



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 2

เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่สายการบินที่มีต่อการจัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสาร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร หลักการแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยนำเสนอตามลำดับหัวข้อต่อไปนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสาร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
 - 1.1 ประวัติและความเป็นมาของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
 - 1.2 องค์ประกอบที่สำคัญของสนามบินสุวรรณภูมิ
 - 1.3 โครงสร้างฝ่ายปฏิบัติการเขตการบิน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
 - 1.4 รูปแบบการจัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสาร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
 - 1.5 วิธีการจัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสาร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
 - 1.6 ข้อมูลสายการบินที่ทำการบินประจำและขอใช้เคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสาร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
 - 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
 - 2.3 ทฤษฎีสองปัจจัย
 - 2.4 ทฤษฎีความคาดหวัง
3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 3.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 3.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. ข้อมูลเกี่ยวกับท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

1.1 ประวัติและความเป็นมาของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

รัฐบาลทหารของจอมพลถนอม กิตติขจร ได้ซื้อที่ดินหนองน้ำ 20,000 ไร่ บริเวณหนองงูเห่า จังหวัดสมุทรปราการในปี พ.ศ. 2516 สำหรับสร้างสนามบินใหม่



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา⁹

เวลาเกือบ 30 ปีต่อมา รัฐบาลของ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ได้เห็นว่า สนามบินมีความสำคัญต่อการส่งเสริมและพัฒนาความเจริญด้านเศรษฐกิจ สังคม การท่องเที่ยว และด้านอื่นของประเทศเป็นอย่างมาก รัฐบาลจึงกำหนดให้ การก่อสร้าง ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็นวาระแห่งชาติ ซึ่งทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จะต้องร่วมกันดำเนินการแบบบูรณาการ เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมาย จึงได้เร่งการก่อสร้างตั้งแต่เดือน มกราคม พ.ศ. 2545 และรัฐบาล จึงจัดตั้ง บริษัท ท่าอากาศยานสากลกรุงเทพแห่งใหม่ จำกัด เพื่อบริหารงานโครงการก่อสร้างและพัฒนาท่าอากาศยานแห่งใหม่ และเมื่อ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ เสร็จสิ้นการก่อสร้างลง บทม.จึงต้องปิดบริษัท เพื่อโอนกิจการทั้งหมด ไปเป็น บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) โดยตรง

สนามบินได้เปิดทดลองใช้ในเช้าวันที่ 29 กรกฎาคม พ.ศ. 2549 โดยมีสายการบินภายในประเทศ 6 สายการบินร่วมทดลอง ได้แก่ การบินไทย นกแอร์ ไทยแอร์เอเชีย บางกอกแอร์เวย์ พีบีแอร์ และ โอเรียนท์ไทย โดยมีจำนวนผู้โดยสาร 4,800 คน จาก 24 เที่ยวบิน โดยพ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น ได้เดินทางจากสนามบินดอนเมืองมายังสนามบินสุวรรณภูมิ นอกจากนี้ ได้มีกิจกรรมต่างๆ ซึ่งรวมถึงการแจกประกาศนียบัตรและบัตรโดยสารที่ระลึกแก่ผู้ร่วมเที่ยวบิน การนำผู้สนใจเยี่ยมชมบริเวณสนามบินโดยมีคฤตศก้อาสาสมัครจากมหาวิทยาลัยต่างๆ ร่วมกับการทำอากาศยาน และรถโดยสาร ขสมก. ได้จัดเส้นทางพิเศษเพื่อเข้าชมสนามบินและสถานที่ท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง

นอกจากนี้รัฐบาลคาดว่าจะได้รับการรับรองจากกรมการขนส่งทางอากาศ ภายใต้มาตรฐานนานาชาติที่ออกโดย องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) และ สมาคมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) เพื่อเปิดใช้ในทางพาณิชย์อย่างเป็นทางการ ในวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2549 (เริ่มย้ายและให้บินขึ้นลงได้ตั้งแต่ 15 กันยายน) และกำหนดให้วันที่ 1 กันยายน เป็นวันแรกของการทดลองบินของสายการบินจากต่างประเทศ ในการเริ่มการบินของสายการบินภายในประเทศวันแรก ในวันที่ 15 กันยายน พ.ศ. 2549 ได้เกิดปัญหาไฟฟ้าดับในช่วง 1:00-6:10 น. ทำให้ประสบปัญหาในการเช็คอินของสายการบินในช่วงเวลานั้น

ในวันที่ 19 กันยายน พ.ศ. 2549 เกิดการรัฐประหารยึดอำนาจจากรัฐบาลรักษาการของ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร คณะรัฐประหารตัดสินใจยึดกำหนดการเปิดสนามบินอย่างเป็นทางการในวันที่ 28 ตามเดิม (กรมการขนส่งทางอากาศ. 2553 : 85)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

10

1.2 องค์ประกอบที่สำคัญของสนามบินสุวรรณภูมิ

ท่าอากาศยานนานาชาติ สุวรรณภูมิ มีพื้นที่ประมาณ 20,000 ไร่ ตั้งอยู่ที่ประมาณถนนบางนาตราดกิโลเมตรที่ 15 อยู่ในเขตตำบลราชาเทวะ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

1. ระบบทางวิ่ง ทางขับ และลานจอดอากาศยาน

ทางวิ่ง มี 2 เส้นทาง กว้างเส้นละ 60 เมตร ยาว 3,700 เมตร และ 4,000 เมตร ห่างกัน 2,200 เมตร มีทางขับขนานกับทางวิ่งทั้ง 2 เส้นทาง ให้บริการขึ้น-ลง ของอากาศยานได้พร้อมกัน และเมื่อพัฒนาจนสมบูรณ์แล้ว จะมีทางวิ่งทั้งหมด 4 เส้นทาง เป็นทางวิ่งข้างละ 2 เส้นทางขนานกัน และมีหลุมจอดอากาศยาน มีจำนวน 120 หลุมจอด (จอดประชิดอาคาร 51 หลุมจอด และจอดระยะไกลอีก 69 หลุมจอด) รวมถึงหลุมจอดอากาศยานขนาดใหญ่ไว้ด้วย จำนวน 5 หลุมจอด

2. อาคารผู้โดยสาร

อาคารผู้โดยสารเป็นอาคารเดี่ยว ช่วงกว้าง ไม่มีเสากลางอาคาร มีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 563,000 ตร.ม. มี 8 ชั้น รวมชั้นใต้ดิน มีรายละเอียดแต่ละชั้น ดังต่อไปนี้

ชั้น 1 - สถานีรถโดยสาร (Bus lobby)

ชั้น 2 - ผู้โดยสารขาเข้า (Arrivals)

ชั้น 3 - จุดนัดพบและร้านค้าต่างๆ

ชั้น 4 - ผู้โดยสารขาออก (Departures)

ชั้น 5 - สำนักงานบริษัทการบินไทย และกลุ่มสายการบินพันธมิตร สตาร์ อัลไลแอนซ์

(Star Alliance)

ชั้น 6 - ภัตตาคาร

ชั้น 7 - ที่ชมทัศนียภาพ

ชั้นใต้ดิน - สถานีรถไฟฟ้า

3. อาคารท่าเทียบเครื่องบิน

อาคารท่าเทียบเครื่องบิน หรือคอนคอร์ต มีท่าเทียบ 51 จุด 5 จุดสามารถรองรับเครื่องบินขนาดใหญ่ เช่น แอร์บัส เอ 380 (Airbus A-380) ได้ ลักษณะสถาปัตยกรรมทันสมัย หลังคารูปโค้ง กรงฟ้าใบสลับกระจกโค้ง นอกจากการจอดเทียบท่าแล้วสามารถจอดที่ท่ากลางลานได้ รวมแล้วสามารถรองรับเครื่องบินได้ราว 120 ลำ

4. งานศิลปะภายในสนามบิน

ได้มีการติดตั้งผลงานศิลปะไทย ทั้งจิตรกรรมและประติมากรรม ประดับหลายชิ้นภายใน และภายนอกอาคารของสนามบินสุวรรณภูมิ มูลค่ารวมกันทั้งสิ้นกว่า 100 ล้านบาท เช่น ประติมากรรมจำลองยักษ์จากวัดพระศรีรัตนศาสดาราม จำนวน 12 คน โดยมีชื่อว่า ทศกัณฐ์ สหัส



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

11

เดชะ อัครกรรมมาลา จักรวรรดิ อินทรชิต มังกรกัณฐ์ โมยราพณ์ สุรียาภ ทศคีรีวัน ทศคีรีธร วิรุณ
จำบัง วิรุพหก ประติมากรรมพระนารายณ์กวนเกษียรสมุทร มูลค่า 48 ล้านบาท ภาพจิตรกรรมฝา
ผนังจำลอง ของศิลปินที่มีชื่อเสียงของไทย

6. อาคารจอดรถ

มี 2 อาคาร แต่ละอาคารสูง 5 ชั้น เชื่อมต่อกับอาคารผู้โดยสาร สามารถรองรับรถยนต์ได้
ถึง 5,000 คัน นอกจากนี้ยังมีที่จอดรถบริเวณอื่นๆ รวมทั้งหมดกว่า 15,677 คัน

7. ระบบสาธารณูปโภค

7.1 ระบบป้องกันน้ำท่วม มีการสร้างเขื่อนดินสูง 3.5 เมตร กว้าง 70 เมตร โดยรอบ
พื้นที่ท่าอากาศยาน และมีอ่างเก็บน้ำภายใน 6 แห่ง ซึ่งสามารถรองรับน้ำได้ 3.2 ล้านลูกบาศก์เมตร

7.2 ระบบน้ำประปา เชื่อมต่อกับระบบประปาของการประปานครหลวง และมีถัง
น้ำประปาสารองขนาด 40,000 ลูกบาศก์เมตร ซึ่งสามารถสำรองน้ำประปาไว้ใช้ได้ 2 วัน

7.3 สถานีแปลงไฟฟ้าย่อย เป็นสถานีแปลงไฟฟ้าเพื่อลดแรงดันไฟฟ้าจาก 115 กิโล
โวลต์ ให้เหลือ 24 กิโลโวลต์ มีจำนวน 2 สถานี เพื่อจ่ายไฟฟ้าให้แก่ทุกระบบภายในท่าอากาศยาน

7.4 ระบบบำบัดน้ำเสีย สามารถบำบัดน้ำเสียได้ 16,000 ลูกบาศก์เมตรต่อวัน

7.5 ระบบจัดเก็บกากของเสีย สามารถกำจัดกากของเสียได้ประมาณ 100 ตันต่อวัน

8. ระบบบริการคลังสินค้า

คลังสินค้านี้มีพื้นที่ให้บริการประมาณ 568,000 ตารางเมตร และมีการให้บริการแบบเขต
ปลอดพิธีการศุลกากร (Free zone) ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อความสะดวกรวดเร็ว ซึ่งรองรับสินค้าได้ 3
ล้านตันต่อปี

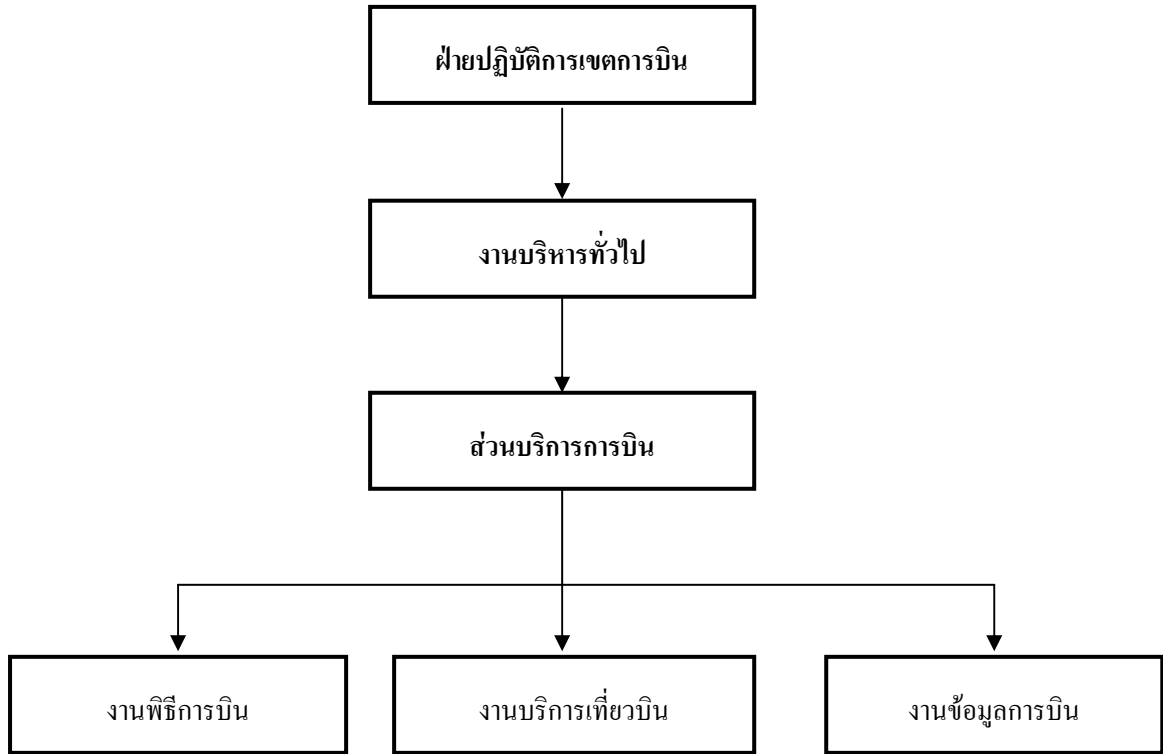
9. ระบบบริหารท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ระบบการบริหารจัดการของสนามบินสุวรรณภูมิถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันผ่าน ทาง
เทคโนโลยีที่เรียกว่า AIMS (Airport Information Management System) ซึ่งครอบคลุมถึง 45 ระบบ
และทุกระบบทำงานแบบโต้ตอบกันตลอดเวลา (Real Time Interactive) และเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
(Internet-based)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

