



คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษา เส้นทางบิน  
อุบลราชธานี – กรุงเทพมหานคร – อุบลราชธานี

ฐายิกา ทิพย์สุวรรณ

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
คณะบริหารศาสตร์  
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี  
ปีการศึกษา 2560  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี



SERVICE QUALITY IN LOW - COST AIRLINES A CASE OF  
UBON RATCHATHANI – BANGKOK – UBON RATCHATHANI

THAYIKA TIPSUWAN

AN INDEPENDENT STUDY IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS  
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
FACULTY OF MANAGEMENT SCIENCE  
UBON RATCHATHANI UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2017  
COPYRIGHT OF UBON RATCHATHANI UNIVERSITY

## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ทัศนศึกษา เส้นทางบิน อุบลราชธานี – กรุงเทพมหานคร – อุบลราชธานี” สำเร็จลุล่วงไปด้วยความอนุเคราะห์และความเมตตาของ ดร.นรา หัตถสิน อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ และคำแนะนำที่มีประโยชน์ของคณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระคือ ดร. สายรุ้ง ดินโคกสูง และ ดร.สิริรัตน์ ชอบขาย ผู้ศึกษาใคร่ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณท่านผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบวิจัยเล่มนี้ ที่ทำให้การค้นคว้าอิสระนี้มีความสมบูรณ์ และขอบคุณ คุณสุประวีณ์ วัฒนุฒพงศ์ ในการอำนวยความสะดวกในการดำเนินการด้านเอกสารและประสานงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงขอขอบพระคุณหัวหน้าสถานีสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย รวมถึงพนักงานภาคพื้นดินทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้

ขอขอบคุณครอบครัว พี่น้องร่วมรุ่นบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตรุ่นที่ 6 และตลอดจนผู้มีพระคุณที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ที่ไม่สามารถกล่าวได้หมด ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและกำลังใจอันดีเยี่ยมจากทุกท่าน จึงขอกราบขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

ธัญิกา ทิพย์สุวรรณ  
ผู้วิจัย

## บทคัดย่อ

เรื่อง	: คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษา เส้นทางบิน อุบลราชธานี – กรุงเทพมหานคร – อุบลราชธานี
ผู้วิจัย	: ธัญิกา ทิพย์สุวรรณ
ชื่อปริญญา	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.นรา หัตถสิน
คำสำคัญ	: คุณภาพบริการ, สายการบินต้นทุนต่ำ, SERVQUAL

การวิจัยเรื่องคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางการบิน อุบลราชธานี-กรุงเทพมหานคร – อุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพบริการของพนักงานภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำภายในท่าอากาศยานอุบลราชธานี ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ถึงเหตุการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้นจากพนักงานภาคพื้นดินสายการบินนกแอร์และไทยแอร์เอเชียจำนวน 19 คน ระหว่างเดือนมีนาคม – เมษายน 2558 การวิจัยประยุกต์ใช้ทฤษฎี SERVQUAL ซึ่งแบ่งเป็น 5 ด้านคือ 1) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) 2) การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ (Assurance) 3) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) 4) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) และ 5) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)

ผลการวิจัยพบว่า การให้บริการของพนักงานภาคพื้นดิน ณ ท่าอากาศยานอุบลราชธานีมี 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน 2) ด้านการให้บริการเช็คอิน 3) ด้านการให้บริการส่งผู้โดยสารขึ้นเครื่องที่ประตูทางออก 4) ด้านการให้บริการบริเวณลานจอดอากาศยาน และ 5) ด้านการให้บริการของหัวหน้าฝ่ายบริการภาคพื้นดิน แต่มีเพียง 3 ด้านที่เป็นจุดเกิดปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างพนักงานภาคพื้นดินกับผู้โดยสาร ได้แก่ 1) จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร ซึ่งผู้โดยสารมีการติดต่อซื้อบัตรโดยสารและสำรองที่นั่งผ่านการบริการขายบัตรโดยสารหรือจองเที่ยวบิน ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสารบริเวณท่าอากาศยาน หรือการสอบถามวิธีการสำรองที่นั่งผ่านทางเว็บไซต์จากพนักงานภาคพื้นดิน 2) จุดเช็คอิน ซึ่งผู้โดยสารใช้บริการเคาน์เตอร์เช็คอินเพื่อตรวจบัตรโดยสารหรือเอกสารการเดินทางหรือสัมภาระ เพื่อออกบัตรที่นั่งให้กับผู้โดยสาร และ 3) จุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบินซึ่งพนักงานภาคพื้นดินจะตรวจสอบเอกสารการเดินทางและบัตรโดยสารของผู้โดยสาร ทั้งนี้ แต่ละจุดมีลำดับการให้บริการ 3 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนก่อนการให้บริการ (Pre-service) ขั้นตอนระหว่างการให้บริการ (Service-in-process) และขั้นตอนหลังการให้บริการ (Post-service) เมื่อวิเคราะห์ด้วยโมเดล “SERVQUAL” เพื่อวัดคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำพบว่า การให้บริการ ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสารยังควรได้รับการปรับปรุงคุณภาพด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการที่พนักงานยังไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้อย่างเต็มความสามารถและด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ที่สายการบินควรจัดหาพื้นที่และอุปกรณ์ไว้อำนวยความสะดวกในกรณีที่ใช้บริการต้องการพื้นที่และอุปกรณ์ในการรับบริการ ในขณะที่การให้บริการ ณ จุดเช็คอินนั้นพบว่า พนักงานควรปรับปรุงคุณภาพด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ที่พนักงานควรเอาใจใส่ต่อความต้องการผู้โดยสาร ตลอดจนความจำเป็นและประโยชน์ของผู้โดยสารในกรณีการเลือกที่นั่งของผู้โดยสาร และ

ด้านการให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้รับบริการ ที่พนักงานขาดความรู้ที่ถูกต้องและแม่นยำด้านข้อมูลการมีบัตรประจำตัวประชาชนของเด็กเล็ก สำหรับการให้บริการ ณ จุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบินนั้นพบว่าพนักงานควรปรับปรุงคุณภาพด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ซึ่งพนักงานไม่สามารถจัดระเบียบการเข้าคิวได้ดีเท่าที่ควร จึงทำให้เกิดเหตุการณ์แซงคิวบ่อยครั้งและด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ซึ่งสายการบินไม่ได้จัดให้มีอุปกรณ์ (แนวกันแถว) ที่เพียงพอรวมถึงไม่มีการกำหนดพื้นที่ในการต่อคิวแถวอย่างชัดเจน จึงอาจสรุปได้ว่า ถึงแม้ว่าการให้บริการของพนักงานภาคพื้นดินจะมีคุณภาพบริการสูงด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) การรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการ (Empathy) และ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) แต่กลับมีคุณภาพบริการต่ำในด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (Assurance) และความเป็นรูปธรรมในการบริการ (Tangibles)

## ABSTRACT

TITLE : SERVICE QUALITY IN LOW - COST AIRLINES A CASE OF  
UBON RATCHATHANI - BANGKOK – UBON RATCHATHANI  
AUTHOR : THAYIKA TIPSUWAN  
DEGREE : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION  
ADVISOR : NARA HUTTASIN, Ph.D.  
KEYWORDS : SERVICE QUALITY, LOW COST AIRLINES, SERVQUAL

The objective of this research is to study service quality in low - cost airlines, a case of Ubon Ratchathani – Bangkok – Ubon Ratchathani route, through the lens of ground staff and a researcher’s participant observation at Ubon Ratchathani airport. Qualitative research particularly the critical incident technique is applied by interviewing with 19 ground staff from the Nok Air airline and Thai Air Asia airline during March – April 2015 to measure service quality through SERVQUAL framework including 5 dimensions: Responsiveness, Assurance, Tangibles, Empathy, and Reliability.

The results find that there are 5 main tasks of ground staff at Ubon Ratchathani airport including: 1) Ticket selling; 2) Check-in; 3) Boarding service; 4) Outside terminal service; and 5) Services of ground staff supervisor. However, only task 1) – 3) relate to direct interactions between ground staff and passengers. 1) Ticket selling involves flight ticket booking at the airport, 2) Check-in concerns providing check-in services and baggage services and 3) Boarding service associates checking passengers’ ID documents together with boarding pass. Regarding these, each service has 3 sequential phases including: pre-service, service-in-process, and post- service. By applying SERVQUAL, the analytical findings indicate low quality of assurance dimension in ticket selling service counter wherein ground staff need to improve their English communication, and of tangibility dimension in which there is no service space and stationary for customers. In addition, at the check-in service counter ground staffs are required to improve services quality in dimensions of empathy and assurance; the former due to necessary and benefit of passengers for their request of seat selection, and the later regarding information correctness concerning ID card of children in particular. Finally, at the boarding gate service ground staffs are necessary to upscale their service quality on the dimension of responsiveness in which ground staff are unable to organize passengers’ queue properly, as well as the dimension of tangibility in which the barrier line and sufficient queuing space are required to be arranged well. In conclusion, it turns to be that although the service quality of the airlines are

high in dimensions of reliability, empathy, and responsiveness, low service quality are seen in those of assurance and tangibility.

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฌ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	4
1.3 โจทย์การวิจัย	4
1.4 ขอบเขตการวิจัย	4
1.5 ข้อจำกัดการวิจัย	5
1.6 นิยามศัพท์	5
1.7 ประโยชน์ที่ได้รับ	6
1.8 กรอบแนวความคิด	7
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ	8
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในคุณภาพการบริการทั่วไป	14
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้เครื่องมือ SERVQUAL	15
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในธุรกิจสายการบิน	19
2.5 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	
3.1 การออกแบบการวิจัย	28
3.2 ประชากรและหน่วยวิเคราะห์การศึกษา	29
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
3.5 วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล	31
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	32
3.7 การตรวจสอบข้อมูล	32
3.8 สถานที่ทำการวิจัย	33
3.9 ระยะเวลาที่ทำการวิจัย	33



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	
4.1 ลักษณะการให้บริการภาคพื้นดินของสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ท่าอากาศยาน อุบลราชธานี	34
4.2 คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในมุมมองของพนักงานภาคพื้นดินและ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม	41
<b>บทที่ 5 สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	
5.1 สรุปผลวิจัย	53
5.2 อภิปรายผล	66
5.3 ข้อเสนอแนะ	68
<b>เอกสารอ้างอิง</b>	<b>70</b>
<b>ภาคผนวก</b>	
ก แบบบันทึกการสัมภาษณ์	77
ข รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์	79
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>81</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	23
3.1	แผนการดำเนินการวิจัย	33
4.1	รายละเอียดเบื้องต้นสำหรับการให้บริการ ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร	37
4.2	อัตราค่าบริการในการโหลดสัมภาระใต้ท้องเครื่อง ณ จุดเคาน์เตอร์เช็คอิน (CHECK-IN)	39
4.3	การเปรียบเทียบคุณภาพบริการในมุมมองพนักงานภาคพื้นดินกับจากการสังเกตการณ์ ของผู้วิจัย	59

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ส่วนแบ่งการตลาดธุรกิจการบินทั่วโลกจำแนกตามการโดยสารขาออกปี ค.ศ.2013 (LCC: Low - Cost Carrier, FSC: Full Service Carrier)	2
1.2 เปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาดธุรกิจการบินของสหภาพยุโรปจำแนกตามการโดยสารขาออกปี ค.ศ. 2013 (LCC: Low - Cost Carrier, FSC: Full Service Carrier)	2
1.3 ส่วนแบ่งการตลาดธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศและระหว่างประเทศของท่าอากาศยานดอนเมือง ปี พ.ศ. 2559	3
1.4 กรอบแนวความคิดการวิจัย	7
2.1 ชุดคำถาม 22 ข้อ ของเครื่องมือ RATER ตามแนวคิด SERVQUAL	11
2.2 โมเดลสำหรับ Gap Model	12
2.3 สรุปรงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการที่ใช้แนวคิด SERVQUAL ที่สำคัญ	17
3.1 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา	29
4.1 กระบวนการให้บริการภาคพื้นดินของสายการบินต้นทุนต่ำ	34
4.2 ลำดับขั้นตอนที่เกิดปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างพนักงานภาคพื้นดินและผู้โดยสาร	42
4.3 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2558	43
4.4 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2558	47
4.5 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2558	48
4.6 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2558	49
4.7 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2558	50
4.8 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 7 เมษายน 2558	51
4.9 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2558	53
4.10 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2558	55

## บทที่ 1

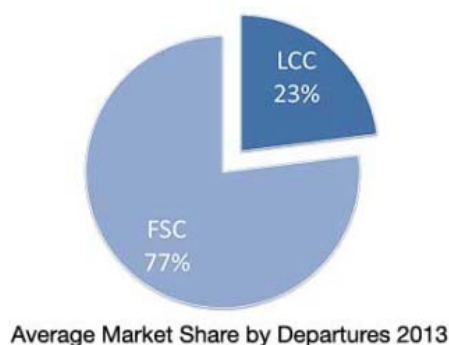
### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

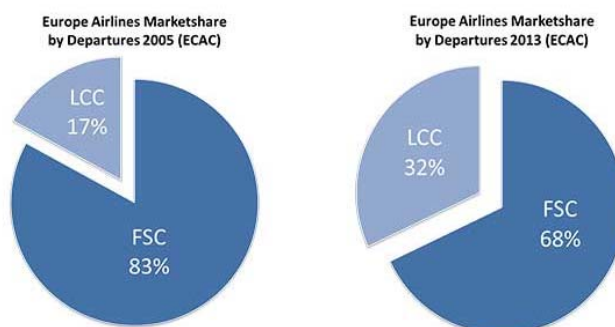
ช่วงศตวรรษที่ 18 ถึงต้นศตวรรษที่ 20 เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรม ในสหราชอาณาจักรและขยายไปยังยุโรปตะวันออกอเมริกาเหนือญี่ปุ่น และทั่วโลกในเวลาต่อมา การปฏิวัติอุตสาหกรรมนี้ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ช่วยสนับสนุนให้ภาคอุตสาหกรรมพัฒนาอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมสิ่งทอ เหมืองแร่ การสื่อสาร และการคมนาคมขนส่ง (Allen, 2006) โดยในอุตสาหกรรมคมนาคมขนส่งนั้นเครื่องบินเป็นนวัตกรรมสำคัญอย่างหนึ่งที่เป็นผลจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมซึ่งประดิษฐ์โดยชาวอเมริกันชื่อ Wibur และ Orville Wright และต่อมาการเดินทางด้วยเครื่องบินได้รับความนิยมน้อย่างยิ่งจนเกิดเป็นธุรกิจการบิน จึงอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจการบินเป็นผลสืบเนื่องจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมดังกล่าว สำหรับประเทศไทย ธุรกิจการบินเริ่มขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 6 โดยบริการรับส่งไปรษณีย์ก่อนจากนั้นจึงได้มีการขนส่งผู้โดยสาร ต่อมาในปี พ.ศ. 2490 มีการจัดตั้งบริษัทเดินอากาศไทย จำกัดขึ้น เพื่อสนับสนุนและพัฒนากิจการการบินพาณิชย์ของไทยและในปี พ.ศ. 2502 บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด ได้ร่วมกับ บริษัทการบินสแกนดิเนเวีย จัดตั้ง บริษัทการบินไทย จำกัดขึ้นเพื่อทำการบินระหว่างประเทศ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 9-15)

สายการบินต้นทุนต่ำ (Low - Cost Carrier: LCC) เกิดขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2514 โดยสายการบิน Southwest Airline ของสหรัฐอเมริกา ให้บริการด้วยเครื่องบินขนาดเล็ก เดินทางระยะใกล้ ดำเนินงานรูปแบบประหยัดด้วยการบริการระดับชั้นเดียว (Single Class) ได้แก่ ชั้นโดยสารแบบประหยัด โดยลดช่องว่างระหว่างที่นั่งลงและไม่บริการอาหาร (Chowdhury, 2007) เพื่อลดต้นทุนให้มากที่สุด จึงกำหนดอัตราโดยสารในราคาต่ำได้ แต่ยังคงความปลอดภัยตามมาตรฐานสากล (อนงค์ณัฐ ทาอินตะ, 2555) ทั้งนี้การกำหนดอัตราค่าโดยสารดังกล่าวกระทำโดยการแบ่งแยกราคาขาย (Price Discrimination) แบบ Lo - Hi (Low First and Later High) คือผู้ซื้อคนแรกจ่ายค่าโดยสารราคาถูก ผู้ซื้อคนถัดไปจะต้องจ่ายเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ (Alves and Barbot, 2009)

ปัจจุบันสายการบินต้นทุนต่ำได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักเดินทางโดยพิจารณาจากอัตราการเติบโตของตลาดธุรกิจการบินทั่วโลกพบว่า สายการบินเต็มรูปแบบมีส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 77 และสายการบินต้นทุนต่ำมีส่วนแบ่งตลาดถึงร้อยละ 23 ในปี ค.ศ. 2013 (ภาพที่ 1.1) เมื่อพิจารณาดังเช่นกรณีตัวอย่างธุรกิจการบินของสหภาพยุโรป พบว่า ส่วนแบ่งตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 15 ระหว่างปี ค.ศ. 2005-2013 (ภาพที่ 1.2)

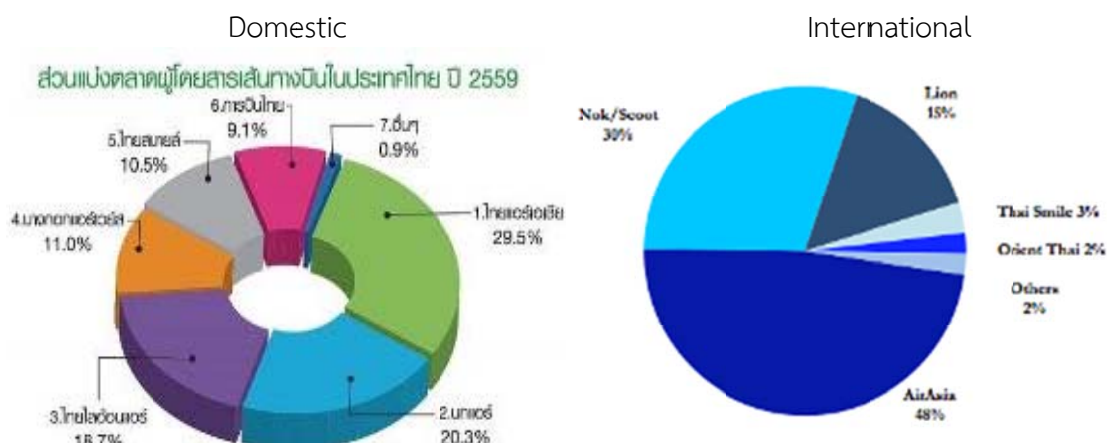


ภาพที่ 1.1 ส่วนแบ่งการตลาดธุรกิจการบินทั่วโลกจำแนกตามการโดยสารขาออกปี ค.ศ.2013  
(LCC: Low - Cost Carrier, FSC: Full Service Carrier)  
ที่มา: Marc Isrel (2015: website)



ภาพที่ 1.2 เปรียบเทียบส่วนแบ่งการตลาดธุรกิจการบินของสหภาพยุโรปจำแนกตามการโดยสารขาออกปี ค.ศ. 2013 (LCC: Low - Cost Carrier, FSC: Full Service Carrier)  
ที่มา: Marc Isrel (2015: website)

ความนิยมเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยไม่ได้แตกต่างจากธุรกิจการบินทั่วโลก เพราะสายการบินต้นทุนต่ำหลักๆ ในไทยที่ให้บริการภายในประเทศมีหลากหลายบริษัท ได้แก่ บริษัทนกแอร์ จำกัด บริษัทไทยแอร์เอเชีย จำกัด บริษัทโอเรียนท์ไทยแอร์ไลน์ จำกัด บริษัทโลว์คอสต์แอร์ จำกัด บริษัทไทยสมายด์ จำกัด จะสังเกตได้ว่าสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีความนิยมอย่างยิ่งในหมู่นักท่องเที่ยวและนักธุรกิจ เนื่องจากเหตุผลหลายประการ อาทิ ความรวดเร็วในการเดินทางและความสะดวกสบาย ทั้งนี้สายการบินต้นทุนต่ำที่มีความสามารถทางการแข่งขันสูงในประเทศไทยคือ บริษัทไทยแอร์เอเชียซึ่งมีความสามารถทางการแข่งขันในเส้นทางบินระหว่างประเทศ โดยคิดเป็นส่วนแบ่งตลาดระหว่างประเทศร้อยละ 48 ขณะที่บริษัทนกแอร์ จำกัด มีความสามารถในการแข่งขันในเส้นทางบินภายในประเทศ โดยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 20.3 (ภาพที่ 1.3)



ภาพที่ 1.3 ส่วนแบ่งการตลาดธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศและระหว่างประเทศของท่าอากาศยานดอนเมือง ปี พ.ศ. 2559  
ที่มา: ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ (2559: เว็บไซต์)

จากข้อมูลเบื้องต้นอาจกล่าวได้ว่า สายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชียมีความสามารถในการแข่งขันสูง การศึกษานี้จึงเลือกศึกษาบริษัทการบินทั้งสองแห่งดังกล่าว อนึ่งเส้นทางการบินภายในประเทศของสายการบินนกแอร์และสายการบินไทยแอร์เอเชีย มีหลากหลายเส้นทางแต่การศึกษานี้ ได้เลือกเส้นทางบินอุบลราชธานี-กรุงเทพมหานคร และ กรุงเทพมหานคร - อุบลราชธานี เป็นกรณีศึกษาเพราะจังหวัดอุบลราชธานีได้ถูกยกให้เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2558: เว็บไซต์) เนื่องจากจังหวัดมีสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวมากมายเช่น โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร สถานบันเทิง ร้านค้าของที่ระลึก สถานีรถไฟและสนามบินที่อำนวยความสะดวกในการเดินทางให้นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นสิ่งที่จะช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการมีสายการบินต้นทุนต่ำส่งผลต่อการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังจังหวัดอุบลราชธานีมากแต่ส่วนหนึ่งย่อมขึ้นอยู่กับคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำดังกล่าวด้วย อนึ่งคุณภาพบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้จึงมีการใช้ความพึงพอใจของผู้รับบริการมาเป็นเครื่องชี้วัดคุณภาพบริการดังเช่นตัวอย่างที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่ามีการศึกษาคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำโดยวัดจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นหลัก เช่น การศึกษาของ สุธี ไ้วศิริ และคณะ (2548) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเส้นทางหาดใหญ่-กรุงเทพมหานคร และ กรุงเทพมหานคร - หาดใหญ่ และ วรทัศน์ วัฒนพงษ์ (2555) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเส้นทาง กรุงเทพมหานคร - ภูเก็ต ของบริษัทไทยแอร์เอเชีย จำกัด โดยผลการศึกษาดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่แตกต่างกันทั้งในระดับมากและปานกลาง นอกจากนี้ยังพบว่าการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการทั้งในธุรกิจการบินและธุรกิจบริการโดยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเชิงปริมาณซึ่งไม่สามารถให้ในข้อมูลเชิงลึกได้

ทั้งนี้ คุณภาพบริการนั้นเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรธุรกิจมีความสามารถทางการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่ง และพนักงานให้บริการถือเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้องค์กรธุรกิจมีตำแหน่งทางการแข่งขันที่สูงเพราะเป็นผู้ส่งมอบคุณค่าด้านบริการอันส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจ ความจงรักภักดี ตลอดจนการซื้อซ้ำของผู้รับบริการในที่สุด (น้ำเพชร อยู่สกุล, 2553 :1) ทั้งนี้คุณภาพบริการในสายการบินต้นทุนต่ำก็ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากพนักงานให้บริการทั้งบนเครื่องบินและบนภาคพื้นดินล้วนมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง หากพิจารณาลำดับในการให้บริการแก่ลูกค้าแล้ว พนักงานให้บริการภาคพื้นดินถือเป็นบุคคลกลุ่มแรกที่ต้องพบปะและมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าก่อน จึงถือเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความประทับใจแรกเริ่มอันจะยังผลให้เกิดการซื้อซ้ำต่อไปในอนาคต ซึ่งในที่นี่หมายความว่าความรวมถึงการส่งผลต่อการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีโดยทางอ้อมนั่นเอง

เพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในระดับองค์กรธุรกิจการบินและระดับภูมิภาคอันเนื่องเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี การศึกษานี้จึงเน้นการศึกษาในเชิงคุณภาพถึงคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ สายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย ในเส้นทางบินอุบลราชธานี – กรุงเทพมหานคร – อุบลราชธานี โดยใช้วิธีการศึกษาแบบเหตุการณ์วิกฤต (Critical Incident) เกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้รับบริการผ่านมุมมองของพนักงานให้บริการภาคพื้นดินและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมของสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชียทั้งนี้ผู้วิจัยคาดว่า ผลการศึกษาจะนำไปสู่การเติมเต็มช่องว่างในการสร้างคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในเชิงลึกเพื่อการปฏิบัติที่มีคุณภาพเหมาะสมต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษา: เส้นทางบิน อุบลราชธานี-กรุงเทพมหานคร - อุบลราชธานี ของสายการบินนกแอร์ และ สายการบินไทยแอร์เอเชีย

## 1.3 โจทย์การวิจัย

คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ในมุมมองของพนักงานให้บริการภาคพื้นดินของสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย ที่มีต่อเส้นทางบิน อุบลราชธานี - กรุงเทพมหานคร-อุบลราชธานีเป็นอย่างไร

## 1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่ ทำอากาศยานนานาชาติอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

1.4.2 ขอบเขตประชากร พนักงานให้บริการภาคพื้นดินของสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย ที่ปฏิบัติงาน ณ ทำอากาศยานนานาชาติอุบลราชธานี

1.4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาการวัดคุณภาพบริการของพนักงานภาคพื้นดินสายการบินนกแอร์ และไทยแอร์เอเชีย โดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL

## 1.5 ข้อจำกัดการวิจัย

การศึกษานี้จะศึกษาเฉพาะคุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำตามมุมมองของพนักงานให้บริการภาคพื้นดินของสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอู่บลราชธานีเท่านั้น

## 1.6 นิยามศัพท์

**1.6.1 สายการบินต้นทุนต่ำ (Low - Cost Airlines หรือ Low - Cost Carrier: LCC)** หมายถึง สายการบินรูปแบบหนึ่งที่น่าเน้นการลดต้นทุนในการจัดการและบริหารงานให้น้อยที่สุดเพื่อให้สามารถแข่งขันกันในด้านราคาตัวโดยสาร โดยมุ่งเน้นการลดต้นทุนด้านบริการของสายการบินให้ต่ำลงเพื่อกำหนดราคาตัวโดยสารได้ถูกกว่าสายการบินปกติ ซึ่งได้แก่ บริษัทนกแอร์และบริษัทไทยแอร์เอเชียที่ให้บริการเส้นทางบิน อู่บลราชธานี – กรุงเทพมหานคร – อู่บลราชธานี

**1.6.2 พนักงานให้บริการภาคพื้นดิน (Ground Staff)** หมายถึง บุคคลที่ปฏิบัติงานภายในท่าอากาศยานอู่บลราชธานีของสายการบินนกแอร์ และ สายการบินไทยแอร์เอเชีย โดยมีหน้าที่จัดเตรียมเอกสารต่างๆ ก่อนหรือหลังเวลาที่เครื่องบินจะลงจอดหรือทำการบิน เช่นเตรียมรายชื่อผู้โดยสารทั้งหมดของแต่ละเที่ยวบินปฏิบัติการ ณ Check-In Counter เพื่อทำการ Check-In ให้กับผู้โดยสารขาออก (Boarding Passenger) และทำการโหลดกระเป๋า เมื่อถึงเวลาประกาศขึ้นเครื่อง (Boarding Time) เดินเอกสารเพื่อทำการปล่อยและรับเครื่องบิน ตลอดจนประจำที่ประตูขึ้นหรือลงจากเครื่องบิน เพื่อทำส่งหรือรับผู้โดยสารทั้งขาออกหรือขาเข้า

**1.6.3 คุณภาพการบริการ (Service Quality)** หมายถึง ความสามารถของพนักงานให้บริการภาคพื้นดินในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้บริการด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ และด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ซึ่งปัจจัยตัวชี้วัดที่แสดงถึงคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ แบ่งออกเป็น 5 มิติดังนี้

**1.6.3.1 มิติที่ 1 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)** หมายถึง การให้บริการด้วยความรวดเร็วและเป็นขั้นตอน ความสามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ การให้บริการด้วยการพูดจาสุภาพ ทักทายและแสดงรอยยิ้ม การให้บริการด้วยความเป็นมืออาชีพ (เช่น การให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการโดยไม่หวังผลตอบแทน การเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการเมื่อผู้รับบริการร้องขอความช่วยเหลือซึ่งผู้ให้บริการก็ให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่และเต็มความสามารถ)

**1.6.3.2 มิติที่ 2 การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance)** หมายถึง ความสามารถในการสื่อสารเป็นภาษาต่างประเทศ ความรู้และความสามารถในการให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ความเชี่ยวชาญในงาน ทักษะในการแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจ ทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ความสามารถในการติดต่อประสานงาน

**1.6.3.3 มิติที่ 3 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility)** หมายถึง ความพร้อมด้านการใช้งานของอุปกรณ์ (เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องชั่งน้ำหนัก) ความพร้อมและความสะอาด ความเหมาะสมในการแต่งกายของผู้ให้บริการ ความพร้อมใช้งานของสถานที่ เช่น ความสะอาด ความ



เป็นระเบียบ การแบ่งพื้นที่ให้บริการต่าง ๆ อย่างชัดเจนและเป็นสัดส่วนการไม่ซ้ำรูดของที่นั่งพัก ผู้โดยสารหรืออุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ

1.6.3.4 มิติที่ 4 การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง การเอาใจใส่ในความต้องการของผู้รับบริการ การใส่ใจให้บริการในทุกจุดบริการ เช่น จุดให้บริการจำหน่ายบัตรโดยสารจุดให้บริการเช็คอิน และจุดให้บริการประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน โดยมุ่งเน้นถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการเป็นสำคัญ

1.6.3.5 มิติที่ 5 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะแก้ไขข้อผิดพลาด ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการโดยไม่มีเงื่อนไขตามข้อบังคับของสายการบิน ความเต็มใจที่จะให้บริการกับผู้รับบริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน การเห็นความสำคัญของผู้รับบริการทุกคน การแสดงออกที่อ่อนน้อมต่อผู้รับบริการ

**1.6.4 เหตุการณ์วิกฤต (Critical Incident)** หมายถึง เหตุการณ์ที่พนักงานให้บริการภาคพื้นดินเผชิญอย่างฉับพลันระหว่างการให้บริการผู้รับบริการในสนามบินอุบลราชธานี ซึ่งเป็นเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดว่าจะเกิดขึ้นจากการปฏิบัติหน้าที่ประจำ จึงอาจทำให้พนักงานดังกล่าวอยู่ภายใต้ภาวะกดดันที่จะต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ หรืออาจเป็นเหตุการณ์ที่ผู้รับบริการแสดงถึงความพอใจและไม่พึงพอใจต่อการบริการของพนักงานภาคพื้นดิน โดยมีการแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง กริยา เป็นต้น ดังนั้นพนักงานที่เผชิญอยู่ในเหตุการณ์วิกฤตนั้นจำเป็นต้องแก้ไขสถานการณ์เบื้องต้น เพื่อให้กลับสู่สภาวะปกติได้โดยทำให้ทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการเกิดความพอใจทั้งสองฝ่าย

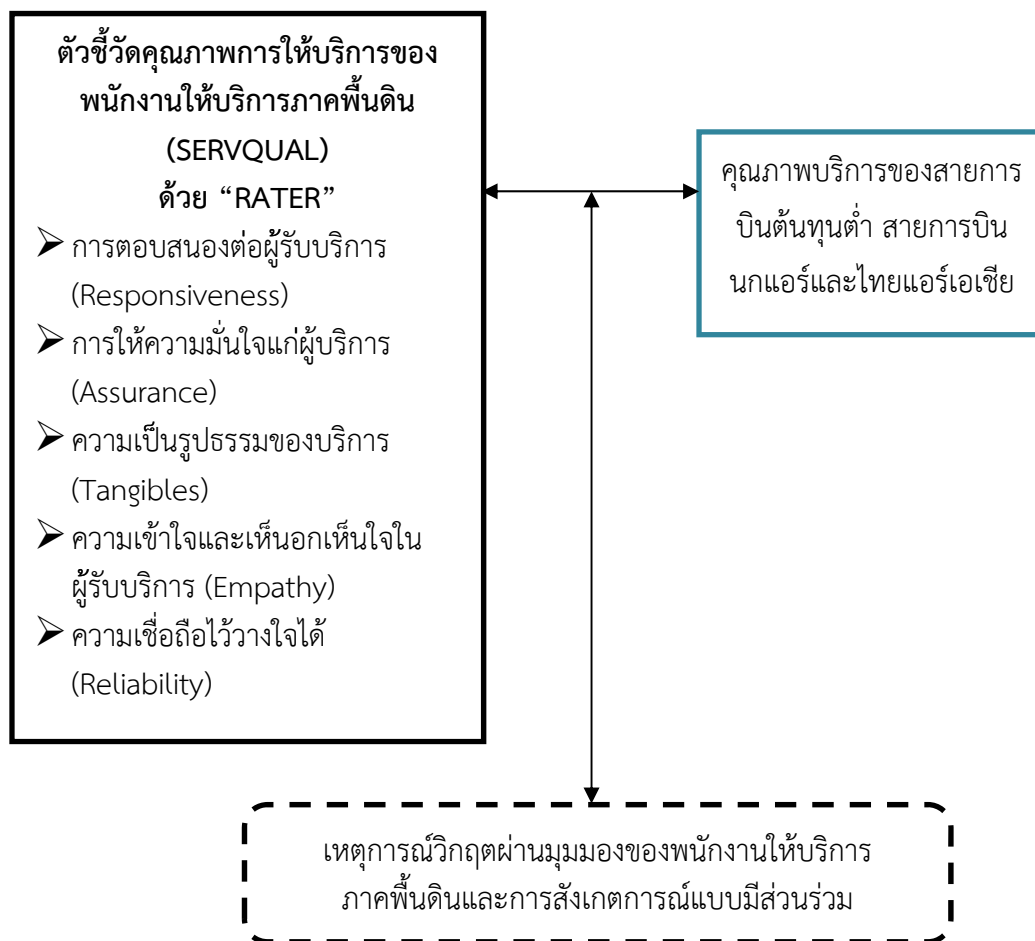
## 1.7 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.7.1 ทราบถึงคุณภาพการบริการของพนักงานให้บริการภาคพื้นดินของสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย ที่ให้บริการ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุบลราชธานี

1.7.2 สามารถนำผลวิจัยเป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่ผู้บริหารสายการบินต้นทุนต่ำเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพงานบริการให้ดีขึ้นและเหมาะสมยิ่งขึ้น อันนำมาซึ่งภาพลักษณ์ที่ดีในการให้บริการในอนาคต

1.7.3 สามารถนำผลวิจัยมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีต่อไป

