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิก้าวขึ้นเป็น ผู้นำด้านคุณภาพทางธุรกิจการบินและอุตสาหกรรม การขนส่งทางอากาศในภูมิภาคอาเซียน ในการให้บริการของโลกภายใน 6 ปี (จิตตพัฒน์ พรหมพงษ์, 2558) และเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จดังกล่าว บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) จึงต้องนำนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) มาใช้ดำเนินการ ปรับปรุงการบริการต่าง ๆ ที่มีอยู่เดิม รวมถึงการนำเอานวัตกรรมใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ให้บริการของสนามบินสุวรรณภูมิดีขึ้นมากกว่าเดิม ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีนวัตกรรมทำให้บริการ อยู่ในระดับมาก ทั้งในภาพรวม รายด้าน และรายข้อ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของหลายท่าน เช่น Hanif & Asgher (2018) ที่ศึกษา Service innovation and service innovation performance: A study of banking services พบว่า นวัตกรรมบริการและผลงานนวัตกรรมด้านบริการของธนาคาร อยู่ในระดับมาก งานวิจัยของ สุภัตตรา คงชม (2558) ที่ศึกษา นวัตกรรมของเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ผู้ให้บริการสัญญาณ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร พบว่า นวัตกรรมของเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการ ของผู้ให้บริการสัญญาณ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากทั้งในภาพรวม รายด้าน และรายข้อ และงานวิจัยของ พรรณเพ็ญ พลาศัย (2561) ที่ศึกษา การจัดการคุณภาพ สำหรับการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรม ไปใช้ประโยชน์

ในชุมชน พบว่า การจัดการคุณภาพและนวัตกรรมไปใช้ประโยชน์ในชุมชน อยู่ในระดับมากทั้งในภาพรวม และรายด้าน

2. อภิปรายผลการเปรียบเทียบนวัตกรรมการให้บริการ ตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2.1 ผลจากการเปรียบเทียบด้านเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย 1.1 ที่ตั้งไว้ สามารถอธิบายได้ว่า นอกจากจะมีความแตกต่างกันทั้งในด้านสรีระของเพศชายและเพศหญิงแล้ว ความถนัด สภาวะทางจิตใจ อารมณ์ ย่อมจะแตกต่างกันไปด้วย และยังเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในเรื่องของพฤติกรรม เพราะเพศที่ต่างกัน มักจะมีทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจที่แตกต่างกัน แต่จากการศึกษาของนักจิตวิทยาพบว่า เพศหญิง จะมีลักษณะคล้ายคลึงตามมากกว่าเพศชาย และเพศชายจะมีความคิดเชิงรุก ความคิดก้าวไกล และคาดหวัง ในความสำเร็จมากกว่าเพศหญิง (กรรณิการ์ เหมือนประเสริฐ, 2548) แต่อย่างไรก็ตามเพื่อให้ผู้ใช้บริการ ได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว ปลอดภัย ที่เป็นมาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับและสร้างความพึงพอใจ ให้กับผู้ใช้บริการ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจึงได้มีการนำนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) มาใช้ดำเนินการปรับปรุง และพัฒนาการบริการต่าง ๆ (จิตพัฒน์ พรหมพงษ์, 2558) ให้กับผู้ใช้บริการ อย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันโดยไม่สนใจในความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคล ไม่ว่าจะเป็นเชื้อชาติ เพศ อายุ สถานภาพทางสังคมต่าง ๆ ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของหลายท่าน เช่น งานวิจัยของ Ling & Chao (2019) ที่ศึกษา THE QUALITY OF SERVICE AT COMMUNITY HEALTH CENTERS IN TAIWAN พบว่า ตัวแปรทางประชากรที่แตกต่างกันมีผล กระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า เช่น กลุ่มอายุที่สูงกว่า ระดับการศึกษาต่ำ และคนที่ไม่มีงานทำ มีความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับต่ำกว่า ไม่ต่างกัน และงานวิจัยของ ภาคิน นิธิโชติการ, ศักดิ์สินีกล กลั่นสุนทร และปฏิมา ประโยชน์อุดมกิจ (2560) ที่ศึกษา ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อการให้บริการของโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) พบว่า ผู้สูงอายุที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของโรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์การมหาชน) ไม่แตกต่างกัน

2.2 ผลจากการเปรียบเทียบด้านอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย 1.2 ที่ตั้งไว้ สามารถอธิบายได้ว่า อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์เนื่องจากอายุจะเป็น

ตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความมีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบุคคล ดังคำกล่าวที่ว่า ผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน เกิดมาหลายฝน หรือเรียกคนที่มีความมีประสบการณ์น้อยกว่าว่าเด็กเมื่อวานขึ้น เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องบ่งชี้ หรือแสดงความคิดความเชื่อ ลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นของบุคคล คนเราโดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ประสบการณ์สูงขึ้น ความฉลาดรอบคอบก็เพิ่มมากขึ้น วิธีคิด และสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยทั่วไปเมื่ออายุเพิ่มขึ้น ประสบการณ์มากขึ้น วิธีคิดและสิ่งที่สนใจก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย (กิติมา สุรสนธิ, 2541) แต่อย่างไรก็ตามเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว ปลอดภัย ที่เป็นมาตรฐานสากลเป็นที่ยอมรับและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการทำอากาศยานสุวรรณภูมิ จึงได้มีการนำนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) มาใช้ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาการบริการต่าง ๆ (จิตพัฒน์ พรหมพงษ์, 2558) ให้กับผู้ใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน โดยไม่สนใจในความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคล ไม่ว่าจะเป็นเชื้อชาติ เพศ อายุ สถานภาพทางสังคมต่าง ๆ ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของหลายท่าน เช่น งานวิจัยของ Hassan et. al. (2019) ที่ศึกษา Mediating effect of corporate image and students' satisfaction on the relationship between service quality and students' loyalty in TVET HLLs พบว่า คุณภาพการบริการ และภาพลักษณ์ มีความสัมพันธ์ และมีผลกระทบโดยตรงต่อและความภักดีของนักศึกษา ไม่ต่างกัน และงานวิจัยของ อริยาภรณ์ ตั้งศรีธนาวงศ์ (2558) ที่ศึกษา การรับรู้คุณภาพการบริการทำอากาศยานดอนเมือง ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวนานาชาติที่มีเพศ อายุและถิ่นพำนักที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการทำอากาศยานดอนเมืองไม่แตกต่างกัน