1.3 โครงสร้างฝ่ายปฏิบัติการเขตการบิน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ



ภาพประกอบ 2 โครงสร้างฝ่ายปฏิบัติการเขตการบิน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ที่มา : บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). 2553 : 125

ฝ่ายปฏิบัติการเขตการบิน (Airside Operations Department) มีหน้าที่ความรับผิดชอบเกี่ยวกับการบริหารจัดการการบริการทางอากาศยานในเขตการบิน การดำเนินการพิธีการบิน การรวบรวมข้อมูลการบินการให้บริการเที่ยวบิน รวมทั้งเป็นหัวหน้าสายวิชาการทางด้านการบริการการบินของ ทอท. และงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือได้รับมอบหมาย โดยโครงสร้างของฝ่ายปฏิบัติการเขตการบิน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. งานบริหารทั่วไป

1.1 ดำเนินการเกี่ยวกับงานสารบรรณ งานธุรการ งานบุคคล งานพัสดุ งานการเงิน และงานงบประมาณของฝ่ายปฏิบัติการเขตการบิน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

13

1.2 กำกับดูแลการดำเนินงานของหน่วยงานที่จัดจ้างจากแหล่งภายนอก (Outsourcing)

ในหน้าที่ความรับผิดชอบ

1.3 ปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรืองานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

2. ส่วนบริการการบิน

2.1 งานพิธีการบิน

2.1.1 นำเข้าข้อมูลตารางการบินประจำฤดูกาล รวมทั้งแก้ไขข้อมูลของสายการบินต่าง ๆ ส่งผ่านผู้จัดสรรเวลาตารางการบิน (Slot coordinator) บมจ.การบินไทย และบริษัทการบินกรุงเทพ จำกัด

2.1.2 ตรวจสอบใบอนุญาตทำการบินของสายการบินต่างๆ จากกรมขนส่งทางอากาศประจำฤดูกาล และโทรพิมพ์ ใบอนุญาตจากเครือข่ายสื่อสารโทรพิมพ์ (Aeronautical Fixed Telecommunication Network :AFTN) พร้อมทั้งบันทึกข้อมูลลงในระบบ

2.1.3 เผ่าตรวจสอบและรับข่าวความเคลื่อนไหวของเที่ยวบินพร้อมทั้งปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมข้อมูลจากเครือข่ายสื่อสารโทรพิมพ์ AFTN, ATC และ SITA TELEX

2.1.4 ตรวจสอบเอกสารรายงานอากาศยานเข้า-ออกจาก เจ้าหน้าที่สายการบินหรือตัวแทนต่าง ๆ พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และสรุปรายงานอากาศยานเข้า-ออก

2.1.5 แนะนำอำนวยความสะดวกและให้บริการแก่ผู้ควบคุมอากาศยาน หรือตัวแทนบริการทราบเกี่ยวกับพิธีการบินเป็นการขออนุญาตทำการบิน การดำเนินการเกี่ยวกับพิธีการบิน รวมทั้งพิธีการเกี่ยวกับการตรวจคนเข้าเมือง (ตม.) และพิธีการเกี่ยวกับศุลกากร(ศก.) ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการด้านพิธีการบิน

2.1.6 ติดต่อประสานกับส่วนงานของบริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ห้องบังคับการบิน เกี่ยวกับการตรวจปล่อยและการหน่วงเหนี่ยวอากาศยาน ศูนย์สื่อสารและบริการการเดินอากาศ เกี่ยวกับ แผนการบินเคลื่อนไหวของอากาศยานขาเข้าและขาออก ติดต่อประสานกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมการขนส่งทางอากาศ (ขอ.)

2.1.7 รวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบิน ได้แก่ การทำการบินขึ้น-ลงของอากาศยาน จำนวนผู้โดยสาร สินค้าและไปรษณียภัณฑ์ เพื่อให้หน่วยเกี่ยวข้องใช้เป็นหลักฐานในการเรียกเก็บเงิน ค่าธรรมเนียมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบิน

2.1.8 กำกับดูแลการดำเนินงานของหน่วยงานที่จัดจ้างจากแหล่งภายนอก (Outsourcing) ในหน้าที่ความรับผิดชอบ

2.1.9 ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของส่วนงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรืองานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

14

2.2 งานบริการเที่ยวบิน

2.2.1 การวางแผนจัดสรรเครื่องบินเตอร์ตรวจบัตรโดยสาร และสายพานลำเลียง กระเป๋าสัมภาระ ขาเข้า ประจำฤดูกาล (Seasonal Planning) โดยการรับข้อมูลตารางการบินจาก สายการบิน และกรมการขนส่งทางอากาศ (ขอ.) ร่วมกับงานพิธีการบิน ก่อนทำการบิน 15 วัน

2.2.2 แก้ไขเปลี่ยนแปลงการใช้เครื่องบินเตอร์ฯ และสายพานฯ ประจำวัน เช่น สายการบินเปลี่ยนแปลงข้อมูลตารางการบิน สายการบินทำการบินล่าช้าและสายการบินยกเลิกการทำ การบิน

2.2.3 ตรวจสอบข้อมูลตารางการบินและปรับปรุง(Update)ให้ถูกต้องตามความ เคลื่อนไหวของเที่ยวบินในแต่ละวัน

2.2.4 แจ้งยืนยันและบันทึกการใช้เครื่องบินเตอร์ฯ สายพานฯ และข้อมูลตาราง การบินให้กับสายการบิน ตัวแทนบริการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบ

2.2.5 จัดทำแผนรองรับกรณีระบบแสดงข้อมูลตารางการบินขัดข้อง

2.2.6 การประกาศเที่ยวบิน เช่น การเรียกผู้โดยสารขึ้นเครื่องบิน(Boarding call), การเรียกผู้โดยสารขึ้นเครื่องบินครั้งสุดท้าย(Final call) และประกาศข้อความอื่นๆ

2.2.7 สรุปจำนวนสายการบินที่ทำการบินแบบไม่ประจำและเช่าเหมาลำทั้ง ภายในประเทศและระหว่างประเทศในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลคริสต์มาสและปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน และเทศกาลสงกรานต์

2.2.8 จัดสรรเครื่องบินเตอร์ฯสำหรับเที่ยวบินที่มีผู้โดยสารต่อเครื่องบิน(Transfer) และตรวจสอบความถูกต้อง

2.2.9 กำกับดูแลการดำเนินงานของหน่วยงานที่จัดจ้างจากแหล่งภายนอก (Outsourcing) ในหน้าที่ความรับผิดชอบ

2.2.10 ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของส่วนงานอื่นที่ เกี่ยวข้องหรืองานอื่นๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

2.3 งานข้อมูลการบิน

2.3.1 จัดทำแฟ้มฐานข้อมูลเกี่ยวกับสายการบิน อาทิ เครื่องหมายสัญชาติและ ทะเบียน (Nationality & Registration marks) แบบอากาศยาน (Aircraft type) น้ำหนักสูงสุดเมื่อบิน ขึ้น (Maximum take off weight) เจ้าของอากาศยาน (Owner)

2.3.2 เพิ่มเติมและแก้ไขปรับปรุงข้อมูลน้ำหนักอากาศยานในระบบข้อมูล พื้นฐานการบิน (Basic data) ให้ถูกต้อง ทันสมัยอยู่เสมอ

2.3.3 ตรวจสอบข้อมูลเกี่ยวกับการขึ้นลงของอากาศยานของบริษัทสายการบิน ที่มาใช้บริการท่าอากาศยาน เพื่อใช้เป็นหลักฐานในการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการขึ้นลงของ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

อากาศยานและค่าธรรมเนียมที่เก็บอากาศยาน ส่งฝ่ายแผนงานและการเงิน (ฝผน.) เพื่อดำเนินการ ออกใบแจ้งหนี้เรียกเก็บเงิน

2.3.4 สรุปจำนวนเที่ยวบิน ณ ทสภ.ในแต่ละเดือน ให้ฝ่ายแผนงานและการเงิน (ฝผน.ทสภ.) เพื่อคิดค่าธรรมเนียมในการขึ้นลงของอากาศยาน และค่าธรรมเนียมที่เก็บอากาศยาน ไม่เกินวันที่ 5 ของเดือนถัดไป

2.3.5 ตรวจสอบข้อมูลจำนวนเที่ยวบิน ผู้โดยสาร สินค้า และไปรษณียภัณฑ์ จัดทำเป็นข้อมูลเบื้องต้นรายงานผู้บังคับบัญชา

2.3.6 จัดทำข้อมูลเที่ยวบิน และผู้โดยสาร ในชั่วโมงกับคั้งของทุกวัน นำเรียน ผู้บริหารเพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นประกอบการพิจารณา วิเคราะห์ และตัดสินใจ

2.3.7 จัดทำสถิติข้อมูลการบิน รายสัปดาห์ รายเดือน รายปี รายงานผู้บังคับบัญชา

2.3.8 จัดทำสถิติข้อมูลการเปรียบเทียบ รายปีงบประมาณ และรายปีปฏิทิน

2.3.9 กำกับดูแลการดำเนินงานของหน่วยงานที่จัดจ้างจากแหล่งภายนอก (Outsourcing) ในหน้าที่ความรับผิดชอบ

2.3.10 ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของส่วนงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรืองานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย

1.4 รูปแบบการจัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสาร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

เคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารตั้งอยู่บริเวณห้องโถงผู้โดยสารขาออก ชั้น 4 โดยแบ่ง ออกเป็น 10 เกาะ ดังต่อไปนี้

เกาะที่ 1	ประกอบด้วย	เคาน์เตอร์เช็คอิน Row A01-A24 , B01-B24
เกาะที่ 2	ประกอบด้วย	เคาน์เตอร์เช็คอิน Row C01-C24 , D01-D24
เกาะที่ 3	ประกอบด้วย	เคาน์เตอร์เช็คอิน Row E01-E24 , F01-F24
เกาะที่ 4	ประกอบด้วย	เคาน์เตอร์เช็คอิน Row G01-G24 , H01-H24
เกาะที่ 5	ประกอบด้วย	เคาน์เตอร์เช็คอิน Row J01-J24 , K01-K24
เกาะที่ 6	ประกอบด้วย	เคาน์เตอร์เช็คอิน Row L01-L24 , M01-M24
เกาะที่ 7	ประกอบด้วย	เคาน์เตอร์เช็คอิน Row N01-N24 , P01-P24
เกาะที่ 8	ประกอบด้วย	เคาน์เตอร์เช็คอิน Row Q01-Q24 , R01-R24
เกาะที่ 9	ประกอบด้วย	เคาน์เตอร์เช็คอิน Row S01-S24 , T01-T24
เกาะที่ 10	ประกอบด้วย	เคาน์เตอร์เช็คอิน Row U01-U24 , W01-W24



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

16

งานบริการเที่ยวบิน ส่วนบริการการบิน ฝ่ายปฏิบัติการเขตการบิน ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิแบ่งรูปแบบการจัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารออกเป็น 2 แบบ ดังต่อไปนี้

1. การเปิดเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสาร แบบรายเที่ยวบิน (Dedicated)