## 1.8 กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1.4 กรอบแนวความคิดการวิจัย

กรอบแนวความคิดของการศึกษานี้ได้ประยุกต์แบบจำลองตัวชี้วัดคุณภาพบริการของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) “SERVQUAL” ด้วย “RATER” จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ มาใช้ในการศึกษาคุณภาพบริการของพนักงานให้บริการภาคพื้นดินของสายการบินต้นทุนต่ำทั้งสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย เส้นทางบิน อุบลราชธานี - กรุงเทพมหานคร และ กรุงเทพมหานคร-อุบลราชธานี โดยเน้นการศึกษาผ่านมุมมองของพนักงานให้บริการภาคพื้นดินและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมของสายการบินต้นทุนต่ำดังกล่าวที่ประสบเหตุการณ์วิกฤตในขณะที่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการ ณ ท่าอากาศยานอุบลราชธานี ในบทนี้เน้นการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพบริการ เพื่อใช้เป็นพื้นฐานสำหรับประยุกต์ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

- 2.1 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการ
- 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในคุณภาพการบริการทั่วไป
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้เครื่องมือ SERVQUAL
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในธุรกิจสายการบิน
- 2.5 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ

##### 2.1.1 ความหมายของบริการ

ไพรพนา ศรีเสน (2544: 14) กล่าวว่า การบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นให้ได้รับความสุข และความสะดวกสบายหรือเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น โดยมีลักษณะเฉพาะของตนเอง ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในรูปธรรมและไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ทั้งยังเกิดจากความเอื้ออาทร มีน้ำใจ ไมตรี เปี่ยมด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาค

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2549: 7) ให้ความหมายการบริการว่าไม่ใช่สิ่งที่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น จากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้บริโภคหรือลูกค้าหรือผู้รับบริการ) กับ ผู้ให้บริการ (เจ้าของกิจการหรือพนักงานงานบริการหรือระบบการจัดการบริการ) หรือในทางกลับกัน ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ ในอันที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จ ความแตกต่างระหว่างสินค้าและการบริการ ต่างก็ก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจแก่ลูกค้าที่มาซื้อ โดยที่ธุรกิจบริการจะมุ่งเน้นการกระทำที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า อันนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น ในขณะที่ธุรกิจทั่วไปมุ่งขายสินค้าที่ลูกค้าชอบและทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้เป็นเจ้าของสินค้านั้น

Lovelock and Wright (2003: 4) ได้ให้ความหมายการบริการ 2 อย่าง คือ หนึ่งบริการเป็นปฏิกริยาหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ (Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้าก็ตาม แต่ปฏิบัติการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้ สองบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหา คุณประโยชน์ (Benefits) ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผลมาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549: 18) ได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการโดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

Philip Kotler (2000: 428) กล่าวว่า การให้บริการ คือ การกระทำที่หน่วยงานแห่งหนึ่งหรือบุคคลคนหนึ่งนำเสนอต่อหน่วยงานอีกแห่งหนึ่งหรือบุคคลอีกคนหนึ่งซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถวัดเป็นตัวเลขเชิงปริมาณ และไม่ใช่ว่าทำให้เกิดความเป็นเจ้าของในสิ่งใด ผลผลิตของการบริการอาจเกี่ยวข้องกับหรืออาจไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตภัณฑ์เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองต่อความต้องการแก่ลูกค้าทางกายภาพ

จากแนวคิดเบื้องต้นของการบริการสามารถสรุปได้ว่า การบริการ คือกิจกรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ วัดได้ยาก แต่สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการได้ เมื่อผู้รับบริการได้รับการตอบสนองตรงตามความต้องการจะแสดงออกถึงความรู้สึกที่ดีซึ่งลักษณะของการบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกต่อผู้รับบริการ ดังนั้นคนจึงเป็นตัวแปรสำคัญเพราะคนมีความต้องการที่แตกต่างกันและความต้องการนั้นไม่มีขีดจำกัดเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพราะฉะนั้นสิ่งที่จะสามารถเข้าใจและตอบสนองความต้องการของคนได้ดีที่สุด ก็คือคนนั่นเอง

### 2.1.2 ความหมายของคุณภาพบริการ

Lewis Boom (1983: 99-107) ให้คำนิยามของคุณภาพการให้บริการว่าเป็นตัวชี้วัดถึงระดับของการบริการต่อลูกค้าหรือผู้รับบริการว่าสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการได้ดีเพียงใด การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ (Delivering Service Quality) จึงหมายถึง การตอบสนองต่อผู้รับบริการบนพื้นฐานความคาดหวังของผู้รับบริการ

Gronroos (1990; อ้างอิงจาก ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา 2547:6) จำแนกความหมายของคุณภาพการให้บริการไว้ 2 ลักษณะคือ คุณภาพเชิงเทคนิค (Technical Quality) เกี่ยวกับผลลัพธ์หรือสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจากบริการนั้น โดยสามารถที่จะวัดได้เช่นเดียวกับการประเมินได้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Product Quality) ส่วนคุณภาพเชิงหน้าที่ (Functional Quality) เกี่ยวข้องกับกระบวนการของการประเมิน

Schmenner (1995) กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการว่า คุณภาพการให้บริการมาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงหักลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการนั้น หากการรับรู้ในบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวัง จะทำให้ผู้รับบริการมองคุณภาพการให้บริการนั้นติดลบหรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ตรงกันข้าม หากผู้รับบริการรับรู้ว่าการบริการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวัง คุณภาพการให้บริการจะเป็นบวก หรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง ในประเด็นเดียวกัน Lovelock and Wright (2003) มองคุณภาพการให้บริการในความหมายอย่างกว้างว่าเป็นแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้ามีศักยภาพในการซื้อหา อาจจะทำการประเมินก่อนที่จะเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น

คุณภาพการให้บริการในมุมมองของวีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์ (2543: 14-15) คือความสอดคล้องระหว่างความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ กับระดับความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ อันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับ ส่วนสมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550: 66) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ

เป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ หากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Tolerance Zone) ผู้รับบริการจะมีความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้ เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง

จากแนวคิดทั้งหมดเกี่ยวกับคุณภาพบริการสรุปได้ดังนี้ คุณภาพการบริการเป็นตัวชี้วัดถึงระดับความสามารถในการให้บริการว่าสอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการนำมาซึ่งความพึงพอใจจากการได้รับบริการมากน้อยเพียงใด

### 2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพบริการตามแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985: 4) เชื่อว่า คุณภาพบริการขึ้นอยู่กับส่วนต่างระหว่างความคาดหวัง กับการรับรู้ของผู้รับบริการที่ได้รับจริงซึ่งความคาดหวังของผู้รับบริการเป็นผลจากคำบอกเล่าที่บอกต่อกันมา ความต้องการของผู้รับบริการเอง ประสบการณ์ในการรับบริการที่ผ่านมา รวมถึงข่าวสารจากผู้ให้บริการทั้งทางตรงและทางอ้อมส่วนการรับรู้ของผู้รับบริการเป็นผู้รับบริการเป็นผลมาจากการได้รับบริการและการสื่อสารจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการ ถ้าบริการที่ได้รับจริงดีกว่าหรือเท่ากับความคาดหวังถือว่าบริการนั้นมีคุณภาพ

การศึกษาคุณภาพการบริการได้มีการวิจัยทางการตลาดมาแล้วหลายครั้ง แต่งานวิจัยเชิงคุณภาพบริการที่โดดเด่น คือ งานของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) โดยในปี ค.ศ. 1983 ได้มีการสร้างแบบจำลองของคุณภาพบริการ (Service Quality Model) และมีมิติของคุณภาพบริการ (Dimensions of Service Quality) ซึ่งในเวลานั้นมีงานวิจัยการศึกษาคุณภาพบริการน้อย Parasuraman, Valerie A. Zeithaml และ Leonard L. Berry จึงใช้การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้จัดการที่ให้บริการด้านการเงิน จำนวน 12 กลุ่ม ใน 1 กลุ่ม ประกอบด้วยฝ่ายบริการการเงินที่เป็นพนักงานหน้าเคาท์เตอร์ พนักงานแก๊งก์ไอ พนักงานบัตรเครดิต และพนักงานผู้ดูแลด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมของธนาคาร โดยสุ่มเลือกสาขาในเขตเมือง 8 สาขา และส่วนกลาง 4 แห่ง ด้วยกรอบคำถามหลัก ได้แก่

2.1.3.1 ในมุมมองผู้ผลิตบริการ คุณลักษณะที่สำคัญของคุณภาพบริการที่ผู้จัดการตระหนักได้ประกอบด้วยอะไร ปัญหาใดบ้างที่เป็นอุปสรรคต่อคุณภาพบริการ

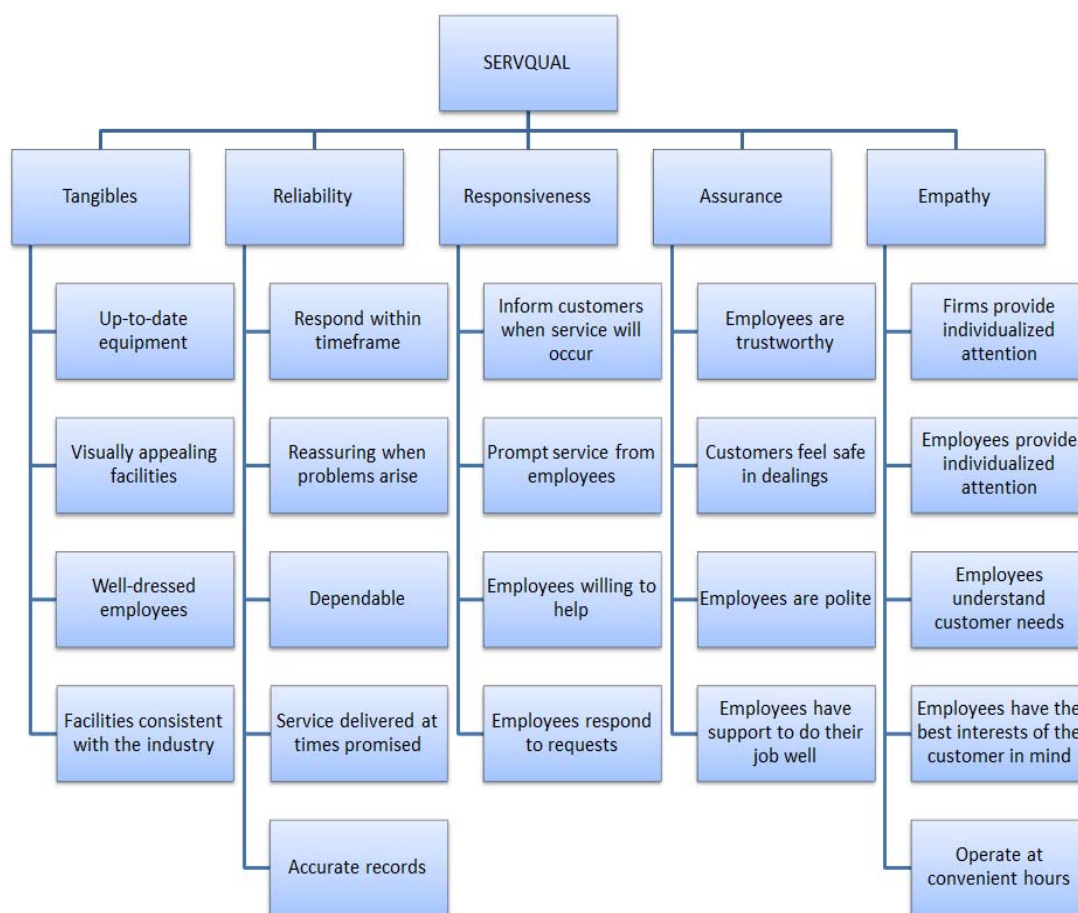
2.1.3.2 ในมุมมองผู้บริโภค คุณลักษณะที่สำคัญของคุณภาพบริการประกอบด้วยอะไรบ้าง

2.1.3.3 ข้อแตกต่างการตระหนักถึงคุณภาพบริการระหว่างผู้บริโภคกับนักการตลาดด้านบริการ

ทั้งนี้จากการวิจัยดังกล่าว พบว่าคุณภาพบริการขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985, 1993: 18-34) เมื่อผู้รับบริการได้รับบริการแล้วนั้นจะเปรียบเทียบบริการที่ตนได้รับในสถานการณ์จริงกับบริการที่ตนคาดหวังไว้และยังพบมิติในการประเมินคุณภาพบริการ จากผู้รับบริการซึ่งมี 10 ด้าน ดังนี้ ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) สมรรถนะของผู้ให้บริการ (Competence) ความมีอัธยาศัยไมตรี (Courtesy) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความมั่นคงปลอดภัย (Security) การเข้าถึงบริการ (Access) การติดต่อ

สื่อสาร (Communication) และการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ (Understanding the Customer) ซึ่งเมื่อนำมิติของคุณภาพบริการดังกล่าวมาสร้างเป็นเครื่องมือแบบประเมินคุณภาพบริการที่เรียกว่า “SERVQUAL” (Service Quality) SERVQUAL ที่ทำการปรับปรุงใหม่จะเป็นการยุบรวมบางมิติจากเดิมให้รวมกันภายใต้ชื่อมิติใหม่ ซึ่ง SERVQUAL ที่ปรับปรุงใหม่ประกอบด้วย 5 มิติหลัก

SERVQUAL เป็นประเมินความคาดหวังในการบริการของผู้รับบริการและประเมินการรับรู้ของผู้รับบริการต่อการบริการที่ได้รับจริงโดยเรียกเครื่องมือนี้ว่า “RATER” (Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy & Responsiveness) (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985; Tenner and Detoro, 1992: 65) ซึ่งผู้รับบริการประเมินคุณภาพบริการจากเกณฑ์วัดคุณภาพบริการ 5 ด้าน ด้วยชุดคำถาม 22 ข้อ ตามภาพที่ 2.1 ดังนี้

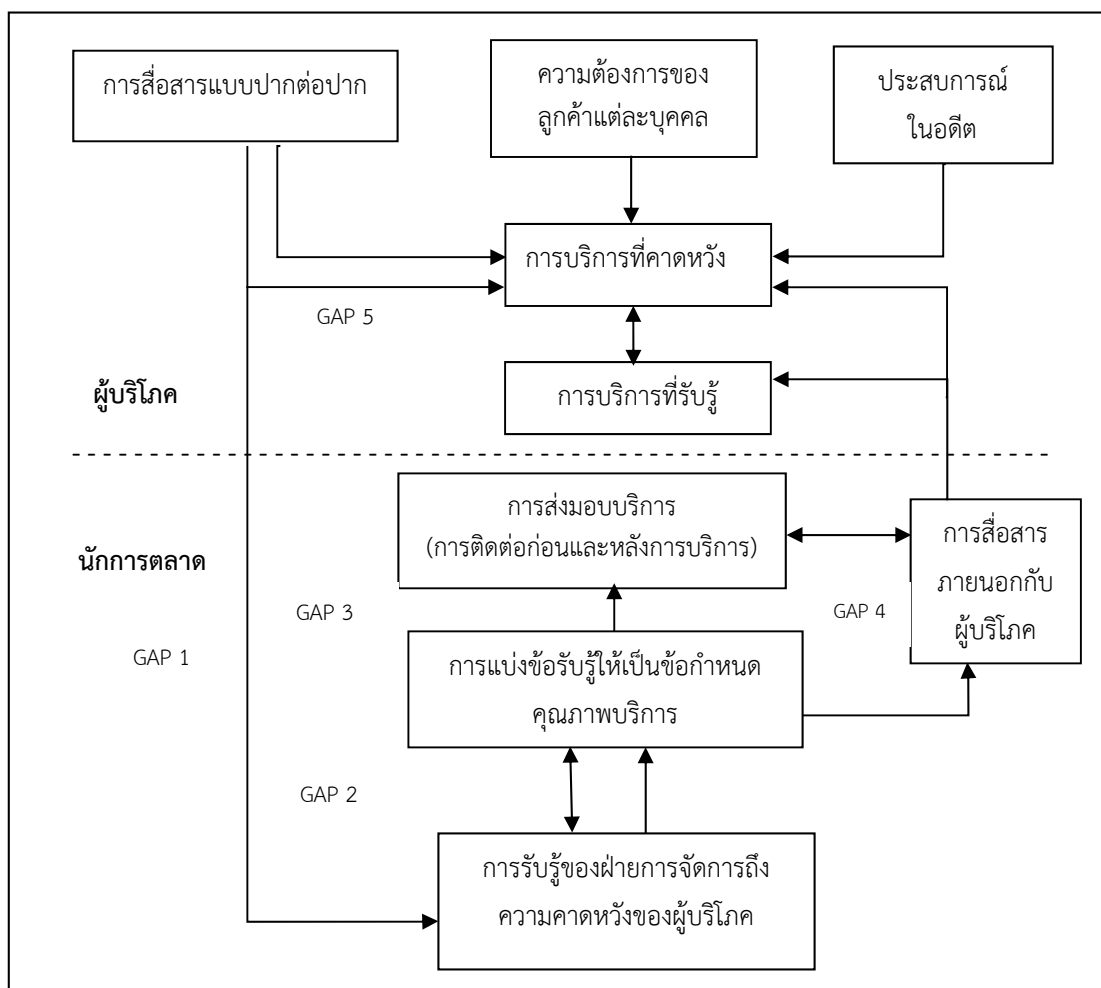


ภาพที่ 2.1 ชุดคำถาม 22 ข้อ ของเครื่องมือ RATER ตามแนวคิด SERVQUAL

ที่มา: Marketingstudyguide (2016: website)

นอกจากนี้ การวิจัยของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) พบว่า สิ่งสำคัญที่จะทำให้การจัดการบริการมีคุณภาพสูงคือ การจัดการบริการให้ผู้รับบริการรับรู้ตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ต้องไม่ให้เกิดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการ และการ

จัดบริการให้มีคุณภาพนั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กัน การเกิดช่องว่าง (Gap) ระหว่างขั้นตอนต่าง ๆ ที่ทำให้บริการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการนั้น ประกอบด้วยช่องว่างระหว่างขั้นตอน 5 ช่องที่เกิดขึ้นระหว่างผู้บริโภคนักการตลาด (Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985); Zeithaml, et al., 1990: 46) รายละเอียดตามภาพที่ 2.2 ดังนี้



ภาพที่ 2.2 โมเดลสำหรับ Gap Model

ที่มา: Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985)

ช่องว่างที่ 1 คือช่องว่างระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคและการรับรู้ของผู้บริหารกิจการ (The Management Perception Gap) ช่องว่างนี้ผู้บริหารอาจไม่เข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า เพราะผู้บริหารมีข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ทำให้การตีความข้อมูลที่ได้รับเกิดความผิดพลาดได้

ช่องว่างที่ 2 คือมาตรฐานคุณภาพของการบริการที่กำหนดขึ้นไม่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าที่ฝ่ายบริหารรับรู้ (The Quality Specification Gap) ช่องว่างนี้ผู้บริหารอาจเข้าใจได้อย่าง

ถูกต้องตามความต้องการของผู้บริโภค แต่ไม่มีการกำหนดมาตรฐานหรือ หลักเกณฑ์ในการทำงานที่ชัดเจน รวมทั้งผู้บริหารไม่ได้ให้การสนับสนุนอย่างเพียงพอในการวางแผนคุณภาพของการบริการ

ช่องว่างที่ 3 คือการให้บริการไม่เป็นไปตามมาตรฐานการให้บริการที่ได้กำหนดไว้ (Service Delivery Gap) ช่องว่างนี้จะเกี่ยวข้องกับพนักงานของธุรกิจบริการโดยตรง ซึ่งมาจากวิธีการและวิธีปฏิบัติที่ไม่มีคุณภาพ ไม่มีประสิทธิภาพ ตลอดจนความสามารถในการทำงาน ซึ่งจะรวมถึงแนวความคิดเทคนิคและทักษะในการให้บริการ รวมทั้งการตลาดภายในขององค์กรที่ยังไม่มีประสิทธิผล

ช่องว่างที่ 4 คือการนำเสนอบริการให้กับลูกค้าไม่ตรงกับที่ได้ให้สัญญาไว้กับลูกค้า (The Marketing Communication Gap) ช่องว่างนี้เป็นการคาดหวังของผู้บริโภคที่ควรจะได้รับบริการตามที่ทางองค์กรได้ลงโฆษณาขององค์กรที่ปรากฏออกมา แต่เมื่อมารับบริการกลับทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับการบริการอย่างที่คาดหวังไว้

ช่องว่างที่ 5 คือการบริการที่ลูกค้ารับรู้หรือได้รับไม่ตรงกับบริการที่ลูกค้าคาดหวังไว้ (The Perceived Service Quality Gap) ช่องว่างนี้จะปรากฏขึ้นต่อเมื่อผู้บริโภคได้รับการบริการที่แตกต่างกับการบริการที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งการบริการต่าง ๆ จะอยู่ในช่องว่างที่ 1 ถึงช่องว่างที่ 4

ดังนั้น การพัฒนาคุณภาพบริการจะเกิดขึ้นจากข้อผิดพลาดระหว่าง ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Consumer) และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง จากผู้ให้บริการ (Provider) เพื่อเป็นการปิดกั้นช่องว่างดังกล่าว และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในที่สุด ความคาดหวังของลูกค้าจะมีบทบาทสำคัญมาก เพราะคุณภาพเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ คือ คุณภาพที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Quality) จากการใช้บริการเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ลูกค้าได้คาดหวังไว้ (Customer Expectations)

สำหรับงานศึกษาของผู้วิจัยในเรื่องคุณภาพบริการครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาช่องว่างที่ 5 เพราะการเกิดปัญหาของช่องว่างนี้ เกิดจากผู้รับบริการมีเกณฑ์ในการวัดคุณภาพบริการต่างจากผู้ให้บริการซึ่งช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างบริการที่ผู้บริการรับรู้ และบริการที่ผู้บริการคาดหวังไว้ต่างกัน จึงนำมาศึกษาเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษาสายการบิน นกแอร์ จำกัด และสายการบิน ไทยแอร์เอเชีย จำกัด เส้นทางบินอุบลราชธานี-กรุงเทพมหานคร และ กรุงเทพมหานคร-อุบลราชธานี โดยมีเกณฑ์ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการตอบสนองผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้

(1) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการโดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ทันทั่วทั้งที่ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการรวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน

(2) การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการมีทักษะ ความรู้ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ มีกิริยาท่าทางและมารยาทที่ดีในการบริการสามารถที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความไว้วางใจและเกิดความมั่นใจว่าจะได้บริการที่ดีที่สุด



(3) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆซึ่งได้แก่เครื่องมืออุปกรณ์บุคลากรและการใช้สัญลักษณ์หรือเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร ให้ผู้บริการได้สัมผัส และการบริการนั้นมีความเป็นรูปธรรมสามารถรับรู้ได้

(4) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจในผู้รับบริการ (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแล ความเอื้ออาทร เอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการในแต่ละคน มิติที่ใช้เป็นเกณฑ์วัดคุณภาพบริการ 5 ด้านดังกล่าวได้มีผู้นำมาใช้ในการวัดคุณภาพบริการของโรงพยาบาล โดยวัดจากการรับรู้และความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งผลที่ได้แปลโดยตรงกับคุณภาพบริการของโรงพยาบาลในมุมมองของผู้รับบริการ นอกจากนี้แนวคิดที่ว่าผู้บริโภครวมจะต้องได้รับทราบข้อมูลและมีทางเลือกหนทางอื่นในการตัดสินใจเกี่ยวกับคุณค่าของสินค้าและบริการได้แพร่หลายไปยังบริการด้านต่าง ๆ รวมถึงบริการด้านสุขภาพอนามัยอีกด้วย (Gerteis and et al.,1993) ทำให้มุมมองของผู้ใช้บริการ ต่อคุณภาพเป็นส่วนสำคัญที่ไม่อาจมองข้ามได้อีกต่อไป

(5) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการนั้นตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการบริการที่ให้ทุกครั้งมีความถูกต้องเหมาะสมและมีความสม่ำเสมอในทุกครั้งของการบริการทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในคุณภาพการบริการทั่วไป

Mushtaq Ahmad Bhat (2012) ที่ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของการท่องเที่ยว โดยการวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อทราบถึงจุดอ่อนจุดแข็งของทางด้านคุณภาพบริการที่สามารถวัดได้โดยใช้ทฤษฎี SERVQUAL ใช้การสังเกตคุณภาพบริการและสภาพแวดล้อมรอบด้านของการบริการโดยเลือกตัวอย่าง 320 คนเพื่อตอบแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูล พบว่านักท่องเที่ยวเกิดความพอใจเพียงเล็กน้อยต่อคุณภาพบริการในการท่องเที่ยว โดยจะต้องมีการจัดการด้านความน่าเชื่อถือได้และการตอบสนองอย่างรวดเร็วในการบริการ เพื่อจะได้ใช้ในการจัดการบริการต่อไป

Evenlyn Omanukwue (2008) ได้ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าในโรงแรม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของคุณภาพบริการกับความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีของลูกค้า ว่ามีความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด มีกลุ่มตัวอย่าง 151 คน ซึ่งเป็นผู้ที่มาใช้บริการโรงแรมนี้ โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล ปรากฏว่าคุณภาพบริการภาพรวมอยู่ในอัตราที่สูงโดยเฉพาะการมีความตอบสนองที่รวดเร็วและทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจมากที่สุด

H.S. Sandhu (2011) ได้ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าที่มีต่อบริษัทประกันภัยในประเทศอินเดีย การวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อวัดการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้า โดยการประยุกต์ใช้กรอบแนวความคิดของ Sureshchandar และใช้กลุ่มตัวอย่าง 337 คนจากเมืองปันจาบ พบว่าการรับรู้คุณภาพบริการวัดได้จากประสิทธิภาพ ความสามารถทางศีลธรรม และระบบการทำงาน ทั้งสามสิ่งนี้มีผลต่อการวัดคุณภาพบริการด้วย

Minjoon Tun, Zhilin Yang and Daesoo Kim (2003) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการรับรู้คุณภาพบริการและความพึงพอใจที่มีต่อร้านค้าออนไลน์ การวิจัยนี้ได้ใช้แบบสอบถามในการสำรวจ โดยใช้

ทฤษฎีของคุณภาพบริการ เข้ามาช่วยในการประเมินคุณภาพบริการซึ่งสิ่งที่มีอิทธิพลต่อลูกค้ามากที่สุด คือ การสร้างความสะอาดตา รองลงมาคือการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการสร้างความดึงดูดใจที่น่าสนใจ และพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับการสร้างความพอใจในการรับรู้มีผลเป็นบวก ดังนั้นคุณภาพบริการโดยภาพรวมและความพอใจมีความสัมพันธ์กัน

Maxwell Agabu Phiri and Thobeleni Meqabe (2013) ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้คุณภาพบริการ กรณีศึกษา การรับและจ่ายเงินที่ห้างสรรพสินค้าในอัฟริกาใต้ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้า 130 คน และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลโดยมีข้อความคำถามจากทฤษฎี SERVQUAL ถูกแบ่งออกเป็น 22 ข้อ ใน 5 ข้อย่อยของแต่ละบริการนั้น ๆ จากการศึกษพบว่าความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการในห้างสรรพสินค้ามีสูงกว่าการรับรู้คุณภาพบริการ ความคาดหวังของลูกค้าต่อคุณภาพบริการไม่ได้เป็นแนวเดียวกัน หรืออยู่ในระดับที่ยอมรับได้ของคุณภาพบริการ

Neil Curry and YuHui Gao (2012) ได้ศึกษาเรื่องสายการบินต้นทุนต่ำในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าใหม่ใช้การวิเคราะห์คุณภาพบริการการบริการที่สร้างความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อสายการบินต้นทุนต่ำ การวิจัยนี้ได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลโดยเก็บข้อมูลที่สนามบินยุโรป ผลการศึกษาวินิจฉัยพบว่า ทั้งคุณภาพบริการ และความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อ รวมทั้งความพึงพอใจของลูกค้ายังเป็นตัวที่แปรที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มีต่อสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งนั่นหมายถึงตัวแปรต่างๆเหล่านี้มีความสัมพันธ์กัน

### 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการใช้เครื่องมือ SERVQUAL

Vincent C.S. Heung, M.Y. Wong and Hailin Qu (2000) ศึกษาคุณภาพบริการของร้านอาหารในสนามบินที่ฮ่องกง ด้วย SERVQUAL เพื่อดูช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้พบว่าลูกค้าให้ความคาดหวังสูงมากต่อความเป็นรูปธรรมของการบริการ ไม่ว่าจะมีความสะดวกสบายในห้องอาหาร อุปกรณ์ในห้องอาหารมีความสะอาด ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้าบริการที่ออกมาอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ครุชิตพล ยศพรไพบูลย์ (2552) ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังด้านบริการของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศการวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจความคาดหวังผู้โดยสารด้านบริการโดยเครื่องมือ SERVQUAL ใน 5 ด้าน ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่าความคาดหวังของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศประกอบด้วยด้านการสร้างความมั่นใจ (ค่าเฉลี่ย 5.20) ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 5.11) ด้านการตอบสนอง (ค่าเฉลี่ย 5.08) ด้านความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 4.81) และ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (ค่าเฉลี่ย 4.78) ตามลำดับ จากผลการสำรวจยังพบว่าระดับความคาดหวังด้านบริการของกลุ่มผู้ใช้บริการครั้งคราวมีความคาดหวังมากกว่าผู้ใช้บริการประจำท่าอากาศยานภายในประเทศ

รัชนิพร ก้อนคำ (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมาโดยนำความคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการของ Parasuraman และคณะ และเครื่องมือในการวัดคุณภาพบริการที่ปรับปรุงจาก SERVQUAL มาใช้ในการศึกษา ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการมีความคาดหวังต่อการให้บริการของโรงแรมระดับ 2 และ 3 ดาว อยู่ในระดับมาก

แต่มีความคาดหวังต่อการบริการดังกล่าวจากโรงแรมระดับ 4 ดาวในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ ผู้รับบริการยังมีการรับรู้การให้บริการอยู่ในระดับมากด้วย เมื่อนำการรับรู้บริการและความคาดหวังมาเปรียบเทียบกันแล้วพบว่า ผู้รับบริการมีความคาดหวังในการได้รับบริการมากกว่าการได้รับบริการจริงจากโรงแรม

Thanika Devi Juwaheer (2004) ทำการศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพบริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มาใช้บริการโรงแรมใน Mauritius โดยใช้เครื่องมือที่พัฒนาจาก SERVQUAL มาทำการศึกษา และประมวลผลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Factor Analysis) โดยวิธีหมุนแกนแบบมุมฉาก (Varimax Rotation) เพื่อพิจารณาปัจจัยของคุณภาพบริการ ในการศึกษาทำการวิเคราะห์การรับรู้ถึงคุณภาพบริการของนักท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับการแบ่งกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันเพื่อให้โรงแรมสามารถวางแผนการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต่าง ๆ จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวจากนานาประเทศให้ความสำคัญกับแต่ละปัจจัยของคุณภาพบริการที่รับรู้ในระดับที่ต่างกัน ซึ่งปัจจัยหลักที่มีผลต่อคุณภาพบริการมี 4 องค์ประกอบได้แก่ 1) ความน่าสนใจในการตกแต่งห้องพัก (Room Attractiveness and Décor Factors) 2) ลักษณะภายนอกของพนักงานและความถูกต้องแม่นยำ (Staff Outlook and Accuracy Factors) 3) ความน่าเชื่อถือ หรือความไว้วางใจได้ (Reliability Factors) 4) สภาพโดยรอบของโรงแรมและสิ่งแวดล้อม (Hotel Surroundings and Environment Factors) และคุณภาพบริการทั้ง 4 ด้าน ยังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และพฤติกรรมในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวจากนานาชาติ

Jiju Anthony et al. (2004) ทำการประเมินคุณภาพบริการของโรงแรมในเครือในประเทศอังกฤษ โดยงานวิจัยนี้ทำการศึกษความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการกับผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยใช้กรณีศึกษากลุ่มโรงแรมในประเทศอังกฤษในบริเวณที่ต่างกัน 6 แห่ง ซึ่งการประมวลผลคุณภาพบริการนี้ทำโดยการปรับปรุงเครื่องมือ SERVQUAL ของ Zeithaml and et al. (1990) ซึ่งประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือ หรือไว้วางใจได้ (Reliability) 3) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) 4) การให้ความมั่นใจ (Assurance) 5) การเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) จากผลการวิจัยพบว่าการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด และการเข้าใจการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) เป็นปัจจัยที่สำคัญน้อยที่สุด ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าการให้บริการเข้าเป็นปัญหาสำคัญของโรงแรมในเครือนี้ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่พนักงานขาดความเข้าใจในความต้องการของผู้มาใช้บริการ

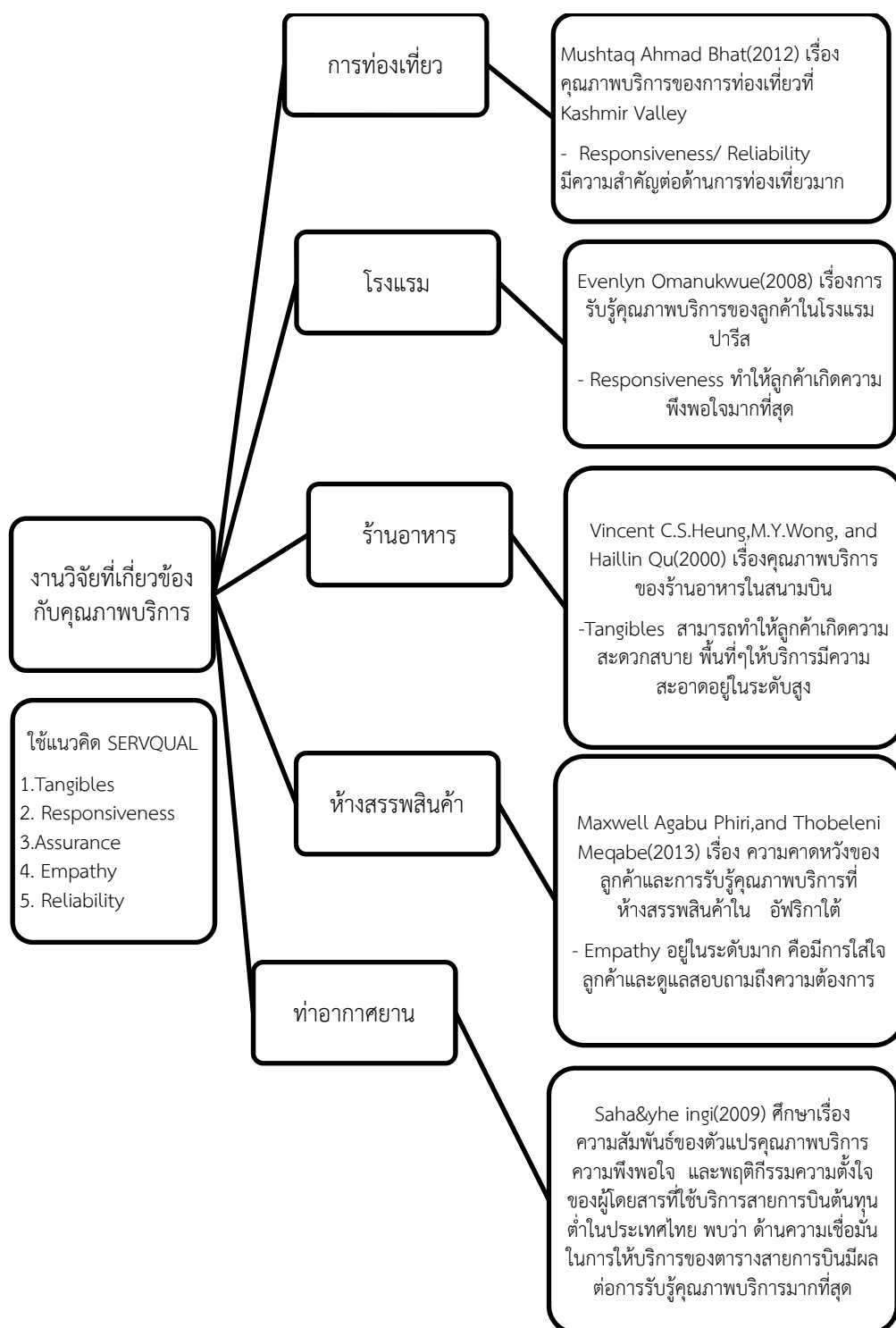
Saha and Theingi (2009) ที่ค้นหาความสัมพันธ์ของตัวแปรคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมความตั้งใจของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ได้ข้อค้นพบที่สอดคล้องกันว่า ความเชื่อมั่นของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะความเชื่อมั่นในตารางการบินของสายการบินต้นทุนต่ำมีผลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการสายการบินมากที่สุด และส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ณัฐวุฒิ อนุกุลธนกิจ (2557) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการและความตั้งใจใช้บริการในอนาคตที่มีต่อสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่าคุณภาพบริการด้านสิ่งที่สามารถจับ