2.3 ผลจากการเปรียบเทียบด้านสถานภาพการสมรส พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย 1.4 ที่ตั้งไว้ สามารถอธิบายได้ว่า สถานภาพสมรสเป็นคุณลักษณะทางประชากรที่สำคัญที่เกี่ยวกับเรื่องทางเศรษฐกิจ สังคม กฎหมาย ถึงแม้ว่าสถานภาพสมรส มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคล คนโสดจะมีอิสระทางความคิดมากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว การตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ จะใช้เวลาน้อยกว่าคนที่แต่งงานแล้ว เนื่องจากไม่มีภาระผูกพันหรือมีคนที่ต้องอยู่ในความรับผิดชอบมากเท่ากับคนที่แต่งงานแล้ว (ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์, 2561) แต่การแสดงความคิดเห็นนั้นเป็นการแสดงออกด้านความรู้สึกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เป็นความรู้สึกเชื่อถือที่ไม่อยู่บนความแน่นอนหรือพื้นฐานความจริงแต่ขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจบุคคลในขณะนั้นที่จะแสดงออกโดยมีข้ออ้างหรือเหตุผล

มาสนับสนุนหรือปกป้องความคิดนั้น ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับคุณสมบัติประจำตัวของแต่ละบุคคล เช่น ทัศนคติ ความรู้ ประสบการณ์ในการทำงาน สภาพแวดล้อม ฯลฯ และมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ แต่อย่างไรก็ตามเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว ปลอดภัย ที่เป็นมาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จึงได้มีการนำนวัตกรรม การบริการ (Service Innovation) มาใช้ดำเนินการปรับปรุง และพัฒนาการบริการต่าง ๆ (จิตตพัฒน์ พรหมพงษ์, 2558) ให้กับผู้ใช้บริการอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน โดยไม่สนใจในความแตกต่างของ ปัจจัยส่วนบุคคล ไม่ว่าจะเป็นเชื้อชาติ เพศ อายุ สถานภาพต่าง ๆ ใน ทางสังคม ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของหลายท่าน เช่น งานวิจัยของ Al-Refaie, et al. (2014) ที่ศึกษา Examining factors that affect passenger's overall satisfaction and loyalty: Evidence from Jordan Airport พบว่า ปัจจัยบุคคลที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีโดยรวม ของผู้โดยสาร โดยรวมไม่ต่างกัน และงานวิจัยของ ชลธิชา ศรีบำรุง (2559) ที่ศึกษา คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้รับบริการที่มี ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้ต่อเดือน วันที่มาติดต่อขอรับบริการ และช่วงเวลา มาติดต่อรับบริการต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน

2.4 ผลจากการเปรียบเทียบด้านระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มี ระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย 1.3 ที่ตั้งไว้ สามารถอธิบาย ได้ว่า ระดับการศึกษา (Education) เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพล ต่อผู้รับสาร การที่คนได้รับการศึกษาที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกันระบบการศึกษาที่แตกต่างกันย่อมมีความรู้สึกรู้จัก อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน เพราะการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญ ที่ทำให้ความคิด ค่านิยม ทักษะ อุดมการณ์ คุณธรรม การตัดสินใจ และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ออกไป ดังนั้นการศึกษาจึงเป็น ตัวกำหนดในกระบวนการเลือกสรรของผู้รับ (กิตติมา สุรสนธิ, 2541) แต่อย่างไรก็ตามเพื่อให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว ปลอดภัย ที่เป็นมาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จึงได้มีการนำ นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) มาใช้ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาการบริการต่าง ๆ (จิตตพัฒน์ พรหมพงษ์, 2558) โดยไม่สนใจในความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคล ไม่ว่าจะเป็น เชื้อชาติ เพศ อายุ สถานภาพทางสังคมต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้บริการอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ดังนั้น จึงเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรม การให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของหลายท่าน

เช่น งานวิจัยของ Ling & Chao (2019) ที่ศึกษา THE QUALITY OF SERVICE AT COMMUNITY HEALTH CENTERS IN TAIWAN พบว่า ตัวแปรทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า เช่น กลุ่มอายุที่สูงกว่า ระดับการศึกษาต่ำ และคนที่ไม่มียานพาหนะ มีความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับต่ำกว่า ไม่ต่างกัน และงานวิจัยของ สุก โชค อรทัย (2558) ที่ศึกษา ความพึงพอใจในการใช้บริการรับชำระเงินตามใบแจ้งหนี้ (Bill Payment) ณ เคาน์เตอร์เซอร์วิสของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และช่วงรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรับชำระเงินตามใบแจ้งหนี้ (Bill Payment) ณ เคาน์เตอร์เซอร์วิสของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

2.5 ผลจากการเปรียบเทียบด้านรายได้ต่อเดือนในปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มีรายได้ต่อเดือนในปัจจุบันต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย 1.4 ที่ตั้งไว้ สามารถอธิบายได้ว่า รายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อบุคคล ที่ทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกพอใจในงานรวมทั้งเป็นแรงจูงใจในการทำงาน นอกจากนั้นยังมีผลกับคุณภาพชีวิต โดยพนักงานที่มีรายได้สูงจะมีคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าพนักงานที่รายได้ต่ำ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการในการดำรงชีวิตได้มากกว่าก็ตาม แต่การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยใด เพียงอย่างเดียว แต่ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ อีกหลายประการ เพราะการแสดงความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึกหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง อาจเกิดจากการประเมินผลสิ่งนั้นหรือเหตุการณ์สภาพแวดล้อมในขณะนั้นเป็นพื้นฐานการแสดงความคิดเห็น (รัตนา แสงมงคล, 2560) อีกทั้งท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้มีการนำนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) มาใช้ดำเนินการปรับปรุง และพัฒนาการบริการต่าง ๆ (จิตพัฒน์ พรหมพงษ์, 2558) ให้กับผู้ใช้บริการโดยไม่สนใจในความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคล ไม่ว่าจะเป็นเชื้อชาติ เพศ อายุ สถานภาพทางสังคมต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการอย่างเสมอภาค และเท่าเทียมกันทุกคน ดังนั้นจึงเป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่อเดือนในปัจจุบันต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของหลายท่าน เช่น งานวิจัยของ เฉลิมพล กิจรุ่งเรือง (2552) ที่ศึกษา ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อการบริการ ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ กรุงเทพฯ พบว่า ผู้โดยสารที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการบริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ กรุงเทพฯ ในภาพรวมและพิจารณาเป็นรายด้าน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และงานวิจัยของ วรธนะ พูนทองชัย (2556) ที่ศึกษา การรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของ

ผู้โดยสารขาออก พบว่า ผู้โดยสารที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการรับรู้คุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ไม่แตกต่างกัน

3. อภิปรายผลการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่ออันวัตกรรมการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ผลจากการศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ ที่มีต่ออันวัตกรรมการให้บริการ นักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ Multiple Regression แบบ Enter พบว่า คุณภาพการให้บริการ (TOQ) ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ (TQ1) ด้านความน่าเชื่อถือ (TQ2) ด้านการตอบสนองลูกค้า (TQ3) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (TQ4) ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (TQ5) มีอิทธิพลต่ออันวัตกรรมการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในภาพรวม (TOI) อยู่ในระดับสูง มีค่าเท่ากับ 0.738 หรือร้อยละ 54.40 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ สามารถอธิบายได้ว่า การบริการเป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่อง หลายธุรกิจพยายามสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขันโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การสร้างนวัตกรรม การบริการอาจทำได้โดยการบริการแนวคิดใหม่ (New Service Concept) การพัฒนากระบวนการให้บริการใหม่ (New service process) และการสร้างโมเดลธุรกิจบริการใหม่ (New service business model) อีกทั้งท่าอากาศยานสุวรรณภูมิซึ่งเป็นท่าอากาศยานหลักของประเทศไทย ได้มีการทำการตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางธุรกิจการบินและอุตสาหกรรมขนส่งทางอากาศ (วิมารัตน์ ภูวพัฒนชัยกิจ, 2559) และเพื่อให้ผู้โดยสารได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว และด้านการบริการที่มีคุณภาพ จึงได้มีการนำนวัตกรรมการบริการ (Service Innovation) มาใช้ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาการบริการต่าง ๆ (จิตตพัฒน์ พรหมพงษ์, 2558) ให้เป็นมาตรฐานสากล ให้กับผู้ให้บริการอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน เพื่อให้ผู้ให้บริการได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็วปลอดภัย เป็นที่ยอมรับและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับ Matloob Hasan (2019) ที่สรุปไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นพฤติกรรม กิจกรรม การกระทำที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น” หรือ “บริการที่ได้รับการทำงานและจะส่งมอบผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้น ๆ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างเต็มที่ โดยการปรับปรุงและเพิ่มผลกำไรให้กับธุรกิจจากกระบวนการที่ถูกโอนย้ายไปยังลูกค้า ซึ่งความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลต่อการปรับปรุงกระบวนการ (นฤดี จิยะวรรณท์ และภูมิพร ธรรมสถิตเดช, 2555) ดังนั้นคุณภาพการให้บริการ จึงมีอิทธิพลต่ออันวัตกรรมการให้บริการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของหลายท่าน เช่น งานวิจัยของ TOSUNOĞLU, CENGİZ & DÖNMEZ (2019) ที่ศึกษา The Effect Of Service Quality Received From Members

Of Accounting Profession On Consumer Satisfaction: Sampling Of Gumushane พบว่า คุณภาพของการบริการ ที่ได้รับจากนักบัญชีมืออาชีพส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า งานวิจัยของ Ling & Chao (2019) ที่ศึกษา THE QUALITY OF SERVICE AT COMMUNITY HEALTH CENTERS IN TAIWAN พบว่า คุณภาพการบริการมีผลกระทบกับความพึงพอใจของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ งานวิจัยของ สุภัตตรา คงชม (2558) ที่ศึกษา นวัตกรรมของเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ผู้ให้บริการสัญญาณ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร พบว่า นวัตกรรมของเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผู้ให้บริการสัญญาณ โทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการ ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และงานวิจัยของ วิวัฒน์ ภูวพัฒน์ชัยกิจ (2559) ที่ศึกษา คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย พบว่า คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในภาพรวมส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. อภิปรายผลการค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายนวัตกรรมการให้บริการนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดี โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ Multiple Regression แบบ Stepwise พบว่า คุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ตัว ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจ แก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า มีระดับความสามารถในการพยากรณ์เท่ากับ 0.738 คิดเป็นร้อยละ 54.40 มีตัวพยากรณ์ที่ดีจำนวน 3 ตัว ประกอบด้วย ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ตามลำดับ โดยมีระดับความสามารถในการพยากรณ์ เท่ากับ 0.734 คิดเป็นร้อยละ 53.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตาม สมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การจัดการนวัตกรรมการให้บริการให้ประสบความสำเร็จจะต้องคำนึงถึง ปัจจัย 4 ประการ คือ (1) การให้บริการสินค้าสอดคล้องกับการดำรงชีวิตของลูกค้า (2) การสร้างสรรค์นวัตกรรม (3) การ ให้บริการหรือคุณภาพการบริการที่เหมาะสมกับธุรกิจบริการ และ (4) การมีส่วนร่วมหรือการยอมรับความคิดเห็นของลูกค้า (มาโค โตะ ยูซุอิ, 2555) การให้บริการอย่างเป็นรูปธรรม เข้าใจ รู้จักลูกค้า และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีคุณภาพโดยการนำนวัตกรรมการให้บริการมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมจะส่งผลต่อประสิทธิภาพได้อย่างเป็นรูปธรรม เพราะการเลือกนวัตกรรมที่จะนำมาใช้ต้องอยู่บนพื้นฐานความเป็นไปได้ในการนำมาประยุกต์ใช้ โดยจะต้อง มีวิธีการปฏิบัติที่ไม่ยากจนเกินไป และควรพิจารณาให้สอดคล้องกับ

สถานะของกิจการ ทั้งในแง่ของความพร้อมทางด้านเงินทุน บุคลากร และเป้าหมายของธุรกิจที่วางไว้ในอนาคตด้วย (ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2559)