1.1 พิจารณาจัดสรรเคาน์เตอร์ฯ จากเวลาตามตารางการบิน จำนวนเที่ยวบิน และกำหนดจำนวนเคาน์เตอร์จากแบบอากาศยาน (Aircraft type) หรือ จำนวนผู้โดยสาร โดยกำหนดมาตรฐานการกำหนดจำนวนเคาน์เตอร์ฯ จากจำนวนผู้โดยสารประมาณ 50 คน ต่อ 1 เคาน์เตอร์

1.2 จัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารให้ใช้เพียง 1 แถว(Row) ต่อสายการบิน หรือ กรณีที่ไม่สามารถจัดสรรให้ได้ครบทุกเที่ยวบินจะพิจารณาจัดสรร แถว(Row) ใกล้เคียงให้ต่อไป

1.3 กรณีที่สายการบินต้องการเพิ่มเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารจะพิจารณาจาก แบบอากาศยาน จำนวนผู้โดยสาร และเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารที่ต้องการเพิ่มนั้นว่างไม่มีสายการบินอื่นๆ ใช้

Economy Class

Bangkok Airways

ทางออกเปิด

PG 0942

To : เสียม เรียบ

Time : 18:00 Gate: C1A

0°C
0°C

AOT

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
Airports of Thailand Public Company Limited

Tue 06 Jun 06 17:36

ภาพประกอบ 3 จอภาพแสดงข้อมูลเที่ยวบินที่ใช้เช็คอินเคาน์เตอร์ แบบรายเที่ยวบิน (Dedicated)

2. การเปิดเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสาร แบบรวมเที่ยวบิน (Common)

2.1 พิจารณาจัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสาร จากจำนวนเที่ยวบินที่มีเวลาตามตารางการบินใกล้เคียงกันมากกว่า 1 เที่ยวบิน และกำหนดจำนวนเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารจากแบบอากาศยาน (Aircraft type) หรือ จำนวนผู้โดยสาร โดยกำหนดมาตรฐานการกำหนดจำนวนเคาน์เตอร์ฯ จากจำนวนผู้โดยสารประมาณ 50 คน ต่อ 1 เคาน์เตอร์



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

17

2.2 จัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารให้ใช้เพียง 1 แถว(Row) ต่อสายการบิน หรือ กรณีที่ไม่สามารถจัดสรรให้ได้ครบทุกเที่ยวบินจะพิจารณาจัดสรรแถว(Row) ใกล้เคียงให้ต่อไป

2.3 กรณีที่สายการบินต้องการเพิ่มเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารจะพิจารณาจาก แบบอากาศยาน จำนวนผู้โดยสาร และเคาน์เตอร์ที่ต้องการเพิ่มนั้นว่าง ไม่มีสายการบินอื่นๆ ใช้



ภาพประกอบ 4 จอภาพแสดงข้อมูลเที่ยวบินที่ใช้เช็คอินเคาน์เตอร์ แบบรวมเที่ยวบิน (Common)

1.5 วิธีการจัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสาร ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

วิธีการจัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารในปัจจุบันของ งานบริการเที่ยวบิน ส่วนบริการการบิน ฝ่ายปฏิบัติการเขตการบิน ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังต่อไปนี้

1. การวางแผนการจัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารประจำฤดูกาล (Seasonal planning)

1.1 รับข้อมูลตารางการบินจากสายการบิน และ กรมการขนส่งทางอากาศ (ขอ.)

1.2 ตรวจสอบข้อมูลตารางการบินในระบบฐานข้อมูลการปฏิบัติการท่าอากาศยาน (Airport Operation Database : AODB) ร่วมกับงานพิธีการบิน โดยงานพิธีการบินทำการแก้ไขข้อมูลตารางการบิน ให้ถูกต้องตรงกับใบอนุญาตทำการบินและต้องดำเนินการให้แล้วเสร็จก่อนวันทำการบิน 15 วัน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

18

1.3 แก้ไขเปลี่ยนแปลง กฎ และข้อมูลพื้นฐาน ในการจัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสาร ในระบบบริหารจัดการข้อมูลเที่ยวบิน (Flight Information Management System : FIMS) และ ระบบแสดงข้อมูลตารางการบิน (Flight Information Display System : FIDS) ตามความเหมาะสม

1.4 จัดสรรการใช้เคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารทั้งเที่ยวบินภายในประเทศและเที่ยวบินระหว่างประเทศ

1.5 บันทึกข้อมูลขึ้นบัตรโดยสารในระบบ FIMS และระบบ FIDS ตามที่สายการบินและตัวแทนบริการร้องขอ

1.6 แจ้งยืนยันการจัดสรรเคาน์เตอร์ฯ ให้กับสายการบิน ตัวแทนบริการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. แก้ไขเปลี่ยนแปลงข้อมูลการใช้เคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารประจำวัน (Daily planning)

2.1 ตรวจสอบสายการบินใหม่ที่ยังไม่ได้ตั้งกฎในการจัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารในระบบ FIMS

2.2 ตรวจสอบเที่ยวบินที่ยังไม่ได้จัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรในระบบ FIMS

2.3 แก้ไขเปลี่ยนแปลง กฎ และข้อมูลพื้นฐานในการจัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารในระบบ FIMS และ ระบบ FIDS ตามความเหมาะสม

2.4 จัดสรรเคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารของวันถัดไป

2.5 แจ้งยืนยันการใช้เคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสารให้กับสายการบิน ตัวแทนบริการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.6 ข้อมูลสายการบินที่ทำการบินประจำและขอใช้เคาน์เตอร์ตรวจบัตรโดยสาร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ประกอบด้วย 82 สายการบิน ดังต่อไปนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ลำดับ	ชื่อสายการบิน	รหัสสายการบิน	แกลว	ตัวแทนบริการ	จำนวนเคาน์เตอร์เช็คอิน	แบบอากาศยาน
23	เอธิโอเปียแอร์ไลน์ (ETHIOPIAN AIRLINES)	ET	U,W	TG	2-5	B737-600,A335
24	เอติฮัดแอร์เวย์ (ETIHAD AIRWAYS)	EY	Q	LST	9	B747-400
25	อีวีเอแอร์เวย์ (EVA AIRWAYS)	BR	Q,R	SELF	5,6,8	B773,B747-400
26	ฟินน์แอร์ (FINNAIR)	AY	S	LST	5	A340,IL86
27	การูดานโดนีเซีย (GARUDA INDONESIA)	GA	G	TG	4	A300-600,MD-11
28	จีเอ็มจีแอร์ไลน์ (GMG AIRLINES)	Z5	R	TG	3	B757-200,A321
29	กัลฟ์แอร์ (GULF AIR)	GF	T,U	BFS	7,9	B747-400
30	ไหหนานแอร์ไลน์ (HAINAN AIRLINES)	HU	Q	TG	4	A300-600,MD-11
31	ฮ่องกงเอ็กสเพรสแอร์เวย์ (HONG KONG EXPRESS AIRWAYS)	UO	P	TG	4	A300-600,MD-11
32	อินเดียแอร์ไลน์ (INDIAN AIRLINES)	IC	W	TG	4	A300-600,MD-11
33	อินโดนีเซียแอร์เอเชีย (INDONESIA AIR ASIA)	QZ	E	FD	2	B737-600,A319
34	อิหร่านเนชันแนลแอร์ไลน์ (IRAN NATIONAL AIRLINES)	IR	D	BFS	6	B773,A340-600
35	เจจูแอร์ (JEJU AIR)	7C	S	BFS	4	A300-600,MD-11
36	เจ็ทสตาร์แอร์เวย์ (JETSTAR AIRWAYS)	JQ	W	BFS	6	B773,A340-600
37	เจ็ทสตาร์เอเชียแอร์เวย์ (JETSTAR ASIA AIRWAYS)	3K	L	BFS	4	A300-600,MD-11
38	จินแอร์ (JIN AIR)	LJ	S	TG	4	A300-600,MD-11
39	เคนยาแอร์เวย์ (KENYA AIRWAYS)	KQ	W	BFS	4,5	A300-600,A340
40	คิงฟิชเชอร์แอร์ไลน์ (KING FISHER AIRLINES)	IT	F	BFS	6	B773,A340-600
41	คูเวตแอร์เวย์ (KUWAIT AIRWAYS)	KU	R	SELF	2,4	B737-600,A306
42	การบินลาว (LAO AIRLINES)	QV	R	TG	2	B737-600
43	ลูฟท์ฮันซาแอร์ไลน์ (LUFTHANSA GERMAN AIRLINES)	LH	G	SELF	6	B773,A340-600
44	มาฮานแอร์ (MAHAN AIR)	W5	S	TG	5,8	A340,B747-400
45	มาเลเซียแอร์ไลน์ (MALAYSIA AIRLINES)	MH	M	TG	5	A340,IL86



มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ลำดับ	ชื่อสายการบิน	รหัสสายการบิน	แถว	ตัวแทนบริการ	จำนวนเคาน์เตอร์เช็คอิน	แบบอากาศยาน
46	เมียนมาร์แอร์เวย์อินเตอร์เนชันแนล (MYANMAR AIRWAYS INTERNATIONAL)	8M	N	TG	4	A300-600,MD-11
47	เนปาลแอร์ไลน์ (NEPAL AIRLINES)	RA	U	TG	3	B757-200,A321
48	โอมาน แอร์ไลน์ (OMAN AIR)	WY	T	BFS	5	A340,IL86
49	โอเรียนท์ ไทย แอร์ไลน์ (ORIENT THAI AIRLINES)	OX	D	SELF	6	B773,A340-600
50	ปากีสถานอินเตอร์เนชันแนลแอร์ไลน์ (PAKISTAN INTERNATIONAL AIRLINES)	PK	L	TG	4	A300-600,MD-11
51	ฟิลิปปินแอร์ไลน์ (PHILIPPINE AIRLINES)	PR	T	TG	4,6	A300-600,B773
52	กาตาร์แอร์เวย์ (QATAR AIRWAYS)	QR	Q	BFS	8,9	B747-400
53	รอยัลบรูไนแอร์ไลน์ (ROYAL BRUNEI AIRLINES)	BI	U,W	TG	6	B773,A340-600
54	รอยัลจอร์แดนเนียน (ROYAL JORDANIAN AIRLINE)	RJ	Q	TG	6	B773,A340-600
55	สแกนดิเนเวียนแอร์ไลน์ซิสเต็ม (SCANDINAVIAN AIRLINES SYSTEM)	SK	K	TG	6	B773,A340-600
56	เซี่ยงไฮ้แอร์ไลน์ (SHANGHAI AIRLINES)	FM	S, T	BFS	4	A300-600,MD-11
57	เซินเจิ้นแอร์ไลน์ (SHENZHEN AIRLINES)	ZH	F	TG	4	A300-600,MD-11
58	ไซบีเรียแอร์ไลน์ (SIBERIA AIRLINES)	S7	W	TG	5	A340,IL86
59	ศรีลังกาแอร์ไลน์ (SRILANKAN AIRLINES)	UL	S	BFS	4 -5	A300-600,A340
60	สวิสอินเตอร์เนชันแนลแอร์ไลน์ (SWISS INTERNATIONAL AIRLINES)	LX	G	LST	6	B773,A340-600
61	ไทเกอร์แอร์เวย์ (TIGER AIRWAYS)	TR	L	BFS	3	B757-200,A321
62	ทรานส์แอโรแอร์ไลน์ (TRANSAERO AIRLINES)	UN	U,W	TG	4-6	A300-600,B773
63	เตอร์กิชแอร์ไลน์ (TURKISH AIRLINES)	TK	U	BFS	10	B747-400
64	เติร์กเมนิสถานแอร์ไลน์ (TURKMENISTAN AIRLINES)	T5	P	TG	5	A340,IL86
65	ยูไนเต็ดแอร์ไลน์ (UNITED AIRLINES)	UA	L	SELF	10	B747-400
66	อุซเบกิสถานแอร์เวย์ (UZBEKISTAN AIRWAYS)	HY	W	TG	4	A300-600,MD-11
67	เวียดนามแอร์ไลน์ (VIETNAM AIRLINES)	VN	L	TG	4	A300-600,MD-11



มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

ลำดับ	ชื่อสายการบิน	รหัสสายการบิน	แถว	ตัวแทนบริการ	จำนวนเคาน์เตอร์เช็คอิน	แบบอากาศยาน
สายการบินที่ได้รับการจัดสรรเคาน์เตอร์ฯ แบบรวมเที่ยวบิน						
68	แอร์เอเชีย (AIR ASIA)	AK	E	SELF	4	A300-600,MD-11
69	แอร์ฟรานซ์ (AIR FRANCE)	AF	P	BFS	7, 16	B747-400
70	บางกอกแอร์เวย์ (BANGKOK AIRWAYS)	PG	F	SELF	4,12	MD11,B747-400
71	บริติชแอร์เวย์ (BRITISH AIRWAYS)	BA	N	BFS	13	B747-400
72	เคแอลเอ็มรอยัลดัตช์แอร์ไลน์ (KLM ROYAL DUTCH AIRLINES)	KL	P	BFS	7,14	B747-400
73	แควนตัส (QANTAS AIRWAYS)	QF	N	BFS	13	B747-400
74	ไทยแอร์เอเชีย (THAI AIR ASIA)	FD	D, E	SELF	21	B747-400
75	การบินไทย (THAI AIRWAYS INTERNATIONAL)	TG	A,B,C ,D,H,J	SELF	85	B747-400
สายการบินที่ได้รับการจัดสรรเคาน์เตอร์ฯ แบบรายเที่ยวบินและรวมเที่ยวบิน						
76	คาเธ่ย์แปซิฟิกแอร์เวย์ (CATHAY PACIFIC AIRWAYS)	CX	M	TG	6 (แบบรายเที่ยวบิน) 14 (แบบรวมเที่ยวบิน)	B773, B747-400
77	ไชน่าแอร์ไลน์ (CHINA AIRLINES)	CI	S	SELF	4-8 (แบบรายเที่ยวบิน) 9 (แบบรวมเที่ยวบิน)	A306,B747-400
78	เอมิเรตส์แอร์ไลน์ (EMIRATES AIRLINES)	EK	T	BFS	9 (แบบรายเที่ยวบิน) 12-16 (แบบรวมเที่ยวบิน)	A380
79	แจลเวย์ (JALWAYS)	JO	R	TG	11 (แบบรายเที่ยวบิน) 18 (แบบรวมเที่ยวบิน)	B747-400
80	เจ็ตแอร์เวย์ (JET AIRWAYS)	9W	P	TG	4 (แบบรายเที่ยวบิน) 2 (แบบรวมเที่ยวบิน)	B712,A306
81	โคเรียนแอร์ (KOREAN AIRLINES)	KE	M, N	TG	6 (แบบรายเที่ยวบิน) 14 (แบบรวมเที่ยวบิน)	B773,B747-400
82	สิงคโปร์แอร์ไลน์ (SINGAPORE AIRLINES)	SQ	K	TG	16 (แบบรายเที่ยวบิน) 16 (แบบรวมเที่ยวบิน)	B772

สายการบินที่ได้รับการจัดสรรเคาน์เตอร์ฯ แบบรายและรวมเที่ยวบิน A = Airbus (แอร์บัส) AT = Alenia (อะเลเนีย เอทีอาร์) B = Boeing (โบอิง)



2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

ความหมายความคิดเห็น มีผู้ให้ความหมายตามคำนิยามของแต่ละบุคคลดังนี้

ชุตินา ชัยมุกตสิก (2550 : 15) ความคิดเห็นคือการแสดงออกตามสภาพความรู้สึก ความคิด ความเชื่อ ทศนคติ ที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการรับรู้ ประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับมา โดยบุคคลนั้นอาจจะแสดงออกมาทางใดทางหนึ่ง ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล และสภาพแวดล้อมที่บุคคลนั้นได้รับมีการตัดสินใจแสดงออก และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา และสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป

พัฒนา มรกตสินธุ์ (2550 : 8-9) สรุปว่า ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกภายในจิตใจที่มีต่อสภาพแวดล้อมภายนอก หรือสภาวะที่ส่งผลต่อจิตใจ อาจจะเป็นทางบวกหรือทางลบก็ได้ ซึ่งในสิ่งเดียวกันบุคคลอาจจะมีความคิดเห็นที่ไม่ตรงกันเสมอไป

วิเชียร ปรีชาธรรมวงศ์ (2550 : 6-9) ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกซึ่งความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอันมีผลมาจาก ความรู้ ความเชื่อ ประสบการณ์ ของแต่ละบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในทางเห็นด้วยหรือไม่ก็ได้และอาจมีการแสดงพฤติกรรม หรือคำพูดออกมา หรือไม่ก็ได้

ธีรนนท์ ชูเชิด (2550 : 30) ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึก หรือความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง โดยอาศัยพื้นฐานความรู้ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมขณะนั้นเป็นพื้นฐานในการแสดงความคิดเห็น ทั้งในทางที่เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ซึ่งอาจเป็นคำพูดหรือการเขียนก็ได้และอาจถูกต้องหรือไม่ก็ได้

สุกัญญา วิเชียรกร และบุญศรี ทองผ่องสวัสดิ์ (2547 : 7) ความคิดเห็นมีความหมายใกล้เคียงกับทัศนคติมาก ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ คือ เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยอาศัยพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องในการแสดงออกด้วยการพูด หรือการเขียนที่มีลักษณะเป็นการลงมติหรือตีความ ซึ่งอาจเป็นลักษณะเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ความคิดเห็นอาจไม่ได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นๆ ก็ได้

ศุภร เสรีรัตน์ (2544 : 174) ความคิดเห็น (Opinions) คือ ความโน้มเอียงที่ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความแน่นอน ซึ่งความคิดเห็นนั้นอาจเป็นข้อเท็จจริงบางอย่างก็ได้ แต่ข้อเท็จจริงนั้นเป็นเพียงข้อสรุปของคำแนะนำที่ผู้บริโภคนำมาแสดงออก ความคิดเห็นมักจะเกี่ยวกับคำถามในปัจจุบันและง่ายที่จะเปลี่ยนแปลง

อัครฤทธิ หอมประเสริฐ (2544 : 25) ความคิดเห็น หมายถึง การแสดงออกทางด้านความรู้สึก ความเชื่อ ค่านิยม การยอมรับ และการเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง



โดยอาจใช้การพูด หรือการเขียน ให้สอดคล้องกับความรู้สึกภายในของตนเอง ซึ่งอาจมาจาก ประสบการณ์หรือสภาพความเป็นจริงในขณะนั้น

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า ความคิดเห็น คือ การแสดงความรู้สึกภายในจิตใจ ของบุคคลตามความรู้สึก ความรู้ ความเชื่อ ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมขณะนั้น อาจจะเป็น ทางบวกหรือทางลบ ในลักษณะที่ชอบ ไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ ความคิดเห็นมักจะ เกี่ยวกับคำถามในปัจจุบันและง่ายที่จะเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับความรู้สึกภายใน ซึ่งอาจเป็น คำพูดหรือการเขียนและอาจถูกต้องหรือไม่ก็ได้

2.1.1 ลักษณะทั่วไปของความคิดเห็น

พิทักษ์พงษ์ ครองชนม์ (2545 : 7) ได้กล่าวถึง ลักษณะของความคิดเห็นในมุมมองของ นักวิชาการหลายท่าน ดังนี้

1. ความคิดเห็นที่เกิดจากการเรียนรู้ไม่ใช่สิ่งที่มีติดตัวมาแต่กำเนิดเช่น เกิดจาก ประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็น

2. ความคิดเห็นมีลักษณะของประเมิน (Evaluative nature) หรือความเชื่อ ที่บุคคล มีอยู่ เกี่ยวกับสิ่งของบุคคลอื่น ความคิดเห็นมีธรรมชาติของการประเมินความคิด หรือความเชื่อที่มีความรู้สึกแฝงอยู่ด้วย ซึ่งจะทำให้ผู้ประเมินมีความรู้สึกทางบวกหรือทางลบ ผลของการประเมิน อาจแตกต่างกันตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

3. ความคิดเห็นมีคุณภาพและความเข้มข้น (Quality and intensity) คุณภาพ และความเข้มข้นของความคิดเห็น จะเป็นสิ่งที่บอกถึงความแตกต่างของความคิดเห็นที่แต่ละคนมีต่อสิ่งต่าง ๆ บุคคลอาจมีความคิดเห็นทางบวกหรือความคิดเห็นทางลบต่อสิ่งนั้น ๆ ส่วนความเข้มข้น จะแสดงความมากน้อยของความคิดเห็นหรือบ่งชี้ระดับการประเมิน

4. ความคิดเห็นมีความคงทนไม่เปลี่ยนแปลงง่าย (Permanence) ความคิดเห็นที่ฝังแน่น ลึกซึ้ง มีการสะสมประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้มานานพอ ความคิดเห็น ทำนองนี้จะสามารถใช้ทำนายหรืออธิบายพฤติกรรม ในสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกัน ในเวลาต่อมา ได้อย่างถูกต้อง

5. ความคิดเห็นต้องมีสิ่งที่หมาย (Attitude object) คือ ความคิดเห็นต่ออะไร ต่อบุคคล ต่อสิ่งของหรือต่อสถานการณ์จะไม่มีความคิดเห็นลอย ๆ ที่ไม่มีความหมายถึงสิ่งใด ความคิดเห็น จะแตกต่างกัน ตามระดับความแน่นอนชัดเจนและขอบเขตโครงสร้าง ซึ่งขึ้นอยู่กับจำนวน ชนิด และคุณลักษณะของส่วนประกอบสิ่งนั้น

6. ความคิดเห็นมีลักษณะและความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลกับสิ่งของ กล่าวคือ ความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อม เมื่อมีการประเมินความเชื่อ สัมพันธ์ในรูปแบบดังกล่าวก็จะเกิดขึ้นในโครงสร้างของความคิดเห็น



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

25

อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ (2544 : 26) กล่าวว่า ลักษณะของความคิดเห็น เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ที่เกิดขึ้นตามเงื่อนไข 4 ประการ ดังนี้

1. กระบวนการเรียนรู้และบูรณาการของการตอบสนองแนวความคิด
2. ประสบการณ์ส่วนตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งมีประสบการณ์ของคน ๆ นั้น
3. การเลียนแบบ ของคนที่ตนเองเกิดความพอใจ หรือเกิดความชอบ
4. อิทธิพลของกลุ่มสังคม ที่ตนเองอาศัยอยู่ตามสภาพแวดล้อม

ธงชัย สันติวงศ์ (2540 : 166-167) ได้สรุป คุณลักษณะของความคิดเห็นไว้ ดังนี้

1. ความคิดเห็นเป็นสิ่งที่มียู่ภายใน กล่าวคือ เป็นเรื่องของความรู้สึกนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในของแต่ละบุคคล

2. ความคิดเห็นจะมีสิ่งที่มีมาแต่กำเนิด แต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องกับอยู่ด้วยในภายนอกและความคิดเห็นจะก่อตัวจากการประเมิน หลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งภายนอกดังกล่าว แสดงว่า ความคิดเห็นที่มีอยู่จะเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้

3. ความคิดเห็นจะมีลักษณะมั่นคงถาวร กล่าวคือ ภายหลังจากที่ความคิดเห็นได้ก่อตัวขึ้นมาแล้ว ความคิดเห็นนั้นจะมีความมั่นคงถาวรตามสมควรและไม่เปลี่ยนแปลงทันทีที่ได้รับตัวกระตุ้นที่แตกต่างไป ทั้งนี้ เพราะความคิดเห็นที่ก่อตัวขึ้นนั้นจะมีกระบวนการคิดวิเคราะห์ ประเมินและสรุปจัดระเบียบเป็นความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงต้องใช้เวลาเพื่อกระบวนการดังกล่าว

4. ความคิดเห็นจะมีความหมายอ้างอิงถึงตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ ความคิดเห็นไม่ได้เกิดขึ้นมาจากภายในแต่เป็นสิ่งที่ก่อตัว หรือเรียนรู้จากสิ่งที่มีตัวตนที่อ้างอิงได้ สิ่งที่ใช้อ้างอิงเพื่อการสร้างความคิดเห็นอาจจะเป็นตัวบุคคล กลุ่มคน สถาบัน สิ่งของ ค่านิยม เรื่องราวทางสังคม หรือแม้แต่ความนึกคิดต่าง ๆ

เบสต์ (Best. 1977 : 179) สิ่งที่มีอิทธิพลทำให้เกิดความคิดเห็นและความคิดเห็นในการศึกษาความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ได้แก่

1. การศึกษา ซึ่งระดับการศึกษาอิทธิพลมากต่อการแสดงความคิดเห็น
2. สถาบันครอบครัว สภาพแวดล้อม กลุ่มและสังคมที่เกี่ยวข้อง
3. สื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เทคโนโลยีสารสนเทศ