ต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่ มีค่า Pearson Correlation .659, .701, .804, .761 และ .791 โดยมีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 สรุปได้ว่าคุณภาพบริการทุกด้านมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้บริการในอนาคต

Pei Mey Lau and et al. (2005; อ้างอิงจาก กัลยา สร้อยสิงห์, 2559) ทำการศึกษาเรื่องคุณภาพบริการของโรงแรมระดับ 4 และ 5 ดาวในมาเลเซีย ด้วยการปรับปรุง เครื่องมือ SERVQUAL แล้วนำมาใช้ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจโดยรวมของผู้ใช้บริการโรงแรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านของ SERVQUAL ซึ่งผลจากการวิจัยพบว่าการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมระดับ 4 และ 5 ดาวในมาเลเซียยังต่ำกว่าระดับความคาดหวังในคุณภาพบริการ และช่องว่างระหว่างความคาดหวังในคุณภาพบริการของลูกค้ามาใช้บริการโรงแรมกับการรับรู้คุณภาพบริการยังต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการที่ใช้แนวคิด SERVQUAL เป็นเครื่องมือในการศึกษาสามารถสรุปในภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการที่ใช้แนวคิด SERVQUAL ที่สำคัญ

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในธุรกิจสายการบิน

พรชัย ศรีสว่าง (2548) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์ในการวิจัยนี้ได้ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูล พบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการตัดสินใจด้านบุคลากรเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือด้านสถานที่ ด้านการบริการ ด้านราคาและการบริหารจัดการ ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน อายุต่างกัน ระดับศึกษาต่างกัน และรายได้ต่อเดือนต่างกัน ที่การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์ในภาพรวมที่ไม่แตกต่างกัน

อมรทิพย์ อัจสมิติ (2548) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม และสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติในภาพรวมของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก โดยมีทัศนคติที่ดีต่อสายการบินแอร์เอเชียเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือสายการบินโอเรียนแอร์ และสายการบินนกแอร์ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทัศนคติอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปสู่ต่ำสุดดังนี้ ความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ราคาตัวโดยสาร ทั้งนี้แนวทางการปรับปรุงการให้บริการผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ควรจะเน้นการให้บริการและทำการตลาดกับกลุ่มบุคคลวัยทำงาน

ศุลยา วุฒิปรีชา (2549) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเดินทางและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย โดยวิจัยนี้ได้ใช้การสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมข้อมูลในการวิจัย มีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษา คือ ประการแรก ศึกษาผลกระทบของการมีสายการบินต้นทุนต่ำในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทย ประการที่สอง ศึกษาพฤติกรรมการเดินทางภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ผลพบว่า การศึกษาผลกระทบของการมีสายการบินต้นทุนต่ำ ในภูมิภาคอาเซียนมายังไทยต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า มีอิทธิพลทางบวก มีระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ร้อยละ 90 ขึ้นไป และได้ศึกษาผลปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยอยู่ระดับเชื่อมั่นที่ร้อยละ 90 ขึ้นไป ผู้ที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศจะมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าผู้ที่เดินทางด้วยสายการบินไทย

ชินโชติ เทียนเมธิ (2555) ได้ศึกษาเรื่องภาพลักษณ์พนักงานต้อนรับเครื่องบินและเจตคติของผู้โดยสารต่อพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่เป็นบุคคลรักเพศเดียวกันที่พยากรณ์ความประทับใจในการบริการของสายการบิน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความประทับใจในการบริการภาพลักษณ์พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินและเจตคติของผู้โดยสารต่อพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินซึ่งเป็นบุคคลรักเพศเดียวกัน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินอยู่ในระดับดีอย่างยิ่ง เจตคติของผู้โดยสารต่อพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่เป็นบุคคลรักเพศเดียวกันอยู่ในระดับที่ดี และมีระดับความประทับใจในการบริการมากที่สุด

ธีรพล โกศลวัฒน์ และพัชรภรณ์ ปรีชามโนมัย (2553) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อทางสังคม (Social Media) ของบริษัท แอร์เอเชีย จำกัด ในประเทศไทย วัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการใช้งานผ่านสื่อทางสังคมที่มีการใช้งานอย่างแพร่หลาย รวมถึงศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งผู้ใช้สื่อทางสังคมในประเทศไทยและพฤติกรรมการสื่อสารกับผู้ให้บริการ

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้เครื่องมือทั้งแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยทำการเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารสายการบินแอร์เอเชีย จำนวน 200 ชุด และทำการเก็บแบบสอบถามจากผู้ใช้งานสื่อทางสังคมที่มีการพูดคุยเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การเดินทางทางอากาศโดยใช้เป็นแบบสอบถามออนไลน์จำนวน 200 ชุดจากการวิจัยพบว่า การใช้สื่อทางสังคมในการทำการสื่อสารทางการตลาดนั้นมีวัตถุประสงค์ดังนี้ โดยทำการขายโดยจะทำการประกาศขายสินค้า โดยใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า และการให้ความช่วยเหลือ หรือเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการที่ลูกค้าสามารถติดต่อกับบริษัทได้ การใช้สื่อทางสังคมในประเทศไทยในการทำการสื่อสารทางการตลาดนั้นมีวิวัฒนาการมาจากช่วงแรกที่ใช้ทำการขายโดยตรงกับผู้ใช้งาน แต่ไม่ประสบความสำเร็จเนื่องจากก่อความรำคาญแก่ผู้ใช้ จากนั้นจึงมีการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย ทักทาย เมื่อได้รับความน่าเชื่อถือแล้วจึงค่อย ๆ ผสมการขายเข้าไปพร้อม ๆ กับการรักษาความสัมพันธ์ให้ยาวนานยิ่งขึ้น

ณัฐฐา หงส์แก้ว (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชียภายในประเทศ (เชียงใหม่-กรุงเทพมหานคร) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม ผลพบว่า ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย โดยรวมด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และปัจจัยอื่นๆอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านปัญหาที่พบในการใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ (2555) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทย การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยกลุ่มตัวอย่างคือผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำและเป็นผู้ตัดสินใจซื้อด้วยตัวเองจำนวน 400 ตัวอย่างเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านสินค้าและบริการอยู่ในระดับมากโดยชื่อเสียงด้านความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยราคาบัตรโดยสารเหมาะสมกับเส้นทางเป็นปัจจัยที่ได้รับความสำคัญมากที่สุดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมากปัจจัยการมีความสะดวกในการซื้อบัตรโดยสารผ่านทางWebsiteของสายการบินเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยการลดราคาบัตรโดยสารเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุด

กชพรรณ เจริญลพ (2554) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อบัตรโดยสารผ่านทางช่องทางต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการชาวไทยที่โดยสารสายการบินประเภทต้นทุนต่ำภายในประเทศ ผลการวิจัยพบว่าการซื้อบัตรโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์มาก ผู้บริหารควรมีการจัดโปรโมชั่นของสายการบินต้นทุนต่ำอย่างสม่ำเสมอ

ศิริน ศรีสิทธิพจน์ (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ทางโทรทัศน์ของสายการบินนกแอร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ผลการศึกษาพบว่า ในการดำเนินงานด้านธุรกิจการบินเรื่องของความปลอดภัยและการให้บริการที่ดีถือเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งล้วนแต่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการนำเสนอภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ที่ดีเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ในทางบวกให้ได้มากที่สุด และทำให้คนยอมรับโดยใช้โฆษณาเชิงภาพลักษณ์ช่วยสื่อสารข้อมูล

สุธี ไ้วศิริ และคณะ (2548) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยสารทางอากาศภายในประเทศด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษา เส้นทางบิน กรุงเทพมหานคร-หาดใหญ่ และ หาดใหญ่-กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในทุก ๆ ด้านของส่วนประสมทางการตลาด อยู่ในระดับพึงพอใจมาก การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์ในการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้ง 3 สายการบินได้แก่ นกแอร์ แอร์เอเชีย และวันทูโก จัดอยู่ในภาพลักษณ์ที่ดี และไม่มีมีความแตกต่างกันทั้ง 3 สายการบิน สามารถนำไปกำหนดแนวทางวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคให้ใช้บริการมากขึ้น

ณัฐอร เลิศวรรณพงษ์ (2555) ได้ศึกษาเรื่องภาพพจน์องค์กร ความไว้วางใจและพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินเอมิเรตส์ของผู้โดยสารชาวไทย การวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างคือผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้หรือเคยใช้บริการสายการบินเอมิเรตส์มาแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 400 ตัวอย่าง จากผลการศึกษา นั้นพบว่า ผู้โดยสารชาวไทยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาพพจน์องค์กรโดยรวมอยู่ในระดับดีในด้านการบริการ ด้านบุคลากร ด้านภาพลักษณ์ ด้านเทคโนโลยีสิ่งแวดล้อม และด้านการประชาสัมพันธ์ของสายการบินผู้โดยสารชาวไทยมีความไว้วางใจในสายการบินเอมิเรตส์ในระดับดี โดยทั้งด้านความปลอดภัยด้านชื่อเสียงของสายการบิน

น้ำเพชร อยู่สกุล (2553) ได้ศึกษาเรื่องความเป็นเลิศในการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยของคุณลักษณะของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความแตกต่างกันและมีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการปฏิบัติงานบริการโดยส่งผลต่อความเป็นเลิศในการบริการตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ บุคลิกของพนักงาน การทำงานเป็นที่มรองลงมาคือความภักดีของพนักงาน ความรู้และทัศนคติที่ดีต่อการบริการ

วิภาดา สรเพชญ์พิสัย (2546) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและทัศนคติของผู้โดยสารระหว่างประเทศที่มีต่อบริการภาคพื้นดินของสายการบินไทย จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของผู้โดยสารโดยภาพรวมทั้งทางด้านการตรวจบัตรโดยสาร การรอรับสัมภาระ และเรื่องน้ำหนักสัมภาระอยู่ในระดับดี ไม่มีปัญหา ส่วนทางด้านทัศนคติของผู้โดยสาร พบว่ามีความพึงพอใจในการบริการในระดับดีทั้งทางด้านเช็คบัตรโดยสาร การประกาศเรียกขึ้นเครื่อง และการบริการเกี่ยวกับสัมภาระ

นิภานันท์ ฉวยพันธ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดบริการกับความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการเครื่องตีบนสายการบินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดบริการในภาพรวมอยู่ในระดับที่มาก แต่สำหรับด้านส่งเสริมการตลาดในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง และความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการเครื่องตีบนสายการบิน ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มี 2 ด้าน คือ ด้านเครื่องตีและด้านการบริการพบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อการบริการบริการเครื่องตีอยู่ในระดับพึงพอใจมากทั้งในด้านเครื่องตีและด้านการบริการ

## 2.5 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเฉพาะเรื่องนี้ สามารถสรุปได้ตามตาราง โดยแบ่งหัวข้อหลักในการทบทวนงานออกเป็น 3 หัวข้อได้แก่

### 2.5.1 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการทั่วไป



### 2.5.2 งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ SERVQUAL

### 2.5.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบิน

ภาพรวมของวิธีการศึกษาจากการทบทวนงานที่เกี่ยวข้อง พบว่า เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยมากศึกษาฝั่งผู้รับบริการหรือผู้บริโภค สำหรับงานวิจัยไทยยังไม่ปรากฏการศึกษาฝั่งผู้ให้บริการ หรือแม้กระทั่งการสังเกตการณ์

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาเชิงคุณภาพ โดยเน้นพนักงานให้บริการภาคพื้นดิน และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้บริการรวมถึงร่วมสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม ด้วยการนำแนวคิด SERVQUAL มาประยุกต์ใช้ เพื่อประเมินคุณภาพบริการ 5 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย

- (1) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ
- (2) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ
- (3) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ
- (4) ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ
- (5) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้

โดยวัดคุณภาพบริการจากการจัดการเหตุการณ์วิกฤตที่สร้างความพึงพอใจ หรือความไม่พึงพอใจให้กับลูกค้า ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยและอภิปรายผลที่ได้จากการวิจัยในตารางที่ 2.1 ดังนี้

## ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

หัวข้อ	ผู้วิจัย	งานวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลการวิจัย
งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการทั่วไป				
คุณภาพบริการทั่วไป	Mushtaq Ahmad Bhat (2012)	Tourism Service Quality: A Dimension-specific Assessment of SERVQUAL	สัมภาษณ์เชิงลึก/ใช้ทฤษฎี SERVQUAL	· จากการสังเกตคุณภาพบริการ และสภาพแวดล้อมรอบด้านของการบริการพบว่านักท่องเที่ยวเกิดความพอใจเพียงเล็กน้อยต่อคุณภาพบริการเพราะด้านความน่าเชื่อถือและการตอบสนองความต้องการ ใส่ใจเพิ่มขึ้น
	Evenlyn Omanukwue (2008)	Customer perception of service quality in Boutique Hotel le six Paris	Spearman's method	· โดยภาพรวมคุณภาพบริการของโรงแรมนี้อยู่ในระดับสูงทั้งทางด้านการตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็วและด้านพฤติกรรมของพนักงานแต่อย่างไรก็ตามความจงรักภักดีของลูกค้าเป็นผลลัพธ์ที่สำคัญที่แสดงให้เห็นว่าลูกค้าพึงพอใจ
	H.S. Sandhu (2011)	Customers' Perception towards service quality of life insurance corporation of India	วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา/ทฤษฎีที่ใช้คือ five factors structure model	· คุณภาพบริการไม่เพียงวัดได้จาก 5 ด้าน แต่ยังวัดได้จากประสิทธิภาพของงานความสามารถทางศีลธรรมของพนักงาน และระบบการทำงาน ซึ่งทั้ง 3 สิ่งนี้มีความสำคัญต่อการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการประกันชีวิตในประเทศอินเดีย
	Minjoon Tun, Zhilin Yang and Daesoo Kim (2003)	Customers' perception of online retailing service quality and their satisfaction	เนื้อหาบรรยาย/พรรณนา/ใช้ทฤษฎี SERVQUAL	· การประเมินคุณภาพบริการที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจเพิ่มขึ้นเกิดจากการสร้างความสะอาด การตอบสนองต่อการบริการอย่างรวดเร็วและสร้างความดึงดูดใจน่าสนใจการศึกษานี้พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการและความพึงพอใจในการรับรู้มีผลเป็นบวกและมีความสัมพันธ์กัน
	Maxwell Agabu Phiri and Thobeleni Meqabe (2013)	Customers' expectations and perceptions of service quality: The case of pick n pay supermarket stores in Pietermaritzburg area, South Africa	วิเคราะห์เชิงพรรณนา/ข้อมูลสถิติ Cronbach's Alpha/SERVQUAL method	· ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพบริการในห้างสรรพสินค้าอยู่ในระดับมากและมีมากกว่าการรับรู้คุณภาพบริการซึ่งลูกค้าคาดหวังต่อคุณภาพบริการในส่วนของอาหารในห้างสรรพสินค้าเป็นสำคัญ

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

หัวข้อ	ผู้วิจัย	งานวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลการวิจัย
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ SERVQUAL				
SERVQUAL	ครรรชิตพล ยศพรไพบุลย์ (2552)	ความคาดหวังด้าน บริการของผู้โดยสาร ขาเข้าที่ใช้บริการท่า อากาศยาน ภายในประเทศ	วิเคราะห์เชิง พรรณนา	· การวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจความ คาดหวังผู้โดยสารด้านบริการโดยใช้ เครื่องมือ SERVQUAL ใน 5 ด้านผลที่ ได้จากการศึกษาพบว่าความคาดหวัง ของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่า อากาศยานภายในประเทศด้านการ สร้างความมั่นใจอยู่ในระดับมากที่สุด
	รัชนิพร ก้อนคำ (2547)	คุณภาพบริการของ โรงแรมในเขตอำเภอ เมืองจังหวัด นครราชสีมา	Questionnaire	· เครื่องมือที่ใช้ในการวัดคุณภาพ บริการ SERVQUAL พบว่าผู้บริการมี ความคาดหวังต่อการให้บริการของ โรงแรมในระดับ 2 และ 3 ดาวอยู่ใน ระดับดีมากนอกจากนี้ยังพบว่า ผู้รับบริการมีการรับรู้การให้บริการอยู่ ในระดับมากด้วย
	Thanika Devi Juwaheer (2004)	Exploring international Tourists' perception of hotel operations by using a modified SERVQUAL approach- a case study of Mauritius	Principles component factor analysis/Varim ax Rotation	· จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวจาก นานาชาติให้ความสำคัญกับปัจจัย ของคุณภาพบริการต่างกันซึ่งปัจจัย หลักที่มีผลต่อคุณภาพบริการมีดังนี้ ความน่าสนใจในการแต่งห้องลักษณะ ภายนอกของพนักงาน ความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ และสภาพแวดล้อม
	Jiju Anthony, Frenie Jiju Anthony, Sid Grosh (2004)	Evaluating service quality in a UK hotel chain	วิเคราะห์เชิง สำรวจ	· ได้ใช้กลุ่มโรงแรมในบริเวณที่ต่างกัน 6 แห่ง ประมวลผลคุณภาพบริการโดย การใช้ SERVQUAL ผลพบว่า การ ตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) เป็นปัจจัยที่สำคัญ ที่สุดและการเข้าใจการรับรู้ความ ต้องการของผู้บริการเป็นปัจจัยที่สำคัญ น้อยสุด
	Pei Mey Lau (2005; อ้างอิงจาก กัลยา สร้อยสิงห์, 2559)	Service Quality – A study of the luxury hotels in Malaysia	ศึกษาผ่านข้อมูล เชิงสถิติ	· ผลการศึกษาพบว่าเมื่อนำเครื่องมือ SERVQUAL ที่ปรับปรุงแล้วมาใช้ทำให้ การรับรู้คุณภาพบริการของผู้ใช้บริการ โรงแรมระดับ 4 และ 5 ดาวใน มาเลเซียยังต่ำกว่าระดับความคาดหวัง ในคุณภาพบริการ

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

หัวข้อ	ผู้วิจัย	งานวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลการวิจัย
SERVQUAL	ครรรชิตพล ยศพรไพบุลย์ (2551)	การวัดคุณภาพบริการร้านอาหาร Fast food ในด้าน 5 หลักของ SERVQUAL	วิเคราะห์เชิงสำรวจ	· การสำรวจคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้านหลักของเครื่องมือ SERVQUAL คือ ความน่าเชื่อถือการตอบสนอง ความไว้วางใจ ความเอาใจใส่ และ รูปลักษณ์ทางกายภาพ การวิจัยพบว่าความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าร้านอาหาร Fast Food คุณภาพบริการที่ลูกค้าได้รับบริการจะต่ำกว่าคุณภาพบริการที่ลูกค้าคาดหวังไว้
<b>งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบิน</b>				
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบิน	พรชัย ศรีสว่าง (2548)	ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์	ศึกษาผ่านข้อมูลสถิติ T-test/ F-test/ Questionnaire	· การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการตัดสินใจด้านบุคลากรเป็นอันดับหนึ่งรองลงมาคือด้านสถานที่ ด้านการบริการ และราคา
	อมรทิพย์ อัจสมิติ (2548)	ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	Questionnaire/ ศึกษาผ่านข้อมูลสถิติ F-test	· ผลการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำพบว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการเนื่องจากประหยัดเวลาและผลการศึกษาทัศนคติที่มีต่อสายการบินต้นทุนต่ำพบว่าเห็นด้วยมากที่สุดทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบิน งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบิน	ณัฐฐา หงษ์แก้ว (2555)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชียภายในประเทศ (เชียงใหม่-กรุงเทพมหานคร)	Questionnaire/ ศึกษาผ่านข้อมูลเชิงสถิติ F-test และ T-test	· ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินโดยรวมในระดับมากพบว่าปัจจัยด้านเครื่องบินที่ใช้ใหม่มีความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการมากที่สุด
	ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ (2555)	ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทย	Online Questionnaire/ Chi-Square/ One-way Anova	· ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างพบว่าให้ความสำคัญด้านสินค้าและบริการอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

หัวข้อ	ผู้วิจัย	งานวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลการวิจัย
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบิน งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบิน	ศิริิน ศรีสิทธิพจน์ (2554)	ประสิทธิผลของการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ทางโทรทัศน์ของสายการบินนกแอร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	Questionnaire/ สถิติวิเคราะห์ One-way analysis of variance	· กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการจงใจใช้บริการสายการบินนกแอร์จากองค์ประกอบของการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ในด้านเทคนิคของผู้นำเสนอเหตุผลหลังจากเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์ คือภาพประกอบการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์
	นิภานันท์ เฉยพันธ์ (2551)	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดบริการกับความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการเครื่องบินของประเทศไทยจำกัด(มหาชน)	Survey research/ Questionnaire	· ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านพนักงานด้านกระบวนการให้บริการในภาพรวมมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก
	ณัฐอร เลิศวรรณพงษ์ (2555)	ภาพพจน์องค์กร ความไว้วางใจและพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินเอมิเรตส์ของผู้โดยสารชาวไทย	Questionnaire	· ผู้โดยสารชาวไทยมีความไว้วางใจในสายการบินเอมิเรตส์ในระดับดีโดยมีให้กับทางด้านความปลอดภัยในระดับที่มากทางด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการสายการบินเอมิเรตส์โดยรวมอยู่ในระดับดีและส่วนใหญ่ผู้โดยสารชาวไทยมีความคิดเห็นต่อภาพพจน์โดยรวมอยู่ในระดับดี
	น้ำเพชร อยู่สกุล (2552)	ความเป็นเลิศในการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)	Questionnaire/ ศึกษาข้อมูลทาง เชิงสถิติวิเคราะห์	· คุณลักษณะของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทยมีความแตกต่างกันของผลการปฏิบัติงานบริการที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศในบริการได้แก่ ด้านบุคลิกของพนักงานการทำงานเป็นทีม และความพร้อมในการทำงาน
	พรชัย ศรีสว่าง (2548)	ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินนกแอร์	Questionnaire/ สถิติวิเคราะห์ One-way Anova	· การตัดสินใจเลือกใช้สายการบินนกแอร์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยมีการตัดสินใจด้านบุคลากรเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา ด้านสถานที่ ด้านราคา และด้านการบริหารจัดการ

ตารางที่ 2.1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

หัวข้อ	ผู้วิจัย	งานวิจัย	วิธีการวิจัย	ผลการวิจัย
	สุธี โง้วศิริวรรณ และคณะ (2548)	พฤติกรรมและความ พึงพอใจของ ผู้ใช้บริการโดยสาร ทางอากาศ ภายในประเทศด้วย สายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษา เส้นทาง การบิน หาดใหญ่- กรุงเทพฯ และ กรุงเทพฯ-หาดใหญ่	Self- Administered Questionnaire	· ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในทุก ๆ ด้านในของส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) อยู่ในระดับพึงพอใจมากกว่า วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ บริการ 1-2 ครั้งต่อปีและเคยใช้บริการ สายการบินนกแอร์มากที่สุด

## บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษา เส้นทางบิน อุบลราชธานี – กรุงเทพมหานคร – อุบลราชธานี มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 การออกแบบการวิจัย
- 3.2 ประชากรและหน่วยวิเคราะห์การศึกษา
- 3.3 การเก็บรวบรวมรวบรวมข้อมูล
- 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย
- 3.7 การตรวจสอบข้อมูล
- 3.8 สถานที่ทำการวิจัย
- 3.9 ระยะเวลาที่ทำการวิจัย

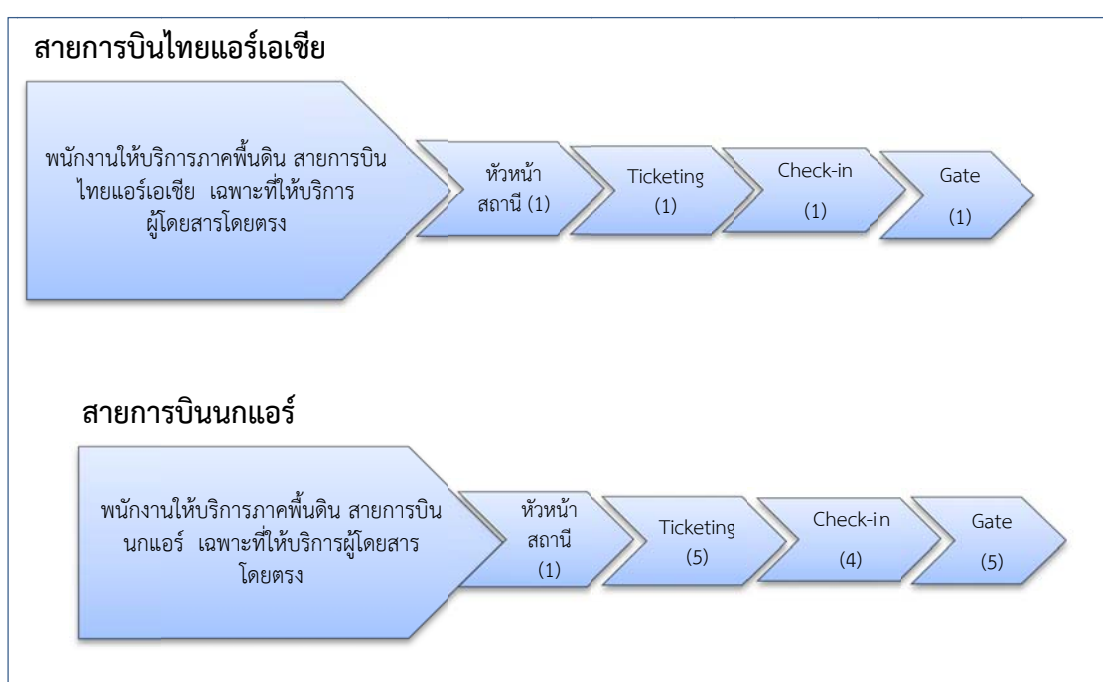
### 3.1 การออกแบบการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือการวิจัยเชิงปริมาณ และวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณมีการใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากและเป็นการวิจัยที่มุ่งหาข้อเท็จจริงและข้อสรุปเชิงปริมาณ เน้นการใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขเป็นหลักฐานยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบ และสรุปต่าง ๆ มีการใช้เครื่องมือที่มีความเป็นปรนัยในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่นแบบสอบถามแบบทดสอบ การสังเกต การสัมภาษณ์ การทดลอง เป็นต้น ทั้งนี้ การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการวิจัยที่นักวิจัยจะต้องลงไปศึกษาสังเกต และกลุ่มบุคคลที่ต้องการศึกษาโดยละเอียดทุกด้านในลักษณะเจาะลึก ใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการเป็นหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้การวิเคราะห์เชิงเหตุผลไม่ได้มุ่งเก็บเป็นตัวเลขมาทำการวิเคราะห์ ดังนั้น การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพมีที่มาแตกต่างกัน กล่าวคือ การวิจัยเชิงคุณภาพมีพื้นฐานปรัชญาแบบธรรมชาตินิยม (Naturalism) ในขณะที่การวิจัยเชิงปริมาณมีพื้นฐานแบบปรัชญาแบบปฏิฐานนิยม (Positivism) ในการค้นหาความจริงด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพจะเน้นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามสภาพการณ์ที่เป็นธรรมชาติ ซึ่งบางครั้งเรียกว่า แนวคิดแบบปรากฏการณ์นิยม (Phenomenalism) แล้วอาศัยวิธีการพรรณนาเป็นสำคัญ ในขณะที่การค้นหาความจริงด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณต้องอาศัยกระบวนการหรือวิธีการทางวิทยาศาสตร์ที่อยู่บนรากฐานของข้อมูลเชิงประจักษ์ และขั้นตอนที่มีระเบียบแบบแผน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เนื่องจากมีความต้องการเข้าใจในคุณภาพบริการของพนักงานสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางบิน อุบลราชธานี – กรุงเทพมหานคร – อุบลราชธานี จึงต้องใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก พร้อมทั้งสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม

### 3.2 ประชากรและหน่วยวิเคราะห์การศึกษา

ประชากรและหน่วยวิเคราะห์การศึกษาในที่นี้ได้แก่ พนักงานให้บริการภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำของสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย ภายในท่าอากาศยานนานาชาติอุบลราชธานี จำนวนทั้งสิ้น 28 คน สามารถแบ่งเป็นพนักงานให้บริการภาคพื้นดินของสายการบินนกแอร์ จำนวน 18 คน และพนักงานให้บริการภาคพื้นดินของสายการบินไทยแอร์เอเชีย จำนวน 10 คน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้จำนวนทั้งสิ้น 19 สามารถแบ่งเป็นพนักงานให้บริการภาคพื้นดินสายการบินนกแอร์ จำนวน 15 คน และพนักงานให้บริการภาคพื้นดินของสายการบินไทยแอร์เอเชีย จำนวน 4 คน แบ่งการสัมภาษณ์ตามขั้นตอนการให้บริการ ดังแสดงในภาพที่ 3.1



ภาพที่ 3.1 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

อนึ่ง การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากพนักงานภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ พนักงานภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำ นกแอร์ 15 คน และไทยแอร์เอเชีย 4 คน เนื่องจากผู้ศึกษาได้รับอนุญาตจากหัวหน้าสถานีของแต่ละสายการบินให้สัมภาษณ์พนักงานภาคพื้นดินที่มีความพร้อมและความสะดวกในเวลานั้น พนักงานหากมีเวลาว่างสามารถให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ได้อย่างเต็มที่ รวมถึงการเข้าถึงพื้นที่ภายในอาคารผู้โดยสารได้โดยสะดวก ยกเว้นบริเวณภายนอกลานจอดอากาศยานเท่านั้น

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาคุณภาพบริการของพนักงานภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางการบิน อุบลราชธานี- กรุงเทพมหานคร – อุบลราชธานี ตามมุมมองของพนักงานภาคพื้นดินนี้ แบ่งเป็น 2 แหล่ง ได้แก่



**3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ** เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับหัวหน้าและพนักงานให้บริการภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำของสายการบินนกแอร์ และสายการบิน ไทยแอร์เอเชีย ลักษณะการบริการที่ให้แก่ผู้รับบริการ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติอุบลราชธานี พร้อมการสัมภาษณ์เชิงลึกกับพนักงานภาคพื้นดินสายการบินนกแอร์และสายการบินไทยแอร์เอเชีย จำนวนทั้งสิ้น 19 คน รวมถึงการสังเกตการณ์การแบบมีส่วนร่วมในการให้บริการโดยภาพรวมของทั้ง 2 สายการบิน เพื่อเป็นการตรวจสอบข้อมูลและความถูกต้องรวมถึงความน่าเชื่อถือของข้อมูล จึงใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งแบ่งเป็น

3.3.1.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล คือตรวจสอบว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นมีความถูกต้องจากแหล่งข้อมูล เช่น แหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล

3.3.1.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่มาต่าง ๆ โดยการวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก แล้วนำผลการเก็บรวบรวมข้อมูลมาตรวจสอบซึ่งกันและกันเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด อีกทั้งทำให้เกิดความน่าเชื่อถือว่างานวิจัยนี้มีความครอบคลุมเพียงพอในการพรรณนาวิเคราะห์ และอธิบาย และสรุปผลการศึกษาได้

**3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ** เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาคูณภาพบริการ ซึ่งแหล่งข้อมูลดังกล่าวได้แก่ หนังสือ เอกสาร บทความ สื่อสารสนเทศ งานวิจัย รวมถึงเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ทราบแนวคิด ทฤษฎีที่จะนำมาใช้ รวมถึงข้อมูลของกลุ่มประชากรเป้าหมายเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในครั้งนี้คือ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและการใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยใช้คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย ในเส้นทางบิน อุบลราชธานี-กรุงเทพมหานคร และ กรุงเทพมหานคร-อุบลราชธานี โดยเน้นข้อคำถามเป็นการให้กลุ่มตัวอย่างระบุถึงเหตุการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการ ทั้งนี้การใช้คำถามแบบปลายเปิดนั้นเพื่อต้องการให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่และเพื่อให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลในเชิงลึก ซึ่งขั้นตอนในการสร้างและตรวจสอบคุณภาพของแบบสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวมีดังนี้

3.4.1 ศึกษาวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการเพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

3.4.2 สร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่นำไปสู่การได้รับข้อมูลวิกฤตเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสายการบิน

3.4.3 นำแบบสัมภาษณ์เชิงลึกให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งถือเป็นความเที่ยงตรงจากภายใน (Internal Validity) สำหรับการศึกษานี้ เพื่อปรับปรุงโครงสร้างข้อคำถามและปรับปรุงสำนวนภาษาให้เกิดความชัดเจน ถูกต้องเหมาะสม เพื่อนำไปสู่เครื่องมือวิจัยที่มีคุณภาพมากขึ้น

3.4.4 นำเครื่องมือวิจัยไปทดลองใช้กับผู้ที่ปฏิบัติงานให้บริการอื่น ๆ ที่ใกล้เคียงกัน โดยผู้วิจัยใช้วิธีบันทึกข้อมูลด้วยเครื่องบันทึกเสียง หลังจากนั้นทำการถอดเทป เพื่อทดสอบและปรับปรุงความเหมาะสมตลอดจนคุณภาพของเครื่องมือวิจัยต่อไป

3.4.5 สำหรับความเที่ยงตรงจากภายนอก (External Validity) นั้นผู้วิจัยใช้เครื่องบันทึกเสียงในการบันทึกข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์ หลังจากนั้นจะทำการถอดเทป และนำไปให้ผู้ที่ถูกสัมภาษณ์ตรวจสอบอีกครั้ง

### 3.5 วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการเข้าถึงข้อมูลและการรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือการเก็บข้อมูลแบบสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก

#### 3.5.1 การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม

ผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมอยู่ในการทำงานของพนักงานภาคพื้นดิน โดยเข้าไปภายในบริการทำงานตั้งแต่ช่วงเวลา 07.00 น. – 20.00 น. เริ่มต้นจากการสังเกตการณ์ตั้งแต่จุดจำหน่ายบัตรโดยสารสาร จุดเช็คอิน และจุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน ผู้ศึกษาเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดเตรียมเก้าอี้นั่งทำงาน ตรวจสอบเอกสารเที่ยวบิน ตรวจสอบหน้าเว็บไซต์ รวมถึงเรียนรูการจองบัตรโดยสาร ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร จากนั้นจะเดินสังเกตการณ์และทำการบันทึกข้อมูลจากสิ่งที่สังเกตและปฏิบัติจริงได้ในทุกครั้งที่เข้าสังเกตการณ์ และนำข้อมูลเหล่านั้นมาศึกษา โดยการนำข้อมูลมาแยกแยะจัดกลุ่ม เพื่อวิเคราะห์ว่าสอดคล้องกับนิยาม SERVQUAL ที่ผู้ศึกษากำหนดไว้

