

ความพึงพอใจของผู้โดยสารในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) Passengers' Satisfaction in Five Dimension of Service Quality of Thai Airways International

ญาณิศา ใจเอื้อ¹ นลินทิพย์ วิเศษสังข์¹ ศศิธร รีเงิน¹ สุพิชฌาย์ เบญจสิริทัศน์¹ อรุณา วรศิริ¹ กฤษณพงศ์ ภูักกลาง²
E-mail: yanisa.jai@ku.th, nalinthip.v@ku.th, sasithorn.re@ku.th, supitcha.be@ku.th, onauma.w@ku.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารในการใช้บริการบนเครื่องบินและศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อ ความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการบนเครื่องบินของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์หรือ Google Form จากผู้โดยสารที่เคยใช้บริการจำนวน 400 คน โดยสถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป IBM SPSS Statistics ซึ่งจากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เคยใช้บริการ มีความพึงพอใจเกี่ยวกับความคาดหวัง และการรับรู้ต่อคุณภาพการ ให้บริการของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของ บริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจ ลูกค้าที่มาใช้บริการ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ คือ ทางสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้รับรู้ถึงความพึงพอใจของผู้โดยสาร ที่เคยใช้บริการและได้รู้ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความคาดหวังและ การรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการรวมไปถึง ทำให้ทางสายการบินรับรู้ถึงข้อเท็จจริงต่างๆ ที่จะสามารถนำไปเป็นประโยชน์ในการปรับปรุง แก้ไข และ พัฒนาการบริการบนเครื่องบินของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในด้านต่างๆ ให้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ คุณภาพการให้บริการ สายการบินไทย จำกัด (มหาชน)

Abstract

Subject research Passengers' satisfaction in Five dimension of service quality of Thai Airways International with the objective to study passenger' satisfaction in using the service on board and To study the factors that affect the passengers expectations and perceptions on the quality of the service on board of Thai Airways International. Data were collected using Google Form from passengers 400 previously used passengers. Descriptive statistics such as frequencies, percentages, means and standard deviation will be utilized to reveal patterns and relations in the data using IBM SPSS Statistics. The results from the research shows that the majority of the samples are satisfied in terms of expectations and perceptions on the quality of the service on board is Tangibility, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy. The benefits gained from this research is knowing the satisfaction of passengers who have ever used the service, knowing the factors that affect expectations and perceptions on the quality of the service on board and to know the facts That will be useful in correcting, improving or developing various aspects Make it even better.

Keywords: satisfaction, service quality, Thai airways international

ความเป็นมาของปัญหา

อุตสาหกรรมการบินได้รับความนิยมน้อยกว่าหลายปีเป็นอย่างมาก เพื่อใช้ในการเดินทางไปในที่ต่างๆ เช่น การเดินทางภายในประเทศและการเดินทางระหว่างประเทศ เป็นต้น โดยอุตสาหกรรมการบินได้มีการให้บริการในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการขนส่งผู้โดยสาร การให้บริการขนส่งสินค้า เพื่ออำนวยความสะดวกและรวดเร็วต่อการเดินทางของผู้โดยสาร ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสารในการใช้บริการบน เครื่องบินของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) เนื่องจากสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นสายการบินประจำชาติของ ประเทศไทยและนอกจากนั้นยังเป็นสายการบินที่ได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากลเป็นที่ยอมรับทั่วโลก โดยมีการนำเสนอเอกลักษณ์ความเป็นไทยและวัฒนธรรมไทยที่แสดงออกผ่าน

¹ นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน

² อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ทางการบริการบนเครื่องบิน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการให้บริการที่มีแตกต่างจากสายการบินอื่นๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้โดยสารเกิดความสนใจ และเลือกใช้บริการกับทาง สายการบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นจำนวนมาก