จากลักษณะของความคิดเห็นดังกล่าวสรุปได้ว่า ลักษณะของความคิดเห็นเกิดจากการเรียนรู้ประสบการณ์ การเลียนแบบและอิทธิพลของกลุ่มทางสังคม ความคิดเห็นไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด แต่ความคิดเห็นมีลักษณะของการประเมินคุณภาพและความเข้มข้น มีความคงทนไม่เปลี่ยนแปลงง่าย มีลักษณะและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งของสำหรับสิ่งที่มีอิทธิพลทำให้เกิดความคิดเห็นแตกต่างกัน ได้แก่ การศึกษา สถาบันครอบครัวและสื่อมวลชน เป็นต้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

26

2.1.2 องค์ประกอบของความคิดเห็น

นักวิชาการหลายหน่วยงานได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความคิดเห็นไว้ ดังนี้

ก้องเกียรติ ขำแจ้ง (2549 : 3-4) กล่าวว่า ความคิดเห็นมีองค์ประกอบ 3 ประการ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความคิด (Cognitive component) หมายถึง การรับรู้และวินิจฉัยข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับ แสดงออกมาในแนวคิดที่ว่าอะไรถูก อะไรผิด
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective component) หมายถึง ลักษณะทางอารมณ์ของบุคคลที่สอดคล้องกับความคิด แสดงออกมาในรูปของความรู้สึกไม่ชอบหรือไม่พอใจ
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior component) หมายถึง ความพร้อมที่จะกระทำ ซึ่งเป็นผลมาจากความคิดและความรู้สึกและจะออกมาในรูปของการยอมรับหรือปฏิเสธการปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติ

เสกสรร สายสีสอด (2549 : 55) ระบุถึงองค์ประกอบของความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็นมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1. ความคิด (Cognitive component) เมื่อบุคคลมีการปะทะ (Interaction) ต่อสิ่งต่าง ๆ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ มนุษย์จะเกิดความคิดเห็นต่อสิ่งต่าง ๆ และเกิดการรับรู้ (Perception) หลังจากการรับรู้ ทำให้มนุษย์เกิดแนวความคิดว่าสิ่งนั้นหรือสถานการณ์หรือสภาพการณ์นั้น ถูกต้องเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม ดีหรือไม่ดี เป็นต้น
2. ความรู้สึก (Affective component) เกิดจากอารมณ์ของบุคคลที่มีผลสืบเนื่องจากแนวความคิดต่อสิ่งต่าง ๆ ถ้าบุคคลมีความคิดที่ดีต่อสิ่งใด ก็จะมีความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น ชอบหรือไม่ชอบ ความรัก ความโกรธ ความเกลียด ความพอใจ ความไม่พอใจ เป็นต้น
3. พฤติกรรม (Behavioral component) เมื่อบุคคลมีความคิด ความรู้สึกเกิดขึ้น ผลที่ตามมา คือ การแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่อสิ่งนั้น เช่น แสดงออกในการยอมรับ ไม่ยอมรับ ปฏิเสธหรือสนับสนุน หรือคัดค้าน เหล่านี้เป็นต้น

เซียร์ส และคณะ (Sears & others. 1991 : 136-139) กล่าวว่า ความคิดเห็นมีองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive component) ประกอบด้วยองค์ความรู้ทั้งหมดที่บุคคลมีอยู่ หรือประสบการณ์เดิมเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นเป้าหมายของความคิดเห็น และได้รับรู้ข้อเท็จจริง รวมทั้งความเชื่อต่าง ๆ เกี่ยวกับเรื่องนั้นเพิ่มเติมขึ้น
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective or evaluative component) ประกอบด้วยความรู้สึกและอารมณ์ของบุคคลนั้นต่อเป้าหมายของความคิดเห็น ซึ่งเป็นการประเมินค่าความรู้สึกเชิงบวก ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่พอใจ กลัว รังเกียจ ซึ่งจะสอดคล้องกับองค์ประกอบด้านความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งนั้น



3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral component) ประกอบด้วย ความพร้อมของบุคคลที่ตอบสนอง หรือแนวโน้มที่จะแสดงออกต่อเป้าหมายของความคิดเห็นเมื่อมีการประมวลความรู้ และประเมินค่าความรู้สึกต่อสิ่งนั้นแล้ว โดยพฤติกรรมจะแสดงออกได้สองลักษณะ คือ พฤติกรรมทางบวก ได้แก่ การยอมรับ สนับสนุน เข้าใกล้ ช่วยเหลือ ส่งเสริม และพฤติกรรมด้านลบ ได้แก่ การทำลาย ขัดขืน ต่อสู้ ถอยหนี เป็นต้น

ลูธานส์ (Luthans. 1989 : 214) ได้อธิบายว่า ความคิดเห็นของคนต่อสิ่งใดก็ตาม ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญสามประการ คือ

1. องค์ประกอบทางอารมณ์ (Emotional component) ซึ่งได้แก่ ความรู้สึกของคนที่มีต่อสิ่งนั้นอาจจะเป็นทางบวก ทางลบ หรือเป็นกลางก็ได้

2. องค์ประกอบทางความรู้ (Informational component) ซึ่งได้แก่ ความเชื่อ ความรู้ต่างๆ ของคนในเรื่องนั้น ๆ ซึ่งไม่จำเป็นว่าความรู้เหล่านั้นจะถูกต้องเป็นจริงเสมอไป

3. องค์ประกอบทางพฤติกรรม (Behavioral component) ซึ่งเป็นแนวโน้มที่คนจะประพฤติดูหรือแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งนั้นในลักษณะพิเศษอย่างหนึ่งอย่างใด เช่น เข้าหาหรือถอยหนีจากสิ่งนั้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า องค์ประกอบของความคิดเห็นมี 3 ประการ คือ ประการที่หนึ่ง องค์ประกอบด้านความรู้หรือความคิด ประการที่สอง องค์ประกอบด้านความรู้สึก และประการสุดท้าย องค์ประกอบด้านพฤติกรรมหรือความพร้อมที่จะปฏิบัติ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของการบริการ ได้มีผู้ให้ความหมายของการบริการไว้หลายท่าน ดังนี้

สุเมธ ดันติเวชกุล (2550 : ออนไลน์) ได้กล่าวถึงการให้บริการไว้ใน “ห้องธรรม ศฝร.ภ. 6” ไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร ในอันที่จะตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น ตามที่คาดหวังและก่อให้เกิดความพึงพอใจการบริการมี 2 ระดับ คือ ระดับพฤติกรรม และระดับสถาบัน

กรมที่ดิน (2548 : 7) กล่าวว่า การบริการ ในภาษาอังกฤษ คือ Service หมายถึง การกระทำที่เป็นไปเพื่อให้ความช่วยเหลือเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ในลักษณะของการปฏิบัติด้วยความเอาใจใส่ ใกล้ชิด อบอุ่น มีไมตรีจิต

อติมา วินัยโกศล (2542 : 53) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า คือ พฤติกรรม กิจกรรม การกระทำ ที่บุคคลหนึ่งทำให้อีกบุคคลหนึ่งโดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น บริการ คือ สิ่งที่จับต้องสัมผัสแต่ต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายได้ง่าย



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

28

พิชยากร กาศสกุล (2545 : 8) “การบริการ” (Services) ตามความหมายของพจนานุกรมฉบับใหม่ของเว็บสเตอร์ คือ การสนองตอบในสิ่งซึ่งผู้ต้องการหรือปรารถนา (To provide people with something they need/want)

คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 331) ได้ให้นิยามของการบริการว่า เป็นกิจกรรมที่จับต้องไม่ได้ถูกนำเสนอโดยฝ่ายหนึ่งให้กับอีกฝ่ายหนึ่งโดยมิได้มีการเป็นเจ้าของและกิจกรรมดังกล่าวอาจถูกเสนอร่วมกันกับสินค้าที่จับต้องได้

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า การบริการหมายถึง การกระทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อให้ความช่วยเหลือที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น เนื่องจากการบริการเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ ไม่มีตัวตน มองไม่เห็น แต่มีราคาซื้อขายกันได้ โดยที่กิจกรรมดังกล่าวอาจถูกเสนอร่วมกันกับสินค้าที่จับต้องได้ การบริการมี 2 ระดับ คือ ระดับพฤติกรรมและระดับสถาบัน

2.2.1 ลักษณะของการให้บริการ

กรมที่ดิน (2548 : 7) การบริการหรือ SERVICE เป็นการกระทำในลักษณะของการปฏิบัติด้วยความเอาใจใส่ ใจดีซื่อ อบอุ่น มีไมตรีจิต ซึ่งมีลักษณะการบริการ ดังนี้

1. S (Smile & sympathy) ยิ้มแย้มแจ่มใสและเอาใจใส่
2. E (Early response & Equity) เร็วไวรับสนองอย่างมีความเสมอภาค
3. R (Responsibility & respectful) สำนักรับผิดชอบและให้เกียรติลูกค้า
4. V (Voluntary manner) มอบบริการด้วยใจสมัคร
5. I (Image Enhancing & integrity) เพื่อเสริมภาพพจน์ คุณธรรม ความสุจริต
6. C (Courtesy) เป็นมิตรเอื้อเฟื้อเอาใจใส่
7. E (Enthusiasm) ว่องไวกระตือรือร้น

ฉัตรยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ (2545 : 11) กล่าวว่า ลักษณะของการบริการจะมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้า ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 5 ประการ คือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility)
2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability)
3. บริการมีความไม่แน่นอน (Viability)
4. บริการจัดทำมาตรฐานได้ยาก (Heterogeneous)
5. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability)

สมิทร สัจฉกร (2543 : 173-174) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของหลักการให้บริการไว้ว่า การบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น โดยทั่วไปมีข้อความค่านึงความสอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ มีการประเมินผล



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

29

การให้บริการ มีการปฏิบัติด้วยความถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน มีความเหมาะสมแก่สถานการณ์ตรงตามกำหนดเวลาและไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2549 : 33) อธิบายไว้ว่า การให้บริการที่จะประสบความสำเร็จจะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติสำคัญต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะเหล่านี้ คือ

1. ความเชื่อถือ (Reliability)
2. ความตอบสนอง (Responsive)
3. ความสามารถ (Competence)
4. การเข้าถึงบริการ (Access)
5. ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy)
6. การสื่อสาร (Communication)
7. ความซื่อสัตย์ (Credibility)
8. ความมั่นคง (Security) ประกอบด้วยความปลอดภัยทางกายภาพ
9. ความเข้าใจ (Understanding)
10. การสร้างสิ่งจับต้องได้ (Tangibility)

คอตเลอร์ (Kotler. 2000 : 18) ได้กล่าวว่า การบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็น หรือเกิดความรู้สึกได้ ก่อนที่จะมีการซื้อ ผู้ขายบริการต้องสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อในแง่ของสถานที่ (Place) ตัวบุคคล (People) เครื่องมือ (Equipment) วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร (Communication material) สัญลักษณ์ (Symbols) และราคา (Price) ผู้ขายบริการจะต้อง จัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) ผู้ขายหนึ่งรายสามารถ ให้บริการลูกค้าในขณะที่ได้หนึ่งราย ไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริการในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

3. ความไม่แน่นอน (Variability) ขึ้นอยู่กับผู้ขายบริการเป็นใครจะให้บริการเมื่อไรที่ไหนและอย่างไร ดังนั้น ผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการและสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการในแง่ผู้ขายบริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพ ซึ่งทำได้ 2 ขั้นตอน คือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานในการให้บริการที่ดี

3.2 สร้างความพอใจให้ลูกค้า โดยการรับฟังคำแนะนำและข้อเสนอแนะของลูกค้า หรือผู้มาใช้บริการ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

30

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) เหมือนกับสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่ปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

มิลเล็ต (Millet. 1954 : 337-400) ได้ชี้ให้เห็นว่าคุณค่าประการแรกของการบริหารงานรัฐกิจทั้งหมด คือ การปฏิบัติงานด้วยการให้บริการที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งมีลักษณะที่สำคัญ 5 ประการ คือ

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable service) หมายถึง ประชาชนทุกคนควรมีสติธิเท่าเทียมกันทั้งทางกฎหมายและทางการเมือง การให้บริการของรัฐจะต้องไม่แบ่งแยกเชื้อชาติผิวหรือความยากจน ตลอดจนสถานะทางสังคม

2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันต่อเวลา (Timely service) จะไม่มีผลงานทางสาธารณะใด ๆ ที่เป็นผลงานที่มีประสิทธิภาพ หากไม่ตรงต่อเวลาหรือทันต่อเหตุการณ์