จากผลการค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีดังกล่าวมาแล้วข้างต้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับทำอากาศยาน สุวรรณภูมิ ไม่จำเป็นที่จะต้องเน้นหรือพัฒนาคุณภาพการให้บริการครบทุกตัว แต่ควรเน้นและพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่เป็นตัวพยากรณ์ที่ดีทั้ง 3 ตัวดังกล่าว ประกอบด้วย ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ก็จะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือประสบความสำเร็จได้เช่นกัน กล่าวคือ หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับทำอากาศยานสุวรรณภูมิ สามารถตอบสนองความต้องการผู้ใช้บริการด้วย ให้ได้รับความสะดวกสบาย รวดเร็ว และด้านการบริการที่มีคุณภาพ ด้วยการนำนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) มาใช้ดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาการบริการต่าง ๆ (จิตต์พัฒน์ พรหมพงษ์, 2558) ให้เป็นมาตรฐานสากล เป็นที่ยอมรับ และสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ก็จะสามารถ บรรลุวัตถุประสงค์หรือประสบความสำเร็จ และส่งผลต่อกำไรจากการประกอบธุรกิจได้เช่นกัน ผลดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของหลายท่าน เช่น งานวิจัยของ Cheng (2014) งานวิจัยของ Ha & Janda (2014) และงานวิจัยของ Hassan et. al. (2019) ที่พบว่าสามารถค้นหาตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนาย ผลของตัวแปรเกณฑ์ได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และงานวิจัยของ สุภัทรา สงครามศรี (2562) ที่ศึกษา ปัจจัยทางการบริหารจัดการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานสอบสวนสถานี ตำรวจนครบาล กองบัญชาการตำรวจนครบาล สำนักงานตำรวจแห่งชาติ พบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในภาพรวม มีตัวพยากรณ์ที่ดี 4 ตัว ประกอบด้วย ด้านการวางแผน ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการรายงาน และด้านการจัดทำงบประมาณ ซึ่งตัวพยากรณ์ที่ดี 4 ตัว ร่วมกันส่งผลต่อประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเท่ากับ 0.646 หรือร้อยละ 41.80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05

5.3 ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อนวัตกรรมการให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ครั้งนี้ ผู้วิจัยพบข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงและพัฒนาในแต่ละด้านดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

คุณภาพการให้บริการ ควรดำเนินการพัฒนา และปรับปรุงแต่ละด้านดังต่อไปนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ควรดำเนินการพัฒนา และปรับปรุงในเรื่องของ (1) ที่นั่งภายในท่าอากาศยานให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น (2) ป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น (3) จำนวนพนักงานที่ให้บริการภายในท่าอากาศยาน

ด้านความน่าเชื่อถือ ควรดำเนินการพัฒนา และปรับปรุงในเรื่องของ (1) จำนวนของเครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารภายในท่าอากาศยาน (2) ความถูกต้องของบัตรโดยสารที่จำหน่ายโดยเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติ (3) ความรู้ ความสามารถ และความรอบคอบน่าเชื่อถือ ของพนักงานประจำเกาน์เตอร์

ด้านการตอบสนองลูกค้า ควรดำเนินการพัฒนา และปรับปรุงในเรื่องของ (1) ความสามารถในการตอบสนองต่อสิ่งที่ผู้ใช้บริการร้องขอ ได้อย่างรวดเร็ว (2) ความรวดเร็วของเครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารภายในท่าอากาศยาน (3) ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานท่าอากาศยาน

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า ควรดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของ (1) การเพิ่มช่องทางในการรับเรื่องร้องเรียนหรือให้คำแนะนำการบริการ (2) ระบบการจัดการความปลอดภัยภายในท่าอากาศยาน (3) ความเอาใจใส่การให้บริการของพนักงานท่าอากาศยาน

ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ควรดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของ (1) ความรวดเร็วของการให้ความช่วยเหลือผู้โดยสารเป็นรายบุคคล (2) การให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้โดยสาร (3) ความรวดเร็วของกระบวนการให้บริการของพนักงานท่าอากาศยาน

นวัตกรรมการให้บริการ ควรดำเนินการพัฒนา และปรับปรุงแต่ละด้านดังต่อไปนี้

ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ควรดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของ (1) การให้บริการอย่างเสมอภาคและยุติธรรม (2) การได้รับบริการอย่างเท่าเทียมกันด้วยความรวดเร็ว (3) ขั้นตอนการการให้บริการของพนักงานในท่าอากาศยานตามลำดับก่อน-หลัง

ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ควรดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของ (1) ความตรงต่อเวลาของการให้บริการ (2) ความหลากหลายของจำนวนเที่ยวบินที่เปิดให้บริการ (3) ความ สะดวกสบาย ความรวดเร็วของการใช้เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสาร

ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ควรดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของ (1) จำนวนของพนักงานที่ให้บริการภายในท่าอากาศยาน (2) ความรวดเร็ว สะดวกสบายของบริการที่ได้รับ (3) ความชัดเจนของป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ

ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ควรดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของ (1) ความหลากหลายและจำนวนของเส้นทางการบินที่มี (2) การเพิ่มจำนวนเที่ยวบินของแต่ละเส้นทาง (3) การให้บริการเมื่อแวะเปลี่ยนเครื่อง/เที่ยวบิน

ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ควรดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของ (1) การปรับปรุงการให้บริการต่าง ๆ ให้สะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น (2) การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการ (3) จำนวนของที่นั่งรอเวลาขึ้นเครื่องภายในท่าอากาศยาน

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลจากการวิจัย อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่ออัตราการให้บริการ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า คุณภาพการให้บริการ มีอิทธิพลต่ออัตราการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในระดับสูง ผู้บริหารควรกำหนดนโยบายในแต่ละด้านดังนี้

นวัตกรรมการให้บริการในภาพรวม ควรกำหนดนโยบายการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยทั้ง 5 ดังกล่าว โดยเน้นในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

นวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ควรกำหนดนโยบายการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยทั้ง 5 ดังกล่าว โดยเน้นในด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

นวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างทันเวลา ควรกำหนดนโยบายการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยทั้ง 5 ดังกล่าว โดยเน้นในด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

นวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ควรกำหนดนโยบายการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยทั้ง 5 ดังกล่าว โดยเน้นในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

นวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ควรกำหนดนโยบายการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยทั้ง 5 ดังกล่าว โดยเน้นในด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

นวัตกรรมการให้บริการด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ควรกำหนดนโยบายการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยทั้ง 5 ดังกล่าว โดยเน้นในด้านความน่าเชื่อถือ ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรศึกษา อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่ออัตราการให้บริการของนักท่องเที่ยวทุกคน ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

3.2 ควรศึกษา ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่ออัตราการให้บริการของนักท่องเที่ยวทุกคน ที่มาใช้บริการในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เช่น ภาวะผู้นำของผู้บริหาร วัฒนธรรมองค์กร สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

3.3 ควรศึกษา อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่ออัตราการให้บริการของหน่วยงานอื่น ๆ เช่น กลุ่มธนาคารพาณิชย์ ห้างสรรพสินค้า หรือโรงพยาบาลเอกชน เป็นต้น

3.4 การวิจัยครั้งต่อไป อาจใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากยิ่งขึ้น

3.5 การวิจัยครั้งต่อไป อาจใช้เทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) เพราะเป็นงานวิจัยที่สื่อถึงแนวคิด การวางแผน การสำรวจและกำหนดนโยบาย แนวทางการดำเนินงาน วิธีการต่าง ๆ ที่ใช้สำรวจ เป็นการศึกษาในแนวโน้มเหตุการณ์อนาคตที่มีความเป็นไปได้ เป็นคาดการณ์หรืออย่างใดอย่างหนึ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยอิงพื้นฐานข้อมูลและข้อค้นพบ จากอดีตถึงปัจจุบัน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรณีการ์ เหมือนประเสริฐ. 2548. **ทัศนคติของพนักงานที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม การปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร บริษัท คูเวตปี โตรเลียม (ประเทศไทย) จำกัด.** สารนิพนธ์การศึกษา มหบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2554. **แผนพัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2555-2559.** กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- กิติมา สุรสนธิ. 2541. **ความรู้ทางการสื่อสาร.** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จรัสวรรณ เทียนประภาส และพัชรี ต้นศิริ. 2542. **การพยาบาลผู้สูงอายุ.** กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองธรรม.
- จิตตพัฒน์ พรหมพงษ์. 2558. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ.** การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย. 2557. **ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ: โอกาสใหม่ไทยเติบโตรับAEC.** หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ
- จันทนา ประสงค์กิจ. 2552. **คุณภาพการบริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาย่อยแหลมฉบัง อำเภอสัตหิรา จังหวัดชลบุรี.** ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์ มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เฉลิมพล กิจรุ่งเรือง. 2552. **ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยต่อการบริการ ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ กรุงเทพฯ.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การตลาด) มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
- ฉวีวรรณ สัตยธรรม, แพ จันทร์สุข และ สุกรณ์ใจ เจริญสุข 2557, **การพยาบาลจิตเวชและสุขภาพจิต (ฉบับปรับปรุง) เล่มที่ 1 (หน้า 154-158).** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: ธนาพรส.
- ชลธิชา ศรีบำรุง. (2559). **คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี.** วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชัยพล ทรงสุนทรวงค์. 2559. **นวัตกรรมการบริการ : กลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์การธุรกิจบริการ. วารสารการจัดการสมัยใหม่ ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 หน้า: 13-24**
ปีพ.ศ. 2559

ดวงดาว โยชิตะ, ซวลีย์ ณ ถลาง, สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ และสหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล 2561.

ความคาดหวังและความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว
ผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี ปีที่ 12 ฉบับพิเศษ เดือนตุลาคม
2561

ธีระภัทร เอกผาชัยสวัสดิ์. 2561. ประชากรศึกษา. สืบค้นจาก

<http://computer.pcru.ac.th/emoodledata/19/>

ธีรยุทธ ปัตตาเทสง. 2552. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการรับฝากไปรษณีย์ด่วนพิเศษ
กรณีศึกษาที่ทำการไปรษณีย์นครราชสีมา. สาระนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

นฤดี จิยะวรรณ นท์ และภูมิพร ธรรมสถิตเดช. 2555. การศึกษาธุรกิจบริการนิตยสารจัดชุดให้เช่า
แบบและสิ่งของที่ในมุมมองของนักกรรมการบริการ. วิทยานิพนธ์หลักสูตรวิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เบญจภา แจ็งเวชฉาย. 2559. คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า
BTS ในกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ประนอม โอทกานนท์และจิราพร เกศพิชญพัฒนา. 2547. ความต้องการการพยาบาลของผู้สูงอายุใน
ชมรมและสถานสงเคราะห์ผู้สูงอายุ. กรุงเทพมหานคร: ทุนวิจัยงบประมาณแผ่นดิน

ปรารณา ศิริเบญจรัต. 2553. รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่เป็นข้าราชการบำนาญ ในเขต
เทศบาล จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการ
ประกอบการ) มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปิยกนิษฐ์ โชติวนิช, สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ และบัณฑิต ผังนรินทร์. 2557. การสร้างความภักดีต่อ
การใช้บริการของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). วารสารมจร.วิชาการ, 17 (34),
93-109

ปิยะนุช เลิศศิริ. 2554. การประเมินประสิทธิภาพการให้บริการ : กรณีศึกษา ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ.
วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชม
งคลธัญบุรี

พงศ์เสวก อเนกจางค์พร. 2558 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการ
ท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