เนื่องจากในปัจจุบันอุตสาหกรรมการบินมีการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรงทั้งทางตรงและทางอ้อมไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมเดียวกันจากสายการบินต้นทุนต่ำ และการแข่งขันที่มาจากภายนอกอุตสาหกรรม เช่น การเดินทางด้วยยานพาหนะอื่นๆ รวมไปถึงสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมไม่ให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งก็ล้วนแล้วแต่ เป็นสิ่งที่สามารถส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบินอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เช่นเดียวกัน นอกจากนั้นแล้วในปัจจุบัน พฤติกรรมและความต้องการที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วของผู้โดยสาร จึงเป็นสิ่งทำให้ทางสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) มุ่งเน้นให้ความสำคัญไปที่การให้บริการบนเครื่องบินที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร ได้อย่างตรงจุดมากที่สุด เพื่อให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจต่อการให้บริการบนเครื่องบินของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ดังนั้นทางผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้โดยสารในการใช้บริการบนเครื่องบินของ สายการบินไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้รับมาใช้เป็นข้อเสนอแนะและเป็นแนวทางในการพัฒนา การให้บริการผู้โดยสารบนเครื่องบินของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้อย่างเหมาะสมและตรงต่อความต้องการ ของผู้โดยสารให้ได้มากที่สุด โดยข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ ในด้านของการ นำเอามาเป็นแนวทางเพื่อปรับปรุงและแก้ไขข้อบกพร่องในการให้บริการบนเครื่องบินของสายการบิน จำกัด (มหาชน) เพื่อให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการอีกครั้ง รวมทั้งการวางแผนดำเนินธุรกิจให้มีความเหมาะสมกับปัจจุบันและพัฒนา ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารในการใช้บริการบนเครื่องบินของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการเก็บข้อมูลจากผู้โดยสารที่เคยใช้บริการกับสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ดังนั้นแบบสอบถาม ออนไลน์จึงต้องมีความชัดเจน และเที่ยงตรงกับหัวข้อที่ผู้วิจัยได้เลือกทำ โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence: IOC) มาเป็นตัวกำหนดแบบสอบถามออนไลน์

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการกับสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ เดือนสิงหาคม ในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งมีจำนวนผู้โดยสารที่มาใช้บริการ ณ เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563 ทั้งหมด จำนวน 6,368 คน ตามข้อมูลของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) (บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน), 2563)

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการกับสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563 จำนวน 400 คน ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์หรือ Google Form โดยการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบิน และการศึกษาแบบสอบถามจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการกำหนดขอบเขตในการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นแบบสอบถามให้เลือกตอบตามข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจำแนกตามคุณภาพการให้บริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ของผู้โดยสารที่ใช้บริการบนเครื่องบินของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์หรือ Google Form เพื่อการลดการสัมผัสโดยตรงอันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) กลุ่ม

ประชากร คือ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563 โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามมาทำการประมวลผล เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้โดยสารในการใช้บริการบนเครื่องบินของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยใช้การคำนวณค่าสถิติเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	\bar{X}	S.D.
1. ป้ายและสัญลักษณ์ต่างๆแสดงให้เห็นอย่างชัดเจน	4.43	0.77
2. มีเครื่องมืออุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันและทันสมัย	4.24	0.64
3. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย ยิ้มแย้มแจ่มใสและมีความเป็นมิตร	4.20	0.73
4. การให้บริการมีความเป็นระบบ ตามขั้นตอน	4.24	0.73
5. การให้คำแนะนำและสวัสดิการใช้อุปกรณ์ความปลอดภัยเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน	4.31	0.73
6. ขนาดเบาะที่นั่งกว้างสะดวกสบาย	4.31	0.72
รวม	4.29	0.72

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีความพึงพอใจของผู้โดยสารในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการโดยภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 ดังนั้นจึงส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) กับผู้โดยสารที่เคยใช้บริการกับสายการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้

ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การให้บริการที่ตรงเวลาตามกำหนดและมีความเหมาะสม	4.25	0.78	พึงพอใจมากที่สุด
2. พนักงานของสายการบินสามารถให้ความช่วยเหลือผู้โดยสารได้อย่างทันที่	4.20	0.72	พึงพอใจมาก
3. พนักงานของสายการบินปฏิบัติต่อผู้โดยสารทุกคนอย่างเท่าเทียม	4.22	0.73	พึงพอใจมากที่สุด
4. พนักงานปฏิบัติตามข้อบังคับ/ขั้นตอน ชัดเจนและเป็นสากล	4.30	0.71	พึงพอใจมากที่สุด
5. พนักงานใส่ใจกับสิ่งที่ได้สัญญาไว้กับท่าน และติดตามทำงานนั้นจนสำเร็จลุล่วง	4.26	0.81	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	4.25	0.75	พึงพอใจมากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีความพึงพอใจของผู้โดยสารในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้โดยภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 ดังนั้นจึงส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) กับผู้โดยสารที่เคยใช้บริการกับสายการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. พนักงานสามารถตอบสนองการให้บริการได้อย่างทั่วถึง แม้ผู้โดยสารไม่ได้ร้องขอ	4.28	0.68	พึงพอใจมากที่สุด
2. พนักงานสามารถให้บริการผู้โดยสารได้อย่างรวดเร็ว	4.27	0.69	พึงพอใจมากที่สุด
3. พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการอยู่ตลอดเวลา	4.27	0.73	พึงพอใจมากที่สุด
4. พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจ	4.30	0.68	พึงพอใจมากที่สุด
5. พนักงานตอบข้อสงสัยของผู้โดยสารได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน	4.31	0.75	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	4.29	0.71	พึงพอใจมากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีความพึงพอใจของผู้โดยสารในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าโดยภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 ดังนั้นจึงส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) กับผู้โดยสารที่เคยใช้บริการกับสายการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านคิดว่าการบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไป	4.35	0.67	พึงพอใจมากที่สุด
2. ท่านมีความรู้สึกมั่นใจว่าท่านจะได้รับการบริการที่ดีที่สุดทุกครั้งเมื่อท่านใช้บริการของสายการบินไทย	4.38	0.66	พึงพอใจมากที่สุด
3. พนักงานที่ให้บริการบนเครื่องบินของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.24	0.70	พึงพอใจมากที่สุด
4. พนักงานมีการติดต่อสื่อสารที่ดี ตรงประเด็น	4.36	0.70	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	4.33	0.68	พึงพอใจมากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีความพึงพอใจของผู้โดยสารในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้าโดยภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 ดังนั้นจึงส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) กับผู้โดยสารที่เคยใช้บริการกับสายการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. พนักงานให้บริการด้วยความเข้าใจในความรู้สึกส่วนบุคคลของผู้โดยสาร	4.32	0.70	พึงพอใจมากที่สุด
2. พนักงานให้บริการตรงกับความต้องการเฉพาะของแต่ละบุคคล	4.23	0.68	พึงพอใจมากที่สุด
3. เมื่อท่านมีความกังวลใจ พนักงานให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มความสามารถ	4.28	0.69	พึงพอใจมากที่สุด
4. พนักงานมีการให้บริการแบบเอาใจเขามาใส่ใจเรา	4.29	0.69	พึงพอใจมากที่สุด
5. พนักงานพยายามสอบถามความต้องการของท่าน เพื่อสามารถให้บริการท่านได้อย่างเหมาะสม	4.34	0.69	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	4.30	0.69	พึงพอใจมากที่สุด

จากตารางที่ 5 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีความพึงพอใจของผู้โดยสารในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าโดยภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ดังนั้นจึงส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) กับผู้โดยสารที่เคยใช้บริการกับสายการบินไทย จำกัด (มหาชน)

อภิปรายผล

ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างประชากรศาสตร์ที่เคยใช้บริการของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท เห็นได้ชัดว่าผู้โดยสารส่วนใหญ่นั้นมีฐานะเงินเดือนที่มั่นคง และเป็นผู้ที่บรรลุชีวิตแล้ว ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้แบ่งความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มาใช้บริการสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ 2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ 3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า 4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และ 5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับ Rajaguru, 2016 อ้างถึงใน โสรจจะราช เถระพันธ์ (2561) ว่าด้วยเรื่อง SERVICEQUAL สรุปได้ว่าการให้บริการบนเครื่องบินของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) พนักงานต้องให้บริการด้วยความเต็มใจและใส่ใจผู้โดยสารเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้โดยสารที่มาใช้บริการ อีกทั้งยังส่งผลต่อการรับรู้ที่ดีต่อการบริการบนเครื่องบินของผู้โดยสารอีกด้วย

สรุปผลการวิจัย

สรุป ผลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่าด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 ซึ่งมีความพึงพอใจมากที่สุด ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้โดยภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 ซึ่งมีความพึงพอใจมากที่สุด ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าโดยภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.29 ซึ่งมีความพึงพอใจมากที่สุด ด้านการให้ความเชื่อมั่นลูกค้าโดยภาพรวมจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33 ซึ่งมีความพึงพอใจมากที่สุด และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าโดยภาพรวมจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ซึ่งมีความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้นทั้ง 5 ด้านนี้แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารที่มาใช้บริการกับทางสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) เกิดความพึงพอใจมากที่สุด ส่งผลให้ผู้โดยสารเกิดความประทับใจในคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ทางผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ ดังต่อไปนี้

1. ระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น ถึงแม้ว่าในด้านของความเป็นรูปธรรมของบริการจะอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด แต่ก็ยังควรมีการมุ่งเน้นพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการยกระดับมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้นไปในทุกๆ ด้าน

2. ระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น ทางสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) จึงควรที่จะมีการส่งเสริมและฝึกอบรมทักษะทางด้านการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับเหตุการณ์เฉพาะหน้าที่อาจจะเกิดขึ้น เพื่อให้สามารถทำการช่วยเหลือผู้โดยสารได้อย่างทันท่วงที

3. ระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีความพึงพอใจในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น ทางสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) จึงควรที่จะมีการบริการที่เหนือความคาดหมายของผู้โดยสารเพิ่มเติมเข้ามาในการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นการจัดเซอร์ไพรส์มอบของขวัญในวันเกิดสำหรับผู้โดยสาร รวมไปถึงการจัดเซอร์ไพรส์ให้กับผู้โดยสารในโอกาสพิเศษต่างๆ เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจและเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีในการเดินทางให้กับผู้โดยสารอีกด้วย

4. ระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีความพึงพอใจของผู้โดยสารในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น ทางสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) จึงควรมีการปรับปรุงและพัฒนาขีดความสามารถในการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเป็นขั้นตอน เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดขึ้นในขณะที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร

5. ระดับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มีความพึงพอใจของผู้โดยสารในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้น ทางสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) จึงควรที่จะหยิบยกเอาคุณภาพในการให้บริการในด้านนี้มาสร้างเป็นจุดแข็งที่ทำให้การบริการมีความแตกต่างจากสายการบินอื่นๆ ไปในระดับเดียวกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้โดยสารในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งควรจะมีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพิ่มเติมควบคู่กันไปด้วย ทั้งในส่วนของความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการและพฤติกรรมหลังการใช้บริการบนเครื่องบิน เพื่อให้ทางสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้รับรู้ถึงความคิดเห็นของผู้โดยสารและสามารถนำความคิดเห็นที่ได้รับมาทำการพัฒนาการให้บริการบนเครื่องบินเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสารที่มาใช้บริการได้

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้โดยสารในคุณภาพการบริการ 5 มิติของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งควรจะมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของการต้องการของผู้โดยสารที่มีความเกี่ยวข้องกับบริการบนเครื่องบินของสายการบินไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อเป็นการรับมือต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้โดยสารและความต้องการที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

เอกสารอ้างอิง

- ณัฐรินทร์ หลิมวิรัตน์, ปาริฉัตร พรหมสวัสดิ์ และรุ่งรวี คล้ายสุวรรณ (2561, มกราคม-เมษายน). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านการบริการกรณีศึกษา พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). **วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต**, 14(1), 33-39.
- นิธิศ สระทองอยู่. (2562, มกราคม-เมษายน). คุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติหน้าที่การรถไฟแห่งประเทศไทยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟสายตะวันออก กรุงเทพฯ-ชลบุรี. **วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง**, 2(1), 70.
- บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). (2563). สถิติและข้อมูลอื่นๆ. **Thai Airways**. <<http://investor.thaiairways.com/th/operating-statistics>> (31 สิงหาคม 2563).
- บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). (2563). อาหารบนเครื่องบิน. **Thai Airways**. <https://www.thaiairways.com/th_TH/during_your_trip/in_the_air/cuisine.page> (31 สิงหาคม 2563).
- บวรลักษณ์ เสนาะคำ. (2562, ตุลาคม-ธันวาคม). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ของนักศึกษาปริญญาตรีในกรุงเทพมหานคร. **วารสารรัชต์ภาคย์**, 13(31), 45-46.
- เบญจมาศ สีหนาม, ศักดิ์สิทธิ์ ดวงกรมนา และอริวัฒน์ จงภักกลาง. (2560). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลหนองเม็ก อำเภอหนองสองห้อง จังหวัดขอนแก่น. **วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**.
- ปริญญช แซงชุมพล และพีรภาวี ทวีสุข. (2561, กรกฎาคม-ธันวาคม). ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบิน A เส้นทางระหว่างประเทศ (ไทย-เวียดนาม) และระดับความตั้งใจในการซื้ออาหารบนเครื่องบิน. **วารสารSoutheast Bangkok Journal**. 4(2), 6-8.
- มนสิณี เลิศคชสิทธิ์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินไทย สำหรับการให้บริการภายในประเทศ. **วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**.
- สหวัดน์ อีระธรรม และ ปัญญา ศรีสิงห์. (2563, กันยายน-ธันวาคม). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินในประเทศไทย เส้นทางบินภายในประเทศพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารJournal of Arts Management**. 4(3), 588-591.
- สิริวิมล คำวงศ์. (2559). ปัจจัยคุณภาพบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความภักดีต่อบริษัทท่องเที่ยวไปต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. **วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ**.
- โสรัจจะราช เถระพันธ์. (2561). คุณภาพการบริการและการบริหารความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความไว้วางใจ ความพึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในจังหวัดปทุมธานี. **วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ**.
- Zhitang Chen. (2560). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. **วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่**.