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample service) คือ ต้องคำนึงถึงจำนวนคนที่เหมาะสม จำนวนความต้องการในสถานที่ที่เพียงพอในเวลาที่เหมาะสมอีกด้วย

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous service) การให้บริการตลอดเวลาต้องพร้อมและเตรียมตัวบริการต่อความสนใจของสาธารณชนเสมอ มีการฝึกอบรมอยู่เป็นประจำ

5. การบริการอย่างก้าวหน้า (Progressive service) เป็นการที่มีความเจริญก้าวหน้าไปทั้งทางด้านผลงานและคุณภาพเทคโนโลยีที่ทันสมัย

อีเวนส์ และลิมด์เซย์ (Evans & Limdsay. 1996 : 42) การบริการเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างผู้รับบริการและตัวแทน ผู้ทำหน้าที่ให้บริการสำหรับธุรกิจบริการหนึ่ง ๆ ลักษณะของการบริการที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. การไม่สามารถถูกจับต้องได้ (Intangibility)
2. การไม่สามารถถูกแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability)
3. ความไม่คงเส้นคงวา (Heterogeneity or variability)
4. การไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability)

แพนแซนสกายและโทมัส (Penchansky & Thomas. 1985 : 14-50) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วยหลักการที่สำคัญของการให้บริการที่ควรยึดถือปฏิบัติ ดังนี้

1. การติดต่อเฉพาะงาน (Specificity) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่ให้บริการกับลูกค้า โดยจำกัดอยู่เฉพาะในเรื่องของงานเท่านั้น

2. การให้บริการที่มีลักษณะเป็นทางการ (Universality) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการไม่ยึดถือความสัมพันธ์ส่วนตัว แต่ยึดถือการให้บริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกันในทางปฏิบัติ



3. การวางตนเป็นกลาง (Affective neutrality) หมายถึงการให้บริการแก่ผู้รับบริการ โดยจะต้องไม่นำเอาเรื่องของอารมณ์ของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมาเกี่ยวข้อง

จากความหมายลักษณะของการบริการ สรุปได้ว่า ลักษณะของการบริการจะมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้า เนื่องจากการบริการไม่สามารถจับต้องหรือแบ่งแยกได้ ไม่มีความแน่นอนจัดทำมาตรฐานได้ยากและไม่สามารถเก็บไว้ได้ เป็นการกระทำในลักษณะของความเอาใจใส่ การให้บริการที่ประสบความสำเร็จ ต้องคำนึงความสอดคล้องตามความต้องการของผู้รับบริการ ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจมีความต่อเนื่องก้าวหน้าและเท่าเทียมกัน สิ่งที่ผู้ให้บริการควรยอมรับและยึดถือปฏิบัติต่อผู้มาใช้บริการคือ การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน การติดต่อเฉพาะในเรื่องของงาน การให้บริการที่มีลักษณะเป็นทางการและการวางตนเป็นกลาง

2.2.2 ความคาดหวังของผู้มาใช้บริการ

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (2548 : 42) กล่าวว่า การที่ลูกค้าจะสามารถรับรู้ได้ว่า คุณภาพของการบริการดีหรือไม่นั้น เป็นผลมาจากคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังไว้ (Expected quality) ตรงกับประสบการณ์ที่ได้รับจากการบริการ (Experienced quality) เกิดเป็นภาพรวมของงานบริการที่มีคุณภาพ (Total perceived service quality) ซึ่งสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้โดยอาศัยหลักการ 6 ประการ คือ

1. การเป็นมืออาชีพและทักษะของผู้ให้บริการ (Professionalism and skill)
2. ความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้มาใช้บริการ (Attitude and behavior)
3. การเข้าพบง่ายและมีความยืดหยุ่น (Accessibility and flexibility)
4. ความไว้วางใจและความเชื่อถือได้ (Reliability and trustworthiness)
5. การแก้ไขสถานการณ์ให้กลับสู่สภาพปกติ (Recover)
6. ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ (Reputation and credibility)

สกาวดี ดวงเด่น (2538 : 43) ได้ให้ความหมายว่าเป็นสภาวะทางจิตซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิดอย่างมีวิจารณ์ญาณของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้าต่อบางสิ่งบางอย่างว่าควรจะมีควรจะเป็นหรือควรจะมีเกิดขึ้น

พิชยากร กาศสกุล (2545 : 11) ให้ความหมายว่า ความคาดหวังเป็นสิ่งที่ได้คาดหวังเอาไว้เป็นความเชื่อว่าสิ่งใดน่าจะเกิดขึ้น และเป็นไปตามความต้องการที่ได้คาดหวังเอาไว้

พาราสุรามัน และคณะ (Parasuraman & Berry. 1990 : 19) ได้ศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวัง (Factor influencing expectations) ของผู้มาใช้บริการมีปัจจัย 4 ประการ คือ

1. ความต้องการอันเนื่องมาจากปัจจัยส่วนบุคคล (Personal need)
2. ประสบการณ์ในอดีต (Past experience)
3. คำพูดปากต่อปาก (Word of mouth communications)



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

32

4. การสื่อสารจากภายนอก (External communications)

เกอเรท และรูทริงค์ (Gorge & Reurink. 1991 : 263) ได้เสนอความคาดหวังเกี่ยวกับประเภทของความต้องการของผู้รับบริการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความต้องการบริการด้านข้อมูลและการสื่อสาร ผู้รับบริการทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ต่างมีความคาดหวังที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและการสื่อสารที่ประทับใจ
2. ความต้องการความรับผิดชอบ เมื่อผู้รับบริการเกิดความคาดหวังในการบริการจากองค์กร ก็ส่งผลให้เกิดความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองอย่างรวดเร็วและทันทีจากผู้บริการ
3. ความต้องการการแก้ไขปัญหา การบริการระหว่างผู้บริการและผู้รับบริการย่อมมีปัญหาเกิดขึ้นเสมอ ดังนั้นเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นผู้รับบริการมักจะต้องการทราบว่าสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างไร
4. ความต้องการได้รับการบริการตามเวลาที่สม่ำเสมอ เมื่อผู้รับบริการเข้ามาใช้บริการตามเกณฑ์ที่ปฏิบัติเป็นประจำ ผู้บริการต้องสามารถที่จะบริการได้ตามเวลามาตรฐาน เมื่อมีการใช้บริการในกิจกรรมลักษณะเดิม เวลาที่ใช้ก็ควรที่จะใกล้เคียงหรือเท่ากัน
5. ความต้องการได้รับการบริการตามเวลาที่สม่ำเสมอผู้ให้บริการ พนักงานผู้ให้บริการจะต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสม และมีความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบ ดังนั้นพนักงานผู้ให้บริการจะต้องรู้ว่าทำงานอะไร ทำอย่างไรและทำไมต้องทำ
6. ความถูกต้องในการปฏิบัติหน้าที่ในการบริการ การบริการด้านต่าง ๆ จะต้องถูกต้องในการดำเนินงานเพียงครั้งแรก ซึ่งหมายถึงการบริการที่มีคุณภาพ และสามารถที่จะช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานอีกด้วย
7. การบริการอย่างมีอัธยาศัยและมีความเป็นมิตร ความต้องการข้อนี้เป็นความต้องการที่จำเป็นสำหรับองค์กร แม้จะไม่เกี่ยวข้องกับการบริการอย่างมีคุณภาพก็ตาม เพียงแค่รอยยิ้มขณะบริการก็เป็นที่ยอมรับสำหรับผู้รับบริการเป็นที่สุด

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า ความคาดหวังเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการได้คาดหวังเอาไว้เป็นสภาวะทางจิตของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้าต่อบางสิ่งบางอย่างว่าควรจะมีควรจะเป็น หรือควรจะเป็นเกิดขึ้น คุณภาพของการบริการดีหรือไม่นั้น เป็นผลมาจากคุณภาพที่ถูกค่าคาดหวังไว้ ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวัง คือ ความต้องการจากปัจจัยส่วนบุคคล ประสบการณ์ คำพูด และการสื่อสาร มีความรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหา ให้บริการตามเวลาที่สม่ำเสมอ มีความถูกต้องผู้ให้บริการมีอัธยาศัยไมตรีและมีความเป็นมิตร



2.3 ทฤษฎีสองปัจจัย

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg, 1959 : 44-50) ได้ศึกษาทฤษฎีสองปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการทำงานของแต่ละบุคคลไว้ดังนี้

2.3.1 ปัจจัยอันดับแรก (First-level factors) หรือ ปัจจัยจูงใจ (Motivational factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับงานโดยตรง เพื่อจูงใจให้คนชอบและรักงานที่จะปฏิบัติ เป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิดความพึงพอใจให้แก่บุคคลในองค์กรให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเพราะเป็นปัจจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการภายในของบุคคลได้ด้วย ซึ่งได้แก่

1. การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับนับถือไม่ว่าจากผู้บังคับบัญชา จากเพื่อน จากผู้มาขอรับคำปรึกษา หรือจากบุคคลในหน่วยงานการยอมรับนี้อาจจะอยู่ในรูปของการยกย่องชมเชย แสดงความยินดี การให้กำลังใจหรือการแสดงออกอื่นใด ที่แสดงให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถ เมื่อได้ทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งบรรลุผลสำเร็จ การยอมรับนับถือจะแฝงอยู่กับความสำเร็จในงานด้วย

2. ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลสามารถทำงานได้เสร็จสิ้น และประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี เป็นความสามารถในการแก้ปัญหาต่างๆ การรู้จักป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นเมื่อผลงานสำเร็จจึงเกิดความรู้สึกพอใจและปลาบปลื้มในผลงานนั้นๆ

3. โอกาสเจริญก้าวหน้า (Possibility of growth) หมายถึงการมีโอกาสในการเจริญก้าวหน้าในงานที่ทำ อาจเป็นงานใหม่เพื่อให้เกิดความเหมาะสมตามความสามารถ

4. ความก้าวหน้า (Advancement) หมายถึงการได้เลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้นของบุคคลในองค์กร การมีโอกาสได้ศึกษาเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมหรือได้รับการฝึกอบรม

5. เงินเดือน (Salary) รวมถึงเงินค่าตอบแทนตามตำแหน่งหน้าที่ ซึ่งรวมทั้งการขึ้นเงินเดือนตามความเหมาะสม ซึ่งจะต้องมากขึ้นเรื่อยๆ

6. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal relations) หมายถึงการสร้าง ความสัมพันธ์ภายในองค์กร ทั้งการทำงานร่วมกัน การพูดคุย ประสานงานกัน ทั้งในระดับที่สูงกว่าผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน

7. ลักษณะความเป็นผู้นำ (Supervision - technical) ลักษณะความเป็นผู้นำจะคล้ายกับลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลแต่ลักษณะความเป็นผู้นำจะมีลักษณะของความสามารถในการบังคับบัญชา ความยุติธรรม การแก้ไขสถานการณ์ด้วยความสุขุมรอบครอบ

8. ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึงความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานใหม่ๆ และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่ ไม่มีการตรวจหรือควบคุมอย่างใกล้ชิด



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

34

9. นโยบายและการบริหารงานของบริษัท (Company policy and administration) ต้องถูกนำไปดำเนินการทั้งในส่วนตัวและในระดับองค์กร เพื่อนำเอานโยบายของบริษัทไปดำเนินการให้ประสบความสำเร็จและสร้างความพึงพอใจในระดับองค์กรได้

10. สภาพงาน (Work conditions) หมายถึง ลักษณะของงานที่ทำ จำนวนงานที่รับผิดชอบ หรือสิ่งสนับสนุนหรืออำนวยความสะดวกในงาน เช่น การระบายอากาศ เครื่องมือพื้นที่ในการทำงาน และอื่นๆ เช่น ลักษณะของสภาพแวดล้อม

11. การตัดสินใจในงาน (Work itself) หมายถึงงานที่น่าสนใจ งานที่ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทำทนายให้ต้องลงมือทำหรือเป็นงานที่มีลักษณะสามารถกระทำได้ตั้งแต่ต้นจนจบโดยลำพังแต่ผู้เดียว

12. ลักษณะส่วนตัว (Factor in personal life) หมายถึงการทำงานที่ไม่มีผลจากสถานะส่วนตัวหรือครอบครัวมาเกี่ยวข้อง เช่น การย้ายที่ไปทำงานไกลๆ อาจกระทบต่อครอบครัว

13. สถานะ (Status) หมายถึงการมีโอกาสเจริญก้าวหน้าในหน้าที่ใหม่ที่ดีขึ้น และการได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ จากบริษัท

14. ความมั่นคงในงาน (Job security) หมายถึงการต้องการมีการทำงานที่มั่นคงซึ่งรวมถึงสถานะของบริษัทและความมั่นคงของบริษัท

2.3.2 ปัจจัยอันดับที่สอง (Second-level factor) หรือ ปัจจัยบำรุง (Maintenance factor) จะบำรุงให้แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีอยู่ตลอดเวลา ถ้าไม่มีหรือมีลักษณะไม่สอดคล้องกับกลุ่มบุคคลในองค์กร จะเกิดความไม่ชอบงานขึ้น และปัจจัยนี้จะเป็นปัจจัยที่มาจากภายนอกตัวบุคคล ได้แก่

1. ความรู้สึกต่อการยอมรับ (Feelings of recognition)
2. ความรู้สึกต่อความสำเร็จ (Feelings of achievement)
3. ความรู้สึกต่อโอกาส การถูกกีดขวางความก้าวหน้า
4. ความรู้สึกต่อความรับผิดชอบ การขาดความรับผิดชอบ
5. ความรู้สึกต่างๆ เช่น ความรู้สึกในการถูกกำจัดขอบเขต ความรู้สึกทางลักษณะทางสังคมส่วนตัว
6. ความรู้สึกต่อความสนใจ หรือ การขาดความสนใจในประสิทธิภาพงาน
7. ความรู้สึกต่อการเพิ่มหรือลดสถานะ
8. ความรู้สึกต่อการเพิ่มหรือลดความมั่นคง
9. ความรู้สึกต่อความยุติธรรมและความลำเอียง
10. ความรู้สึกต่อศักดิ์ศรี ความไม่เพียงพอ ความมีมลทิน
11. ความรู้สึกเกี่ยวกับเงินเดือน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

จากทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอรัลด์เบอร์ค ดั่งกล่าว สรุปได้ว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจในการทำงานของแต่ละบุคคลมี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยอันดับแรกหรือปัจจัยจูงใจ เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับงานโดยตรง เพื่อจูงใจให้คนชอบและรักงานที่จะปฏิบัติ เป็นตัวกระตุ้นทำให้บุคคลในองค์กรให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเพราะเป็นปัจจัยที่สามารถตอบสนองความต้องการภายในของบุคคลได้แก่ การได้รับการยอมรับนับถือ ความสำเร็จในการทำงานของบุคคล โอกาสเจริญก้าวหน้า เงินเดือน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ลักษณะความเป็นผู้นำ ความรับผิดชอบ นโยบายและการบริหารงานของบริษัท สภาพงาน การตัดสินใจในงาน ความมั่นคงในงาน ปัจจัยอันดับที่สองหรือปัจจัยค้ำจุนจะค้ำจุนให้แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีอยู่ตลอดเวลาเป็นปัจจัยที่มาจากภายนอกตัวบุคคล ได้แก่ ความรู้สึกต่อการยอมรับ ความรู้สึกต่อความสำเร็จ ความรู้สึกต่อโอกาส การถูกกีดขวางความก้าวหน้า ความรู้สึกต่อความรับผิดชอบ ความรู้สึกต่อการเพิ่มหรือลดสถานะ ความรู้สึกต่อการเพิ่มหรือลดความมั่นคง ความรู้สึกต่อความยุติธรรมและความลำเอียง ความรู้สึกต่อศักดิ์ศรี ความไม่เพียงพอ ความมีมลทินและความรู้สึกเกี่ยวกับเงินเดือน

2.4 ทฤษฎีความคาดหวัง

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy theory ของ วรูม (Vroom, 1964 : 350) ซึ่งมองว่าระดับผลงานของคน (ซึ่งวรูมเรียกว่า “ผลระดับแรก” -First level outcome) จะถูกกำหนดโดยความชอบ (Preference) ที่บุคคลผู้นั้นมีต่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งในบรรดาหลาย ๆ วัตถุประสงค์ (ซึ่งวรูมเรียกว่า “ผลระดับที่สอง” -Second level outcomes หรือ “สิ่งแปรออกมา” -Variance) คำว่า Variance หมายถึงความอยากที่จะทำในสิ่งนั้น ๆ ถ้าความอยากมากกว่าความไม่อยาก ระดับค่าของ Variance เป็นบวก แต่ถ้าบุคคลมีความรู้สึกเฉย ๆ ระบุว่า Variance จะเป็นศูนย์ การกระทำของบุคคลที่จะไปสู่จุดที่คาดหวังนั้นเป็นกลไก (Instrumental) ไปสู่ความสำเร็จซึ่งได้เขียนเป็นสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{แรงจูงใจ} &= \text{ความอยาก} \times \text{ความคาดหวัง} \\ (\text{Motivational force}) &= (\text{Valence} \times \text{Expectancy}) \end{aligned}$$

การใช้บริการบุคคลแต่ละคนจะมีความคาดหวังและมีความต้องการเฉพาะคน เป็นกลไกที่แสดงพฤติกรรม นักจิตวิทยาได้แบ่งการจูงใจออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

การจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคลมีความต้องการกระทำบางสิ่งบางอย่างด้วย ความสนใจ

การจูงใจภายนอก (Extrinsic motivation) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่ได้รับการกระตุ้นจากภายนอกให้มองเห็นจุดหมายปลายทาง อันนำไปสู่การแสดงผลพฤติกรรมของบุคคล



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

36

จากแนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีความคาดหวังของผู้มาใช้บริการสรุปได้ว่า การใช้บริการของบุคคลแต่ละคน จะได้รับผลกระทบโดยตรงจากสิ่งที่เขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้น ซึ่งอาจเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้ ตามทฤษฎีความคาดหวังตามความต้องการเฉพาะคนนี้ นักจิตวิทยา ได้แบ่งการจูงใจออกเป็น 2 ประเภท คือ การจูงใจภายในและการจูงใจภายนอก

3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 งานวิจัยในประเทศ

นิติธร เขื่อนเพชร (2552 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องอำนาจการพยากรณ์ของการรับรู้กลยุทธ์การใช้อำนาจของผู้นำและบุคลิกภาพต่อความพึงพอใจในงานของพนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัด ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้กลยุทธ์การใช้อำนาจของผู้นำมีอำนาจพยากรณ์ความพึงพอใจในงานของพนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ได้แก่ การรับรู้กลยุทธ์การใช้ความเชี่ยวชาญ และการรับรู้กลยุทธ์การใช้บุคคลอ้างอิง โดยทั้ง 2 องค์ประกอบสามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจในงานได้ร้อยละ 22.3 บุคลิกภาพมีอำนาจพยากรณ์ความพึงพอใจในงานของพนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่บุคลิกภาพมิติที่ 1 ด้านเปิดเผยต่อสังคม และบุคลิกภาพมิติที่ 2 ด้านอารมณ์ห้วนไหว โดยทั้ง 2 ตัวแปรสามารถร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจในงานได้ร้อยละ 10.2 พนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความพึงพอใจในงานสูงรับรู้กลยุทธ์การใช้อำนาจของผู้นำด้านการให้รางวัล กลยุทธ์ด้านการใช้ตำแหน่ง กลยุทธ์ด้านการใช้ความเชี่ยวชาญ และกลยุทธ์ด้านการใช้บุคคลอ้างอิง สูงกว่าพนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความพึงพอใจในงานต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 พนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความพึงพอใจในงานสูงมีบุคลิกภาพมิติที่ 1 ด้านเปิดเผยต่อสังคม สูงกว่าพนักงานจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความพึงพอใจในงานต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

กมลมาลย์ อุปพันธ์ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องการจัดการความเครียดของพนักงานสายการบินที่ทำหน้าที่ตรวจบัตรผู้โดยสารสายการบินไทย ผลการวิจัยพบว่า พนักงานเกือบทั้งหมดทำงานในสถานประกอบการแห่งนี้มีระยะเวลาไม่เกิน 1 ปีโดยในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา พนักงานทุกคนมีช่วงเวลาทำงานในกะเช้า 05.30-14.30 น. มากที่สุด โดยการปฏิบัติงานมีการเปลี่ยนกะตามระบบหมุนเวียน 3 ครั้ง และมากกว่า 3 ครั้ง มีการเปลี่ยนกะแบบกะพันหัน 2 ครั้ง พนักงานทุกคนมีระยะเวลาในการทำงานมากที่สุดคือ 11-12 ชั่วโมง แต่ละคนมีการลาจิมากกว่า 3 ครั้ง ส่วนการลาป่วยพบว่า พนักงานทุกคนลาป่วย 2 ครั้ง ส่วนการทดสอบวัดระดับความเครียด



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

37

พบว่า พนักงานครึ่งหนึ่ง มีความเครียดในระดับสูง โดยมีปัจจัยที่เป็นประเด็นคือ กลัวงานที่ได้รับมอบหมายผิดพลาดและเงินไม่พอใช้จ่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ กลัวทำอะไรไม่สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ อาการแสดงออกโดยปวดศีรษะข้างเดียว เจ็บป่วยบ่อย เช่น เป็นหวัด ท้องผูก ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเท่ากัน สำหรับการจัดการความเครียด พบว่า พนักงานใช้การผ่อนคลายทางร่างกายและด้านจิตใจเท่า ๆ กัน รูปแบบการจัดการความเครียดของพนักงานที่ศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย 4 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเครียดในด้านต่าง ๆ กิจกรรมการรู้จักตนเองและการมองผู้อื่น กิจกรรมการสร้างคุณค่าและความภูมิใจในตนเอง และกิจกรรมรูปแบบลักษณะการจัดการความเครียด ซึ่งผลการประเมินการจัดกิจกรรม พบว่า พนักงานทุกคน มีระดับคะแนนความเครียดลดลงหลังจากการใช้รูปแบบการจัดการความเครียด โดยไม่มีความเครียดในระดับรุนแรงเลย สำหรับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบการจัดการความเครียด พบว่า พนักงานเห็นว่ารูปแบบมีความเหมาะสมโดยทุกประเด็นมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ประเด็นเรื่องผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้มีค่าเฉลี่ยสูงสุดรองลงมาคือ ด้านเนื้อหาและประโยชน์ในการนำไปใช้

ศุกสินธุ์ บุญเรือง (2551 : 163-164) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค รูปแบบพฤติกรรมการเผชิญความเครียด และอัตราการขาดงานกรณีศึกษา พนักงานตรวจรับบัตรโดยสารสายการบินแห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคด้านความอดทนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับรูปแบบพฤติกรรมการเผชิญความเครียดแบบมุ่งเน้นการแก้ปัญหามากที่สุดนั้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่าพนักงานตรวจรับบัตรโดยสารเป็นผู้ที่ต้องใช้ความอดทนสูง เนื่องจากเป็นงานที่ต้องใช้ความอดทนอดกลั้นและความเพียรพยายามในการให้บริการแก่ผู้โดยสารเพื่อให้ผู้โดยสารเกิดความประทับใจ งานดังกล่าวไม่เพียงแต่สร้างความประทับใจแก่ผู้โดยสารเท่านั้น พนักงานตรวจรับบัตรโดยสารยังต้องให้ข้อมูลด้านการบริการและข้อมูลด้านการเดินทางระหว่างประเทศที่ถูกต้องแก่ผู้โดยสารอีกด้วย ซึ่งข้อมูลด้านการบริการ ได้แก่ ข้อมูลบริษัทได้แก่ โปรโมชันทางการตลาดต่างๆ ข้อมูลของเครื่องบินที่ใช้ในการเดินทาง ข้อมูลเรื่องการบริการในสนามบิน เช่น บริการห้องรับรองพิเศษ ห้องสูบบุหรี่ และการให้บริการของหน่วยงานอื่นๆในสนามบิน ส่วนข้อมูลเรื่องการบริการบนเครื่องบิน อาทิ บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มระหว่างการเดินทางที่บริการบนเครื่องบิน อุปกรณ์อำนวยความสะดวกและการบันเทิงบนเครื่องบิน เป็นต้น ด้านการบริการข้อมูลการเดินทางระหว่างประเทศนั้น เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งเนื่องจากเกี่ยวข้องกับกฎหมายการเดินทางระหว่างประเทศ อาทิเช่น การตรวจสอบบัตรโดยสาร การตรวจสอบข้อมูลหนังสือเดินทาง การตรวจสอบวีซ่าของประเทศที่จะเดินทางไป กำหนดเวลาที่อนุญาตให้พำนักในประเทศไทย การขออนุญาตเดินทางกลับเข้ามาในประเทศอีกครั้ง โดยจะตรวจสอบเอกสารตลอดทุกประเทศที่ผ่านจนถึงปลายทาง และพนักงานต้องแก้ปัญหาเฉพาะ



หน้าอื่นๆ อีกเช่น การปฏิเสธการเดินทางของผู้โดยสารเนื่องจากปัญหาต่างๆเช่น เอกสารการเดินทางไม่ถูกต้องและไม่ครบถ้วน บัตรโดยสารหมดอายุหรือปลอม การมีสัมภาระน้ำหนักเกินที่อนุญาต การขายบัตรโดยสารเกินจำนวนที่นั่ง การไม่ได้รับบริการตามที่ผู้โดยสารขอไว้ เป็นต้น การบริการดังกล่าวข้างต้นต้องให้บริการที่รวดเร็วและถูกต้องเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดและเดินทางทันตามกำหนดเวลา

นพมาศ งามดี (2549 : Abstract) ได้ทำการศึกษาเรื่อง เวลาในการบริการ ความพึงพอใจ และความคาดหวังของผู้โดยสาร ณ จุดตรวจค้นบุคคลและสัมภาระของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นผู้โดยสารที่ใช้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิบริเวณ Concourses C โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มโดยง่ายจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบบสังเกต และแบบบันทึกการสังเกตพฤติกรรม ผลการวิจัยพบว่า เวลาในการให้บริการจะอยู่ระหว่าง 15 วินาที ถึง 480 วินาทีต่อคน คิดเป็นเวลาเฉลี่ยในการให้บริการคือ 44.5 วินาที/คน ส่วนความพึงพอใจผู้โดยสารเบื้องต้น ทุกด้านอยู่ในระดับดีมาก มีบางเรื่องที่ยังเป็นข้อด้อยที่ผู้โดยสารคาดหวังให้มีการปรับปรุงคือ เรื่อง ความชำนาญของเจ้าหน้าที่ตรวจค้นในการอ่านภาพจากจอเอ็กซ์เรย์ เรื่องข้อมูลในการเตรียมตัวก่อนออกเดินทาง และความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของเจ้าหน้าที่ตรวจค้น

วารัตดา เหลืองรังสี (2549 : Abstract) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสายการบินพาณิชย์แห่งหนึ่ง ผลการวิจัยพบว่า พนักงานมีความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานที่มีเพศ อายุ อายุงานและสถานภาพสมรสต่างกัน ไม่พบว่ามีความพึงพอใจในงานโดยรวมแตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในงานด้านค่าจ้างแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พนักงานที่มีเพศ อายุ อายุงานและสถานภาพสมรสต่างกันไม่พบว่ามีความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน ความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

นิชภา จินดาวิทย์ (2548 : Abstract) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบทางบุคลิกภาพ (MBTI) ความพึงพอใจในงานและความพึงพอใจในชีวิตของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินไทย ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในงาน และความพึงพอใจในชีวิตของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินไทย โดยส่วนใหญ่มีรูปแบบบุคลิกภาพแบบ ESTJ คิดเป็นร้อยละ 24.5 และรูปแบบบุคลิกภาพแบบ ISTJ คิดเป็นร้อยละ 20.5 ส่วนรูปแบบบุคลิกภาพแบบ ESFJ และ ISFJ มีจำนวนเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 16 พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินไทย ที่มีรูปแบบบุคลิกภาพแบบ ESFJ มีความพึงพอใจในงาน อยู่ในระดับ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ปานกลาง และความพึงพอใจในชีวิตอยู่ในระดับมาก ส่วนรูปแบบบุคลิกภาพแบบ INTJ มีความพึงพอใจในงาน และความพึงพอใจในชีวิตอยู่ในระดับมาก

นิธิกานต์ เกษโกศล (2547 : Abstract) ได้ทำการศึกษาเรื่องประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานรับบัตรโดยสารระหว่างประเทศ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่าระดับประสิทธิผลในการทำงานทั้งระดับปฏิบัติงานและระดับหัวหน้างานอยู่ในระดับ “สูง” เมื่อแยกพิจารณาในรายละเอียดพบว่าหัวหน้างานมีระดับประสิทธิผล “สูง” ในด้านการวางใจได้และ “ปานกลาง” ในด้านความคิดสร้างสรรค์ ส่วนเจ้าหน้าที่มีระดับประสิทธิผลสูงสุดในด้านความร่วมมือในการทำงานและต่ำสุดในด้านความคิดสร้างสรรค์ เช่นเดียวกับหัวหน้างาน เมื่อเปรียบเทียบระดับประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานตามปัจจัยด้านบุคลิกพบว่า ปัจจัยด้านเพศและตำแหน่งงานมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านอายุ สถานภาพสมรส และระยะเวลาในการทำงานกับแผนกนี้ มีระดับประสิทธิผลในการทำงานไม่แตกต่างกัน เมื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการทำงานกับระดับประสิทธิผลในการทำงานพบว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับระดับประสิทธิผลในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านบุคลิกลักษณะ ด้านความร่วมมือในการทำงาน ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านการวางใจ ด้านวินัย ด้านความรอบรู้งาน ด้านปริมาณงาน ด้านคุณภาพงาน ด้านการจัดการงาน และด้านการตัดสินใจ

สุวณี สวัสดิ์ (2547 : Abstract) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ (E-ticketing) ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่าผู้โดยสารทั้ง 300 คนเห็นด้วยกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์แทนบัตรโดยสารแบบกระดาษ เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีต่อปัจจัยต่าง ๆ พบว่า การใช้บัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ทำให้ประหยัดเวลาในการเดินทางไปซื้อบัตรโดยสารจากสำนักงานการบินไทยหรือตัวแทนจำหน่าย เพราะผู้โดยสารสามารถซื้อบัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ได้ทางโทรศัพท์หรือทางอินเทอร์เน็ต ข้อมูลบัตรโดยสารจะถูกบันทึกไว้ในระบบคอมพิวเตอร์ทั้งหมด ผู้โดยสารสามารถเดินทางได้โดยไม่ต้องถือบัตรโดยสารที่เป็นกระดาษ และผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าการใช้บัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดความรวดเร็วในขั้นตอนการเช็คอิน (Check in) ด้วย โดยเมื่อแบ่งประเภทของผู้โดยสารออกเป็นผู้โดยสารที่ใช้บริการโดยสารอิเล็กทรอนิกส์และผู้โดยสารที่ไม่ใช้บริการบัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ พบว่า พฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสารที่ใช้บัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ นิยมซื้อบัตรโดยสารจากตัวแทนจำหน่ายมากที่สุด ส่วนเหตุผลของผู้โดยสารที่ไม่ใช้บัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ เพราะมีผู้อื่นซื้อบัตรโดยสารแทนซึ่งเป็นบัตรโดยสารแบบกระดาษ และไม่ได้รับการประชาสัมพันธ์จากบริษัท ส่วนการซื้อบัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ทางอินเทอร์เน็ตนั้นยังไม่เป็นที่นิยม เนื่องจากยังไม่มั่นใจในความปลอดภัยด้านการ



ชำระเงินผ่านทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้น ทางบริษัทควรเพิ่มการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้ผู้โดยสารได้รู้จักบัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการเดินทางให้แก่ผู้โดยสารที่ใช้บริการของสายการบินไทย และเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันกับสายการบินอื่นทั่วโลก

กัลยลักษณ์ อุทัยจันทร์ (2545 : Abstract) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายการพาณิชย์ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ตำแหน่งงานและระยะเวลาในการปฏิบัติงานของพนักงานที่แตกต่างกันมีผลให้ระดับความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานต่างกันและพบว่าความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กร

อรัญญา มนูญญา (2545 : Abstract) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานชาวไทยในบริษัทยูโนแคลไทยแลนด์ จำกัด พบว่า เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ประเภทของพนักงาน ระดับเงินเดือนและระยะเวลาปฏิบัติงานในองค์กรไม่ทำให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่ต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านคุณลักษณะของงานที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ความหลากหลายของทักษะและเอกลักษณ์ของงาน ความสำคัญของงานและควมมีอิสระในการตัดสินใจในงาน

จิรากุล วะพันธุ์ (2544 : Abstract) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร : ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท โอจิ เปเปอร์ (ไทยแลนด์) จำกัด พบว่า พนักงานมีความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อายุงาน รายได้ และประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกันมีความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน แต่พบว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลทำให้ความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่าความพึงพอใจในงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กร

สามารถ สุภรัตน์อาภรณ์ (2544 : Abstract) ได้ทำการศึกษาความผูกพันต่อองค์กร : ศึกษากรณีฝ่ายปฏิบัติการคลังสินค้าบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับสูง ตัวแปรในด้านเพื่อนร่วมงานและอายุงานในองค์กรมีความสำคัญในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงความผูกพันต่อองค์กร

3.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ลาม (Lam. 2001: Abstract) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและลักษณะงานกับความพึงพอใจในงาน 5 ด้าน (ได้แก่ ตัวงาน หัวหน้างาน ค่าตอบแทน โอกาสการเลื่อนตำแหน่งและเพื่อนร่วมงาน) ของพนักงานโรงแรมในฮ่องกง พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อายุงานและสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงาน โดยพนักงานที่มีช่วงอายุระหว่าง



21-25 ปี มีความพึงพอใจในด้านเพื่อนร่วมงานมากที่สุด ในขณะที่พนักงานที่มีอายุมากกว่า 50 ปี จะมีความพึงพอใจในเรื่องโอกาสการเลื่อนตำแหน่ง หัวหน้างานและตัวงาน ยกเว้นในเรื่องค่าตอบแทน ส่วนพนักงานที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าไม่มีความพึงพอใจในงานในด้านโอกาสการเลื่อนตำแหน่ง นอกจากนั้นพนักงานที่มีอายุงานมากกว่า 10 ปี พบว่ามีความพึงพอใจในระดับต่ำในด้านโอกาสการเลื่อนตำแหน่ง ค่าตอบแทนและตัวงาน

กริฟฟิน, แพ็ตเตอร์สันและเวสต์ (Griffin, Patterson and West. 2001: Abstract) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในงานของพยาบาล : กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเกาหลี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษาและอายุงานไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในงาน ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ ได้แก่ สภาวะอารมณ์ในทางบวก (Positive affectivity) หัวหน้างานและค่าตอบแทน ในขณะที่โอกาสในการหางาน สภาวะอารมณ์ในทางลบ (Negative affectivity) จำนวนงาน (Workload) และความซ้ำซากจำเจของงาน (Routinization) เป็นปัจจัยที่ทำให้ไม่เกิดความพึงพอใจในงาน

เกตเนอร์ (Gaetner. 1999: Abstract) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร โดยศึกษาข้อมูลจากงานวิจัย 9 ชิ้นของ James.L.Price และ Charles W. Mueller แห่งมหาวิทยาลัย Iowa พบว่าเพื่อนร่วมงาน จำนวนงาน (Workload) ความขัดแย้งในบทบาทความกำกวมในบทบาท ความอิสระและจำเจของงานเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในงานในขณะที่ตัวแปรในด้านความยุติธรรม (Distributive Justice) ผู้บังคับบัญชาและโอกาสเลื่อนตำแหน่งมีผลโดยตรงต่อทั้งความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร นอกจากนั้นยังพบว่าค่าตอบแทนไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์กร Gaertner ให้ทัศนะว่าพนักงานมักจะเกิดความไม่พึงพอใจในการให้ค่าจ้างที่ไม่ยุติธรรมมากกว่าจำนวนของค่าตอบแทนที่เขาได้รับ

โคเฮน (Cohen. 1992 : Abstract) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรในกลุ่มสาขาอาชีพที่แตกต่างกัน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุงาน การศึกษา สถานภาพสมรส เพศ และแรงจูงใจของอาชีพทั่ว ๆ ไป (Nonprofessional) มากกว่าอาชีพเฉพาะ ส่วนอายุไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรในทุกอาชีพ ปัจจัยองค์กร ได้แก่ ความอิสระในการทำงาน การติดต่อสื่อสารค่าตอบแทนมีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร

บุชานัน (Buchanan. 1974 : Abstract) ได้ทำการศึกษาการสร้างความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งให้ความสำคัญกับการปฏิสัมพันธ์ของผู้จัดการ โดยทำการศึกษาผู้จัดการที่ทำงานตั้งแต่ไม่น้อยกว่า 1 ปี 2-4 ปี และ 5 ปีขึ้นไป พบว่าระยะเวลาที่ทำงานอยู่ในองค์กร การปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาความสำเร็จในการทำงาน (Job achievement) และความก้าวหน้าในการเลื่อนตำแหน่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กร