- พรรณเพ็ญ พลาศัย. 2561. การจัดการคุณภาพ สำหรับการนำเทคโนโลยี และนวัตกรรมไปใช้
 ประโยชน์ในชุมชน. **Princess of Naradhiwas University Journal**, 10 (3), 143-151.
- ภาคิน นิธิโชติการ, ศักดิ์สินี กลิ่นนสุนทร และปฏิมา ประโยชน์อุดมกิจ. 2560. ความพึงพอใจของ
 ผู้สูงอายุต่อการให้บริการของโรงพยาบาลบ้านแพ้ว(องค์การมหาชน). **Joint Conference
 on ACTIS & NCOBA, 25th January 2017, Bangkok, Thailand**
- มาโคโตะ ยูซุอิ. 2555. นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) เบื้องหลังความสำเร็จของ
 เซเว่น อีเลฟเว่น เจแปน และธุรกิจบริการยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 2. (ชไมพร สุธรรมวงศ์
 และบัณฑิต โรจน์อารยานนท์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: สมาคม ส่งเสริมเทคโนโลยี
 (ไทย-ญี่ปุ่น)
- เมธาวัช ชาติไทย และอศวิณ แสงพิกุล. 2561. ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความ
 พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในการใช้บริการของสายการบินตะวันออกกลาง.
**การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 3
 “นวัตกรรมที่พลิกโฉมสังคมโลก”**. หน้า 40-54
- เยาวลักษณ์ การะเกษ. 2559. ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อการให้บริการจ่ายเบี้ยยังชีพขององค์การ
 บริหารส่วนตำบลหนองหมื่นถ่าน อำเภออาจสามารถ จังหวัดร้อยเอ็ด. **วารสาร
 มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตร้อยเอ็ด ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 ประจำเดือน
 กรกฎาคม-ธันวาคม 2559**
- ยุทธ ไกยวรรณ. 2546. สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- โยธิน แยมจันทึก. 2549. ภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุในสถานสงเคราะห์คนชรา บ้านทักษิณ จังหวัด
 ยะลา. ปัญหาพิเศษทางสาธารณสุขปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต, สาขา สาธารณสุขชุมชน
 วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดยะลา.
- ราชนทรันพณัฐวงศกร. 2561. ความพึงพอใจของผู้สูงอายุต่อการให้บริการจ่ายเบี้ยยังชีพของ
 องค์การบริหารส่วนตำบล บางพูด อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี. **การประชุมมหาดใหญ่
 วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 9** วันที่ 20 – 21 กรกฎาคม พ.ศ. 2561
 มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2556. **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542**. กรุงเทพมหานคร:
 นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.
- ระบบสถิติทางการทะเบียน. (2562). **จำนวนประชากร**. สืบค้นจาก
http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php

- รัตนา แสงมงคล. 2560. บรรยากาศองค์กรที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน
 วิชาการอาคารสงเคราะห์ เขตสาขาภาคใต้และภาคตะวันตก ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์
 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด
- ลัดดา ศรีอัมพรเอกกุล. 2561. การท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. วารสารมนุษยศาสตร์
 และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 (กุมภาพันธ์ – พฤษภาคม 2561)
- วรรณนะ พูนทองชัย. 2556. การรับรู้คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ
 ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของผู้โดยสารขาออก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต,
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- วิณารัตน์ ภูวพัฒน์ชัยกิจ. 2559. คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่ส่งผลต่อ
 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ศิริรัตน์ สะหุณิล. 2556. ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต,
 มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ศุภโชค อรทัย. 2558. ความพึงพอใจในการใช้บริการรับชำระเงินตามใบแจ้งหนี้ (Bill Payment) ณ
 แคนเตอร์เซอร์วิสของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ
 มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริรัตน์ สะหุณิล. 2556. ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส. วิทยานิพนธ์ปริญญา
 บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ บริษัท ซีระฟิล์ม และ
 ไซเท็ก จำกัด
- สมยศ วัฒนากมลชัย และเขาวลัักษณ์ ยี่มอ่อน. 2553. นักท่องเที่ยวสูงอายุ : กลุ่มเป้าหมายที่มี
 ศักยภาพสำหรับการท่องเที่ยว. *Panyapiwat Journal*, 2(1), 95-103.
- สุภัทรา สงครามศรี 2562. ปัจจัยทางการบริหารจัดการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานที่
 ของพนักงานสอบสวน สถานีตำรวจนครบาล กองบัญชาการตำรวจนครบาล สำนักงาน
 ตำรวจแห่งชาติ. การนำเสนองานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 14 วันที่ 27-28 เมษายน 2562
 มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น วิทยาเขตวัชรพล
- สุภัทสรสา คงชม. 2558. นวัตกรรมของเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ
 เลือกใช้ ผู้ให้บริการสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร.
 การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

- เสนอ อินทรสุขศรี. 2547. ผู้สูงวัย (พิมพ์ครั้งที่4). นนทบุรี: พิมพ์ทอง.
- อดิษฐ์ กรุฑเดชะ. 2552. คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขานิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง (เขตประกอบการเสรี 2) จังหวัดชลบุรี. ปัญหาพิเศษ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Al-Refai, A., Bata, N., Eteiw, D., & Jalham, I. 2014. Examining factors that affect passenger's overall satisfaction and loyalty: Evidence from Jordan Airport. **Jordan Journal of Mechanical and Industrial Engineering**, 8(2), 94–101.
- Alshammari, S. A., Alhassan, A. M., Aldawsari, M. A., Bazuhair, F. O., Alotaibi, F. K., Aldakhil, A. A., & Abdulfattah, F. W. 2018. Falls among elderly and its relation with their health problems and surrounding environmental factors in Riyadh. **Journal of family & community medicine**, 25(1), 29.
- Ananth, M., DeMicco, F. J., Moreo, P. J., & Howey, R. M. 1992. **Marketplace lodging needs Of mature travelers**. The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 33(4), 12-24.
- Arora, P., & Narula, S. 2018. Linkages Between Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: A Literature Review. **IUP Journal of Marketing Management**, 17(4), 30.
- Bane, S. D. 2019. Rural minority populations. **Diversity: New Approaches to Ethnic Minority Aging**.
- Cheng, Y.-M. (2014). Exploring the intention to use mobile learning: the moderating role of personal innovativeness. **Journal of Systems and Information Technology**, 16(1), 40-61.
- Clark, S., Birkin, M., Heppenstall, A., & Rees, P. 2017. Using 2011 Census data to estimate future elderly health care demand. **The Routledge Handbook of Census Resources, Methods and Applications: Unlocking the UK 2011 Census**.
- Cochran, W. G. 2007. **Sampling techniques**. NY: John Wiley & Sons
- Ha, H.-Y., & Janda, S. (2014). The effect of customized information on online purchase intentions. **Internet Research**, 24(4), 496-519.