#### 3.5.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก

3.5.2.1 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อเปิดเผยทัศนคติ สิ่งจูงใจของผู้ตอบคำถาม โดยเตรียมคำถามกึ่งโครงสร้างลักษณะการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยการกำหนดคำถามให้สอดคล้องและครอบคลุมกับเรื่องที่ทำวิจัยผู้วิจัยได้แสดงถึงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์โดยขออนุญาตในการจดบันทึกและบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้มีปฏิสัมพันธ์แบบต่อหน้ากับผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 10 - 45 นาที ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ให้สัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนจะทำจนกว่าจะไม่พบข้อสงสัยหรือไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น ที่เรียกว่าข้อมูลอิ่มตัว (Data Saturation) จึงหยุดการสัมภาษณ์ ซึ่งองอาจ นัยพัฒน์ (2548: 233) อธิบายว่าการอิ่มตัวของข้อมูลอาจเกิดจากข้อมูลที่รวบรวมมาได้มีลักษณะแบบแผนเป็นอย่างไร เดียวกัน หรืออีกนัยหนึ่งคือข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้ส่วนใหญ่มีลักษณะทับซ้อนสาระในประเด็นเดียวกัน

3.5.2.2 ข้อมูลที่ถูกบันทึกเสียง จะนำมาถอดเทปพรายวัน เพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลที่ไม่ชัดเจนหรือไม่ครบถ้วน เพื่อนำไปศึกษาเพิ่มเติมในการสัมภาษณ์ครั้งต่อไป และตรวจสอบความถูกต้องข้อมูลอีกครั้งด้วยการฟังบันทึกเสียงซ้ำ

3.5.2.3 ในขณะที่สัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะใช้การจดบันทึกสรุปสั้น ๆ เฉพาะประเด็นที่สำคัญ เมื่อจบการสัมภาษณ์ จะทำการบันทึกข้อมูลอื่น ๆ ทันที เช่น ลักษณะท่าทาง ลักษณะน้ำเสียงตามความเป็นจริง

### 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้รับจากภาคสนามจะถูกนำไปวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยจัดหมวดหมู่ และแยกแยะ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เป็นภาพรวม ก่อนทำการสังเคราะห์เชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากนั้นสรุปเป็นองค์ความรู้โดยใช้การพรรณนาความในเนื้อหาของ เหตุการณ์วิกฤต (Critical Incident) เพื่อนำไปสู่การนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์การศึกษาคณภาพ

### 3.7 การตรวจสอบข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการตรวจสอบข้อมูลและการวิเคราะห์ ข้อมูลซึ่งอาจทำไปพร้อมกับการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ โดยใช้การตรวจสอบข้อมูลในการวิจัยเชิง คณภาพที่มีความนิยมใช้กัน เรียกว่า การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2554) ได้แก่ การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลโดยพิจารณา แหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และ แหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน คือ ถ้าข้อมูลต่างกันเวลาจะเหมือนกันหรือไม่ ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะ เหมือนกันหรือไม่ และถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

การตรวจสอบความตรงของข้อมูล โดยนำข้อสรุปไปให้ผู้ให้สัมภาษณ์ตรวจสอบว่าเป็นความจริง ตามที่บรรยายและอธิบายหรือไม่ เพื่อให้ได้ข้อสรุปสุดท้ายที่สมบูรณ์และเป็นข้อค้นพบจากการให้ ข้อมูลจริงของผู้ให้สัมภาษณ์ จากนั้นจึงนำข้อมูลกลับมาตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษา ทั้งนี้สามารถ แบ่งการตรวจสอบข้อมูลได้อย่างละเอียดดังนี้

3.7.1 การตรวจสอบความแน่นของข้อมูล (Data Triangulation) คือการเปรียบเทียบและ ตรวจสอบความแน่นอนของข้อมูล โดยนำข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลตำราวิชาการ รวมถึง การสัมภาษณ์เชิงลึกของพนักงานภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำ นกแอร์ และไทยแอร์เอเชีย จำกัด ในท่าอากาศยานจังหวัดอุบลราชธานี การจดบันทึกเบื้องต้นและการสังเกตจากการเดินสำรวจสภาพ ทัวไปภายในท่าอากาศยานอุบลราชธานี และลักษณะการปฏิบัติงานของพนักงานภาคพื้นดิน ซึ่งเก็บ โดยวิธีการวิจัยเชิงคณภาพแบบต่าง ๆ มาเปรียบเทียบกัน

3.7.2 การตรวจสอบแบบใช้ทฤษฎี (Theory Triangulation) คือการใช้มุมมองจากทฤษฎีต่าง ๆ ได้แก่ ทฤษฎีการบริการ ทฤษฎีคณภาพบริการ ทฤษฎี SERVQUAL และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมา พิจารณาเปรียบเทียบข้อค้นพบ ทำให้เห็นว่าทฤษฎีมีอิทธิพลต่อข้อค้นพบและตีความต่องานวิจัย อย่างไร

3.7.3 การตรวจสอบความแน่นของข้อมูล (Data Triangulation) คือการเปรียบเทียบและ ตรวจสอบความแน่นอนของข้อมูล โดยนำข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้แก่ ข้อมูลตำราวิชาการ รวมถึง การสัมภาษณ์เชิงลึกของพนักงานภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำ นกแอร์ และ ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ในท่าอากาศยานจังหวัดอุบลราชธานี การจดบันทึกเบื้องต้นและการสังเกตจากการเดินสำรวจสภาพ ทัวไปภายในท่าอากาศยานอุบลราชธานี และลักษณะการปฏิบัติงานของพนักงานภาคพื้นดิน ซึ่งเก็บ โดยวิธีการวิจัยเชิงคณภาพแบบต่าง ๆ มาเปรียบเทียบกัน

3.7.4 การตรวจสอบแบบใช้ทฤษฎี (Theory Triangulation) คือการใช้มุมมองจากทฤษฎีต่าง ๆ ได้แก่ ทฤษฎีการบริการ ทฤษฎีคณภาพบริการ ทฤษฎี SERVQUAL และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมา

พิจารณาเปรียบเทียบข้อค้นพบ ทำให้เห็นว่าทฤษฎีมีอิทธิพลต่อข้อค้นพบและตีความต่องานวิจัยอย่างไร

### 3.8 สถานที่ทำการวิจัย

ท่าอากาศยานนานาชาติอุบลราชธานี อำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

### 3.9 ระยะเวลาที่ทำการวิจัย

ระหว่างเดือน สิงหาคม 2558 ถึงเดือน ธันวาคม 2560 รายละเอียดดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แผนการดำเนินการวิจัย

เดือน การดำเนินการ	2557			2558			2559 - 2560		
	ส.ค.	ก.ย.	พ.ย.	ธ.ค.	ก.พ.	พ.ค.	เม.ย.	ก.ค.	ธ.ค.
1. ทบทวนเอกสาร เพื่อจัดทำโครงร่าง การวิจัย	←→								
2. สร้างและหา คุณภาพเครื่องมือใน การวิจัย			←→						
3. เก็บรวบรวม ข้อมูล					←→				
4. วิเคราะห์ข้อมูล						←→			
5. แปลผลและเขียน รายงานการวิจัย							←→		

## บทที่ 4 ผลการศึกษา

การศึกษาคูณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษา เส้นทางบิน อุบลราชธานี-กรุงเทพมหานคร-อุบลราชธานี นี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงเหตุการณ์วิกฤต (Critical Incident) ที่เกิดขึ้นจากการให้บริการของพนักงานภาคพื้นดินของสายการบินนกแอร์และไทยแอร์เอเชีย ณ ท่าอากาศยานอุบลราชธานี แล้วทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยผลการศึกษาในบทที่ 4 นี้จะแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ตอนดังนี้

4.1 ลักษณะการให้บริการภาคพื้นดินของสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ท่าอากาศยานอุบลราชธานี

4.2 คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในมุมมองของพนักงานภาคพื้นดินและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม

### 4.1 ลักษณะการให้บริการภาคพื้นดินของสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ท่าอากาศยานอุบลราชธานี

การให้บริการของพนักงานภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำ เป็นกระบวนการให้บริการผู้โดยสารเมื่อผู้โดยสารเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำสายการบินใดสายการบินหนึ่ง จากการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ลักษณะในการให้บริการภาคพื้นดิน มี 5 ด้าน (ภาพที่ 4.1) ดังนี้

- (1) ด้านการจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน (Ticket)
- (2) ด้านการให้บริการเช็คอิน (Check-In)
- (3) ด้านการให้บริการส่งผู้โดยสารขึ้นเครื่องที่ประตูทางออก (Gate)
- (4) ด้านการให้บริการบริเวณลานจอดอากาศยาน (Ramp Master)
- (5) ด้านการให้บริการของหัวหน้าฝ่ายบริการภาคพื้นดิน (Ground Attendant Supervisor)



ภาพที่ 4.1 กระบวนการให้บริการภาคพื้นดินของสายการบินต้นทุนต่ำ

โดยมีรายละเอียดลักษณะการให้บริการภาคพื้นดินดังต่อไปนี้

#### 4.1.1 ด้านการจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบิน (Ticket)

สายการบินต้นทุนต่ำให้บริการจำหน่ายบัตรโดยสารเครื่องบินแก่ผู้ใช้บริการแบ่งเป็น 4 ช่องทางคือ

4.1.1.1 การให้บริการผ่านตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารของสายการบิน ซึ่งในจังหวัดอุบลราชธานีนั้นพบว่า ทั้งสายการบินนกแอร์และไทยแอร์เอเชียเลือกใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งได้แก่ ร้านแม่จ๋า (บริเวณหน้าวิทยาลัยบรมราชชนนีสรรพสิทธิ์ประสงค์) ร้านเทียมประเสริฐ (ตรงข้ามธนาคารกรุงไทยสาขาสี่แยกกิโลศูนย์) และบริษัท อุบลเอ็กสเพรส จำกัด (ตรงข้ามธนาคารกรุงศรีอยุธยาใกล้ตลาดใหญ่)

4.1.1.2 การให้บริการผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ผ่านเว็บไซต์หรือผ่าน Application ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งผู้โดยสารสามารถปฏิบัติตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) เปิด Application หรือเว็บไซต์สายการบินที่ต้องการใช้บริการ เช่น หากต้องการใช้บริการของสายการบินนกแอร์ให้เปิดเว็บไซต์ [www.nokair.com](http://www.nokair.com) และสายการบินไทยแอร์เอเชียให้เปิดเว็บไซต์ [www.airasia.com](http://www.airasia.com)

2) ค้นหาและเลือกเที่ยวบินจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดหมายปลายทาง ราคาบัตรโดยสาร รวมถึงวันและเวลาที่ต้องการเดินทาง

3) กรอกข้อมูลส่วนตัวของผู้โดยสารที่จะเดินทางและตรวจสอบข้อมูล ราคา วัน เวลา จุดหมายปลายทางอีกครั้ง พร้อมบริการพิเศษจากสายการบิน เช่น ค่าประกันภัย ค่าอาหาร เป็นต้น เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล แล้วจึงกดปุ่มยืนยันเพื่อทำการชำระเงิน

4) เลือกช่องทางการชำระเงินตามที่สายการบินได้กำหนดวิธีการชำระเงินไว้ เช่น บัตรเครดิต บัตรเดบิต หรือเคาน์เตอร์เซอร์วิส เครื่องเอทีเอ็มซึ่งวิธีการชำระเงินทั้ง 2 กรณีมีความแตกต่างกันคือ

4.1) ในกรณีเลือกช่องทางชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต (Credit/Debit Card) ผู้โดยสารจะต้องกรอกหมายเลขบัตรที่ปรากฏอยู่ด้านหน้าและหลังบัตร พร้อมกรอกรหัสความปลอดภัยทางบัญชีที่ได้รับข้อความจากธนาคารที่ให้บริการผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ จากนั้นให้ผู้โดยสารตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง แล้วจึงกดยืนยันการชำระเงินนั้น การชำระเงินด้วยบัตรเครดิตนั้น ผู้โดยสารจะต้องทำการจองและชำระเงินก่อนกำหนดการเดินทางอย่างน้อย 4 ชั่วโมง

4.2) ในกรณีเลือกช่องทางชำระเงินแบบเคาน์เตอร์เซอร์วิส (Counter Service) ในร้าน 7-11 หรือเครื่องเอทีเอ็ม (ATM) ผู้โดยสารจะได้รับข้อความแจ้งถึงหมายเลขอ้างอิงเพื่อใช้ยื่นชำระเงินแก่พนักงานที่ให้บริการ ณ จุดชำระเงินของเคาน์เตอร์เซอร์วิส อนึ่ง การชำระเงินผ่านทางเคาน์เตอร์เซอร์วิสหรือเครื่องเอทีเอ็มนั้น ผู้โดยสารจะต้องทำการจองก่อนกำหนดการเดินทางอย่างน้อย 24 ชั่วโมง ในการทำชำระเงินผ่านทางเคาน์เตอร์เซอร์วิส หรือ เอทีเอ็มนั้น ผู้โดยสารต้องทำการชำระเงินค่าโดยสารตามเงื่อนไขกล่าวคือ ภายใน 3 ชั่วโมง 12 ชั่วโมง หรือ 24 ชั่วโมงนับจากที่ได้รับรหัสการชำระเงิน (Pay Code) โดยระยะเวลาดังกล่าวขึ้นอยู่กับระยะเวลาการจองที่นั่งล่วงหน้าของผู้โดยสาร หากผู้โดยสารไม่ได้ทำการชำระเงินตามกำหนดหมายเลขการจองจะถูกยกเลิกโดยอัตโนมัติ (บริษัทไทยแอร์เอเชีย จำกัด, 2560: เว็บไซต์; บริษัทนกแอร์ จำกัด, 2560: เว็บไซต์)

เมื่อการชำระเงินสำเร็จ ผู้โดยสารจะได้รับข้อความจากสายการบินที่แจ้งรายละเอียดการจอง ซึ่งประกอบด้วย ชื่อ-นามสกุลของผู้โดยสาร วัน เวลา เที่ยวบิน และหมายเลขการจองที่นั่ง (Booking Number) ทั้งนี้ผู้โดยสารสามารถใช้หมายเลขการจองที่นั่ง (Booking Number) เพื่อทำการเช็คอินผ่าน Application หรือผ่านเว็บไซต์ต่อไป

4.1.1.3 การให้บริการ ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสารในบริเวณสนามบิน เมื่อผู้โดยสารต้องการซื้อบัตรโดยสารเครื่องบิน พนักงานให้บริการ ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร จะสอบถามเส้นทาง วัน และเวลาที่ผู้โดยสารต้องการจะเดินทาง เมื่อผู้โดยสารระบุความต้องการและเลือกเที่ยวบินแล้ว พนักงานให้บริการ ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร จะขอบัตรประจำตัวประชาชน เพื่อกรอกข้อมูลและหมายเลขโทรศัพท์ของผู้โดยสารเพื่อทำการจองที่นั่ง วัน เวลา ที่ผู้โดยสารเลือก จากนั้นพนักงานจะทวนซ้ำอีกครั้งถึงวัน เวลาและปลายทางที่ผู้โดยสารจะเดินทางไป และทำการยืนยันข้อมูลในระบบเพื่อทำการซื้อขายบัตรโดยสาร ทั้งนี้การยืนยันข้อมูลดังกล่าวจะไม่สามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลเบื้องต้นได้อีก จากนั้นพนักงานจะแจ้งให้ผู้โดยสารชำระเงินค่าบัตรโดยสารและเมื่อผู้โดยสารชำระเงิน แล้วจึงออกใบเสร็จค่าบัตรโดยสารให้กับผู้โดยสาร พร้อมทบทวนชื่อผู้เดินทาง เส้นทาง วันและเวลาในการเดินทาง รวมถึงหมายเลขที่นั่ง (Booking Number) ให้กับผู้โดยสารและใช้ปากกาหมึกสีขีดเน้นจุดสำคัญในใบเสร็จค่าบัตรโดยสาร จากการสังเกตการณ์ ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร พบว่า พนักงานให้บริการ ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสารต้องมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการบินที่จะสามารถตอบข้อสงสัยของผู้โดยสารได้ (ดูตารางที่ 4.1เพิ่มเติม)และต้องมีทักษะด้านการจำหน่ายบัตรโดยสาร การออกและการเปลี่ยนแปลงใบเสร็จค่าบัตรโดยสาร การให้บริการคืนบัตรโดยสารเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินของผู้โดยสาร และข้อมูลเกี่ยวกับสิทธิของผู้โดยสารบางประเภทที่ได้รับการบริการเป็นพิเศษ เป็นต้น

4.1.1.4 การให้บริการจองและชำระที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น เมื่อผู้โดยสารต้องการซื้อบัตรโดยสารเครื่องบิน ณ ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น มีขั้นตอนในการใช้บริการดังนี้ 1) แจ้งกับพนักงานในเซเว่นอีเลฟเว่นเรื่องซื้อบัตรโดยสารเครื่องบิน รวมถึงแจ้งชื่อสายการบินที่ต้องการใช้บริการ 2) พนักงานเซเว่นจะหยิบเอกสารเพื่อให้ผู้โดยสารกรอกรายละเอียดให้ครบถ้วน เมื่อกรอกเอกสารครบแล้วให้ส่งคืนพนักงาน 3) พนักงานเซเว่นทำการแจ้งยอดเพื่อชำระเงิน เมื่อผู้โดยสารชำระเงินเสร็จเรียบร้อยให้นำใบเสร็จไปเช็คอินที่สนามบินในวันเดินทาง

#### ตารางที่ 4.1 รายละเอียดเบื้องต้นสำหรับการให้บริการ ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร

รายละเอียดการบริการ	สายการบินนกแอร์	สายการบินไทยแอร์เอเชีย
บริการที่นั่งพิเศษ	“Nok Premium Seat” ที่นั่งแถวหน้า และที่นั่งติดประตูฉุกเฉิน (long leg seat) อัตราค่าบริการ 300-500 บาทต่อที่นั่ง	“Hot Seats” แถว 2-5 อัตราค่าบริการ 350-375 บาทต่อที่นั่ง “Hot Seats” แถว 1, 12-14 อัตราค่าบริการ 400 บาทต่อที่นั่ง
บริการประกันภัย	“Nok Sure” อัตราค่าบริการ 99 -199 ต่อคน	อัตราค่าบริการ 350 ต่อคน
บริการด้านน้ำหนักสัมภาระที่ถือขึ้นเครื่อง	สัมภาระที่ถือขึ้นเครื่องของผู้โดยสารต่อหนึ่งคน ไม่เสียค่าใช้จ่ายสำหรับสัมภาระน้ำหนัก 7 กิโลกรัม	สัมภาระที่ถือขึ้นเครื่องของผู้โดยสารต่อหนึ่งคน ไม่เสียค่าใช้จ่ายสำหรับสัมภาระน้ำหนัก 7 กิโลกรัม
บริการด้านน้ำหนักสัมภาระที่โหลดใต้ท้องเครื่อง	Nok lite เลือกกระหว่างโหลดใต้ท้องเครื่องบินถือถือขึ้นเครื่องบินไม่เกิน 7 กิโลกรัม Nok X-tra บินภายในประเทศไม่เกิน 15 กิโลกรัม	ไม่มีสิทธิประโยชน์ในการโหลดสัมภาระใต้ท้องเครื่อง หากผู้โดยสารจะโหลดสัมภาระใต้ท้องเครื่อง ต้องซื้อพร้อมบัตรโดยสาร โดยมีอัตราบริการดังปรากฏรายละเอียดในตารางที่ 4.2
บริการด้านการเดินทางกับเด็กทารก	“Nok Infant” ช่วงอายุระหว่าง 14 วันแต่น้อยกว่า 2 ปี อัตราค่าบริการ 300 บาทต่อคน	ช่วงอายุระหว่าง 14 วันแต่น้อยกว่า 2 ปี อัตราค่าบริการ 520 บาทต่อคน
บริการเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงบัตรโดยสารในกรณีต่าง ๆ	1. ไม่รับคืนหรือยกเลิกบัตรโดยสาร 2. ในกรณีเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน อัตราค่าบริการ 1,210 บาทต่อที่นั่ง 3. ในกรณีการเปลี่ยนแปลงชื่อ อัตราค่าบริการ 1,210 บาทต่อที่นั่ง	1. ในกรณีคืนบัตรโดยสาร อัตราค่าบริการ 160 บาทต่อที่นั่ง 2. ในกรณียกเลิกบัตรโดยสาร อัตราค่าบริการ 700 บาทต่อที่นั่ง 3. ในกรณีเปลี่ยนเที่ยวบิน อัตราค่าบริการ 749 บาทต่อที่นั่ง

ที่มา: บริษัทไทยแอร์เอเชีย จำกัด (2560: เว็บไซต์); บริษัทนกแอร์ จำกัด (2560: เว็บไซต์)

#### 4.1.2 ด้านการให้บริการเช็คอิน (Check-In)

จากการสังเกตการณ์ พบว่า สายการบินมีการให้บริการเช็คอิน จำแนกเป็น 2 ประเภทคือ

4.1.2.1 การเช็คอินออนไลน์ผ่านระบบ Application โทรศัพท์เคลื่อนที่หรือเว็บไซต์ของสายการบิน ซึ่งผู้โดยสารสามารถดำเนินการเช็คอินได้ด้วยตนเองดังนี้

- 1) เปิด Application หรือเว็บไซต์สายการบินที่ต้องการเช็คอิน
- 2) เลือกรายการเช็คอิน เพื่อเริ่มต้นการเช็คอิน
- 3) กรอกรหัสการจองที่นั่ง (Booking Number) พร้อมนามสกุลที่เป็นภาษาอังกฤษ แล้วจึงเลือกยืนยันรายการ

4) ตรวจสอบรายละเอียดของข้อมูลการเดินทางเช่น เที่ยวบิน ที่นั่งบนเครื่องบิน วันและเวลาที่จะเดินทาง (ที่นั่งสายการบินจะให้บริการทางเลือกสำหรับการประกันภัยและการซื้อ



น้ำหนักสำหรับสัมภาระซึ่งผู้โดยสารสามารถเลือกซื้อหรือไม่ซื้อได้ตามอัธยาศัย) และกดปุ่มยืนยันรายการหากตรวจสอบว่าข้อมูลมีความถูกต้อง

5) พิมพ์หรือบันทึกภาพบัตรโดยสารขึ้นเครื่อง (Boarding Pass) ที่สายการบินออกให้ผ่านทางเว็บไซต์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ตามลำดับ เพื่อใช้สำหรับแสดงต่อพนักงานให้บริการบริเวณประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน (Gate) ต่อไป

ทั้งนี้การเช็คอินออนไลน์นั้น หากผู้โดยสารไม่มีสัมภาระโหลดใต้ท้องเครื่องบินสามารถนั่งรอที่ห้องรับรองก่อนเวลาเครื่องขึ้นได้ แต่หากผู้โดยสารมีความประสงค์จะฝากสัมภาระจะต้องนำสัมภาระไปตรวจสอบความปลอดภัยผ่านเครื่องเอ็กซเรย์ แล้วนำสัมภาระและบัตรประจำตัวประชาชนแจ้งพนักงานให้บริการ ณ เคาน์เตอร์เช็คอิน ก่อนเวลาขึ้นเครื่องบิน 45 นาที

4.1.2.2 การเช็คอิน ณ จุดเคาน์เตอร์เช็คอิน พนักงานให้บริการ ณ จุดเคาน์เตอร์เช็คอิน จะให้บริการเช็คอิน (Check-In) แก่ผู้โดยสาร โดยจะเริ่มเปิดให้บริการก่อนเวลาออกเดินทาง 2 ชั่วโมง และปิดให้บริการ 30 นาทีก่อนเวลาออกเดินทาง ซึ่งลำดับขั้นตอนการให้บริการ ณ จุดเคาน์เตอร์เช็คอินจากการสังเกตการณ์ มีดังนี้

1) สอบถามผู้โดยสารถึงเอกสารเดินทางสำคัญประกอบด้วย บัตรประจำตัวประชาชน หรือหนังสือเดินทาง (Passport)

2) สอบถามผู้โดยสารเพื่อทำการระบุที่นั่ง จำนวนกระเป๋าสัมภาระที่ผู้โดยสารมีความประสงค์จะโหลดใต้ท้องเครื่องเพื่อติดป้ายกระเป๋า (Tag)

3) ออกบัตรโดยสารขึ้นเครื่อง (Boarding Pass) พร้อมแจ้งรายละเอียดเที่ยวบินแก่ผู้โดยสาร เพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้องของข้อมูลผู้โดยสาร

4) ในกรณีที่ผู้โดยสารประสงค์จะนำสัมภาระโหลดใต้ท้อง สายการบินจะกำหนดน้ำหนักที่แตกต่างกันออกไป (ตารางที่ 4.2) ทั้งนี้หากสัมภาระมีน้ำหนักเกินสิทธิประโยชน์ของผู้โดยสารที่แต่ละสายการบินกำหนดไว้ พนักงานให้บริการ ณ จุดเคาน์เตอร์เช็คอิน จะต้องคณน้ำหนักของสัมภาระเพิ่ม เช่น สายการบินนกแอร์ ที่กำหนดอัตราค่าบริการในการโหลดสัมภาระใต้ท้องเครื่องไว้ว่า ในที่นี้ “ชั้นประหยัด” นั้น กระเป๋าเดินทางต้องมีน้ำหนักรวมกันไม่เกิน 7 กิโลกรัม ผู้โดยสารจึงจะไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม หากสัมภาระน้ำหนักเกินกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ผู้โดยสารต้องชำระค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมคิดเป็นกิโลกรัมละ 300 บาทสำหรับเส้นทางการบินในประเทศ เป็นต้น อนึ่ง การให้บริการ ณ จุดเคาน์เตอร์เช็คอินจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้โดยสารได้นำสัมภาระผ่านการตรวจจากเครื่องเอ็กซเรย์สัมภาระแล้วเท่านั้น

ตารางที่ 4.2 อัตราค่าบริการในการโหลดสัมภาระใต้ท้องเครื่อง ณ จุดเช็คอินเตอร์เช็คอิน (Check-In)

สายการบินนกแอร์	สายการบินไทยแอร์เอเชีย
<p>ตามปกติผู้โดยสารแต่ละคนจะได้รับอนุญาตให้นำสัมภาระตามมาตรฐานที่ไม่ต้องลงทะเบียนมายังห้องโดยสารจำนวนไม่เกิน 2 ใบต่อคน ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>สัมภาระที่มีขนาดไม่เกิน 36 เซ็นติเมตร x 56 เซ็นติเมตร x 23 เซ็นติเมตร จำนวน 1 ใบ</li> <li>สัมภาระถือที่มีขนาดไม่เกิน 40 เซ็นติเมตร x 15 เซ็นติเมตร x 30 เซ็นติเมตร จำนวน 1 ใบ</li> </ol> <p>ซึ่งสัมภาระทั้ง 2 ชิ้นจะต้องมีน้ำหนักรวมกันไม่เกิน 7 กิโลกรัม และมีขนาดตามข้อบังคับการบินของบริษัทฯ วัตถุที่บริษัทฯ ระบุว่าน้ำหนักหรือขนาดเกินกำหนดจะไม่ได้รับอนุญาตให้นำไปยังห้องโดยสาร เที่ยวบินภายในประเทศ 300 บาท ต่อกิโลกรัม เที่ยวบินระหว่างประเทศ 400 บาท ต่อกิโลกรัม</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ผู้โดยสารทุกท่านจะได้รับอนุญาตให้นำสัมภาระพกพาติดตัวขึ้นเครื่องได้หนึ่งชิ้น (ต้องมีขนาดไม่เกิน 56 เซ็นติเมตร (สูง) x 36 เซ็นติเมตร (ยาว) x 23 เซ็นติเมตร (หนา)) และสิ่งของส่วนตัวอีกหนึ่งชิ้น (ต้องมีขนาดไม่เกิน 40 เซ็นติเมตร (สูง) x 30 เซ็นติเมตร (ยาว) x 10 เซ็นติเมตร (หนา))</li> <li>น้ำหนักรวมของสัมภาระทั้งสองชิ้นต้องไม่เกิน 7 กิโลกรัม</li> <li>ค่าสัมภาระภายในประเทศ <ol style="list-style-type: none"> <li>น้ำหนักสัมภาระไม่เกิน 15 กิโลกรัม ราคา 300 บาท</li> <li>น้ำหนักสัมภาระไม่เกิน 20 กิโลกรัม ราคา 330 บาท</li> <li>น้ำหนักสัมภาระไม่เกิน 25 กิโลกรัม ราคา 428 บาท</li> <li>น้ำหนักสัมภาระไม่เกิน 30 กิโลกรัม ราคา 660 บาท</li> <li>น้ำหนักสัมภาระไม่เกิน 40 กิโลกรัม ราคา 1,210 บาท</li> </ol> </li> </ol>

ที่มา: บริษัทไทยแอร์เอเชีย จำกัด (2560: เว็บไซต์); บริษัทนกแอร์ จำกัด (2560: เว็บไซต์)

#### 4.1.3 ด้านการให้บริการส่งผู้โดยสารขึ้นเครื่องที่ประตูทางออก (Gate)

พนักงานให้บริการ ณ จุดส่งผู้โดยสารขึ้นเครื่องที่ประตูทางออก (Gate) จะเริ่มปฏิบัติหน้าที่เมื่อได้รับการแจ้งจากหัวหน้าฝ่ายบริการภาคพื้นดิน (Ground Attendant Supervisor) ว่าได้เตรียมพื้นที่บริเวณภายในและภายนอกของลานจอดอากาศยานเรียบร้อยแล้วโดยพนักงานมีสถานะรอให้บริการ (Stand-By) ณ จุดส่งผู้โดยสารขึ้นเครื่องที่ประตูทางออก (Gate) ซึ่งจากการสังเกตการณ์ พบลำดับขั้นตอนในการให้บริการส่งผู้โดยสารขึ้นเครื่อง ดังนี้

4.1.3.1 แจ้งให้ผู้โดยสารเตรียมขึ้นเครื่องที่ประตูทางออก (Gate) ด้วยการประกาศเสียงตามสาย ทั้งนี้ การเรียกผู้โดยสารขึ้นเครื่อง จะเรียกเป็นช่วงที่หนึ่งจากที่หนึ่งโดยสารแถวหน้าไปจนถึงแถวหลังสุด หรือในทางกลับกันจะเรียกที่หนึ่งจากที่หนึ่งโดยสารแถวหลังสุดไปจนถึงแถวหน้าสุด

4.1.3.2 ประกาศเรียกผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษ เช่น เด็ก คนชรา คนพิการ และพระสงฆ์ ขึ้นเครื่องก่อนเป็นลำดับแรก

4.1.3.3 ขอตรวจบัตรประจำตัวประชาชนหรือหนังสือเดินทาง และบัตรโดยสาร (Boarding Pass) ของผู้โดยสาร เพื่อตรวจสอบชื่อและนามสกุลว่าตรงกับบัตรโดยสารหรือไม่ และเพื่อยืนยันความถูกต้องตรงกันของข้อมูลระหว่างผู้โดยสารและสายการบิน

4.1.3.4 ทำการสแกนบาร์โค้ดที่ปรากฏบนบัตรโดยสาร และฉีกขั้วบัตรโดยสารเก็บไว้ส่วนหนึ่งเพื่อใช้เป็นหลักฐานในการตรวจสอบจำนวนผู้โดยสาร ส่วนบัตรโดยสารอีกส่วนหนึ่งนั้นส่งให้กับผู้โดยสารเพื่อเป็นหลักฐานในการระบุที่นั่งบนเครื่องบิน

4.1.3.5 เชิญผู้โดยสารเดินทางไปขึ้นเครื่องบิน

#### 4.1.4 ด้านการให้บริการบริเวณลานจอดอากาศยาน (Ramp Master)

ในส่วนการให้บริการ ณ บริเวณลานจอดอากาศยานนั้น ผู้ที่รับผิดชอบโดยตรงคือ หัวหน้าลานจอดอากาศยาน (Ramp Master) จะดูแลภาพรวมทั้งหมด ได้แก่ การจอดเครื่องบิน การขนถ่ายสัมภาระโหลดใต้ท้องเครื่อง และการนำผู้โดยสารขึ้นลงเครื่อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1.4.1 การดูแลการจอดเครื่องบินในลานจอดอากาศยาน หัวหน้าลานจอดอากาศยาน (Ramp Master) จะต้องเตรียมพื้นที่ในลานจอด พร้อมกับบอร์รับ ส่ง และให้สัญญาณในการจอดเครื่องบินแก่นักบินให้อยู่ในตำแหน่งที่กำหนดของอากาศยาน เมื่อเครื่องบินทำการลง (Landing) หัวหน้าฯ จะส่งข้อมูลไปยังพนักงานให้บริการ ณ จุดส่งผู้โดยสารขึ้นเครื่องที่ประตูทางออก เพื่อให้พนักงานที่จุดดังกล่าว แจ้งผู้โดยสารให้เตรียมตัวขึ้นเครื่อง สำหรับหน้าที่ให้สัญญาณในการจอดเครื่องบิน หัวหน้าฯ จะโบกให้สัญญาณเพื่อให้อากาศยานเข้าจอดในเส้นลานที่กำหนด โดยจะต้องใส่อุปกรณ์หูฟัง (Headset) คอยฟัง และช่วยดูว่าเครื่องบินใกล้ถึงจุดที่กำหนดแล้วหรือไม่ ด้วยการใช้นิ้ว (ลักษณะคล้ายไม้ปิงปองสีแดง แต่ทำจากวัสดุที่เบา) ในการโบกเป็นจังหวะชัดเจน เพื่อให้พนักงานมองแล้วทราบว่าให้เตรียมชะลอความเร็ว หรือใช้ความเร็วปกติ เมื่อเครื่องบินจอดสนิท หัวหน้าฯ จะส่งผ่านทางวิทยุ ให้พนักงานให้บริการ ณ จุดส่งผู้โดยสารขึ้นเครื่องที่ประตูทางออก เรียกผู้โดยสารตามลำดับ ทั้งนี้ ในระหว่างเครื่องบินจอดสนิท หัวหน้าฯ จะต้องทำการตรวจสอบตัวเครื่องบิน ประตูที่เก็บสัมภาระของผู้โดยสาร โดยต้องใช้ทักษะการสังเกต หากมีสิ่งผิดปกติต้องแจ้งนักบินให้ทราบ

4.1.4.2 การขนถ่ายสัมภาระโหลดใต้ท้องเครื่อง ในกรณีเครื่องบินทำการลง (Landing) เมื่อเครื่องบินจอดสนิท หัวหน้าฯ จะแจ้งพนักงานให้บริการขนถ่ายสัมภาระ โดยนำรถมาขนถ่ายกระเป๋าสัมภาระผู้โดยสารออกจากใต้ท้องเครื่อง ในกรณีที่เครื่องบินทำการขึ้น (Takeoff) หัวหน้าฯ จะให้สัญญาณกับพนักงานให้บริการขนถ่ายสัมภาระให้นำสัมภาระของผู้โดยสารลำเลียงไว้ในใต้ท้องเครื่อง

4.1.4.3 การนำผู้โดยสารขึ้นลงเครื่อง ในกรณีที่เครื่องบินจอดที่ลานจอดโดยไม่มีสะพานพาดเครื่องบิน (Jet Bridge) หัวหน้าฯ จะต้องเป็นคนดูแลความปลอดภัยของผู้โดยสารระหว่างการเดินขึ้นจากประตูทางออกถึงประตูด้านหน้าและหลังของเครื่องบิน หรือการลงของผู้โดยสารจากประตูด้านหน้าและหลังของเครื่องบินถึงประตูทางออกของท่าอากาศยาน โดยต้องนำกรวยมาวางให้ห่างจากตัวเครื่องประมาณ 1.5 เมตร และต้องคอยแจ้งผู้โดยสารให้เดินห่างจากตัวเครื่องในระยะที่กำหนด อีกทั้งต้องกำชับผู้โดยสารไม่ให้ทิ้งขยะหรือวัสดุใดๆ ลงบนลานจอด เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในลานจอด

#### 4.1.5 ด้านการให้บริการของหัวหน้าฝ่ายบริการภาคพื้นดิน (Ground Attendant Supervisor)

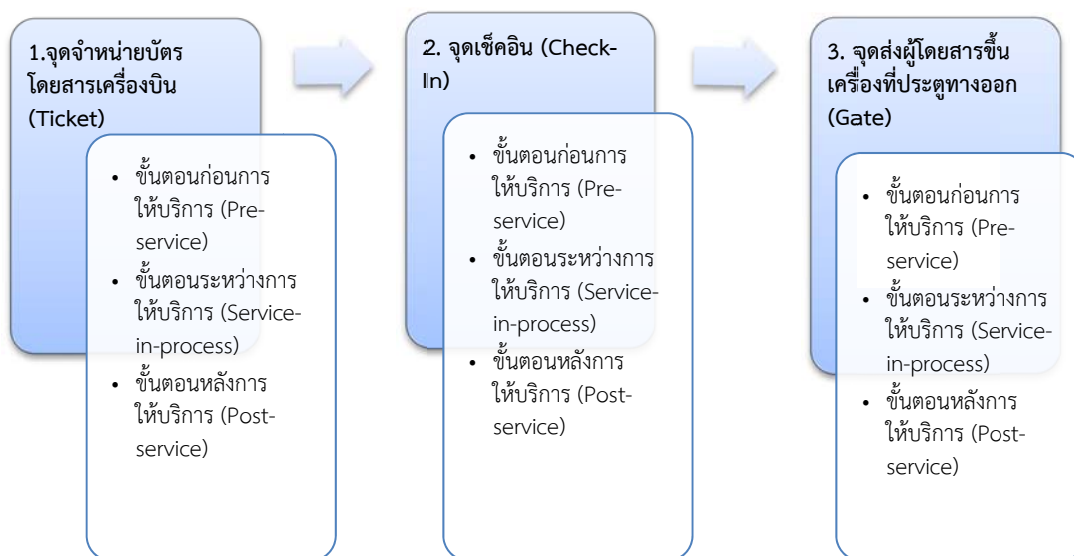
บทบาทหน้าที่ในการให้บริการของหัวหน้าฝ่ายบริการภาคพื้นดิน (Ground Attendant Supervisor) คือการดูแลความพร้อมให้บริการทั้งภายในอาคารผู้โดยสาร และบริเวณลานจอดอากาศยาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1.5.1 การดูแลความพร้อมให้บริการภายในอาคารผู้โดยสาร หัวหน้าฝ่ายฯ จะต้องตรวจสอบการทำงานของพนักงานภาคพื้นดินทุกจุด ได้แก่จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร จุดเคาน์เตอร์เช็คอิน และจุดส่งผู้โดยสารขึ้นเครื่องที่ประตูทางออก (Gate) ให้เป็นไปตามข้อกำหนดของบริษัทระเบียบของกรมการบินพลเรือนและมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้อง รวมถึงให้คำแนะนำ โกล่เกลี่ย หรือแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละจุดที่ให้บริการ ซึ่งปัญหาที่อาจเกิดขึ้นภายในอาคารผู้โดยสารประกอบไปด้วยกรณีต่าง ๆ เช่น ผู้โดยสารทำบัตรโดยสารหาย ความขัดแย้งระหว่างผู้โดยสารกับพนักงานให้บริการเนื่องจากผู้โดยสารเกิดความไม่พึงพอใจในการบริการ เป็นต้น

4.1.5.2 ในส่วนการดูแลความพร้อมให้บริการ ณ บริเวณลานจอดอากาศยาน หัวหน้าฝ่ายฯ ต้องทำงานประสานร่วมกับหัวหน้าลานจอดอากาศยาน (Ramp Master) โดยหัวหน้าฝ่ายฯ จะเป็นผู้ตรวจเอกสารที่มีรายละเอียดผู้โดยสารและสัมภาระส่งให้กับนักบินก่อนเครื่องขึ้น (Takeoff) และรับเอกสารจากนักบินหลังจากเครื่องลงจอด (Landing) เมื่อปฏิบัติหน้าที่บริเวณลานจอดอากาศยานเรียบร้อยแล้ว หัวหน้าฝ่ายฯ จะส่งข้อมูลของผู้โดยสารแต่ละเที่ยวบิน รวบรวมงบรายเดือน และจัดทำรายงานข้อมูลการทำงานของพนักงานให้กับบริษัททางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic-Mail หรือ E-Mail) ต่อไป

#### 4.2 คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในมุมมองของพนักงานภาคพื้นดินและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม

จากข้อมูลในส่วนที่ 1 พบว่า ลักษณะการให้บริการของพนักงานภาคพื้นดินทั้ง 5 ด้าน มีเพียง 3 ด้าน ที่เกิดปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างพนักงานภาคพื้นดินกับผู้โดยสาร จุดปฏิสัมพันธ์แรกที่ผู้โดยสารต้องใช้บริการคือ การติดต่อซื้อบัตรโดยสารและสำรองที่นั่งผ่านการบริการขายบัตรโดยสารหรือจองเที่ยวบิน ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร (Ticket) ณ ท่าอากาศยานหรือการสอบถามวิธีการสำรองที่นั่งผ่านทางเว็บไซต์จากพนักงานภาคพื้นดินจุดปฏิสัมพันธ์ที่สองเกิดขึ้นเมื่อผู้โดยสารใช้บริการเคาน์เตอร์เช็คอิน (Check-In) เพื่อตรวจบัตรโดยสาร ตรวจเอกสารการเดินทางตรวจสอบสัมภาระเพื่อออกบัตรที่นั่งให้กับผู้โดยสาร จุดปฏิสัมพันธ์สุดท้ายคือ จุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน (Gate) ซึ่งเป็นการตรวจสอบเอกสารการเดินทางและบัตรโดยสาร ทั้งนี้ แต่ละจุดมีลำดับการให้บริการ ได้แก่ ขั้นตอนก่อนการให้บริการ (Pre-service) ขั้นตอนระหว่างการให้บริการ (Service-in-process) และขั้นตอนหลังการให้บริการ (Post-service) ดังปรากฏตามภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 ลำดับขั้นตอนที่เกิดปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างพนักงานภาคพื้นดินและผู้โดยสาร

ในการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและสัมภาษณ์เชิงลึกจากพนักงานภาคพื้นดิน จะพบคุณภาพบริการตามตัวชี้วัดที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพบริการใน 5 มิติตามที่คุณศึกษาได้นิยามไว้ ดังนี้

มิติที่ 1 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) ได้แก่ ความเต็มใจที่จะแก้ไขข้อผิดพลาด ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้รับบริการโดยไม่มีเงื่อนไขตามข้อบังคับของสายการบิน ความเต็มใจที่จะให้บริการกับผู้รับบริการทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน การเห็นความสำคัญของผู้รับบริการทุกคนการ แสดงออกที่อ่อนน้อมต่อผู้รับบริการ

มิติที่ 2 การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ (Assurance) ได้แก่ ความสามารถในการสื่อสารเป็น ภาษาต่างประเทศ ความรู้และความสามารถในการให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ความสามารถในการแก้ปัญหาด้วยความรู้ในงานบริการ

มิติที่ 3 ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) ได้แก่ ความพร้อมด้านการใช้งานของ อุปกรณ์ (เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องชั่งน้ำหนัก) ความพร้อมและความสะอาด ความเหมาะสม ในการแต่งกายของผู้ให้บริการ ความพร้อมใช้งานของสถานที่เช่น ความสะอาด ความเป็นระเบียบ การแบ่งพื้นที่ให้บริการต่าง ๆ อย่างชัดเจนและเป็นสัดส่วน การไม่ชำรุดของที่นั่งพักผู้โดยสาร หรือ อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ

มิติที่ 4 การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) ได้แก่ การเอาใจใส่ในความต้องการของ ผู้รับบริการ การใส่ใจให้บริการในทุกจุดบริการ เช่น จุดให้บริการจำหน่ายบัตรโดยสาร จุดให้บริการ เช็คอิน และจุดให้บริการประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน โดยมุ่งเน้นถึงผลประโยชน์ของผู้รับบริการเป็น สำคัญ โดยแต่ละจุดที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานภาคพื้นดินและผู้โดยสาร ปรากฏรายละเอียด คุณภาพบริการดังต่อไปนี้

มิติที่ 5 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ได้แก่ การให้บริการด้วยความรวดเร็วและเป็น ขั้นตอน ความสามารถแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าได้ การให้บริการด้วยการพูดจาสุภาพ ทักทายและ แสดงรอยยิ้ม การให้บริการด้วยความเป็นมืออาชีพ (เช่น การให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการโดยไม่หวัง

ผลตอบแทน การเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการเมื่อผู้รับบริการร้องขอความช่วยเหลือซึ่งผู้ให้บริการก็ให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่และเต็มความสามารถ)

โดยมีรายละเอียดตามลำดับขั้นตอนที่เกิดปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างผู้โดยสารและพนักงานดังต่อไปนี้

#### 4.2.1 จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร (Ticket)

จุดจำหน่ายบัตรโดยสารถือเป็นจุดแรกของการปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างพนักงานให้บริการภาคพื้นดินและผู้โดยสาร ด้วยการให้บริการด้านข้อมูลการเดินทาง การสำรองที่นั่งและการเปลี่ยนแปลงข้อมูลการเดินทาง โดยมีขั้นตอนและคุณภาพบริการ ดังนี้

4.2.1.1 ขั้นตอนก่อนการให้บริการ (Pre-Service) จากการสังเกตการณ์พบว่าพนักงานภาคพื้นดินของสายการบินนกแอร์และสายการบินไทยแอร์เอเชียจะเตรียมความพร้อมก่อนให้บริการแก่ผู้โดยสาร ด้วยการตรวจสอบการแต่งกายให้เรียบร้อย สะอาดตา และตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์บัตรโดยสาร เงินสำหรับการทอน วิทยุสื่อสาร ไฟในห้องจำหน่ายบัตรโดยสาร เป็นต้นแม้ขั้นตอนนี้พนักงานภาคพื้นดินจะไม่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ แต่ในมุมมองของพนักงานภาคพื้นดินและผู้วิจัย มีคุณภาพบริการในความเป็นรูปธรรม พิจารณาได้จากการให้ความสำคัญในการแต่งกายและจัดเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์ที่ให้บริการ

4.2.1.2 ขั้นตอนการให้บริการ (Service-In-Process) พนักงานภาคพื้นดิน ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสารจะให้บริการใน 4 งานบริการคือ (1) การให้บริการข้อมูลการบิน (2) การให้บริการสำรองที่นั่ง (3) การให้บริการออกและเปลี่ยนแปลงใบเสร็จรับเงินค่าบัตรโดยสาร และ (4) การให้บริการคืนบัตรโดยสารเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินของผู้โดยสาร ซึ่งในแต่ละงานบริการ ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสารมีรายละเอียดจากการศึกษาดังนี้

1) การให้บริการข้อมูลการบิน ซึ่งจากการสังเกตการณ์พบว่า ข้อมูลส่วนใหญ่ที่ผู้ให้บริการหรือผู้โดยสารสอบถามพนักงานได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับการบิน การซื้อบัตรโดยสารข้ามพื้นที่ เช่น ผู้โดยสารต้องการเดินทางไปจังหวัดอื่น ที่ไม่ใช่ปลายทางกรุงเทพมหานครหรือซื้อบัตรโดยสารให้บุคคลอื่น ๆ สิทธิของผู้โดยสารบางประเภทที่ได้รับการให้บริการเป็นพิเศษ เช่น ข้าราชการ หรือเจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐ sinv ผู้โดยสารที่ถือบัตรสมาชิกของสายการบินต้นทุนต่ำ และ การใช้ Application ของสายการบิน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม มีจุดสังเกตว่า อุปสรรคด้านภาษาเป็นจุดด้อยในการให้ข้อมูลของพนักงานแก่ผู้โดยสารชาวต่างชาติ ดังเช่นตัวอย่างบทสนทนาที่เกิดขึ้นดังนี้

**ผู้โดยสาร:** Excuse me, may I ask you about the flight information to Bangkok?  
If I have only the passport can I buy the ticket?

**พนักงาน:** Emm...what do you want?

**ผู้โดยสาร:** No No!" พร้อมแสดงสีหน้างุนงง พร้อมทั้งโบกมือและพูด

ภาพที่ 4.3 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2558

ซึ่งตัวอย่างบทสนทนานี้เป็นการสื่อสารที่ไม่ตรงกับคำถามหรือสิ่งที่ผู้โดยสารต้องการทราบข้อมูล สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พนักงานภาคพื้นดินที่ได้กล่าวถึงจุดอ่อนในการให้บริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการสื่อสารและการแก้ไขปัญหาในเบื้องต้นในการสื่อสาร ดังคำสัมภาษณ์นี้

“การขายตั๋ว บางทีก็มีการสื่อสารที่ไม่เข้าใจกันบ้าง บางที (ผู้ใช้บริการ) มาซื้อตั๋วให้กัน สะกดชื่อผิด มากี่มีนะ ส่วนเรื่องพูดคุยกับ [ผู้ใช้บริการ] ชาวต่างชาตินี้ก็ปัญหาเพราะบางทีชาวต่างชาติไว้วางใจก็มี บางทีพนักงานที่อยู่ตัวจัดการไม่ได้ ต้องเรียก Supervisor ลงมาจัดการให้...พนักงานบางคนก็ใช้ภาษาไม่ถูกต้องก็มี หรือไม่เข้าใจความหมายที่ชาวต่างชาติพูดทำให้สื่อสารกันไม่รู้เรื่อง.....ต้องเรียกคนที่สื่อสารได้มาช่วยสื่อสารให้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N1, 27 มีนาคม 2558: สัมภาษณ์)

2) การให้บริการสำรองที่นั่ง เป็นขั้นตอนที่ผู้โดยสารตัดสินใจซื้อบัตรโดยสารเครื่องบินจากการสังเกตการณ์ในขั้นตอนดังกล่าวพบว่า การให้บริการเป็นไปอย่างราบรื่นเพราะพนักงานมีการให้บริการที่เป็นไปตามขั้นตอนของการให้บริการด้านการสำรองที่นั่งคือ พนักงานจะให้ข้อมูลหรือแนะนำเที่ยวบินหรือโปรโมชั่นต่าง ๆ ให้แก่ผู้โดยสารเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อ หากผู้โดยสารตกลงใจซื้อแล้ว พนักงานจะขอข้อมูลสำคัญของผู้โดยสารเพื่อทำการกรอกข้อมูลสำหรับการออกบัตรโดยสารเดินทาง โดยอาจร้องขอให้ผู้โดยสารแสดงบัตรประชาชนและหมายเลขโทรศัพท์เพื่อความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นพนักงานจะกล่าวซ้ำถึงข้อมูลการเดินทางอีกครั้งเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง หากการกล่าวซ้ำไม่ตรงกับข้อมูลที่ผู้โดยสารต้องการ พนักงานจะกล่าวขอโทษและสอบถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องเมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนและถูกต้องแล้ว พนักงานจะแจ้งให้ผู้โดยสารทราบและชำระค่าบัตรโดยสารก่อนพิมพ์บัตรโดยสารในกรณีการสะกดชื่อผู้โดยสารผิดเมื่อผู้โดยสารตกลงใจซื้อบัตรโดยสารแล้วแต่เกิดข้อผิดพลาดที่ชื่อผู้โดยสารสะกดผิด พนักงานจะแก้ไขให้ทันที และแจ้งชื่อพร้อมทั้งสะกดอย่างช้า ๆ อีกครั้ง โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใด ๆ แต่ในกรณีผู้โดยสารเปลี่ยนชื่อผู้เดินทางสำหรับเที่ยวบินนั้น ๆ พนักงานจึงจะคิดค่าเปลี่ยนชื่อตามเงื่อนไขของสายการบิน ซึ่งข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับการสัมภาษณ์พนักงานภาคพื้นดินดังนี้

“เมื่อผู้โดยสารมาซื้อตั๋วเดินทางให้กัน สะกดชื่อผิดมาทางเราก็นึกแก้ไขให้ใหม่แต่บางทีก็มีนะ ผู้ใช้บริการบางคนแบบมาทวงถามเรามีคือจะเปลี่ยนชื่อผู้เดินทางตัวนี้เราต้องคิดค่าเปลี่ยนชื่อนะ เพราะมันเป็นเงื่อนไขในการเดินทาง พอเราบอกผู้ใช้บริการไป (ผู้ใช้บริการ) ก็กระแทกเสียงใส่เราบ้าง ทำหน้าตาไม่พอใจบ้างก็ขมวดบ้างและทำหน้าง ๆ ว่าทำไมต้องเสียเงินซึ่งทางเราก็ต้องอดกลั้นอารมณ์นะ นิ่ง ๆ ทำหน้าเรียบเฉย พร้อมยิ้ม เพราะเราจะไม่ปะทะ ถ้าหากปะทะจะทำให้เกิดเหตุการณ์บานปลายได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 28 มีนาคม 2558: สัมภาษณ์)

3) การให้บริการออกและเปลี่ยนแปลงใบเสร็จรับเงินค่าบัตรโดยสาร จากการสังเกตการณ์พบว่า เมื่อผู้โดยสารต้องการใบเสร็จรับเงิน พนักงานจะยื่นแบบฟอร์มการขอใบเสร็จรับเงินให้ผู้โดยสารกรอก โดยไม่มีพื้นที่หรือโต๊ะสำหรับการกรอกแบบฟอร์มที่สะดวกสบายหรือปากกาสำหรับให้บริการ ผู้โดยสารต้องยื่นและร้องขอปากกากับพนักงานที่ให้บริการเพื่อใช้สำหรับ

การกรอกแบบฟอร์ม ณ บริเวณหน้าจุดจำหน่ายบัตรโดยสาร และในกระบวนการขอใบเสร็จรับเงินนั้น ใช้เวลาค่อนข้างนานเนื่องจากผู้ใช้บริการต้องกรอกข้อมูลในเอกสารเป็นจำนวนมากและต้องใช้เวลารอใบเสร็จรับเงินซึ่งจะได้รับในอีก 2 -3 วันนับจากวันที่ร้องขอเพราะใบเสร็จรับเงินนั้นจะถูกออกโดยสำนักงานใหญ่ของสายการบินซึ่งตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงอาจถือได้ว่าการให้บริการออกและเปลี่ยนแปลงใบเสร็จรับเงินค่าบัตรโดยสารนั้นเป็นไปอย่างล่าช้าจึงจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการในด้านนี้

4) การให้บริการคืนบัตรโดยสารเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินของผู้โดยสารจากการสังเกตการณ์พบว่า เมื่อเครื่องบินมีความล่าช้าทำให้ออกจากสนามบินอุบลราชธานีไม่เป็นไปตามเวลา อันเนื่องมาจากเหตุสุดวิสัยเช่น ทัศนวิสัยไม่ดี ฝนตกหนัก หรือลมพัดแรงสามารถลงจอดได้ ทำให้เครื่องบินออกจากสนามบินตอนเมืองมาสู่สนามบินอุบลราชธานีไม่เป็นไปตามกำหนดเวลา พนักงานจะแจ้งให้กับผู้โดยสารทราบ ณ บริเวณจุดประตูทางออกขึ้นเครื่องและแจกคู่มืออาหารหรือเครื่องดื่มเพื่อทดแทนกับการทำให้ผู้โดยสารเสียเวลา หรือหากผู้โดยสารท่านใดที่ต้องต่อเครื่องบินเพื่อเดินทางต่อไปจังหวัดอื่น พนักงานสายการบินมีความยินดีในการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินให้กับผู้โดยสารท่านนั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและข้อกำหนดของแต่ละสายการบินต้นทุนต่ำด้วย อย่างไรก็ตามผลจากความล่าช้าดังกล่าวอาจส่งผลให้ผู้โดยสารบางคนแสดงอาการไม่พอใจออกมาแต่พนักงานให้บริการต้องพยายามชดเชยความรู้สึกของผู้โดยสารด้วยการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ดังปรากฏในข้อมูลจากการสัมภาษณ์พนักงานภาคพื้นดินที่ได้กล่าวว่า

“ก็มีเกิดขึ้นบ้างนะ กรณีที่เครื่องบินเกิดการดีเลย์นานมากแล้วผู้โดยสารที่ต้องต่อเครื่องไปไม่ทัน ในจุดนี้ทางเราเข้าใจผู้โดยสารนะ แต่บางครั้งเราก็ไม่รู้หรือกว่า สภาพอากาศที่เหนือ 34,000 ฟุตขึ้นไป เป็นยังไง หรือที่สนามบินตอนเมืองเกิดการจราจรเครื่องบินติดขัด เครื่องบินอาจจะเสีย หรือเครื่องบินรอการขึ้นบินอยู่ มันก็จะมึนนะคนที่มาอะอะว่าเราว่าทำงานช้าปล่อยให้ (ผู้โดยสาร) รอ... แล้ว [ผู้โดยสาร] ก็จะทำหน้าเหวี่ยง ๆ กระแทกเสียงใส่ เดินมาขอเปลี่ยนตัว เราก็ต้องทำการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน เที่ยวที่สามารถออกเดินทางได้ทันทีให้กับความต้องการของเขา” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N5, 31 มีนาคม 2558: สัมภาษณ์)

จากการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์พนักงานภาคพื้นดินในขั้นตอนการให้บริการ ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร จาก 4 งานบริการ ได้แก่ การให้บริการข้อมูลการบิน การให้บริการสำรองที่นั่ง การให้บริการออกและเปลี่ยนแปลงใบเสร็จรับเงินค่าบัตรโดยสารและการให้บริการคืนบัตรโดยสารเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินของผู้โดยสาร

ในมุมมองพนักงานภาคพื้นดิน มีคุณภาพบริการเกิดขึ้น ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร 3 มิติ ประกอบด้วย 1) ความเชื่อใจไว้วางใจได้ ด้วยการให้บริการด้วยความสุภาพพร้อมรอยยิ้ม เมื่อผู้โดยสารไม่พอใจเมื่อสะกดชื่อผิด อีกทั้งยังมีกระบวนการทำงานที่ถูกต้องตามขั้นตอนการทำงาน และการตรวจสอบเอกสารเพื่อส่งให้กับบริษัทต้นสังกัด ส่วนกรณีเครื่องล่าช้า พนักงานจะให้ความช่วยเหลือตามที่ผู้โดยสารร้องขอ 2) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ เมื่อผู้โดยสารต้องการปากกา พนักงานรีบจัดหาให้อย่างรวดเร็วและกรณีเครื่องล่าช้า พนักงานจะให้การช่วยเหลือ ให้ข้อมูลผู้โดยสาร



อย่างเต็มที่และเท่าเทียมกัน และ 3) การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ เมื่อเครื่องบินล่าช้าพนักงานจะให้ความเอาใจใส่ผู้โดยสารเป็นพิเศษ ด้วยการเสนอทางเลือกต่าง ๆ ที่เป็นไปตามระเบียบและเงื่อนไขจัดหาอาหารให้ เพื่อลดอารมณ์หงุดหงิดของผู้โดยสาร

ส่วนมุมมองของผู้วิจัย พนักงานจะต้องมีคุณภาพบริการครบทั้ง 5 มิติ แม้ว่าผู้วิจัยจะเห็นตรงกันใน 3 มิติข้างต้นของมุมมองพนักงานภาคพื้นดิน แต่จากการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์เชิงลึก พบคุณภาพบริการที่พนักงานภาคพื้นดินจำเป็นต้องมีเพิ่มเติมคือ 1) การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ เห็นได้จากกรณีผู้โดยสารต่างชาติต้องสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษซึ่งถือเป็นภาษาสากล แต่พนักงานไม่สามารถให้บริการได้อย่างเต็มความสามารถ และ 2) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ สำหรับกรณีผู้โดยสารต้องการพื้นที่และอุปกรณ์ในการรับบริการ เช่น การขอใบเสร็จต้องใช้พื้นที่เขียนและปากกา ทางพนักงานควรจัดหาพื้นที่และอุปกรณ์ไว้อำนวยความสะดวก

4.2.1.3 ขั้นตอนหลังให้บริการ (Post-Service) จากการสัมภาษณ์พบว่า เมื่อแล้วเสร็จการจำหน่ายบัตรโดยสาร พนักงาน ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสารจะต้องทำรายงานการขายบัตรโดยสารรายวัน (Daily Ticket Sales Report) เพื่อเป็นหลักฐานในการตรวจสอบรายรับที่ได้จากการขายบัตรโดยสารพร้อมนำส่งเงินทั้งหมดที่ได้จากห้องจำหน่ายบัตรโดยสารให้แก่ฝ่ายบัญชีของบริษัทต้นสังกัดทุกครั้ง สำหรับมุมมองพนักงานภาคพื้นดินและผู้วิจัยจากการสังเกตการณ์ มีคุณภาพบริการในความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ พิจารณาได้จากพนักงานมีการปฏิบัติตามขั้นตอนนำส่งเงินที่จำหน่ายบัตรโดยสาร

#### 4.2.2 จุดเช็คอิน (Check-In)

จุดเช็คอินถือเป็นจุดที่สองของการเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานให้บริการภาคพื้นดินและผู้โดยสาร ส่วนใหญ่จะพบปัญหาเกี่ยวกับการเดินทางของผู้โดยสารและเหตุการณ์โต้เถียงระหว่างพนักงานภาคพื้นดินและผู้โดยสารอยู่บ่อยครั้ง ในเรื่องน้ำหนักสัมภาระ การเลือกที่นั่ง และเอกสารเดินทาง ปรากฏรายละเอียด ดังนี้

4.2.2.1 ขั้นตอนก่อนการให้บริการ ณ จุดเช็คอิน (Pre-Service) จากการสังเกตการณ์พบว่า พนักงานภาคพื้นดินของสายการบินนกแอร์และสายการบินไทยแอร์เอเชีย จะเตรียมความพร้อมก่อนให้บริการแก่ผู้โดยสาร ด้วยการตรวจความพร้อมของอุปกรณ์ คอมพิวเตอร์ เครื่องชั่งน้ำหนักสัมภาระ เครื่องออกบัตร Boarding pass ตลอดจนความพร้อมด้านการแต่งกายของพนักงานที่ให้บริการ เป็นต้น แม้ว่าขั้นตอนนี้พนักงานจะไม่มีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการแต่ในมุมมองของพนักงานภาคพื้นดินและผู้วิจัย มีคุณภาพบริการในความเป็นรูปธรรม พิจารณาได้จากการให้ความสำคัญในการตรวจความพร้อมของอุปกรณ์ที่ให้บริการและการแต่งกาย

4.2.2.2 ขั้นตอนการให้บริการ ณ จุดเช็คอิน (Service-In-Process) พนักงานภาคพื้นดิน ณ จุดเช็คอินจะให้บริการ 4 งานบริการ ได้แก่ (1) การให้บริการตรวจเอกสารเดินทาง (2) การให้บริการโหลดสัมภาระใต้ท้องเครื่องบิน (3) การให้บริการเช็คอิน และ (4) การให้บริการเลือกที่นั่ง

1) การให้บริการตรวจเอกสารเดินทาง จากการสังเกตการณ์พบว่า เอกสารในการเดินทางของผู้โดยสารที่นำมาในจุดเช็คอินเพื่อยืนยันการขึ้นเครื่องบิน ได้แก่ บัตรประจำตัวประชาชนหนังสือเดินทางของชาวต่างชาติ ใบสูติบัตรสำหรับผู้โดยสารเด็กเล็ก บัตรข้าราชการหรือที่หน่วยงานรัฐออกให้ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้พนักงานตรวจสอบบุคคลยืนยันการขึ้นเครื่องบิน อย่างไรก็ตาม

ตาม การตรวจเอกสารก่อนขึ้นเครื่องบิน จะพบปัญหาด้านการขาดเอกสารแสดงบุคคลของผู้โดยสาร เด็กเล็ก ดังตัวอย่างบทสนทนาที่เกิดขึ้นนี้

**พนักงาน:** ผู้ปกครองของน้อง A ค่ะ ขอบัตรที่แสดงตัวตนของน้อง A ด้วยค่ะ  
**ผู้โดยสาร:** พี่ไม่ได้เอาอะไรมาเลย พอดีพี่เปลี่ยนกระเป๋า เอกสารของน้องอยู่ในกระเป๋าอีกใบหนึ่ง  
**พนักงาน:** ถ้าอย่างนั้น คุณแม่ได้พกอะไรที่เกี่ยวกับตัวน้องมาไหมคะเช่น ทะเบียนบัตรหรือ ใบสูติบัตรหรือเอกสารที่มีชื่อของน้องนะคะ  
**ผู้โดยสาร:** แม่มีแต่บัตรโรงพยาบาลนะ ที่มีชื่อของน้องได้ไหม หรือว่าต้องทำยังไงละ  
**พนักงาน:** จ้ะ หนูจะให้คุณแม่กรอกใบรับรองนะคะ เพื่อเป็นหลักฐานการยืนยันตัวตนน้องค่ะ  
**ผู้โดยสาร:** จำ ขอขอบคุณมาก ๆ นะ แม่เปลี่ยนกระเป๋าพอดี ลืมเลยว่าต้องเอาโรมาแจ้งกับ พนักงานบ้าง ดีนะที่หนูไม่ให้แม่กลับไปเอาที่บ้าน (เสียงหัวเราะ พร้อมกับรอยยิ้ม)

#### ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2558

ซึ่งตัวอย่างบทสนทนานี้สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พนักงานภาคพื้นดินที่ได้กล่าวถึงการให้บริการตรวจเอกสารก่อนขึ้นเครื่องบินสำหรับกรณีที่เด็กเล็กยังไม่มีบัตรประชาชนคือ

“การตรวจเอกสารก่อนขึ้นเครื่องบิน จะตรวจบัตรประชาชน กับเอกสารในการเดินทาง ถ้าขึ้นเครื่องบินกับเด็กแล้วเด็กอายุต่ำกว่า 12 ปี พ่อแม่ต้องใช้สูติบัตร เพราะ [เด็กเล็ก] ยังไม่มีบัตรประชาชน ให้ใช้สูติบัตรเพื่อยืนยันตัวตนของเด็กก่อนขึ้นเครื่องบิน ในกรณีที่ไม่ได้เอาอะไรมาเลยเราก็จะให้เขียนใบรับรองเพื่อยืนยันว่าเด็กคนนี้เป็นใคร พ่อแม่เป็นใคร ถึงจะสามารถขึ้นเครื่องบินได้ ส่วนใหญ่ผู้โดยสาร (ผู้ใหญ่) ก็ไม่ค่อยเกิดปัญหานะ เพราะผู้ใหญ่ที่เดินทางก็จะพกบัตรแทบทุกบัตรอยู่แล้ว ถ้าไม่มีบัตรประชาชนก็ขอดูใบขับขี่ ไม่มีใบขับขี่ก็บัตรข้าราชการหรือบัตรประจำตัวขององค์กรที่ทำงานนำมาแสดงตัวตนเพื่อยืนยันการขึ้นเครื่องบินได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N8, 29 มีนาคม 2558: สัมภาษณ์)

อย่างไรก็ตาม จากการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสาระสำคัญของการมีบัตรประจำตัวประชาชนนั้นพบว่า ตามพระราชบัญญัติบัตรประจำตัวประชาชน (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2546 มีผลบังคับใช้ในวันที่ 10 กรกฎาคม 2554 กล่าวถึงการกำหนดอายุของบุคคลสัญชาติไทยที่จะต้องมียบัตรคือ ให้ผู้มีอายุครบ 7 ปีบริบูรณ์จะต้องยื่นคำขอมียบัตรภายใน 60 วัน นับจาก วันที่พระราชบัญญัติบังคับใช้ ในขณะที่ข้อมูลจากการให้สัมภาษณ์ของพนักงานสายการบินที่ระบุถึงเด็กอายุต่ำกว่า 12 ปีที่ยังไม่มีบัตรประชาชนนั้นเป็นข้อมูลที่มิสอดคล้องกับ พ.ร.บ. บัตรประจำตัวประชาชน

2) การให้บริการโหลดสัมภาระใต้ท้องเครื่องบิน จากการสังเกตการณ์พบว่า สัมภาระที่ผู้โดยสารส่วนใหญ่นำมาโหลดใต้ท้องเครื่องบิน ได้แก่ กระเป๋าเดินทางขนาดใหญ่ กระเป๋าขนาดเล็ก หรือกล่องบรรจุอาหารแห้ง (เช่น หมูยอ น้ำพริก กวยจั๊บ) ต้องมีการหีบห่ออย่างแน่นหนา

เพื่อไม่ให้เกิดการกระทบหรือเสียหาย หากพนักงานพบว่าสัมภาระที่นำขึ้นเครื่องของผู้โดยสาร มีน้ำหนักเกินกว่าที่สายการบินกำหนด พนักงานจะเรียกเก็บค่าน้ำหนักกระเป๋าจากผู้โดยสาร ทั้งนี้ พนักงานจะอธิบายเรื่องน้ำหนักให้ผู้โดยสารเข้าใจถึงความปลอดภัยของสัมภาระและสิ่งของที่ต้องการโหลดใต้ท้องเครื่องบิน อย่างไรก็ตาม ประเด็นเกี่ยวกับน้ำหนักสัมภาระยังเป็นข้อถกเถียงเกิดขึ้นระหว่างผู้โดยสารและพนักงานบ่อยครั้ง ดังปรากฏในบทสนทนาต่อไปนี้

**พนักงาน:** ผู้โดยสารคะ มีสัมภาระที่ต้องการโหลดไหมคะ  
**ผู้โดยสาร:** มี กระเป๋า 2 ใบ กล่องใหญ่ 1 กล่อง  
**พนักงาน :** ขออนุญาต ชั่งน้ำหนักสัมภาระทั้งหมดนะคะ...ผู้โดยสารคะ น้ำหนักสัมภาระทั้งหมดเกินที่เราให้โหลดใต้ท้องเครื่องบินนะคะ  
**ผู้โดยสาร:** เกินแล้วจะให้ทำไง ไหนบอกพรีน้ำหนักกระเป๋า !!!!! (กระทบเสียง)  
**พนักงาน:** ใช่ค่ะ แต่ว่าต้องเป็นไปตามเงื่อนไขของทางบริษัทนะคะ ถ้าเกินกว่าที่กำหนด ต้องแบ่งถือขึ้นเครื่อง หรือซื้อน้ำหนักกระเป๋าเพิ่มเติมค่ะ  
**ผู้โดยสาร:** นี่ฉันต้องเสียเงินหรือ...ไม่ ฉันไม่ถือขึ้นเครื่องแน่ ๆ หนักจะตาย  
**พนักงาน:** ถ้าผู้โดยสารไม่ถือขึ้นเครื่องบิน ปรบวงให้ผู้โดยสารแชร์น้ำหนักกระเป๋ากับผู้โดยสารท่านอื่นได้นะคะ...แชร์กับคนที่ไม่โหลดอะไรใต้ท้องเครื่องเลยนะคะ  
**ผู้โดยสาร:** เออ ๆ เอาเป็นว่าแบ่งถือขึ้นเครื่องบินก็แล้วกัน ขอคุณนะที่บอกวิธี ไม่งั้นฉันคงได้เสียเงินเพิ่มค่าน้ำหนักกระเป๋า  
**พนักงาน:** ค่ะ ด้วยความยินดีค่ะ ผู้โดยสาร

#### ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2558

ตัวอย่างบทสนทนาข้างต้น สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พนักงานภาคพื้นดินที่ได้กล่าวถึงการให้บริการโหลดสัมภาระใต้ท้องเครื่องบิน ทั้งกรณีของทั้งสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชียที่ผู้โดยสารเกิดความไม่เข้าใจเกี่ยวกับน้ำหนักกระเป๋าสัมภาระที่สามารถโหลดใต้ท้องเครื่องบิน และถือขึ้นเครื่องบินได้ตามสายการบินกำหนด ดังนี้

บทการให้สัมภาษณ์ที่ 1 การบินไทยแอร์เอเชีย

“มักมีเหตุการณ์ที่ผู้โดยสาร ใช้น้ำเสียง อารมณ์และท่าทางในการวิวยาวเรื่องน้ำหนักกระเป๋า เหมือนเข้าใจผิดเกี่ยวกับน้ำหนักกระเป๋าที่โหลดใต้ท้องเครื่องบิน กับสัมภาระที่ถือขึ้นห้องผู้โดยสารได้ โดยผู้โดยสารเข้าใจว่าสัมภาระ 15 กิโลกรัม สามารถถือขึ้นเครื่องบินได้เขาก็เลยจะเอากระเป๋าเดินทางขนาดเล็กแต่น้ำหนักมากถือขึ้นและจะเอายัดไว้ที่ช่องจัดเก็บซึ่งไม่สามารถทำได้ เพราะกระเป๋าอาจจะเกะกะคนอื่น และมีขนาดใหญ่ไปสำหรับพื้นที่...เราก็เลยอธิบายไปว่า ที่ถือขึ้นได้มีเพียงกระเป๋าใบเล็ก ไม่เกิน 7 กิโลกรัม เท่านั้น กรณีน้ำหนักเกินต้องซื้อเพิ่ม เพราะทางบริษัทแม่ได้ตั้งเงื่อนไขและข้อกำหนดไว้แล้ว หากว่าเราไม่ทำตาม ผู้โดยสารอาจไม่ปลอดภัยได้เราจะพยายามอธิบายในลักษณะที่น้ำเสียงธรรมดา ไม่ตอบโต้เพราะจะทำให้ภาพลักษณ์บริษัทของเราเสียหาย รอยยิ้มมีให้

เสมอ เราจึงทำให้สถานการณ์ที่ตึงเครียด ลดความตึงเครียดลง ดูความต้องการเขาแล้วสนองกลับเท่าที่ทำได้ เพื่อลดการปะทะ....” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ A12, 1 มีนาคม 2558: สัมภาษณ์)

#### บทการให้สัมภาษณ์ที่ 2 สายการบินนกแอร์

“ส่วนใหญ่เรื่องสัมภาระนี้ บุคคลที่มีปัญหาคือมนุษย์ป่า ประเทวาร์อโหลด กระเป๋านาน ๆ แล้ว แบบหงุดหงิด ทำหน้าหงิก แบบไม่พอใจ คือจะพยายามเอากระเป๋าถือขึ้นเครื่องบินทั้งๆที่น้ำหนักที่สามารถถือขึ้นเครื่องบินได้ให้ได้ไม่เกิน 7 กิโลอยู่แล้ว ถามกลับว่าทำไมเขาถึงไม่โหลดใต้ท้องเครื่อง เขาบอกว่ามันรอนานเวลาที่จะเอากระเป๋าตอนเครื่องลง (เฮ้อ...ถอนหายใจยาว) เราก็ต้องทำตามกระบวนการนะ เวลาที่เครื่องบินจอดสนิท เวลาขนถ่ายกระเป๋าเราก็ต้องระวังนะ กระเป๋าบางคนก็หนักเกินไป ก็ต้องใช้เวลามาก บางทีเราก็ต้องรอไฟท์ก่อนหน้านี้ทยอยออกจากสายพานให้หมดก่อนถึงจะหย่อนกระเป๋าของไฟท์ต่อไปลงได้ ไม่งั้นจะเกิดการสับกระเป๋าเกิดขึ้น กรณีนี้ถ้าผู้ใช้บริการเริ่มมีอาการคนที่พูดกับเขาต้องตั้งสติให้มาก ๆ ค่อย ๆ อธิบายว่าเราต้องทำตามกฎและคำนึงถึงความสะดวกสบายของผู้โดยสาร เขาก็ฟังเรา แล้วก็ค่อย ๆ ลดภาวะอารมณ์หงุดหงิดลงได้” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N9, 2 เมษายน 2558: สัมภาษณ์)

3) การให้บริการเช็คอิน จากการสังเกตการณ์พบว่า การให้บริการกับชาวต่างชาตินับว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายของพนักงานภาคพื้นดินเป็นอย่างมาก ด้วยการสื่อสารที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษหรือภาษามือเพื่อทำให้ชาวต่างชาติเข้าใจการสื่อสารนั้นถือว่าเป็นงานที่ค่อนข้างยาก แต่ไม่ถือเป็นอุปสรรคในการทำงานของพนักงานมากนัก เพราะชาวต่างชาติส่วนใหญ่ให้ความเคารพในกฎระเบียบของสายการบินรวมถึงเข้าใจการปฏิบัติงานของพนักงานประจำจุดเช็คอินที่พยายามสื่อสารให้ได้เพื่อให้งานดำเนินต่อไปได้ เช่น การสอบถามถึงสัมภาระที่ผู้โดยสารชาวต่างชาติต้องการโหลดใต้ท้องเครื่องบินหรือต้องการถือขึ้นเครื่องบิน หรือการเลือกที่นั่งที่ตรงกับความต้องการ เป็นต้น จึงทำให้ชาวต่างชาติเกิดความพึงพอใจ โดยได้กล่าวชมเชยพนักงานที่ให้บริการ ณ จุดเช็คอิน ที่แสดงให้เห็นถึงการบริการที่ดีและความประทับใจของการบริการที่ผู้โดยสารชาวต่างชาติได้รับ ดังตัวอย่างบทสนทนาต่อไปนี้

พนักงาน: Good morning sir, may I see your passport please?

ผู้โดยสาร: Here you are.

พนักงาน: Will you be checking any luggage?

ผู้โดยสาร: Yes, I've two suitcases.

พนักงาน: Do you have any carry – on?

ผู้โดยสาร: Yes, my laptop bags.

พนักงาน : Please choose a seat...window seat or aisle seat?

ผู้โดยสาร: I like a window seat.

พนักงาน: Ok, here is your boarding pass and your gate is gate number one.

ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2558

**ผู้โดยสาร:** Thank you.

**พนักงาน:** Excuse me, please be at the gate not later than 30 minutes before flight departure, have a safe flight, thank you.

**ผู้โดยสาร:** Thank you for your good service and understand what I want, I'm very impressed this airlines."

#### ภาพที่ 4.6 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2558 (ต่อ)

4) การให้บริการเลือกที่นั่ง จากการสังเกตการณ์พบว่า การให้บริการโดยภาพรวม พนักงานปฏิบัติตามขั้นตอนการให้บริการ เมื่อผู้โดยสารมาที่เคาน์เตอร์เช็คอินพนักงานจะสอบถามที่นั่งที่ต้องการ หากพบที่นั่งว่างพนักงานจะสนองความต้องการของผู้โดยสารทันที อย่างไรก็ตาม ประเด็นเกี่ยวกับการเลือกที่นั่งยังคงพบปัญหาในกรณีที่ผู้โดยสารต้องการจะนั่งที่นั่งติดกันแต่ที่นั่งที่ผู้โดยสารต้องการนั้นได้ถูกผู้โดยสารคนอื่นยืนยันไปแล้ว ทั้งนี้ประเด็นเกี่ยวกับการบริการให้เลือกที่นั่งมักเกิดการถกเถียงกันขึ้นระหว่างผู้โดยสารและพนักงานเป็นครั้งคราว ดังปรากฏในบทสนทนาข้อนี้ ข้อสังเกตคือ สายการบินแอร์เอเชียจะประสบกับปัญหาด้านการให้บริการเลือกที่นั่ง แตกต่างจากสายการบินไทยแอร์เอเชีย ซึ่งกลับไม่พบปัญหานี้แต่อย่างใด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสายการบินไทยแอร์เอเชียมีการคิดค่าบริการในการเลือกที่นั่งโดยสารนั่นเอง

**พนักงาน:** สวัสดีค่ะ ผู้โดยสารขอบัตรโดยสารกับบัตรประชาชนด้วยค่ะ หากมีสัมภาระที่ ต้องการโหลดนำขึ้นเครื่องชั่งน้ำหนักได้เลยนะคะ

**ผู้โดยสาร:** นี่ค่ะ 2 คนนะ ไม่มีของโหลด ถือขึ้นเครื่องบินเลย เออ ขอนั่งติดกันด้วยนะ

**พนักงาน:** ผู้โดยสารคะที่นั่งติดกันไม่มีนะคะ มีแต่นั่งแถวเดียวกันได้ พี่ผู้ชายได้ที่นั่ง 41C พี่ผู้หญิงได้ที่นั่ง 41J ค่ะ

**ผู้โดยสาร:** อ้าวทำไม ไม่ได้นั่งติดกัน (อ๊วย!) อะไรมาด้วยกันก็ต้องได้นั่งติดกันสิ นี่อะไร ไม่ได้นั่งข้างหน้าอีก (เซ็ง!!)

**พนักงาน:** (แสดงสีหน้าเรียบเฉย ใช้น้ำเสียงที่สุ่มและใจเย็นในการอธิบาย) ผู้โดยสารคะขอโทษนะคะ ที่ทำให้ผู้โดยสารไม่พอใจ แต่ผู้โดยสารมาเช็คอินก่อนเคาน์เตอร์เช็คอินจะปิดอีก 10 นาที เลยทำให้ที่นั่งถูกยืนยันการเช็คอินไปหมดเกือบทุกที่นั่งแล้วค่ะ ส่วนที่นั่งข้างหน้าสุดส่วนใหญ่จะให้ผู้ที่นั่งรถเข็น คนชรา เด็กและผู้ที่ตั้งครรภ์นั่งค่ะ

**ผู้โดยสาร:** (พี่ผู้ชาย) คุณ! นั่ง ๆ ไปเถอะ แถวเดียวกันก็ดีแล้ว แค่วิวคนเดียวเอง เรามาตัวเองแหละ ไปว่าน้องเขาก็ไม่ถูกเขามีหน้าที่ของเขา (พี่ผู้หญิง) เออ ๆ !! ก็ได้

**พนักงาน:** ขอบคุณค่ะ ผู้โดยสารที่เข้าใจในการทำงาน

#### ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2558

ซึ่งตัวอย่างบทสนทนาข้างต้นสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พนักงานภาคพื้นดินที่ได้กล่าวถึงการให้บริการเลือกที่นั่งของผู้โดยสารและผู้โดยสารมีความต้องการนั่งติดกัน ดังบทสัมภาษณ์และสังเกตการณ์ต่อไปนี้

“ในส่วนของการบริการเลือกที่นั่งของสายการบินนกแอร์นะคะ ทางเรามีบริการเลือกในเว็บไซต์ และเลือกขณะมาเช็คอินที่เคาน์เตอร์ ถ้าเลือกเช็คอินในเว็บไซต์เว็บไซต์จะเปิดตลอด 24 ชั่วโมงและจะปิด 1 ชั่วโมงก่อนเวลาออกเดินทางแล้วผู้โดยสารพิมพ์ Boarding pass จากเว็บไซต์ที่เราเช็คอินได้เลย หรือจะมาเลือกที่นั่งที่เคาน์เตอร์ตอนเช็คอินก็ได้ ต้องแจ้งพนักงานด้วยนะ บางทีที่ ผู้โดยสารอยากนั่งที่ที่นั่งที่ผู้โดยสารคนอื่นจองไปแล้วก็มี พี่เคยเจอกรณีที่ผู้โดยสารอยากนั่งติดกัน อารมณ์ประมาณว่า...[ผู้ใช้บริการ] 2 คนชายหญิงเดินมาเช็คอินที่เคาน์เตอร์”

**พนักงาน:** ขอเอกสารการเดินทางพร้อมบัตรประชาชน  
**ผู้ใช้บริการ:** พี่ขอเลือกที่นั่งนะ เอาแถวหน้ามีมึน  
**พนักงาน:** มีคะ วาง 1 ที่  
**ผู้ใช้บริการ:** แหะ! งั้นก็ไม่ได้นั่งติดกันสิ โอ๊ย อยากนั่งด้วยกัน  
**พนักงาน:** แต่ที่นั่งตรงกลางยังว่างอยู่ ผู้โดยสารสะดวกไหมคะ  
**ผู้ใช้บริการ:** (หันหน้าไปคุยกัน เสียงกระซิบกระซาบระหว่างหญิงชาย แสดงสีหน้าสงสัย ฝ่ายหญิงหน้าบูด พรางบ่นเบา ๆ)  
**พนักงาน:** แต่ที่นั่งตรงกลางยังว่างมีที่ติดกันอยู่นะคะ ผู้โดยสารสะดวกไหมเอ่ย  
**ผู้ใช้บริการ:** (พยักหน้าตกลงที่พนักงานเสนอ)

#### ภาพที่ 4.8 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 7 เมษายน 2558

จากการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์พนักงานภาคพื้นดินในการให้บริการจุดเช็คอิน ปัญหาที่เกิดขึ้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำหนักกระเป๋าและเรื่องการนำสัมภาระติดตัวขึ้นบนเครื่องบินของผู้โดยสาร ซึ่งในกรณีของฝ่ายผู้ให้บริการนั้นอาจเป็นไปได้ว่า 1) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับน้ำหนักกระเป๋านั้นไม่ชัดเจน คลุมเครือ หรือตัวอักษรมีขนาดเล็ก และ 2) มีการให้บริการด้านการขนถ่ายสัมภาระล่าช้าจนผู้โดยสารเกิดความไม่เชื่อมั่นในประสิทธิภาพของการโหลดสัมภาระของสายการบิน ส่วนในกรณีของผู้รับบริการนั้นอาจจะเกิดจาก 2 กรณีคือ 1) ผู้โดยสารมีความรู้และเข้าใจ แต่สนใจที่จะทำตามความต้องการส่วนตัวโดยไม่สนใจและคำนึงถึงต่อภาระเบียบของสายการบิน หรือต้องการความรวดเร็วในการเดินทางจึงพยายามถือสัมภาระขึ้นเครื่องบินมากกว่าที่กำหนดเพราะเคยมีประสบการณ์ที่ต้องรอกระเป๋าที่โหลดได้ห้องเครื่องบินนาน และ 2) ผู้โดยสารไม่มีความรู้และเข้าใจในเรื่องน้ำหนักและกระเป๋าและเรื่องการนำสัมภาระติดตัวขึ้นบนเครื่องบินเลย ซึ่งอาจเกิดขึ้นกับผู้โดยสารรายใหม่ที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการเดินทางด้วยเครื่องบิน หรือขาดการใส่ใจในรายละเอียดเกี่ยวกับภาระเบียบของสายการบิน อย่างไรก็ตามพนักงานที่ประจำจุดบริการได้พยายามทำหน้าที่ในการสร้างความเข้าใจแก่ผู้โดยสารถึงภาระเบียบและ

มาตรฐานด้านความปลอดภัยผ่านการให้คำแนะนำที่จะนำไปสู่การลดความตึงเครียดในปฏิสัมพันธ์นั้นได้เป็นอย่างดี

ในมุมมองพนักงานภาคพื้นดิน มีคุณภาพบริการเกิดขึ้น ณ จุดเช็คอิน 4 มิติ ประกอบด้วย 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้วยการเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์ที่ให้บริการ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องชั่งน้ำหนัก สัมภาระ เป็นต้น 2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้วยการทักทายผู้โดยสารด้วยรอยยิ้มพร้อมปฏิบัติตามขั้นตอนการเช็คอินและเลือกที่นั่ง โดยมีการสอบถามความต้องการของผู้โดยสาร อีกทั้งยังมีกระบวนการทำงานที่ถูกต้องตามลำดับขั้นตอนการให้บริการ รวมถึงการตรวจสอบเอกสารเพื่อนำส่งให้บริษัทต้นสังกัด 3) การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้โดยสาร พนักงานสามารถให้ข้อมูลสัมภาระได้อย่างแม่นยำ แม้อาจเกิดปัญหาที่เกี่ยวข้องที่เกิดความเข้าใจผิดของผู้โดยสารสามารถสร้างความเข้าใจได้ และ 4) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ กรณีที่ผู้โดยสารเด็กไม่นำบัตรประจำตัวประชาชนมา พนักงานได้ให้ความสำคัญต่อการเดินทางของผู้โดยสาร เพื่อให้สามารถขึ้นเครื่องบินได้ โดยการแก้ปัญหาให้กรอกหนังสือรับรอง และกรณีผู้โดยสารชาวต่างชาติ แม้ว่าพนักงานไม่สามารถสื่อสารได้ดี แต่ยังให้บริการที่เท่าเทียมกับผู้โดยสารอื่น ๆ

ส่วนมุมมองของผู้วิจัย พนักงานควรมีคุณภาพบริการ ณ จุดเช็คอิน 5 มิติ แม้ว่าผู้วิจัยจะเห็นตรงกันใน 4 มิติข้างต้นของมุมมองพนักงานภาคพื้นดิน แต่จากการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์เชิงลึก พบคุณภาพบริการที่พนักงานภาคพื้นดินจำเป็นต้องมีเพิ่มเติม คือ 1) การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้โดยสาร ที่พนักงานควรมีความรู้ที่ถูกต้องและแม่นยำด้านข้อมูลการมีบัตรประจำตัวประชาชนของเด็กเล็กและ 2) การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) เมื่อผู้โดยสารต้องการเลือกที่นั่งติดกัน พนักงานควรเอาใจใส่ต่อความต้องการผู้โดยสาร ตลอดถึงความจำเป็นและประโยชน์ของผู้โดยสาร

4.2.2.3 ขั้นตอนการให้บริการหลังเช็คอิน (Post-Service) จากการสังเกตการณ์พบว่าเมื่อพนักงานภาคพื้นดินให้บริการ ณ จุดเช็คอินแล้วพนักงานภาคพื้นดินจะทำเรื่องประสานกับหัวหน้าลานจอดอากาศยานเกี่ยวกับกระเป๋าผู้โดยสารที่โหลดขึ้นเครื่อง เพื่อตรวจสอบว่ามีกระเป๋าใดที่ไม่ได้ติดแท็ก (Tag) เข้ามาปะปนในรถขนกระเป๋า พนักงานอีกบางส่วนจะติดตามผู้โดยสารที่ยังขาดหรือไม่มายืนยันการขึ้นเครื่องบิน และเมื่อตรวจสอบข้อมูลแล้วพบว่า ไม่มีผู้โดยสารเหลืออยู่ พนักงานจะพิมพ์เอกสารรายชื่อผู้เดินทางทั้งหมดในเที่ยวบินนั้นให้กับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จากนั้นเมื่อเครื่องบินทำการออก (Take Off) จากสนามบินอุบลราชธานีแล้ว พนักงานจะนำส่งเอกสารรายชื่อผู้โดยสารในเที่ยวบินนั้น ๆ แก่กรมการทำอากาศยาน สำหรับมุมมองพนักงานภาคพื้นดินและผู้วิจัยจากการสังเกตการณ์ มีคุณภาพบริการในความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ พิจารณาได้จากพนักงานมีประสานเรื่องกระเป๋าที่หัวหน้าลานจอด ตรวจสอบกระเป๋าว่าติดแท็กหรือไม่ ปฏิบัติตามขั้นตอนในการพิมพ์เอกสารนำส่งให้นักบินและกรมทำอากาศยาน

#### 4.2.3 ประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน (Gate)

จุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน (Gate) เป็นจุดสุดท้ายที่มีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างพนักงานกับผู้โดยสารก่อนที่เครื่องบินจะออกจากสนามบิน จุดประตูขึ้นเครื่องบินเป็นห้องโถงขนาดใหญ่ที่มีเก้าอี้สำหรับให้ผู้โดยสารนั่งรอการเรียกขึ้นเครื่องบิน ทั้งนี้ในบริเวณจุดประตูขึ้นเครื่องบินนั้นจะมีเพียงผู้โดยสารที่มีบัตรโดยสารขึ้นเครื่องบิน (Boarding Pass) เท่านั้นที่สามารถผ่านจุดตรวจ

สัมภาระ (Ex-Ray) เข้าไปได้ ซึ่งใน Boarding Pass จะแสดงหมายเลขของจุดประตูขึ้นเครื่องบิน (Gate) เพื่อให้ผู้โดยสารเดินไปตามหมายเลขที่ระบุเพื่อรอการขึ้นเครื่องบินต่อไป โดยมีรายละเอียดตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

4.2.3.1 ขั้นตอนก่อนการให้บริการ ณ จุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน (Pre-Service) พนักงานภาคพื้นดินสายการบินนกแอร์และสายการบินไทยแอร์เอเชีย จะเตรียมความพร้อมก่อนที่จะให้บริการผู้โดยสาร ด้วยการเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อพิมพ์รายละเอียดข้อมูลให้กับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ไมโครโฟนเล็กเพื่อประกาศเที่ยวบินและ Final Call ป้ายตั้งแถวเพื่อลำดับเรียกขึ้นเครื่องบิน และวิทยุสื่อสารพกพา เป็นต้น ซึ่งระหว่างที่พนักงานภาคพื้นดินเตรียมอุปกรณ์เหล่านี้เพื่อที่จะให้บริการกับผู้โดยสาร พนักงานจะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้โดยสาร ด้วยการพูดคุย และสอบถามข้อมูลเที่ยวบินบ้าง แต่เป็นจำนวนไม่มากนัก ทั้งนี้ ในมุมมองของพนักงานภาคพื้นดินและผู้วิจัย มีคุณภาพบริการในความเป็นรูปธรรม เห็นได้จากการให้ความสำคัญในการตรวจความพร้อมและจัดเตรียมอุปกรณ์ที่ให้บริการ

4.2.3.2 ขั้นตอนการให้บริการ ณ จุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน (Service-In-Process) พนักงานที่ประจำ ณ จุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน ให้บริการใน 2 งานบริการ คือ (1) การอำนวยความสะดวกให้กับผู้โดยสาร และ (2) การประกาศเรียกผู้โดยสาร และประกาศเที่ยวบินที่กำลังจะขึ้นบิน

1) การอำนวยความสะดวกให้กับผู้โดยสาร จากการสัมภาษณ์พบว่าเมื่อเครื่องบินเข้าภายในประเทศจอดสนิท ผู้โดยสารลงจากเครื่องบิน สัมภาระจากใต้ท้องเครื่องบินถูกขนย้ายไปยังอาคารผู้โดยสารขาเข้าภายในประเทศภายในท่าอากาศยานอุบลราชธานีเจ้าหน้าที่ลานจอดอากาศยานทำหน้าที่ให้เครื่องบินจอดในพื้นที่ที่จัดไว้เพื่อตรวจเช็คเครื่องบิน เช่น สภาพเครื่องบินลมยาง และน้ำมันเป็นต้น และเตรียมเครื่องบินเพื่อทำการบินในเที่ยวบินต่อไปพนักงานภาคพื้นดินต้องรอคำสั่งจากกัปตันในการอนุญาตให้ผู้โดยสารขึ้นเครื่องบินได้ พนักงานจึงจะประกาศเรียกผู้โดยสารให้ขึ้นเครื่องบินตามลำดับแถวที่นั่ง ซึ่งผู้โดยสารที่นั่งรถเข็นและผู้โดยสารที่มีเด็กเล็กเดินทางมาด้วยนั้นจะถูกเรียกให้ขึ้นเครื่องบินก่อนเป็นลำดับแรก ในกรณีที่ผู้โดยสารนั่งอยู่ในที่นั่งแถวที่ไกลออกไปหรือกำลังนั่งเล่นโทรศัพท์มือถืออย่างเพลิดเพลินอาจใส่หูฟังจนทำให้ไม่ได้ยินการประกาศเรียกขึ้นเครื่องบิน พนักงานจะต้องแจ้งให้ผู้โดยสารทราบ หรือกรณีที่ผู้โดยสารแข่งคิวระหว่างเข้าแถวตรวจ Boarding pass และแข่งคิวลำดับแถวเพื่อขึ้นเครื่องบินมักเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นค่อนข้างบ่อยครั้งพนักงานจะแจ้งผู้โดยสารดังเช่นบทสนทนาต่อไปนี้

**พนักงาน:** สวัสดีค่ะ/ครับ ผู้โดยสาร/ผู้โดยสารท่านใดที่ต้องการความช่วยเหลือจากพนักงาน กรุณาแจ้งด้วยนะครับ/คะตอนนี้ขอเชิญผู้โดยสารที่นั่งที่แถวที่ 41-60 ขึ้นเครื่องบินก่อนนะคะ ย้าคะ 41 -60 ค่ะ (ทั้งนี้ลำดับเลขที่นั่งขึ้นอยู่กับขนาดของเครื่องบิน หากเป็นเครื่องบินลำใหญ่จะมีขนาดความจุได้ 61 แถว หากเป็นเครื่องบินลำเล็กมีขนาดความจุได้ 31 แถว)

----- ผู้โดยสารวิ่งกรูเข้ามาต่อแถว เปียดเสียดกัน -----

ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2558



ผู้โดยสาร (ผู้หญิง): อ้าว ๆ นี้อะไรคะคุณ อยู่ดี ๆ มาแทรกแถว

ผู้โดยสาร (วัยกลางคน): (ทำหน้า (เฉยชา) ไม่สนใจ)

ผู้โดยสาร (ผู้หญิง): ใช้แถวที่พนักงานเรียกกริเปล่า ถ้าไม่ใช่ก็ถอยให้คนที่เขามีเลขแถวที่พนักงานเรียกขึ้นก่อนสิ”

ผู้โดยสาร (วัยกลางคน): ใช่ไม่ใช่ มันก็ขึ้นพร้อมกันหมดนั่นละ มันจะเป็นอะไร (เดี๋ยวนี้ !!!!)

ผู้โดยสาร (ผู้หญิง): เรียกพนักงานมาเลยดีกว่า พุดแบบนี้ไม่รู้เรื่อง พุดกับคนแบบนี้เหนื่อย

----- พนักงานเดินมาด้วยสีหน้ามุ่มม่น จริงจัง-----

พนักงาน: มีอะไรกันรีเปล่าคะผู้โดยสาร (ผู้โดยสารผู้หญิงเล่าเหตุการณ์ทั้งหมด)...อ้อคะ นั้นเดี๋ยวที่ผู้หญิงขึ้นเครื่องได้ก่อนเลยคะ เดี่ยวพนักงานจะอธิบายให้คุณบ้างท่านนี้ ฟังเองคะ

พนักงาน: ผู้โดยสารคะ ขอดูใบ Boarding Pass ด้วยคะ...คุณป้านั่งแถวที่ 22 นะคะ เดี่ยวรอ พนักงานเรียกสักครู่คะ พนักงานเรียกผู้ที่นั่งส่วนหางเครื่องบินพร้อมกับผู้ที่นั่ง ด้านหน้าของเครื่องบินขึ้นพร้อม ๆ กันคะคุณป้าเพื่อให้มีความถ่วงดุลกัน ส่วนแถว กลาง ๆ พนักงานจึงเรียกทีหลังคะ กว่าผู้โดยสารแต่ละคนจะเอาสัมภาระขึ้นด้านบน ที่นั่งอาจทำให้ผู้โดยสารที่เดินตามมาด้านหลังต้องรอนาน คุณป้ารอขึ้นตอนท้าย ๆ ก็ได้คะจะได้ไม่ยืนรอนาน”

ผู้โดยสาร: เออ พุดดี ๆ กับป้า มาบอกป้าดี ๆ ก็ได้ ไม่เห็นต้องมาด่ากันเหมือนผู้หญิงคนนั้นเลย ชอบใจมากนะหนู

พนักงาน: ด้วยความยินดีคะผู้โดยสาร เดินทางปลอดภัยกับสายการบินของเราคะ (ยิ้ม)

#### ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2558 (ต่อ)

ซึ่งตัวอย่างบทสนทนาข้างต้นสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ พนักงานภาคพื้นดินที่ได้กล่าวถึงการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงานภาคพื้นดินได้อย่างดีและได้รับคำชมเชยจากการช่วยเหลือ อีกทั้งในด้านการอำนวยความสะดวกให้กับผู้โดยสาร ดังคำสัมภาษณ์นี้

“ มีบ่อยนะแข่งคิวตรวจ Boarding Pass เจอแบบบ่อยด้วย กับผู้โดยสาร บางคนเขาก็ไม่สนใจนะเพราะเขาไม่ได้รับ แต่ไอ้ประเภทที่รับมาแข่งทั้ง ๆ ที่แถวที่นั่งก็ได้หายไปไหน ขึ้นช้าเร็วก็ได้นั่งเหมือนกันมันก็มีนะ ส่วนใหญ่จะแทรกตอนที่พนักงานเรียกตั้งแถวและให้เตรียมบัตรประชาชน บางคนทำท่ามองไม่เห็นแถวนะก็ทะเลาะกันเองก็มี ทางสายการบินเลยต้องชูป้ายลำดับแถว ขึ้นมาไง แล้วเรียกเป็นแถวๆเลย ใครไม่ได้อยู่ตามแถวที่เรียกก็ให้ไปยืนรอก่อน คนบางประเภทก็เข้าใจนะ แต่ก็ยังมีคนประเภทที่เข้าใจอะไรยาก ๆ คืออยากมาต่อรองดูเผื่อเขาให้ขึ้นทั้งๆที่ไม่ใช่แถวที่เรียก บอกเลยว่าไม่มีทาง ต้องให้ไปยืนรอเลย แต่เราใช้คำพูดที่สุภาพเหมาะสมนะผู้โดยสารก็จะเข้าใจแล้วไปยืนรอ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ N2, 7 เมษายน 2558: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นพบปัญหาที่เกิดขึ้นในการแข่งคิวระหว่างเข้าแถว ตรวจ Boarding Pass ของผู้โดยสารนั้นเกิดจากปฏิสัมพันธ์ของทั้งฝ่ายผู้ให้บริการและฝ่ายผู้รับบริการ ซึ่งในกรณีของฝ่ายผู้ให้บริการนั้นมีอุปสรรคไม่เพียงพอ รวมถึงการไม่กำหนดพื้นที่ในการต่อคิวแถว

อย่างชัดเจนจึงทำให้เกิดความไม่เป็นระเบียบในการเข้าแถวของผู้โดยสารส่วนในกรณีของผู้รับบริการนั้นอาจเกิดจากความเร่งรีบ (หรือต้องการความรวดเร็ว) โดยที่ผู้โดยสารเองรับรู้ถึงการประกาศให้เข้าแถวแต่ขาดความสนใจและใส่ใจถึงกฎระเบียบของสายการบินจึงพยายามแซงคิวผู้โดยสารรายอื่น

2) การประกาศตามหาผู้โดยสาร และประกาศเที่ยวบินที่กำลังจะขึ้นบิน เมื่อใกล้ถึงเวลาที่เที่ยวบินกำลังออกเดินทาง การไม่รักษาเวลาของผู้โดยสารอาจทำให้พลาดการเดินทางเที่ยวบินนั้นๆ พนักงานจะต้องประกาศหาผู้โดยสารจากเสียงตามสาย และประกาศ Final Call จากเสียงตามสายภายในอาคารสนามบินเพื่อแจ้งเที่ยวบินที่กำลังจะออกจากสนามบิน อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตว่า เมื่อพนักงานประกาศเรียกผู้โดยสารและประกาศ Final Call แล้วยังมีผู้โดยสารพลาดเที่ยวบินนั้น ดังเช่นบทสนทนาดังต่อไปนี้

**พนักงาน:** โปรดทราบ...ประกาศครั้งสุดท้ายของสายการบิน ไทยแอร์เอเชีย/นกแอร์ เที่ยวบินที่ FD3241/DD9311 พร้อมทั้งจะออกเดินทางไปกรุงเทพมหานคร ขอเชิญผู้โดยสารทุกท่านขึ้นเครื่องได้ ณ ทางออกหมายเลข 1 โปรดขึ้นเครื่องได้ ณ ทางออกหมายเลข 1 ด่วน ขอขอบคุณครับ/ค่ะ” “Attention please This is a final call Of Thai Air Asia/Nok Air flight DD9311 to Bangkok it’s now a boarding at gate number....please board a gate number 1immediately, thank you.

----- ผู้โดยสารขึ้นเครื่องบินครบเกือบทุกที่นั่งแล้ว แต่ยังมีผู้โดยสารตกหล่น-----

**พนักงาน:** ประกาศ ผู้โดยสารท่านใดที่ใช้ชื่อว่า คุณอดิศักดิ์ จันทิ ขอให้รับมาที่ประตูทางออกหมายเลข 1 ประตูทางออกหมายเลข 1 ด่วนครับ/ค่ะ ขอขอบคุณค่ะ/ครับ

----- พนักงานเดินออกตามหาผู้โดยสารที่ตกหล่น พร้อมเรียกขานชื่อ ระหว่างนั้นเครื่องบินเตรียมพร้อมที่จะขึ้นบินแล้ว-----

**ผู้โดยสาร:** (วิ่งมาด้วยอาการสีหน้าตกใจ): น้อง ๆ พี่ไปเที่ยวบินนี้ มันออกไปรียัง ทำไมพี่ไม่รู้

**พนักงาน:** ต้องขอโทษด้วยนะคะ ผู้โดยสารเครื่องบินเตรียม Take Off แล้วค่ะ จุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบินปิดบริการแล้วค่ะ ไม่ทราบว่าผู้โดยสาร มาได้เข้าไปรอใน Gate หรือเปล่าค่ะ เพราะทางพนักงานประกาศFinal Call แล้ว และประกาศชื่อผู้โดยสารที่ตกหล่นแล้วค่ะ

**ผู้โดยสาร:** (สีหน้าตกใจ) (เอ้า)...ผมมายืนสูบบุหรี่ คุยโทรศัพท์อยู่เกาะกลางด้านหน้านี่แค่นี้ ผมถึงกับตกเครื่องบินเลยเหอ

**พนักงาน:** ทางสายการบินเราขออภัยเป็นอย่างยิ่งค่ะ ขณะนี้เครื่องบินออกจากสนามบินแล้วค่ะ เมื่อผู้โดยสารเช็คอินแล้วควรเข้าไปนั่งรอที่ประตูทางออกขึ้นเครื่องบินตามหมายเลขที่กำหนดบน Boarding Pass เลยนะคะ หากมาทำธุระด้านนอกอาคารควรที่จะฟังประกาศด้วยค่ะ เพื่อไม่ให้พลาดการเดินทาง ตอนนี้ผู้โดยสารต้องซื้อบัตรเดินทางเที่ยวบินใหม่นะคะ

**ผู้โดยสาร:** (โอย)...คงไม่ไปแล้วแหละ ไม่ทันแล้ว ผมก็มัวแต่เล่นโทรศัพท์เพลิน (โอย!) ช่างมัน ผมเข้าใจ

ภาพที่ 4.10 ตัวอย่างบทสนทนาจากการสังเกตการณ์เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2558

ซึ่งตัวอย่างบทสนทนาที่สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พนักงานภาคพื้นดินที่ได้กล่าวถึง จุดอ่อนในการให้บริการด้านการประกาศตามหาผู้โดยสารและการแก้ไขปัญหาในเบื้องต้น ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ตอนที่เราประกาศ Final Call นั้นแปลว่าไม่ว่าคุณจะทำอะไรก็ตามต้องรีบขึ้นเครื่องให้เร็วที่สุดเพราะประตูทางออกขึ้นเครื่องกำลังจะปิดลงแล้ว มันมีนะ ที่แบบเข้ามาใน Gate แล้วแอบออกไปแต่มันเกิดไม่บ่อยหรือจะเกิดกับคนที่ไม่เคยขึ้นเครื่องบินเลยถึงคิดว่ามันออกไปไหนมาได้ ตอนนั้นระบบการตรวจมันยังไม่รัดกุมเท่าปัจจุบันนะ ถามว่าพอเกิดขึ้นแล้วทำยังไง เราก็ต้องวิ่งไปตามนะบางคนก็มีอยู่ในห้องน้ำ บางคนก็เจอแบบอยู่ด้านนอกอาคารเลยก็มี เราแก้โดยเราบอกเขาให้ตั้งสติ แล้วถามว่าเขามีบินต่อไหม หากยังเดินต้องเดินทางอยู่ต้องซื้อตั๋วใบใหม่เพื่อออกเดินทางในรอบที่สะดวก เราแนะนำในสิ่งที่เราจะช่วยเหลือได้ เพราะถ้าตกรถออกไปแล้วบัตรนั้นก็เลยเสียเปล่าไปเลย ถึงบอกผู้โดยสารตลอดว่ามาให้ตรงเวลา เพื่อรักษาสีทิวในเรื่องต่าง ๆ (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ A4, 1 เมษายน 2558: สัมภาษณ์)

จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกข้างต้น พบปัญหาการพลาดเที่ยวบินของผู้โดยสาร ซึ่งผู้ให้บริการได้ประกาศ Final Call จากเสียงตามสายภายในอาคารสนามบินแล้ว แต่ทางผู้โดยสารกลับเพิกเฉยต่อเสียงประกาศจึงทำให้พลาดเที่ยวบิน อย่างไรก็ตาม พนักงานภาคพื้นดินได้แสดงความเสียใจและใช้คำพูดสุภาพ อธิบายให้ผู้โดยสารเข้าใจ จนนำมาซึ่งความเข้าใจ

ในภาพรวมของการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์พนักงานภาคพื้นดินในการให้บริการ ณ จุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบินพบว่า การบริการมีจุดเด่นในด้านการเตรียมความพร้อมของอุปกรณ์สำหรับการอำนวยความสะดวกให้กับผู้โดยสาร เช่น การช่วยเหลือผู้ที่นั่งรถเข็น เด็ก และคนชรา การประกาศเรียกผู้โดยสารหรือประกาศเที่ยวบินที่กำลังจะขึ้นบิน อย่างไรก็ตาม การบริการยังพบปัญหาการแซงคิวในการตรวจบัตร Boarding Pass ซึ่งพนักงานไม่สามารถจัดระเบียบการเข้าคิวได้ดีเท่าที่ควร จึงทำให้เกิดเหตุการณ์แซงคิวบ่อยครั้ง และพบปัญหาที่ผู้โดยสารพลาดเที่ยวบินที่เกิดจากการที่ผู้รับบริการเพิกเฉยต่อการประกาศของทางสายการบิน แต่พนักงานมีความใส่ใจในการทำงานและใช้ความพยายามในการแก้ไขปัญหาจึงทำให้ผู้รับบริการเข้าใจในการทำงานของสายการบิน ปัจจุบันนี้เหตุการณ์ผู้โดยสารพลาดเที่ยวบินจึงเกิดขึ้นน้อยครั้ง

ในมุมมองพนักงานภาคพื้นดิน มีคุณภาพบริการเกิดขึ้น ณ จุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน 3 มิติ ประกอบด้วย 1) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ โดยพนักงานให้บริการตามขั้นตอนด้วยความรวดเร็วในการเรียกผู้โดยสารพิเศษขึ้นเครื่องเป็นลำดับแรก เช่น สตรีมีครรภ์ เด็ก คนชรา ส่วนกรณีแซงคิว สามารถแก้ปัญหาด้วยความสุภาพอย่างมีอาชีพเมื่อมีการแซงคิว และกรณีที่ผู้โดยสารตกรถ แสดงความเป็นมืออาชีพโดยการช่วยเหลือผู้โดยสารอย่างเต็มที่พร้อมให้คำแนะนำอย่างเห็นอกเห็นใจ อีกทั้งยังมีกระบวนการในการทำงานที่ถูกต้องตามลำดับขั้นตอนการให้บริการ 2) ความเป็นรูปธรรมของการบริการมีการจัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับให้บริการ เช่น เก้าอี้รถเข็น เสาดึงเพื่อจัดแถว ป้ายลำดับสำหรับเรียกลำดับแถว เพื่อรองรับการให้บริการแก่ผู้โดยสารและ 3) การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ โดยพนักงานเอาใจใส่ผู้โดยสารที่ตกรถในกรณีต่าง ๆ ด้วยการแนะนำอย่างเห็นอกเห็นใจ ซึ่งจากคุณภาพบริการที่กล่าวมาแล้วข้างต้นสอดคล้องกับมุมมองของผู้วิจัย แต่จากการ

สังเกตการณ์นั้น คุณภาพบริการที่ควรมีเพิ่มเติมคือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการและการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการเพราะ การให้บริการยังพบปัญหาในการแข่งคิวตรวจบัตร Boarding Pass ซึ่งพนักงานไม่สามารถจัดระเบียบลำดับแถวได้ดีเท่าที่ควรอีกทั้งด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการที่ยังต้องการอุปกรณ์และการกำหนดพื้นที่ในการต่อคิวแถวอย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบในการเข้าแถวของผู้โดยสาร

4.2.3.3 ขั้นตอนหลังการให้บริการ ณ จุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน (Post-Service) พนักงานที่ประจำจุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบินปฏิบัติดังนี้

เมื่อพนักงานภาคพื้นดินให้บริการ ณ จุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบินเรียบร้อยแล้วจากการสัมภาษณ์พบว่า เมื่อเครื่องบินทำการขึ้นบินออกจากท่าอากาศยานอุบลราชธานีแล้ว พนักงานที่ประจำจุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน จะเดินตรวจสอบภายในจุดที่ผู้โดยสารนั่ง อาจมีผู้โดยสารทำสิ่งของตกหล่นบริเวณที่นั่งรอ หรือเอกสารสำคัญ พร้อมทั้งเก็บ Boarding Pass จากผู้โดยสารเพื่อนำมาตรวจสอบรายชื่อผู้โดยสารที่เดินทางไปในแต่ละเที่ยวบินและส่งรายชื่อทั้งหมดให้กับการทำอากาศยานในการเก็บข้อมูลต่อไปในมุมมองพนักงานภาคพื้นดินและผู้วิจัยจากการสังเกตการณ์ มีคุณภาพบริการในความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ เห็นได้จากพนักงานมีการดำเนินการเกี่ยวกับเอกสารรายชื่อเพื่อนำส่งในส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นขั้นตอน

ในภาพรวมของผลการศึกษาค้นคว้าจากจุดที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานภาคพื้นดินและผู้โดยสาร ได้แก่ จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร จุดเช็คอิน และจุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน ที่มีขั้นตอนบริการ 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนก่อนให้บริการ ขั้นตอนการให้บริการ และขั้นตอนหลังการให้บริการ สามารถเปรียบเทียบคุณภาพบริการในมุมมองพนักงานภาคพื้นดินกับการสังเกตการณ์ของผู้วิจัย ปรากฏรายละเอียดตามตารางที่ 4.3 สำหรับขั้นตอนก่อนให้บริการ คุณภาพบริการที่เกิดขึ้นทุกจุดที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานภาคพื้นดินและผู้โดยสาร ในมุมมองพนักงานภาคพื้นดินและผู้วิจัยเห็นสอดคล้องกัน คือ ความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ (Tangibility) ด้วยการให้ความสำคัญในการจัดเตรียมและตรวจสอบอุปกรณ์ และการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อย เช่นเดียวกับขั้นตอนหลังการให้บริการ ผู้วิจัยมีมุมมองสอดคล้องกับพนักงานภาคพื้นดิน คือ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) พนักงานมีการปฏิบัติตามขั้นตอนและระเบียบในการปฏิบัติงาน เช่น การนำส่งเงิน การตรวจการติดแท็ก (Tag) ของกระเป๋า เป็นต้น

สำหรับขั้นตอนการให้บริการของจุดที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานภาคพื้นดินและผู้โดยสาร ผู้วิจัยมีมุมมองแตกต่างและสอดคล้องในคุณภาพบริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร ในมุมมองพนักงานภาคพื้นดิน คุณภาพการบริการเกิดขึ้น 3 มิติ “RRE” ประกอบด้วย (1) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้วยการให้บริการด้วยความสุภาพพร้อมรอยยิ้ม เมื่อผู้โดยสารไม่พอใจเมื่อสะกดชื่อผิด ส่วนกรณีเครื่องล่าช้า พนักงานจะให้ความช่วยเหลือตามที่ผู้โดยสารร้องขอ (2) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) เมื่อผู้โดยสารต้องการปากกา พนักงานรีบจัดหาให้อย่างรวดเร็วและกรณีเครื่องล่าช้า พนักงานจะให้การช่วยเหลือ ให้ข้อมูลผู้โดยสารอย่างเต็มที่และเท่าเทียมกัน และ (3) การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) เมื่อเครื่องบินล่าช้าพนักงานจะให้ความเอาใจใส่ผู้โดยสารเป็นพิเศษ ด้วยการเสนอทางเลือกต่างๆ ที่เป็นไปตามระเบียบและเงื่อนไข จัดหาอาหารให้ เพื่อลดอารมณ์หงุดหงิดของ

ผู้โดยสาร แต่ในมุมมองผู้วิจัย พนักงานจะต้องมีคุณภาพบริการครบทั้ง 5 มิติ “RATER” โดยเห็นสอดคล้องกับ 3 มิติข้างต้น แต่มีเพิ่มเติม คือ การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (Assurance) เห็นได้จากกรณีผู้โดยสารต่างชาติต้องสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษซึ่งถือเป็นภาษาสากล แต่ทั้งนี้ พนักงานไม่สามารถให้บริการได้อย่างเต็มความสามารถ และความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility) กรณีที่ผู้โดยสารต้องการพื้นที่และอุปกรณ์ในการรับบริการ เช่น การขอใบเสร็จต้องใช้พื้นที่เขียนและปากกา ทางพนักงานควรจัดหาพื้นที่และอุปกรณ์ไว้อำนวยความสะดวก

2) จุดแข็งคือ ในมุมมองพนักงานภาคพื้นดิน คุณภาพการบริการเกิดขึ้น 3 มิติ “RAR” ประกอบด้วย 1) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้วยการทักทายผู้โดยสารด้วยรอยยิ้มพร้อมปฏิบัติตามขั้นตอนการเช็คอินและเลือกที่นั่ง โดยมีการสอบถามความต้องการของผู้โดยสาร 2) การให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้โดยสาร (Assurance) พนักงานสามารถให้ข้อมูลสัมภาระได้อย่างแม่นยำ แม้อาจเกิดปัญหาที่เกี่ยวข้องที่เกิดความเข้าใจผิดของผู้โดยสาร สามารถสร้างความเข้าใจได้ และ 3) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) กรณีที่ผู้โดยสารเด็กไม่ได้นำบัตรประจำตัวประชาชนมา พนักงานได้ให้ความสำคัญต่อการเดินทางของผู้โดยสาร เพื่อให้สามารถขึ้นเครื่องบินได้ โดยการแก้ปัญหาให้กรอกหนังสือรับรอง และกรณีผู้โดยสารชาวต่างชาติ แม้ว่าพนักงานไม่สามารถสื่อสารได้ดี แต่ยังให้บริการที่เท่าเทียมกับผู้โดยสารอื่นๆ แต่ในส่วนมุมมองของผู้วิจัย พนักงานควรมีคุณภาพบริการ ณ จุดเช็คอิน 4 มิติ “RAER” โดยเห็นสอดคล้องกับ 3 มิติข้างต้น แต่มีเพิ่มเติม คือ การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) เมื่อผู้โดยสารต้องการเลือกที่นั่งติดกัน พนักงานควรเอาใจใส่ต่อความต้องการผู้โดยสาร ตามความจำเป็นและประโยชน์ของผู้โดยสาร

3) จุดประตุทางออกขึ้นเครื่องบิน ในมุมมองพนักงานภาคพื้นดินและผู้วิจัยเห็นสอดคล้องกันว่า คุณภาพการบริการเกิดขึ้น 3 มิติ “RET” ประกอบด้วย (1) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) โดยพนักงานให้บริการตามขั้นตอนด้วยความรวดเร็วในการเรียกผู้โดยสารพิเศษขึ้นเครื่องบินเป็นลำดับแรก เช่น สตรีมีครรภ์ เด็ก คนชรา ส่วนกรณีแข่งคิว สามารถแก้ปัญหาด้วยความสุภาพอย่างมืออาชีพเมื่อมีการแข่งคิว และกรณีที่ผู้โดยสารตกเครื่อง แสดงความเป็นมืออาชีพโดยการช่วยเหลือผู้โดยสารอย่างเต็มที่พร้อมให้คำแนะนำอย่างเห็นอกเห็นใจ (2) การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy) โดยพนักงานเอาใจใส่ผู้โดยสารที่ตกเครื่องในกรณีต่าง ๆ ด้วยการแนะนำอย่างเห็นอกเห็นใจ (3) ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ที่ยังต้องการอุปกรณ์และกำหนดพื้นที่ในการต่อคิวอย่างชัดเจนเพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบในการเข้าแถวของผู้โดยสาร

ตารางที่ 4.3 การเปรียบเทียบคุณภาพบริการในมุมมองพนักงานภาคพื้นดินกับจากการสังเกตการณ์ของผู้วิจัย

จุดที่เกิดปฏิสัมพันธ์ ระหว่างพนักงาน ภาคพื้นดินกับ ผู้โดยสาร	ขั้นตอนก่อนให้บริการ		ขั้นตอนการให้บริการ		ขั้นตอนหลังการให้บริการ	
	มุมมอง พนักงาน ภาคพื้นดิน	มุมมองนักวิจัย	มุมมองพนักงานภาคพื้นดิน	มุมมองนักวิจัย	มุมมองพนักงาน ภาคพื้นดิน	มุมมองนักวิจัย
จุดจำหน่ายบัตร โดยสาร	“T” ความเป็น รูปธรรมของการ บริการ (Tangibility): การให้ ความสำคัญใน การแต่งกาย เรียบร้อยและการ จัดเตรียม/ตรวจ ความพร้อม อุปกรณ์บริเวณ จุดจำหน่ายบัตร โดยสาร	“T” ความเป็น รูปธรรมของการ บริการ (Tangibility): การให้ ความสำคัญใน การแต่งกาย เรียบร้อยและการ จัดเตรียม/ตรวจ ความพร้อม อุปกรณ์บริเวณ จุดจำหน่ายบัตร โดยสาร	“RRE” ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability): การ ให้บริการด้วยความสุภาพพร้อมรอยยิ้ม เมื่อ ผู้โดยสารไม่พอใจเมื่อสะกดชื่อผิด ในกรณี เครื่องล่าช้า พนักงานจะให้ความช่วยเหลือ ตามที่ผู้โดยสารร้องขอการตอบสนองต่อ ผู้รับบริการ อีกทั้งยังปฏิบัติตามขั้นตอนการ ให้บริการที่ถูกต้อง(Responsiveness): เมื่อ ผู้โดยสารต้องการปากกา พนักงานรีบจัดหาให้ อย่างรวดเร็วสำหรับกรณีเครื่องล่าช้า พนักงานจะให้การช่วยเหลือ ให้ข้อมูล ผู้โดยสารอย่างเต็มที่และเท่าเทียมกัน การรู้จัก และเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy): เมื่อ เครื่องบินล่าช้าพนักงานจะให้ความเอาใจใส่ ผู้โดยสารเป็นพิเศษ ด้วยการเสนอทางเลือก ต่างๆ ที่เป็นไปตามระเบียบและเงื่อนไข จัดหา อาหารให้ เพื่อลดอารมณ์หงุดหงิดของ ผู้โดยสาร	“RATER” ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability): การ ให้บริการด้วยความสุภาพพร้อมรอยยิ้ม เมื่อ ผู้โดยสารไม่พอใจเมื่อสะกดชื่อผิด ในกรณี เครื่องล่าช้า พนักงานจะให้ความช่วยเหลือ ตามที่ผู้โดยสารร้องขอการให้ความเชื่อมั่นต่อ ผู้รับบริการ อีกทั้งยังปฏิบัติตามขั้นตอนการ ให้บริการที่ถูกต้อง(Assurance):ผู้โดยสาร ต่างชาติต้องสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษซึ่งถือเป็น ภาษาสากล แต่ทั้งนี้ พนักงานไม่สามารถ ให้บริการได้อย่างเต็มความสามารถ ความเป็น รูปธรรมของการบริการ (Tangibility):ผู้โดยสารต้องการพื้นที่และ อุปกรณ์ในการรับบริการ เช่น การขอใบเสร็จ ต้องใช้พื้นที่เขียนและปากกา พนักงานควร จัดหาพื้นที่และอุปกรณ์ไว้อำนวยความสะดวก การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness): เมื่อผู้โดยสารต้องการ ปากกา พนักงานรีบจัดหาให้อย่างรวดเร็ว การ รู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy): เมื่อ เครื่องบินล่าช้าพนักงาน	“R” ความเชื่อถือ ไว้วางใจได้ (Reliability): พนักงานทำตาม ขั้นตอนบริษัทใน การนำส่งเงินที่ จำหน่ายบัตร โดยสารได้	“R” ความเชื่อถือ ไว้วางใจได้ (Reliability): พนักงานทำตาม ขั้นตอนบริษัท ในการนำส่งเงิน ที่จำหน่ายบัตร โดยสารได้

ตารางที่ 4.3 การเปรียบเทียบคุณภาพบริการในมุมมองพนักงานภาคพื้นดินกับการสังเกตการณ์ของผู้วิจัย (ต่อ)

จุดที่เกิดปฏิสัมพันธ์ ระหว่างพนักงาน ภาคพื้นดินกับผู้โดยสาร	ขั้นตอนก่อนให้บริการ		ขั้นตอนการให้บริการ		ขั้นตอนหลังการให้บริการ	
	มุมมองพนักงาน ภาคพื้นดิน	มุมมองนักวิจัย	มุมมองพนักงานภาคพื้นดิน	มุมมองนักวิจัย	มุมมองพนักงาน ภาคพื้นดิน	มุมมองนักวิจัย
				จะให้ความเอาใจใส่ผู้โดยสารเป็นพิเศษด้วยการเสนอทางเลือกต่างๆ ที่เป็นไปตามระเบียบและเงื่อนไข จัดหาอาหารให้เพื่อลดอารมณ์หงุดหงิดของผู้โดยสาร		
จุดเช็คอิน	“T” ความเป็นรูปธรรม ของการบริการ (Tangibility): การ ให้ความสำคัญใน การแต่งกาย เรียบร้อยและการ จัดเตรียม/ตรวจ ความพร้อม อุปกรณ์ บริเวณจุด เช็คอิน	“T” ความเป็นรูปธรรม ของการบริการ (Tangibility): การ ให้ความสำคัญใน การแต่งกาย เรียบร้อยและการ จัดเตรียม/ตรวจ ความพร้อม อุปกรณ์ บริเวณจุด เช็คอิน	“RAR” ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability): พนักงานทักทายผู้โดยสารด้วยรอยยิ้ม พร้อมปฏิบัติตามขั้นตอนในการเช็คอิน และเลือกที่นั่ง มีการสอบถามความ ต้องการของผู้โดยสาร การให้ความ เชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ รวมถึงการ ปฏิบัติงานตามขั้นตอนและระเบียบของ การปฏิบัติงาน(Assurance):พนักงาน สามารถให้ข้อมูลน้ำหนักสัมภาระได้ อย่างแม่นยำ การตอบสนองต่อ ผู้รับบริการ (Responsiveness): กรณีที่ ผู้โดยสารเด็กไม่ได้ถือบัตรประจำตัว ประชาชนมา พนักงานได้ให้ความสำคัญ ผู้โดยสารเพื่อให้สามารถขึ้นบินได้โดยให้ กรอกหนังสือรับรองและกรณีผู้โดยสาร ต่างชาติ แม้ว่าพนักงานไม่สามารถ สื่อสารได้ดี แต่ก็ยังให้บริการอย่างเท่า เทียมกับผู้โดยสารอื่นๆ	“RAER” ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability): พนักงานทักทายผู้โดยสารด้วยรอยยิ้ม พร้อมปฏิบัติเป็นขั้นตอนในการเช็คอิน และเลือกที่นั่ง มีการสอบถามความ ต้องการของผู้โดยสาร การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ รวมถึงการปฏิบัติงานตามขั้นตอนและ ระเบียบของการปฏิบัติงาน (Assurance): ในกรณีการใช้บัตร ประจำตัวประชาชนของเด็ก พนักงานยัง ขาดความเข้าใจต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้อง กับบัตรประจำตัวประชาชนแต่ทาง ตรงข้าม พนักงานกลับสามารถให้ ข้อมูลน้ำหนักสัมภาระได้อย่างแม่นยำ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness):กรณีที่ผู้โดยสารเด็ก ไม่ได้ถือบัตรประจำตัวประชาชนมา พนักงานได้ให้ความสำคัญผู้โดยสาร	“R” ความเชื่อถือ ไว้วางใจได้ (Reliability): พนักงานมีการ ประสานเรื่อง กระเป๋ากับหัวหน้า ลานจอด ตรวจสอบกระเป๋า ว่ามีการติดแท็ก หรือไม่ ปฏิบัติตาม ขั้นตอนในการพิมพ์ เอกสารนำส่ง เอกสารให้นักบิน และกรมท่าอากาศยาน	“R” ความเชื่อถือ ไว้วางใจได้ (Reliability): พนักงานมีการ ประสานเรื่อง กระเป๋ากับหัวหน้า ลานจอด ตรวจสอบกระเป๋า ว่ามีการติดแท็ก หรือไม่ ปฏิบัติตาม ขั้นตอนในการ พิมพ์เอกสารนำส่ง เอกสารให้นักบิน และกรมท่าอากาศ ยาน

ตารางที่ 4.3 การเปรียบเทียบคุณภาพบริการในมุมมองพนักงานภาคพื้นดินกับการสังเกตการณ์ของผู้วิจัย (ต่อ)

จุดที่เกิดปฏิสัมพันธ์ ระหว่างพนักงาน ภาคพื้นดินกับผู้โดยสาร	ขั้นตอนก่อนให้บริการ		ขั้นตอนการให้บริการ		ขั้นตอนหลังการให้บริการ	
	มุมมองพนักงาน ภาคพื้นดิน	มุมมองนักวิจัย	มุมมองพนักงานภาคพื้นดิน	มุมมองนักวิจัย	มุมมองพนักงาน ภาคพื้นดิน	มุมมองนักวิจัย
				เพื่อให้สามารถขึ้นบินได้โดยให้กรอก หนังสือรับรองและกรณีผู้โดยสาร ต่างชาติ แม้ว่าพนักงานไม่สามารถ สื่อสารได้ดี แต่ก็ยังให้บริการอย่างเท่า เทียมกับผู้โดยสารอื่น ๆ การรู้จักและ เข้าใจผู้รับบริการ (Empathy): เมื่อ ผู้โดยสารต้องการเลือกที่นั่งติดกัน พนักงานควรเอาใจใส่ต่อความต้องการ ผู้โดยสาร ตามความจำเป็นและ ประโยชน์ของผู้โดยสาร		
จุดประตูทางออกขึ้น เครื่อง	“T” ความเป็น รูปธรรมของการ บริการ (Tangibility): การให้ ความสำคัญใน การจัดเตรียม/ ตรวจความพร้อม อุปกรณ์ บริเวณ ห้องโถงและจุด ประตูทางออกขึ้น เครื่อง	“T” ความเป็น รูปธรรมของการ บริการ (Tangibility): การให้ ความสำคัญใน การจัดเตรียม/ ตรวจความพร้อม อุปกรณ์ บริเวณ ห้องโถงและจุด ประตูทางออกขึ้น เครื่อง	“RET” ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability): พนักงานให้บริการตามขั้นตอนด้วย ความรวดเร็วในการเรียกผู้โดยสาร พิเศษขึ้นเครื่องเป็นลำดับแรก เช่น สตรี มีครรภ์ เด็ก คนชรา ส่วนกรณีแขวงคิว สามารถแก้ปัญหาด้วยความสุภาพอย่าง มีอาชีพ และกรณีที่ผู้โดยสารตก เครื่อง แสดงความเป็นมืออาชีพโดย การช่วยเหลือผู้โดยสารอย่างเต็มที่ พร้อมให้คำแนะนำอย่างเห็นอกเห็นใจ อีกทั้งยังปฏิบัติตามขั้นตอนและ ระเบียบของการบริการ	“RET” ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability): พนักงานให้บริการตามขั้นตอนด้วย ความรวดเร็วในการเรียกผู้โดยสาร พิเศษขึ้นเครื่องเป็นลำดับแรก เช่น สตรี มีครรภ์ เด็ก คนชรา ส่วนกรณีแขวงคิว สามารถแก้ปัญหาด้วยความสุภาพอย่าง มีอาชีพ อีกทั้งยังปฏิบัติตามขั้นตอน การให้บริการได้อย่างถูกต้อง ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility): ยังต้องการอุปกรณ์และ การกำหนดพื้นที่ในการต่อคิวอย่าง ชัดเจนเพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบใน	“R” ความเชื่อถือ ไว้วางใจได้ (Reliability): พนักงานมีการ ดำเนินการที่ เกี่ยวข้องกับ รายชื่อผู้โดยสาร แล้วนำเสนอเอกสาร ตามขั้นตอน	“R” ความเชื่อถือ ไว้วางใจได้ (Reliability): พนักงานมีการ ดำเนินการที่ เกี่ยวข้องกับ รายชื่อผู้โดยสาร แล้วนำเสนอเอกสาร ตามขั้นตอน



ตารางที่ 4.3 การเปรียบเทียบคุณภาพบริการในมุมมองพนักงานภาคพื้นดินกับการสังเกตการณ์ของผู้วิจัย (ต่อ)

จุดที่เกิดปฏิสัมพันธ์ ระหว่างพนักงาน ภาคพื้นดินกับผู้โดยสาร	ขั้นตอนก่อนให้บริการ		ขั้นตอนการให้บริการ		ขั้นตอนหลังการให้บริการ	
	มุมมองพนักงาน ภาคพื้นดิน	มุมมองนักวิจัย	มุมมองพนักงานภาคพื้นดิน	มุมมองนักวิจัย	มุมมองพนักงาน ภาคพื้นดิน	มุมมองนักวิจัย
			<p>ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility): มีการจัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับให้บริการ เช่น เก้าอี้รถเข็น เสาค้างเพื่อจัดแถว ป้ายลำดับสำหรับเรียกลำดับแถว แต่อาจไม่เพียงพอ</p> <p>การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy): พนักงานเอาใจใส่ผู้โดยสารที่ตกเครื่องในกรณีต่างๆ ด้วยการแนะนำอย่างเห็นอกเห็นใจ</p>	<p>การเข้าแถวของผู้โดยสาร</p> <p>การรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Empathy): พนักงานเอาใจใส่ผู้โดยสารที่ตกเครื่องในกรณีต่างๆ ด้วยการแนะนำอย่างเห็นอกเห็นใจ</p>		

## บทที่ 5

### สรุปผลวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางการบิน อุบลราชธานี-กรุงเทพมหานคร - อุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพบริการของพนักงานภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำ ภายในท่าอากาศยานอุบลราชธานี โดยการศึกษาใช้วิธีการสังเกตการณ์สำหรับเหตุการณ์วิกฤต (Critical Incident) และการสัมภาษณ์พนักงานภาคพื้นดินสายการบินนกแอร์และไทยแอร์เอเชีย จำนวนรวมทั้งสิ้น 19 คน เมื่อเดือนมีนาคม - เมษายน 2558 และใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ซึ่งสามารถสรุปผล อภิปรายผล และเสนอแนะผลการวิจัย ดังปรากฏในหัวข้อต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลวิจัย

จากการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ในบทที่ 4 พบว่า แม้ว่าลักษณะการให้บริการของพนักงานภาคพื้นดินมี 5 ด้าน แต่มีเพียงลักษณะการให้บริการ 3 ด้านที่เป็นจุดเกิดปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างพนักงานภาคพื้นดินกับผู้โดยสาร ได้แก่ จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร ซึ่งผู้โดยสารมีการติดต่อซื้อบัตรโดยสารและสำรองที่นั่งผ่านบริการขายบัตรโดยสารหรือจองเที่ยวบิน ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร (Ticket) ณ ท่าอากาศยาน หรือการสอบถามวิธีการสำรองที่นั่งผ่านทางเว็บไซต์จากพนักงานภาคพื้นดิน จุดเช็คอิน เมื่อผู้โดยสารใช้บริการเคาน์เตอร์เช็คอิน (Check-In) เพื่อตรวจบัตรโดยสาร ตรวจเอกสารการเดินทางตรวจสอบสัมภาระ เพื่อออกบัตรที่นั่งให้กับผู้โดยสาร และจุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน (Gate) ซึ่งพนักงานภาคพื้นดินจะตรวจสอบเอกสารการเดินทางและบัตรโดยสารของผู้โดยสาร ทั้งนี้ แต่ละจุดมีลำดับการให้บริการ 3 ขั้นตอนประกอบด้วย ขั้นตอนก่อนการให้บริการ (Pre-Service) ขั้นตอนระหว่างการให้บริการ (Service-In-Process) และขั้นตอนหลังการให้บริการ (Post-Service)

ในบริบทคุณภาพบริการจากลักษณะและขั้นตอนการให้บริการผ่านมุมมองพนักงานภาคพื้นดินและเหตุการณ์วิกฤตที่นักวิจัยได้สังเกตการณ์ โดยประยุกต์โมเดล “SERVQUAL” เพื่อวัดคุณภาพบริการในมุมมองของพนักงานผู้ให้บริการสายการบินและเหตุการณ์วิกฤตที่นักวิจัยได้สังเกตการณ์ มีความเห็นสอดคล้องกัน คือ ในขั้นตอนก่อนให้บริการ (Pre-Service) ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร จุดเช็คอิน และจุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน พนักงานภาคพื้นดินมีคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ (Tangibility) ด้วยการให้ความสำคัญในการจัดเตรียมและตรวจสอบอุปกรณ์ และการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อย และขั้นตอนหลังการให้บริการ (Post-Service) มีความเห็นสอดคล้อง ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร จุดเช็คอิน และจุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบินว่าพนักงานภาคพื้นดินมีคุณภาพบริการในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) เห็นได้จากพนักงานมีการปฏิบัติตามขั้นตอนและระเบียบในการปฏิบัติงาน เช่น การนำส่งเงิน การตรวจแท็ก (Tag) ที่ติดบนกระเป๋า เป็นต้น ส่วนขั้นตอนการให้บริการ (Service-In-Process) แม้ว่าจากเหตุการณ์วิกฤตที่นักวิจัยได้สังเกตการณ์เทียบกับมุมมองของพนักงานผู้ให้บริการสายการบิน จะเห็นสอดคล้องกันในคุณภาพบริการที่พนักงานภาคพื้นดินมีแก่ผู้โดยสาร แต่เนื่องจากเหตุการณ์วิกฤตที่สังเกตการณ์ได้กลับ

พบว่า ในจุดบริการที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานภาคพื้นดินและผู้โดยสาร พนักงานภาคพื้นดินยังขาดคุณภาพบริการ หรือควรมีคุณภาพบริการบางอย่างอยู่ ซึ่งจะนำเสนอสรุปผลการวิจัยตามโมเดล “SERVQUAL” 5 มิติ ดังนี้

**5.1.1 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)** แม้ว่าสายการบินจะไม่ได้จัดสรรพื้นที่และอุปกรณ์สำหรับการให้บริการได้อย่างเหมาะสม และพนักงานภาคพื้นดินไม่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ดีเท่าที่ควร สาเหตุเหล่านี้ อาจนำมาซึ่งความไม่พอใจของผู้โดยสารที่เป็นคนในประเทศและต่างประเทศ แต่เนื่องด้วยความถี่ในการให้บริการอันนำมาซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นในการให้บริการในระดับผู้ปฏิบัติงาน จึงมีการตอบสนองต่อปัญหาหรือเหตุการณ์วิกฤตด้วยความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและแก้ไขข้อผิดพลาดผ่านการแสดงออกที่อ่อนน้อมต่อผู้รับบริการ เช่น ณ จุดจำหน่ายบัตรโดยสาร เมื่อผู้โดยสารต้องการปากกาเพื่อกรอกข้อมูล พนักงานภาคพื้นดินรีบจัดหาปากกาให้ผู้โดยสารดังกล่าว หรือในกรณีผู้โดยสารไม่ได้นำบัตรประจำตัวประชาชนสำหรับเด็กมาแสดง ณ จุดเช็คอิน พนักงานภาคพื้นดินได้จัดหาเอกสารให้ผู้โดยสารกรอกรับรอง ในส่วนกรณีผู้โดยสารชาวต่างประเทศ พนักงานภาคพื้นดินที่ใช้ภาษามือและและความพยายามในการสื่อสาร เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสารต่างชาติ ซึ่งเป็นการลดความตึงเครียดและความไม่พึงพอใจจากการด้อยความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ

**5.1.2 การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (Assurance)** เป็นที่สังเกตว่า สายการบินลดความสามารถด้านความเป็นมืออาชีพในสื่อสารภาษาต่างประเทศเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ เนื่องจากพบความบกพร่องในจุดเช็คอิน แม้ว่าพนักงานจะมีความแม่นยำในเรื่องน้ำหนักสัมภาระและอุปกรณ์ต้องห้ามในการเดินทาง แต่กลับสร้างความไม่พอใจของผู้โดยสารที่ต้องชำระค่าน้ำหนักสัมภาระติดตัวขึ้นเครื่องบินในกรณีที่น้ำหนักเกินกว่าที่สายการบินกำหนดขาดความแม่นยำในการตรวจเอกสารในการเดินทางโดยเฉพาะบัตรประชาชนจำตัวประชาชน ซึ่งมีการให้ข้อมูลผิดโดยระบุถึงข้อมูลอายุของเด็กว่าเด็กอายุ 12 ปีบริบูรณ์ยังไม่มีบัตรประชาชนนั้น เป็นข้อมูลที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงและข้อกำหนดทางกฎหมาย และไม่สามารถสื่อสารได้ดีในกรณีผู้โดยสารต่างประเทศที่ต้องอาศัยความสามารถในการสื่อสารเป็นภาษาต่างประเทศนั้น ในกรณีของสัมภาระเนื่องจากสายการบินนำเสนอข้อมูลเงื่อนไขต่าง ๆ เหล่านี้ที่ค่อนข้างซับซ้อน ตัวอักษรมีขนาดเล็กและมีข้อความไม่สมบูรณ์ จึงอาจทำให้ผู้ใช้บริการไม่ทันได้สังเกตเห็นถึงเงื่อนไขต่าง ๆ เหล่านี้ อย่างไรก็ตาม ในระดับปฏิบัติการนั้นกลับพบว่า พนักงานประจำจุดบริการได้สร้างความเข้าใจให้กับผู้รับบริการและให้คำแนะนำที่เหมาะสมแก่ผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี เช่น การแนะนำให้ผู้โดยสารถายน้ำหนักสัมภาระ เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบสายการบิน ลดค่าใช้จ่ายที่เกิดจากน้ำหนักเกิน อันนำมาซึ่งความพึงพอใจของผู้รับบริการกรณีที่ไม่สามารถสื่อสารกับผู้โดยสารต่างประเทศได้ พนักงานภาคพื้นดินที่ปฏิบัติงานได้ให้ความช่วยเหลือเต็มที่และเต็มความสามารถ เพื่อชดเชยความด้อยความสามารถในการสื่อสาร

**5.1.3 ความเป็นรูปธรรมในการบริการ (Tangibility)** แม้ว่าสายการบินจะจัดสรรอุปกรณ์ในการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสารที่มาใช้บริการ แต่เห็นได้ว่าสายการบินยังไม่ได้คำนึงถึงความเหมาะสมของอุปกรณ์ที่เตรียมให้บริการอย่างเพียงพอ เห็นได้จากจุดจำหน่ายบัตรโดยสารที่ไม่มีปากกา และพื้นที่ที่เหมาะสมในการกรอกแบบฟอร์มเพื่อการขอให้ออกใบเสร็จรับเงินค่าบัตรโดยสาร ผู้โดยสารต้องร้องขอปากกาเพื่อกรอกแบบฟอร์มและต้องยื่นกรอกแบบฟอร์มตรงหน้า

เคาน์เตอร์จำหน่ายบัตรโดยสาร ส่วนในจุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน พบว่า จำนวนเสากั้นทางเดินมีสัดส่วนไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้โดยสารที่เข้าแถวตรวจเอกสาร ทำให้เกิดปัญหาการแทรกแถวนำมาซึ่งความไม่พอใจระหว่างผู้โดยสารด้วยกัน อย่างไรก็ตาม ในระดับปฏิบัติการนั้นกลับพบว่า พนักงานประจำจุดบริการได้แก้ไขปัญหาความไม่พอใจของอุปกรณ์ได้เป็นอย่างดี เช่น ณ จุดเช็คอิน เมื่อผู้โดยสารต้องการปากกาเพื่อกรอกข้อมูล พนักงานภาคพื้นดินได้รับจัดหาปากกาให้ และเมื่อพบว่าผู้โดยสารแฉงคว ที่จุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน จนเกิดความวุ่นวายในบริเวณดังกล่าว พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารให้ผู้โดยสารเข้าใจเพื่อให้ปฏิบัติตามลำดับแถวได้อย่างเหมาะสม

**5.1.4 การรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการ (Empathy)** จากเหตุการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้นจากการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า เหตุที่นำไปสู่ความไม่พอใจในการรับบริการ อาจเกิดจากความไม่เข้าใจระเบียบเงื่อนไขของสายการบิน ความไม่เอาใจใส่ในการให้ข้อมูล ความต้องการของผู้โดยสารที่อาจมีข้อจำกัด ซึ่งพนักงานภาคพื้นดินในระดับปฏิบัติการ สามารถให้บริการโดยใช้ความเห็นอกเห็นใจด้วยการปลอบโยน พร้อมเสนอแนวทางที่สามารถดำเนินการได้ เช่น ณ จุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบินที่ผู้โดยสารไม่ได้ยินเสียงเรียก Final Call เนื่องจากพลัดเพลินกับกิจกรรมบางอย่าง (สูบบุหรี่ ฟังเพลงผ่านหูฟัง) ในทางกลับกัน พนักงานภาคพื้นดินไม่สามารถเอาใจใส่ผู้โดยสารได้อย่างเต็มที่ เมื่อผู้โดยสารมีความต้องการที่ขัดแย้งกัน ซึ่งภายใต้ข้อจำกัดของที่นั่ง ณ ขณะนั้น อาจไม่สามารถจัดสรรตามต้องการได้ ซึ่งสร้างความไม่พอใจให้แก่ผู้โดยสาร พนักงานต้องใช้ทักษะในการสื่อสารอย่างสูง เพื่ออธิบายข้อจำกัดเพื่อลดความไม่พอใจดังกล่าว ทั้งนี้ เหตุที่นำไปสู่ความไม่พอใจที่เกิดจากเหตุสุดวิสัยทำให้เครื่องบินล่าช้า กรณีนี้ พนักงานภาคพื้นดินและสายการบินได้ให้ความเอาใจใส่เป็นพิเศษ เห็นได้จากการเสนอทางเลือกและจัดหาอาหารว่างให้ผู้โดยสาร เพื่อบรรเทาความไม่พึงพอใจดังกล่าว

**5.1.5 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)** จากเหตุการณ์วิกฤตที่เกิดขึ้นจากการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ระเบียบ ข้อบังคับ หลักเกณฑ์ ขั้นตอน และการฝึกอบรมของสายการบินที่มีความชัดเจนและเป็นสากล สร้างความเป็นมืออาชีพให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน นำไปสู่คุณภาพบริการที่โดดเด่นของสายการบินต้นทุนต่ำได้ เนื่องจากจุดที่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานภาคพื้นดินกับผู้โดยสาร ไม่ว่าจะเป็นจุดจำหน่ายบัตรโดยสาร จุดเช็คอิน และจุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน พนักงานภาคพื้นดินจะให้บริการด้วยรอยยิ้มและความสุภาพ นำมาซึ่งคำชมเชยจากผู้โดยสาร และการปฏิบัติตามขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นแบบแผน เช่น ณ จุดเช็คอิน มีการสอบถามข้อมูลความต้องการของผู้โดยสารและทบทวนข้อมูลส่วนจุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน เมื่อได้รับแจ้งจากหัวหน้าฝ่ายฯ ว่าพร้อมให้บริการอนุญาตให้ผู้โดยสารขึ้นเครื่องบิน พนักงานภาคพื้นดิน จะแจ้งผ่านเสียงตามสายว่าพร้อมให้บริการ แล้วเรียกผู้โดยสารที่มีสิทธิพิเศษเป็นลำดับแรกสำหรับจุดจำหน่ายบัตรโดยสาร เมื่อมีเหตุการณ์สุดวิสัยทำให้เครื่องล่าช้า หากผู้โดยสารมีความต้องการจะยกเลิกหรือเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน พนักงานยินดีให้ความช่วยเหลือตามผู้โดยสารร้องขอภายใต้ข้อจำกัดของสายการบิน เช่น เสนอทางเลือกให้ผู้โดยสารเลื่อนเที่ยวบินเพื่อทำการบินครั้งถัดไปโดยไม่มีค่าใช้จ่าย หรือ คืนเงินให้โดยผู้โดยสารจะต้องกรอกเอกสารตามที่กำหนด ซึ่งเป็นการปฏิบัติตามขั้นตอนและนโยบายที่ลดความไม่พึงพอใจจากเหตุการณ์ดังกล่าวได้

## 5.2 อภิปรายผล

การวิจัยของ Parasuraman, Valarie A. Zeithaml and Leonard L. Berry (1985) ได้กล่าวถึง ปัจจัยในการประเมินคุณภาพบริการไว้ 5 ปัจจัยหรือที่เรียกว่า “SERVQUAL” (Service Quality) ซึ่งได้แก่ 1) การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness) 2) การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ 3) ความเป็นรูปธรรมในการบริการ (Tangible) 4) การรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการ (Empathy) และ 5) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ซึ่งหากผู้ให้บริการจัดบริการให้ผู้รับบริการตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการตามปัจจัยเหล่านี้แล้ว ย่อมกล่าวได้ว่าการจัดบริการมีคุณภาพสูง และจากการที่ผู้วิจัยได้นำโมเดล “SERVQUAL” มาประยุกต์ใช้ในการวัดคุณภาพบริการของพนักงานภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำ ณ สนามบินนานาชาติ อุบลราชธานี ผ่านมุมมองของพนักงานผู้ให้บริการสายการบินและเหตุการณ์วิกฤตที่นักวิจัยได้สังเกตการณ์นั้น สามารถนำมาอภิปรายผลตามปัจจัยประเมินคุณภาพบริการได้ดังนี้

**5.2.1 การตอบสนองต่อผู้รับบริการ (Responsiveness)** การศึกษานี้พบความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการของพนักงานภาคพื้นดินของสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการแก่ผู้รับบริการได้อย่างรวดเร็วใน 2 จุดให้บริการ คือ จุดจำหน่ายบัตรโดยสารที่พนักงานภาคพื้นดินสามารถให้บริการข้อมูลหรือจัดหาอุปกรณ์ (เช่น ปากกา) ตามการร้องขอของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที และจุดเช็คอิน ที่พนักงานภาคพื้นดินให้ความสำคัญผู้โดยสารเด็กและผู้ปกครองไม่ได้นำบัตรประชาชนมาด้วย โดยพนักงานภาคพื้นดินมีความเต็มใจที่จะให้ผู้โดยสารกรอกหนังสือรับรอง หรือในกรณีผู้โดยสารต่างชาติ พนักงานภาคพื้นดินที่มีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศในระดับต่ำ ได้ให้บริการผู้โดยสารชาวต่างชาติด้วยการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม ในการเรียกแถวหรือให้ความช่วยเหลืออื่น ๆ ซึ่งการตอบสนองต่อผู้โดยสารที่รวดเร็วและเท่าเทียมเหล่านี้นำมาสู่การลดความตึงเครียดระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการหรือระหว่างผู้โดยสารกับผู้โดยสาร ส่งผลให้ผู้รับบริการรับรู้ว่าปัญหาของพวกเขาได้รับการแก้ไขอย่างทันทีทันใดจึงเกิดเป็นความพึงพอใจขึ้น จึงถือว่าคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการของพนักงานภาคพื้นดินมีคุณภาพสูง ตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Evenlyn Omanukwue (2008) และ Jiju Anthony and et al. (2004) ที่ระบุว่า การตอบสนองที่รวดเร็วในธุรกิจโรงแรมเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจมากที่สุด นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Minjoo Tun, Zhilin Yang and Daesoo Kim (2003) ที่พบว่า การตอบสนองอย่างรวดเร็วช่วยในการประเมินคุณภาพบริการซึ่งมีอิทธิพลต่อลูกค้ามากที่สุด

**5.2.2 การให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ (Assurance)** แม้ว่าพนักงานจะมีความแม่นยำในเรื่องน้ำหนักสัมภาระและอุปกรณ์ต้องห้ามในการเดินทาง แต่กลับสร้างความไม่พอใจของผู้โดยสารที่ต้องชำระค่าน้ำหนักสัมภาระติดตัวขึ้นเครื่องบินในกรณีที่มีน้ำหนักเกินกว่าที่สายการบินกำหนด อีกทั้งยังขาดความแม่นยำในการตรวจเอกสารในการเดินทางโดยเฉพาะบัตรประชาชนจำตัวประชาชน ซึ่งมีการให้ข้อมูลผิดโดยระบุถึงข้อมูลอายุของเด็กว่าเด็กอายุ 12 ปีบริบูรณ์ยังไม่มีบัตรประชาชนนั้น เป็นข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือกับความเป็นจริงและข้อกำหนดทางกฎหมาย และไม่สามารถสื่อสารได้ดีในกรณีผู้โดยสารต่างประเทศที่ต้องอาศัยความสามารถในการสื่อสารเป็นภาษาต่างประเทศนั้น ซึ่งถือได้ว่าคุณภาพบริการด้านความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการของพนักงานภาคพื้นดินมีคุณภาพต่ำ ไม่ตรงตามความ

คาดหวังของผู้รับบริการ ทั้งนี้ ผลการศึกษานี้แตกต่างจากผลการศึกษาของครรชิต ยศพรไพบูลย์ (2552) ที่กล่าวถึงการสร้างความสร้างความเชื่อมั่นถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดสำหรับผู้โดยสาร ซึ่งมาจากความคาดหวังด้านบริการของผู้โดยสารขาเข้าที่ใช้บริการท่าอากาศยานภายในประเทศ และผลการศึกษาแตกต่างจากการศึกษาของ Saha and Theingi (2009) ที่ระบุว่าความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการของสายการบินต้นทุนต่ำมีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการของสายการบินมากที่สุด

**5.2.3 ความเป็นรูปธรรมในการบริการ (Tangibility)** จากการศึกษาพบว่า แม้ว่าสายการบินจะจัดสรรอุปกรณ์ในการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสารที่มาใช้บริการ แต่ไม่เพียงพอและเหมาะสม เห็นได้จากจุดจำหน่ายบัตรโดยสารที่ไม่มีปกกา และพื้นที่ที่เหมาะสมในการกรอกแบบฟอร์มเพื่อการขอให้ออกใบเสร็จรับเงินค่าบัตรโดยสารส่วนในจุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบินพบว่า จำนวนเสากั้นทางเดินมีสัดส่วนไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้โดยสารที่เข้าแถวตรวจเอกสาร ทำให้เกิดปัญหาการแทรกแถวนำมาซึ่งความไม่พอใจระหว่างผู้โดยสารด้วยกัน จึงถือว่าคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการของพนักงานภาคพื้นดินมีคุณภาพต่ำ ไม่ตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการ อย่างไรก็ตาม ในระดับปฏิบัติการนั้นกลับพบว่า พนักงานประจำจุดบริการได้แก้ไขปัญหาคความไม่พอใจของอุปกรณ์ได้เป็นอย่างดี อีกทั้ง ยังมีการแต่งกายที่สะอาดเรียบร้อย และเตรียมความพร้อมอุปกรณ์ในการให้บริการในขั้นตอนก่อนให้บริการ โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Vincent C.S., Heung, M.Y. Wong, and Hailin Qu (2000) ที่ให้ความสำคัญอย่างมากต่อความเป็นรูปธรรมในการให้บริการในธุรกิจร้านอาหาร ณ สนามบินฮ่องกง ไม่ว่าจะจะเป็นความสะดวกของอุปกรณ์และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในห้องอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นอย่างมาก รวมถึงธุรกิจโรงแรมจากผลการศึกษาของ Thanika Devi Juwaheer (2004) ที่มองว่าความเป็นรูปธรรมจากลักษณะภายนอกถือเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อคุณภาพบริการ

**5.2.4 การรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการ (Empathy)** เป็นที่สังเกตว่าเหตุที่นำไปสู่ความไม่พอใจในการรับบริการ อาจเกิดจากความไม่เข้าใจระเบียบเงื่อนไขของสายการบิน ความไม่เอาใจใส่ในการให้ข้อมูล ความต้องการของผู้โดยสารที่อาจมีข้อจำกัด ซึ่งพนักงานภาคพื้นดินในระดับปฏิบัติการ สามารถให้บริการโดยใช้ความเห็นอกเห็นใจด้วยการลอบโยน พร้อมเสนอแนวทางที่สามารถดำเนินการได้ เช่น ณ จุดประตูทางออกขึ้นเครื่องบินที่ผู้โดยสารไม่ได้ยินเสียงเรียก Final Call เนื่องจากเพลิตเพลิทกับกิจกรรมบางอย่าง (สูบบุหรี่ ฟังเพลงผ่านหูฟัง) และเหตุที่นำไปสู่ความไม่พอใจที่เกิดจากเหตุสุดวิสัยทำให้เครื่องบินล่าช้า กรณีนี้ พนักงานภาคพื้นดินและสายการบินได้ให้ความเอาใจใส่เป็นพิเศษ เห็นได้จากการเสนอทางเลือกและจัดหาอาหารว่างให้ผู้โดยสาร เพื่อบรรเทาความไม่พึงพอใจดังกล่าวจึงถือว่าคุณภาพบริการด้านการรู้จักและเข้าใจผู้ให้บริการของพนักงานภาคพื้นดินมีคุณภาพสูง ตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Maxwell Aganu Phiri and Thobeleni Meqabe (2013) การให้บริการรับจ่ายเงินที่ห้างสรรพสินค้าด้วยความเห็นอกเห็นใจและเอาใจใส่ลูกค้าเป็นสิ่งที่ถูกคำรับรู้และคาดหวังอย่างมีนัยสำคัญ

**5.2.5 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability)** จากการศึกษาที่พบความพร้อมของระเบียบข้อบังคับหลักเกณฑ์ ขั้นตอน และการฝึกอบรมของสายการบินที่มีความชัดเจนและเป็นสากล สร้างความเป็นมืออาชีพให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน นำไปสู่คุณภาพบริการที่โดดเด่นของสายการบินต้นทุนต่ำได้

เห็นได้จากการให้บริการด้วยรอยยิ้มและความสุภาพ นำมาซึ่งคำชมเชยจากผู้โดยสาร และการปฏิบัติตามขั้นตอนการให้บริการอย่างเป็นแบบแผน เช่น มีการสอบถามข้อมูลความต้องการของผู้โดยสาร และทบทวนข้อมูลแจ้งผ่านเสียงตามสายว่าพร้อมให้บริการ แล้วเรียกผู้โดยสารที่มีสิทธิพิเศษเป็นลำดับแรกหรือ เมื่อมีเหตุการณ์สุดวิสัยทำให้เครื่องล่าช้า หากผู้โดยสารมีความต้องการจะยกเลิกหรือเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน พนักงานยินดีให้ความช่วยเหลือตามผู้โดยสารร้องขอภายใต้ข้อจำกัดของสายการบิน ซึ่งเป็นการปฏิบัติตามขั้นตอนและนโยบายที่ลดความไม่พึงพอใจได้จึงถือว่าคุณภาพบริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ของพนักงานภาคพื้นดินมีคุณภาพสูง ตรงตามความคาดหวังของผู้รับบริการ สอดคล้องผลการศึกษาศึกษาของ Mushtaq Ahmad Bhat (2012) ในการจัดบริการธุรกิจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าต้องการการจัดการที่มีความเชื่อถือได้เป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัย Thanika Devi Juwaheer (2004) ในการรับรู้คุณภาพบริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวนานาชาติที่มาใช้บริการโรงแรมใน Mauritius พบว่า ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อคุณภาพบริการ

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการอภิปรายผลการวิจัยคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางการบิน อูบลราชธานี- กรุงเทพมหานคร - อูบลราชธานี ด้วยการศึกษาโดยใช้วิธีการสังเกตการณ์สำหรับเหตุการณ์วิกฤต (Critical Incident) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Dept Interview) พนักงานภาคพื้นดินสายการบินนกแอร์และไทยแอร์เอเชีย นั้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการให้บริการด้วยคุณภาพของสายการบินต้นทุนต่ำ ดังนี้

5.3.1.1 สายการบินควรมีการจัดเตรียมอุปกรณ์ในการให้บริการอย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นแว่นกันแดดเพื่อจัดระเบียบการเข้าแถว และเครื่องเสียงที่มีคุณภาพความดังชัดเจน ไม่มีเสียงรบกวน (Noise) เพื่อให้การส่งสารจากพนักงานภาคพื้นดินไปสู่ผู้รับบริการเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.3.1.2 สายการบินควรมีการจัดอบรมทักษะทางด้านการใช้ภาษาและการสื่อสาร ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศแก่พนักงานภาคพื้นดิน 1 ครั้งต่อ 6 เดือน โดยต้องมีการวัดผลทักษะทางภาษาและการสื่อสารดังกล่าวทุกครั้งหลังอบรม มีเกณฑ์ที่ชัดเจน กรณีที่พนักงานภาคพื้นดินที่ไม่ผ่านเกณฑ์ติดต่อกันเป็นจำนวน 3 ครั้ง ควรพิจารณาปรับลดเงินเดือนจนกว่าพนักงานภาคพื้นดินดังกล่าวจะผ่านเกณฑ์ ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงกระตุ้นในการเรียนรู้ของพนักงานภาคพื้นดิน อันนำมาซึ่งประสิทธิภาพในการสื่อสารกับผู้รับบริการที่ดียิ่งขึ้น

5.3.1.3 สายการบินควรมีระบบการสร้างแรงผลักดันในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพรวดเร็ว และทันที ด้วยการรับการประเมินการผู้รับบริการ โดยการจูงใจด้วยรางวัลพิเศษ เช่น เงินโบนัส วันหยุด แพ็กเกจทัวร์ เป็นต้น เพื่อให้พนักงานภาคพื้นดินเกิดแรงผลักดันในการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น

5.3.1.4 สายการบินควรสร้างความเชื่อมั่นในการบริการโดยการฝึกให้พนักงานมีทักษะความรู้ทั่วไปเพื่อแสดงให้เห็นถึงการให้บริการอย่างมืออาชีพ การมีความรู้ที่นำเชื่อถือ จะสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการได้

5.3.1.5 สายการบินต้นทุนต่ำควรให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการให้ครบทั้ง 5 ด้าน เพื่อสร้างความมั่นใจและเพิ่มความพึงพอใจในผู้ใช้บริการ และช่วยกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการบอกต่อหากพบว่าสายการบินมีคุณภาพบริการที่ดีจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการเหนือกว่าความคาดหวังไว้

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 การวิจัยนี้ เป็นการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและสัมภาษณ์เชิงลึกที่ให้บริการเส้นทางอุบลราชธานี-กรุงเทพฯ-อุบลราชธานี ของสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 2 บริษัทเท่านั้น ไม่ได้ศึกษาถึงคุณภาพบริการของทุกบริษัทที่ให้บริการในเส้นทางดังกล่าว ดังนั้น จึงเป็นประเด็นที่ท้าทายผู้วิจัยในการวิเคราะห์และเปรียบเทียบคุณภาพบริการผ่านมุมมองพนักงานภาคพื้นดินของทุกบริษัทที่เป็นสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการในเส้นทางดังกล่าว

5.3.2.2 ควรศึกษาความคาดหวังในคุณภาพบริการด้านผู้โดยสารหรือผู้รับบริการโดยใช้เครื่องมือ SERVQUAL เพื่อดูความคาดหวังว่าสอดคล้องหรือแตกต่างจากคุณภาพบริการในมุมมองพนักงานภาคพื้นดินหรือไม่อย่างไร



เอกสารอ้างอิง

## เอกสารอ้างอิง

- กชพรรณ เจริญผล. พฤติกรรมการซื้อบัตรโดยสารผ่านช่องทางต่างๆของผู้ใช้บริการชาวไทยที่โดยสารสายการบินประเภทต้นทุนต่ำภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, 2554.
- กัลยา สร้อยสิงห์. “ความคาดหวังและการรับรู้ต่อความพึงพอใจในคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการโรงแรมเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี”, วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 10(1): 216-238; มกราคม-มิถุนายน, 2559
- ครรชิตพล ยศพรไพบูลย์. “การวัดคุณภาพบริการร้านอาหาร Fast Food ใน 5 ด้านหลักของ SERVQUAL: ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การให้ความมั่นใจ การดูแลเอาใจใส่ และรูปลักษณ์ทางกายภาพ”, วารสารวิจัยพัฒนาโลกลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 3(2): 37-49; พฤษภาคม-สิงหาคม, 2552.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาบริการในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์”, เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 1-7. พิมพ์ครั้งที่ 4. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2549.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2549.
- ชินโชติ เทียนเมธี. ภาพลักษณ์พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินและเจตคติของผู้โดยสารต่อพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่เป็นบุคคลรักเพศเดียวกันที่พยากรณ์ความประทับใจในการบริการของสายการบิน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2555.
- ณัฐฐา หงส์แก้ว. รายงานวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียภายในประเทศ (เชียงใหม่-กรุงเทพฯ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2555.
- ณัฐวุฒิ อนุกุลธนกิจ. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการและการตั้งใจใช้บริการในอนาคตที่มีต่อสายการบินต้นทุนต่ำ. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2557.
- ณัฐอร เลิศวรรณพงษ์. ภาพพจน์องค์กร ความไว้วางใจและพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินเอมิเรตส์ของผู้โดยสารชาวไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยรังสิต, 2555.
- ตุลยา วุฒิปรีชา. พฤติกรรมการเดินทางและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2549.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ธีรพล โกศลวัฒน์ และพัชรภรณ์ ปรีชามโนมัย. การศึกษาแนวทางการพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษา การใช้สื่อทางสังคมออนไลน์ของบริษัท แอร์เอเชีย จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2553.
- น้ำเพชร อยู่สกุล. ความเป็นเลิศในการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2553.
- นิภานันท์ เฉยพันธ์. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดบริการกับความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการเครื่องบินของสายการบินของประเทศไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 2551.
- บริษัทนกแอร์ จำกัด. “เงื่อนไขและข้อกำหนดของสายการบินนกแอร์”, ข้อมูลบริษัท. [www.nokair.com](http://www.nokair.com). 11 ธันวาคม, 2560
- บริษัทไทยแอร์เอเชีย จำกัด. “เงื่อนไขและข้อกำหนดของสายการบินไทยแอร์เอเชีย”, ข้อมูลบริษัท. [www.airasia.com](http://www.airasia.com), 11 ธันวาคม, 2560
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์, 2548.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. “ส่วนแบ่งการตลาดสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ ปี พ.ศ. 2559”, ธุรกิจท่องเที่ยว. <https://www.thaihotelbusiness.com/news/business-marketing>. 12 ธันวาคม, 2559.
- พรชัย ศรีสว่าง. ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2548.
- พระราชบัญญัติบัตรประจำตัวประชาชน (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2546. ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 128 ตอนที่ 34 ก. หน้า 24. 11 พฤษภาคม, 2554.
- ไพโรพนา ศรีเสน. ความคาดหวังของผู้รับบริการต่อคุณภาพบริการในงานผู้ป่วยนอกโรงพยาบาลศิริราช คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยมหิดล, 2554.
- รัชนี้ ก้อนคำ. คุณภาพบริการของโรงแรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2547.
- วรทัศน์ วัฒนะพงษ์. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสายการบินต้นทุนต่ำ บริษัท ไทยแอร์เอเชีย เส้นทาง กรุงเทพฯ – ภูเก็ต. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยนครพนม, 2555.
- วิภาดา สรเพชญ์พิสัย. พฤติกรรมและทัศนคติของผู้โดยสารระหว่างประเทศที่มีต่อการบริการภาคพื้นของสายการบินไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2546.
- วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. คุณภาพในงานบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ประชาชน, 2543.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ศิริณ ศรีสิทธิพจน์. **ประสิทธิผลของการโฆษณาเชิงภาพลักษณ์ทางโทรทัศน์ของสายการบินนกแอร์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2554.
- ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ. **รายงานวิจัยปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทย.** ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2555.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. **เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ยูบีซีแอลบุ๊กส์, 2550.
- สุธี ไฉ่วศิริ และคณะ. **รายงานวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.** สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2548
- สุภาวงศ์ จันทวานิช. **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ.** พิมพ์ครั้งที่ 19. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. “**แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี**”, **คลังข้อมูลงานวิจัย.** [http://164.115.28.48/2558/?page=result\\_search&record\\_id=229187](http://164.115.28.48/2558/?page=result_search&record_id=229187). 18 ตุลาคม, 2558.
- องอาจ นัยพัฒน์. **วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2548.
- อนงค์ณัฐ ทาอินตะ. **รายงานวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ.** เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2555.
- อมรทิพย์ อัจสมิติ. **ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้โดยสารที่มีต่อสายการบินต้นทุนต่ำ.** วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 2548.
- Allen, R. C. **The British industrial revolution in global perspective: How commerce created the industrial revolution and modern economic growth.** Oxford: Unpublished, Nuffield College, 2006.
- Alves, C. F. and Barbot, F. “Price Discrimination Strategies of Low-Cost Carriers”, **Journal of Transport Economics and Policy.** 43(3): 345-363; March, 2009.
- Anthony, J. and et al. “Six Sigma in the software industry: results from a pilot study”, **Managerial Auditing Journal.** 19(8): 1025-1032; August, 2004.
- Bhat, M. A. “Tourism service quality: A dimension, specific Assessment of SERVQUAL”, **Global Business Review.** 13(2): 327-337; June, 2012.
- Chowdhury, E. **Low Cost Carriers: How Are They Changing the Market Dynamics of the U.S. Airline Industry? An Honours Essay.** Ottawa: Carleton University, 2007.
- Curry, N., and Gao, Y. “Low-Cost Airlines-A new customer relationship? An analysis of Service Quality, Service Satisfaction, and customers loyalty in a Low-cost setting”, **Services Marketing Quarterly.** 33(2): 104-118; February, 2012.

### เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Gerteis, M. and et al. **Through the patient's eyes: understanding and promoting patient centre care.** San Francisco: Jossey – Bass Publishers, 1993.
- Isrel, M. “Low-Cost airline”, **Low – cost airline market research.** www.airlineprofiler.eu. 17 July, 2015.
- Juwaheer, T. D. “Exploring international tourists' perceptions of hotel operations by using a modified SERVQUAL approach – a case study of Mauritius”, **Managing Service Quality: An International Journal.** 14(5): 350-364; May, 2004.
- Kotler, P. **Marketing Management.** 5<sup>th</sup> ed. New Jersey: Prentice-Hall International Inc, 2000.
- Lewis, R. C. and Booms, B. H. **The marketing aspect of service quality.** In Berry, L., Shostack, G., Upah, G. (Eds), **Emerging perspectives on services marketing.** Chicago: American Marketing, 1983.
- Lovelock, C. H. and Wright, L. **Principles of Service Marketing and Management.** New Jersey: Pearson Education, 2003.
- Lau, P. M. and et al. “Service quality: A study of the Luxury Hotels in Malaysia”, **The Journal of American Academy of 73 business.** 7(2): 46 – 55; February, 2005.
- Marketingstudyguide. (Website). “About the SERVQUAL (or RATER) Model”, **Understanding the SERVQUAL Model.** <http://www.marketingstudyguide.com/understanding-the-servqual-model/>. 12 May, 2016.
- Omanukwue, E. **Customer Perception of Service Quality in Boutique Hotel Le Six Paris.** Master's of Science: Zuyd University, 2008.
- Parasuraman, A. Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research”, **Journal of Marketing.** 49(4): 41-50; Autumn, 1985.
- . . “Research note: more on improving service quality measurement”, **Journal of Retailing.** 69(1): 140-147; Spring, 1993.
- Phiri, M. A. and Mcwabe, T. “Customers' expectations and perceptions of services quality: the case of pick n pay supermarket stores in Pietermaritzburg area, South Africa”, **International Journal of Research in Social Sciences.** 3(1): 96-104, January, 2013.

### เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- Saha G. C. and Theingi. “Service Quality, Satisfaction and Behavioural intentions: A study of Low-Cost Airlines carriers in Thailand”, **Journal of service theory and practice**. 19(3): 350–372; March, 2009.
- Sandhu, H. S. “Customer’s perception towards Service Quality of life insurance Corporation of India: A factor analytic approach”, **International Journal of Business and Social Science**. 2(18): 219-231; October, 2011.
- Schmenner, R. W. **Service Operations Management**. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1995.
- Tenner, A. R. and Detoro, I. J. **Total quality management: The step to continuous improvement**. Massachusetts: Addison – Wesley. 1992.
- Tun, M., Yang, Z. and Kim, D. “Customer’s perception of online retailing service quality and their satisfaction”, **International Journals of Quality and Reliability management**. 21(1): 817–840; January, 2003.
- Vincent, C. S. and et al. “Airport-restaurant Service Quality in Hong Kong An Application of SERVQUAL”, **Cornell Hospitality Quarterly**. 41(3): 86-96; June, 2000.
- Zeithaml, V. A. and et al. “Gap Model: The behavioral consequences of service quality”, **Journal of marketing**. 60(2): 31-46; February, 1990.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
แบบบันทึกการสัมภาษณ์



**แบบบันทึกการสัมภาษณ์**  
**เรื่อง คุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ**  
**กรณีศึกษา เส้นทางบิน อุบลราชธานี - กรุงเทพมหานคร-อุบลราชธานี**

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....  
 ตำแหน่ง.....  
 วันที่สัมภาษณ์..... เวลาที่สัมภาษณ์.....  
 ประสบการณ์ทำงาน.....

อธิบายข้อมูลทั่วไปของงานที่ได้รับมอบหมายและขั้นตอนของการทำงานมีอะไรบ้าง

.....  
 .....

ปัญหาของการทำงานในการให้บริการที่เกิดขึ้นมีอะไรบ้าง

.....  
 .....

ช่วยเล่าเรื่องเหตุการณ์ที่แย่ที่สุดและ/หรือดีที่สุดจากการให้บริการว่ามีอะไรบ้าง และเป็นอย่างไร

.....  
 .....

มีการตอบสนองต่อเหตุการณ์แย่ที่สุดและ/หรือดีที่สุดนั้นอย่างไรบ้าง

.....  
 .....

มีปัญหาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการอีกหรือไม่ และปัญหานั้นเป็นอย่างไร

.....  
 .....

ภาคผนวก ข  
รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

## รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

เพื่อไม่เป็นการละเมิดสิทธิ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ รายชื่อของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้ไม่ได้เรียงตามลำดับตัวเลขของตัวอักษรภาษาอังกฤษ (A และ N) ตามที่ปรากฏในรายงานการวิจัยแต่อย่างใด

### สายการบินนกแอร์

1. คุณวุฒินันท์ บุญรอด
2. คุณจุฑามาศ นวลสุข
3. คุณอภิรัฐ ชัยวัฒนนันท์
4. คุณโบ้ (ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ต้องการให้ระบุชื่อและนามสกุล)
5. คุณติว หัวหน้าสถานีสายการบินนกแอร์
6. คุณสมพงษ์ ทองร่วม
7. คุณกุลนิษฐ์ พันธุ์ทาม
8. คุณแพรว (ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ต้องการให้ระบุชื่อและนามสกุล)
9. คุณศรัณญาลานนท์
10. คุณชมพู่ (ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ต้องการให้ระบุชื่อและนามสกุล)
11. คุณไพบร์ท์ สุรัสวดี
12. คุณสุภาภรณ์ ป้อมแก้ว
13. คุณจุลลีย์ (ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ต้องการให้ระบุชื่อและนามสกุล)
14. คุณธนวัฒน์ ไหลเจริญกิจ
15. คุณบอส (ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ต้องการให้ระบุชื่อและนามสกุล)

### สายการบินไทยแอร์เอเชีย

1. คุณอรวรรณ บัวพันธุ์
2. คุณหทัยชนก ทองมน
3. คุณณัฐวิทย์ ทองดา
4. คุณปู๊ (ผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ต้องการให้ระบุชื่อและนามสกุล)

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวธัญญา ทิพย์สุวรรณ
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2544 – 2550 โรงเรียนเบ็ญจะมะมหาราช จังหวัดอุบลราชธานี
	พ.ศ. 2551 – 2555 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2558 - ปัจจุบัน สำนักงานสรรพากรพื้นที่อุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี
ตำแหน่งงาน	เจ้าหน้าที่ตรวจสอบภาษีและเร่งรัดภาษีอากรค้ำ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	สำนักงานสรรพากรพื้นที่อุบลราชธานี เลขที่ 25-11 ซอยแจ้งสนิท 1 ถนนแจ้งสนิท ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี รหัสไปรษณีย์ 34000