- Hanif, M. I., & Asgher, M. U. (2018). Service innovation and service innovation performance: A study of banking services. **Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)**, *12(2)*, 670-694.
- Hasan, M., Khan, M. N., & Farooqi, R. 2019. Service Quality Measurement Models: comparative analysis and application in airlines industry. **Global Journal of Enterprise Information System**, *11(2)*, 29-41.
- Hansson, L., & Marin, M. (2017). The adjustment of the elderly to socio-economic change in rural Estonia. **In Mapping the Rural Problem in the Baltic Countryside** (pp. 249-267). Routledge.
- Hassan, S., Shamsudin, M. F., Hasim, M. A., Mustapha, I., Jaafar, J., Adruthdin, K. F., & Ahmad, R. 2019. Mediating effect of corporate image and students' satisfaction on the relationship between service quality and students' loyalty in TVET HLIs. **Asian Academy of Management Journal**, *24*, 93-105.
- Hochschild, A. R. 1975. Disengagement theory: A critique and proposal. **American Sociological Review**, 553-569.
- Hussein, S., & Ismail, M. 2017. Ageing and elderly care in the Arab region: policy challenges and opportunities. **Ageing international**, *42(3)*, 274-289.
- Kankam-Kwarteng, C., Donkor, J., & Acheampong, S. 2019. Measuring Performance of SMEs Service Firms: Customer Orientation and Service Innovation Approach. **Journal of Management Research (09725814)**, *19(2)*.
- Ling, H. C., & Chao, C. 2019. THE QUALITY OF SERVICE AT COMMUNITY HEALTH CENTERS IN TAIWAN. **International Journal of Organizational Innovation**, *12(1)*.
- Manager Online. 2561. ตลาดการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ. สืบค้นจาก <https://mgronline.com/iBizChannel/detail/9600000001108>
- Millet, J.D. 2012. **Management in the public service: The quest for effective performance**. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Mitchell, D. J. 2016. **Pensions, Politics and the Elderly: Historic Social Movements and Their Lessons for Our Aging Society**. Routledge.

- Mu, Y., Bossink, B., & Vinig, T. 2018. Employee involvement in ideation and healthcare service innovation quality. **The Service Industries Journal**, 38(1-2), 67-86.
- Oliver, P. E. 1993. Formal models of collective action. **Annual Review of Sociology**, 19, 271-300
- Parasuraman A., Zeithaml, V.A.; & Berry, L.L. 1985. E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service quality. **Journal of Service Research**. 7(3): 213-234.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. 2013. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. **Journal of Marketing** , 49 , 41 - 50
- Rajapathirana, R. J., & Hui, Y. 2018. Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance. **Journal of Innovation & Knowledge**, 3(1), 44-55.
- Rose, L. 2018. **Healthcare for the Elderly** (Doctoral dissertation, UC Santa Cruz).
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. 2015. **Consumer Behavior**. New York City: Pearson Education Limited.
- Soysal, P., Stubbs, B., Lucato, P., Luchini, C., Solmi, M., Peluso, R., ... & Maggio, M. 2016. Inflammation and frailty in the elderly: a systematic review and meta-analysis. **Ageing research reviews**, 31, 1-8.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. 2007. **Using multivariate statistics**. 18th ed. Boston, Pearson/Allyn & Bacon.
- Tomioka, K., Kurumatani, N., & Hosoi, H. 2017. Association between social participation and 3-year change in instrumental activities of daily living in community-dwelling elderly adults. **Journal of the American Geriatrics Society**, 65(1), 107-113.
- TOSUNOĞLU, B., CENGİZ, S., & DÖNMEZ, G. 2019. The Effect Of Service Quality Received From Members Of Accounting Profession On Consumer Satisfaction: Sampling Of Gumushane. **Muhasebe ve Finansman Dergisi**, (2019).
- United Nation. 1995. Quality of life in the ESCAP region. New York: Author
- Yamane, T. 1973. **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd Edition, Harper and Row, New York.
- Wildenbos, G. A., Peute, L., & Jaspers, M. 2018. Aging barriers influencing mobile health usability for older adults: A literature based framework (MOLD-US). **International journal of medical informatics**, 114, 66-75.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่ออัตราการให้บริการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
ที่มาใช้บริการในสนามบิณสูวรรณภูมิ

คำชี้แจง :

1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่ออัตราการให้บริการของนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ ที่มาใช้บริการในสนามบิณสูวรรณภูมิ
2. การตอบแบบสอบถามครั้งนี้จะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อตัวท่าน ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้เพื่อการวิจัยทางการศึกษา และนำเสนอในภาพรวม เท่านั้น
3. แบบสอบถามมี 4 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ จำนวน 17 ข้อ
 - ตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับอัตราการให้บริการ จำนวน 15 ข้อ
4. ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่าน ช่วยพิจารณาตอบตามความรู้สึกที่เป็นจริงมากที่สุด ให้ครบทุกตอนและทุกข้อ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ และนำไปใช้ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนกร ธรรมคำวานิช

แบบสอบถาม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง แบบสอบถามตอนที่ 1 แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่จัดไว้ให้

1. เพศ

1. () ชาย

2. () หญิง

2. อายุ

1. () 60 – 65 ปี

2. () 66 - 70 ปี

3. () 71-75 ปี

4. () 76-80 ปี

5. () 80 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพการสมรส

1. () โสด

2. () สมรส

3. () หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

1. () ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. () ปริญญาตรี

3. () สูงกว่าปริญญาตรี

4. () อื่น ๆ (ระบุ.....)

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. () ต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน

2. () 10,000 - 15,000 บาท/เดือน

3. () 15,001 - 20,000 บาท/เดือน

4. () มากกว่า 20,001 บาท/เดือน

ส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปว่ามีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการให้บริการ ท่านคิดว่าสถานภาพทั่วไปว่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในนวัตกรรมการให้บริการมาก หรือน้อยเพียงใด โปรดระบุระดับคะแนนที่ตรงหรือใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด โดยกำหนดให้ (5) มากที่สุด (4) มาก (3) ปานกลาง (2) น้อย และ (1) น้อยที่สุด

สถานภาพส่วนบุคคล	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. เพศมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจนวัตกรรมการให้บริการ					
2. อายุมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจนวัตกรรมการให้บริการ					
3. สถานภาพสมรสมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจนวัตกรรมการให้บริการ					
4. ระดับการศึกษาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจนวัตกรรมการให้บริการ					
5. รายได้/เดือน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจนวัตกรรมการให้บริการ					

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

คำถามต่อไปนี้เกี่ยวกับ “คุณภาพการให้บริการ” โปรดระบุระดับคะแนนที่ตรงกับความเป็นจริง โดยกำหนดให้ (5) มากที่สุด (4) มาก (3) ปานกลาง (2) น้อย และ (1) น้อยที่สุด

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ					
1. อุณหภูมิภายในสนามบิน มีความเหมาะสม					
2. ที่นั่งภายในสนามบินมีความสะดวกสบาย					
3. ภายในสนามบินมีป้ายบอกรายละเอียดที่ชัดเจน					
4. พนักงานที่ให้บริการภายในสนามบิน มีความสุภาพต่อผู้โดยสาร					

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านความน่าเชื่อถือ					
5. การให้บริการของสนามบินได้รับความเชื่อถือมาอย่างยาวนาน					
6. เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารภายในสนามบิน สามารถออกบัตรได้อย่างถูกต้อง					
7. พนักงานประจำเคาเตอร์ของแต่ละสายการบินมีความรอบคอบและเชื่อถือได้					
8. เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารภายในสนามบิน มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการในแต่ละสถานี					
ด้านการตอบสนองลูกค้า					
9. เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารภายในสนามบิน สามารถตอบสนองการใช้บริการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว					
10. พนักงานของสนามบิน ให้บริการท่านด้วยความเต็มใจ					
11. พนักงานของสนามบิน สามารถตอบสนองต่อสิ่งที่ท่านร้องได้ทันที					
ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า					
12. ภายในสนามบิน มีช่องทางในการร้องเรียนหรือให้คำแนะนำ การบริการหลายช่องทาง เช่น กล้องรับความคิดเห็น Call Center หรือWebsite					
13. ภายในสนามบิน มีระบบการจัดการความปลอดภัย ด้านการป้องกันการตกราง (Railway Safety)					
14. พนักงานของสนามบินมีการเอาใจใส่ลูกค้า					
ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า					
15. การให้ความช่วยเหลือเป็นพิเศษสำหรับผู้โดยสารเป็นรายบุคคล เช่น ผู้สูงอายุ เป็นต้น					
16. พนักงานของสนามบิน มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารแต่ละคน					
17. พนักงานของสนามบิน ให้บริการลูกค้าด้วยความเป็นมิตร					

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการ

คำถามต่อไปนี้เกี่ยวกับ “นวัตกรรมการให้บริการ” โปรดระบุระดับคะแนนที่ตรงกับความเป็นจริง โดยกำหนดให้ (5) มากที่สุด (4) มาก (3) ปานกลาง (2) น้อย และ (1) น้อยที่สุด

นวัตกรรมการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค					
1. ท่านคิดว่าการให้บริการของพนักงานในสนามบินตามลำดับก่อน-หลังได้อย่างถูกต้อง					
2. ท่านได้รับการบริการอย่างเท่าเทียมกันเหมือนกับคนอื่น ๆ					
3. ท่านได้รับการบริการอย่างยุติธรรม					
ด้านการให้บริการอย่างทันเวลา					
4. ท่านคิดว่าการให้บริการของสนามบินและสายการบินตรงต่อเวลา					
5. ท่านคิดว่าจำนวนเที่ยวบินที่เปิดให้บริการต่อวันเพียงพอและสามารถทำให้ท่านเดินทางถึงจุดหมายได้ทันเวลา					
6. ท่านคิดว่าการใช้เครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสารของภายในสนามบินทำให้ท่านสะดวกและรับตั๋วโดยสารได้อย่างรวดเร็ว					
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ					
7. ท่านคิดว่าจำนวนพนักงานที่ให้บริการภายในสนามบินมีจำนวนที่เพียงพอต่อการให้บริการ					
8. ท่านคิดว่าป้ายบอกรายละเอียดต่าง ๆ เช่น แผนที่ ทางออกหรือจุดขึ้น-ลงภายในสนามบิน มีความเพียงพอต่อการให้บริการ					
9. ท่านคิดว่าการใช้บริการสนามบิน และสายการบินทำให้ท่านเดินทางได้สะดวก					
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง					
10. ท่านคิดว่าทางสนามบิน ควรมีการขยายเส้นทางการบินมากขึ้น					
11. ท่านคิดว่าทางสนามบินควรมีการเพิ่มจำนวนเที่ยวบินของแต่ละเส้นทางให้มากขึ้น					

คุณภาพการให้บริการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
12. ท่านคิดว่าทางสนามบินควรมีการให้บริการพิเศษแก่ผู้สูงอายุ เมื่อแวะเปลี่ยนเที่ยวบิน เช่น ห้องรับรองเฉพาะผู้สูงอายุ					
ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า					
13. ท่านคิดว่าทางสนามบินควรมีเพิ่มจำนวนที่นั่งรอภายใน สนามบินให้มากขึ้น					
14. ท่านคิดว่าทางสนามบินควรปรับปรุงการให้บริการต่าง ๆ ให้สะดวกและใช้งานง่ายขึ้น เช่น เครื่องออกตั๋วอัตโนมัติ					
15. ท่านคิดว่าทางสนามบินควรมนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมา ประยุกต์ใช้ในการให้บริการมากขึ้นเพื่อความรวดเร็ว ของการให้บริการด้านต่างๆ					

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	นายธนกร ณรงค์วานิช
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2499
สถานที่เกิด	อำเภอคูสิต จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ในปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 1110/143 ซอย 11 ถนนฉลองกรุง แขวงลำปลาทิว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	หัวหน้าสาขาวิชาธุรกิจการบิน วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2531 น.บ. จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2552 บธ.ม. จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	นายธนกร ณรงค์วานิช
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2499
สถานที่เกิด	อำเภอคูสิต จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ในปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 1110/143 ซอย 11 ถนนฉลองกรุง แขวงลำปลาทิว เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	หัวหน้าสาขาวิชาธุรกิจการบิน วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2531 น.บ. จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2552 บธ.ม. จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง