

การพัฒนาตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย

The Development of Service Quality Indicators for the Airline Business in Thailand

วงศ์า เหล่าวรวิทย์¹ อัศวิน แสงพิกุล²
Vongsa Laoovoravit, Aswin Sangpikul

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยเรื่อง “การพัฒนาตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย” มุ่งศึกษาถึง 1) เพื่อสำรวจตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินในบริบทประเทศไทยและต่างประเทศ 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินระหว่างประเทศไทยและต่างประเทศ และ 3) เพื่อวิเคราะห์และกำหนดตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่เหมาะสมของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลจากฐานข้อมูลออนไลน์ (TCI, Google Scholar, Scopus) และใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) และสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า นักวิชาการชาวไทยส่วนใหญ่นิยมใช้โมเดลดั้งเดิม คือ SERVQUAL ในการวัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินทั้งสายการบิน full service และ low cost ในขณะที่นักวิชาการชาวต่างประเทศนิยมใช้โมเดลดัดแปลง (modified models) ในการวัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินทั่วโลก อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในครั้งนี้ได้วิเคราะห์และกำหนดตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินที่เหมาะสมเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ต่อไป ซึ่งประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ (ตัวชี้วัด) ได้แก่ reliability, empathy, assurance, responsiveness, tangible, communication และ outcome quality ทั้งนี้ องค์ความรู้จากงานวิจัยนี้จะประโยชน์ต่อวงการวิชาการและภาคธุรกิจสายการบินในการนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ต่อไป

คำสำคัญ (keywords): คุณภาพการบริการ; ตัวชี้วัด; ธุรกิจสายการบิน; SERVQUAL

Abstract

The research article “The Development of Service Quality Indicators for the Airline Business in Thailand” aimed to 1) explore the indicators of airline service quality from Thailand and international contexts; 2) compare the indicators of airline service quality from Thailand and international contexts; and 3) analyze and determine the appropriate indicators of airline

Received: 2024-01-13 Revised: 2024-01-29 Accepted: 2024-01-31

¹ อาจารย์ประจำวิทยาลัยด้านการพัฒนาและฝึกอบรมด้านการบิน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Lecturer, College of Aviation Development and Training, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand .E-mail: vongsa.lao@dpu.ac.th

² ผู้อำนวยการหลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Graduate Program of Tourism Management, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: aswin.sal@dpu.ac.th

service quality in Thailand. It is a qualitative research that collected data from online databases (TCI, Google Scholar, Scopus) and used content analysis and descriptive statistics to analyze the data.

The study found that most Thai scholars often employed an original SERVQUAL model to measure service quality for full service และ low-cost airlines. Whereas, international scholars employed modified models to measure service quality of international airlines. However, this study has analyzed and determined the appropriate indicators of airline service quality in Thailand, which consisted of 7 elements (indicators): reliability, empathy, assurance, responsiveness, tangible, communication, and outcome quality. The study is expected to provide knowledge and benefits for academic community and airline practitioners.

Keywords: service quality; indicators; airline business; SERVQUAL

บทนำ (Introduction)

ธุรกิจสายการบินเป็นหนึ่งในธุรกิจใ้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการที่มีบทบาทสำคัญโดยให้บริการขนส่งทางอากาศแก่ผู้เดินทางหรือนักท่องเที่ยวจากสถานที่หนึ่งไปสู่จุดหมายปลายทางต่างๆทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย ธุรกิจสายการบินจึงเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ช่วยกระจายนักท่องเที่ยวออกไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว (วงศา เหล่าวรวิทย์ และอัศวิน แสงพิกุล, 2566: 67-77) ปัจจุบันประเทศไทยมีสายการบินหลายสายที่เปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งสายการบินแบบต้นทุนต่ำ (low cost airlines) และสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (full-service airlines) ทำให้เกิดการแข่งขันกันค่อนข้างสูงในอุตสาหกรรมการบินของประเทศ (จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์, 2561: 125-154; วีรวิทย์ เลิศไทยตระกูล, 2562: 64-73; ทักษิณา แสนเย็น และคณะ, 2564: 118-127)

หนึ่งในปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมศักยภาพของประกอบการธุรกิจสายการบินในการแข่งขันปัจจุบัน คือ การให้บริการที่มีคุณภาพ โดยใช้แนวคิดในเรื่องคุณภาพการบริการ หรือ service quality (Sangpikul, 2021: 1-12) ซึ่งแนวคิดดังกล่าว เป็นการประเมินคุณภาพการบริการของผู้ประกอบการ โดยวัดจากความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าในประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ตัวพนักงาน กระบวนการให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น (Wu & Ko, 2013: 218-244; Wu & Cheng, 2013: 13-22) โดยหลักของแนวคิดนี้ คือ หากลูกค้ารับรู้หรือรู้สึกว่าการบริการของผู้ประกอบการทำได้ดีกว่าที่ตนเองคาดหวังไว้ ผลลัพธ์ คือ แนวโน้มความพึงพอใจ โอกาสการกลับมาใช้บริการซ้ำ หรือการแนะนำบอกต่อ ในทางตรงกันข้าม หากลูกค้ารู้สึกว่าการบริการนั้นทำได้ไม่ดีเท่าที่ตนเองคาดหวังไว้ หรือไม่ตรงกับที่ตนเองคาดหวังไว้ ผลลัพธ์อาจจะเป็นแนวโน้มความไม่พึงพอใจ และการไม่กลับมาใช้บริการซ้ำ (Wu & Ko, 2013: 218-244; Wu & Cheng, 2013: 13-22) ด้วยเหตุนี้ ที่ผ่านมามีนักวิจัยทั้งชาวไทยและต่างประเทศจำนวนมากให้ความสนใจศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินเป็นจำนวนมาก เนื่องจากหัวข้อดังกล่าวมีความสำคัญต่อการดำเนินงานของธุรกิจสายการบินให้ประสบความสำเร็จ

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับตัวชี้วัดคุณภาพการบริการในธุรกิจสายการบินจำนวนหลายเรื่อง ซึ่งส่วนใหญ่ักนักวิจัยมักนิยมใช้โมเดล SERVQUAL เป็นหลักใน

การวัดคุณภาพการบริการในธุรกิจสายการบิน ซึ่งโมเดลนี้ประกอบด้วยมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (reliability) การตอบสนองลูกค้า (responsiveness) การเอาใจใส่ดูแล (empathy) ความเชื่อมั่นไว้วางใจ (assurance) และความเป็นรูปธรรม (tangible) อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยอีกหลายเรื่อง โดยเฉพาะงานวิจัยจากต่างประเทศที่ได้ศึกษาประเด็นคุณภาพการบริการในธุรกิจสายการบินโดยใช้ตัวชี้วัดที่แตกต่างกันออกไป เช่น employees, flight patterns, availability หรือใช้โมเดลอื่นๆ เช่น interaction quality, physical quality, outcome quality เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อความเข้าใจที่ลึกซึ้งและความชัดเจนในตัวชี้วัดดังกล่าวในธุรกิจสายการบิน ผู้เขียนเห็นว่าควรมีการศึกษาวิเคราะห์เพิ่มเติมในเรื่องดังกล่าวเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและความชัดเจนเกี่ยวกับตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินในภาพรวม อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในอนาคตและการประยุกต์ใช้ในภาคธุรกิจสายการบินได้อย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research objectives)

1. เพื่อสำรวจตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินในบริบทประเทศไทยและต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินระหว่างบริบทประเทศไทยและต่างประเทศ
3. เพื่อวิเคราะห์และกำหนดตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่เหมาะสมของธุรกิจสายการบินในประเทศไทยเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research) ที่ศึกษาตัวชี้วัดคุณภาพการบริการธุรกิจสายการบิน (airline service quality) ในบริบทของการศึกษาในประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อวิเคราะห์ความเหมือนและความแตกต่างของตัวชี้วัดคุณภาพการบริการในธุรกิจสายการบิน อันจะนำมาสู่การพัฒนาตัวชี้วัดคุณภาพการบริการในธุรกิจสายการบินที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยสำรวจบทความวิจัยฉบับเต็ม (full articles) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เผยแพร่ย้อนหลังในช่วงปี 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2556-2565) จากฐานข้อมูลออนไลน์ของประเทศไทยและต่างประเทศ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูล (record form) โดยดัดแปลงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (เช่น วิริยา โพธิ์ขวาง และคณะ, 2562: 194-212; สรัญญา จันทรชุตกุล, 2560: 160-175; อัครวิน แสงพิกุล, 2564: 23-36) และได้ปรับปรุงเนื้อหาเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดลองใช้แบบบันทึกข้อมูลนี้กับงานวิจัยจำนวน 5 เรื่อง พบว่า สามารถเก็บข้อมูลที่จำเป็นในการวิจัยได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดยสำรวจคำสำคัญที่ใช้ในการสืบค้น เช่น คุณภาพการบริการและสายการบิน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จากฐานข้อมูล TCI – Thailand Citation Index, Google Scholar, และ Scopus และบันทึกข้อมูลสำคัญจากบทความวิจัย (article) เช่น ชื่อเรื่อง วัตถุประสงค์การวิจัย ระเบียบวิธีการวิจัย ผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) เพื่อวิเคราะห์ประเด็นเกี่ยวกับตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบิน และใช้เพื่อสรุปเนื้อหาตามวัตถุประสงค์การวิจัย และใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เพื่อนำเสนอข้อมูลในรูปของความถี่และร้อยละ

ผลการวิจัย (Research results)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนงานวิจัยที่ศึกษาตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบิน

ประเภทงานวิจัย	จำนวนงานวิจัย
งานวิจัยที่ศึกษาในบริบทประเทศไทย	23 (42%)
งานวิจัยที่ศึกษาในบริบทต่างประเทศ	32 (58%)
รวม	55 (100%)

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของงานวิจัยที่ศึกษาตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินทั้งในบริบทประเทศไทยและต่างประเทศ โดยพบว่า จำนวนงานวิจัยที่ศึกษาตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินในช่วงปี พ.ศ. 2556-2565 มีทั้งหมด 55 เรื่อง แบ่งเป็นงานวิจัยที่ศึกษาในบริบทประเทศไทยจำนวน 23 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 42 และงานวิจัยที่ศึกษาในต่างประเทศจำนวน 32 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 58

ตารางที่ 2 แสดงตัวการสำรวจงานวิจัยที่ศึกษาตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินทั้งในบริบทประเทศไทยและต่างประเทศ

ผู้เขียน	ประเภทของสายการบินที่ศึกษา	ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่นำมาใช้
1. จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์ (2561: 125-154)	Low-cost airlines	reliability, assurance, empathy, responsiveness, tangible (โมเดล SERVQUAL ดั้งเดิม)
2. สุภาวดี บุญญาลงกรณ์ (2559: 186-195)	Full-service airlines & low-cost airlines	reliability, assurance, empathy, responsiveness, tangible (โมเดล SERVQUAL ดั้งเดิม)
3. ทักษิณา แสเนเย็น และคณะ (2564: 118-127)	Full-service airlines	employees, tangible, responsiveness, reliability, flight patterns, availability, empathy (โมเดลดัดแปลง)
4. Choua et al. (2012: 117-128)	Full-service airlines	reliability, assurance, empathy, responsiveness, tangible (โมเดล SERVQUAL)
5. Hussain, Nasser, & Hussain (2015: 167-175)	Full-service airlines	reliability, responsiveness, assurance, tangible, security & safety, communication (โมเดลดัดแปลง)
6. Namukasa (2013: 520-532)	Full-service airlines	reliability, responsiveness, tangible, courtesy, language skills, timeliness (โมเดลดัดแปลง)

ผู้เขียน	ประเภทของสายการบินที่ศึกษา	ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่นำมาใช้
7. Wu & Cheng, C. (2013: 13-22)	Full-service airlines	interaction quality, physical environment quality, outcome quality, access quality (โมเดลอื่น)

ตารางที่ 2 แสดงตัวอย่างการสำรวจงานวิจัยที่ศึกษาตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินทั้งในบริบทงานวิจัยในประเทศไทยและต่างประเทศ พบว่า ในภาพรวม งานวิจัยของนักวิชาการชาวไทยส่วนใหญ่มักนิยมใช้โมเดล SERVQUAL แบบดั้งเดิมที่ประกอบไปด้วย 5 มิติ (tangible, responsiveness, reliability, empathy, responsiveness) ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของจุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์ (2561: 125-154) และสุภาวดี บุญญาณกรณ์ (2559: 186-195) ในขณะที่มีงานวิจัยเพียง 1 เรื่องเท่านั้น คือ ทักษิณา แส่นเย็น และคณะ (2564: 118-127) ที่ดัดแปลงโมเดล SERVQUAL เพื่อวัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย employees, tangible, responsiveness, reliability, flight patterns, availability, and empathy

ในส่วนของนักวิชาการชาวต่างประเทศนั้น มีทั้งการใช้โมเดล SERVQUAL แบบดั้งเดิม เช่น Choua et al. (2012: 117-128) และโมเดล SERVQUAL แบบดัดแปลง (modified SERVQUAL) เช่น Hussain, Nasser, & Hussain (2015: 167-175) และ Namukasa (2013: 520-532) นอกจากนี้ นักวิชาการบางท่านอาจใช้โมเดลอื่นในการวัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบิน อย่างเช่น Wu & Cheng (2013: 13-22) **ตารางที่ 3** แสดงการเปรียบเทียบตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินในบริบทประเทศไทยกับต่างประเทศ

ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการ (indicators)	คุณลักษณะของคุณภาพการบริการ (attributes)	ตัวชี้วัดที่ศึกษาในบริบทประเทศไทย	ตัวชี้วัดที่ศึกษาในบริบทต่างประเทศ
1. Reliability	-พนักงานปฏิบัติหน้าที่ได้ถูกต้อง/ความถูกต้องของข้อมูล -การรักษาสัญญาที่ให้กับลูกค้า	√	√
2. Empathy	-ความเข้าใจลูกค้า/ ความเห็นใจลูกค้า -การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า	√	√
3. Assurance	-ความสะอาด -กิริยามารยาท ความอ่อนน้อมของพนักงาน -ทักษะ/ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญของพนักงาน -ความปลอดภัย	√	√

ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการ (indicators)	คุณลักษณะของคุณภาพ การบริการ (attributes)	ตัวชี้วัดที่ศึกษาใน บริบทประเทศไทย	ตัวชี้วัดที่ศึกษาใน บริบทต่างประเทศ
4. Responsiveness	-การตอบสนองต่อลูกค้า -การให้บริการที่รวดเร็ว -การมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า	√	√
5. Tangible	-สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/ สภาพแวดล้อม -อุปกรณ์/เครื่องมือ/สิ่ง อำนวยความสะดวก	√	√
6. Flight patterns (คล้ายคลึงกับ empathy)	-ตารางเวลาบินที่ เหมาะสม -ระยะเวลาการรอต่อ เครื่องที่เหมาะสม	√	√
7. Availability (คล้ายคลึงกับ tangible)	-ความพร้อมในการใช้งาน ของอุปกรณ์/สิ่งอำนวยความสะดวก	√	√
8. Communication	-การสื่อสาร -ทักษะการใช้ภาษา	-	√
9. Interaction quality (คล้ายคลึงกับ assurance, responsiveness)	-กิริยามารยาทความอ่อน น้อมของพนักงาน -ทักษะ/ประสบการณ์ ความรู้ของพนักงาน -การตอบสนองลูกค้าอย่าง รวดเร็ว -การแก้ไขปัญหาเฉพาะ หน้า	-	√
10. Physical environment quality (คล้ายคลึงกับ tangible)	-ความสะอาด -ความสะดวกสบายของสิ่ง อำนวยความสะดวก -ลักษณะทางกายภาพ/ สภาพแวดล้อม	-	√
11. Timeliness (คล้ายคลึงกับ reliability)	-ความตรงต่อเวลา	-	√
12. Safety & security (คล้ายคลึงกับ assurance)	-ความปลอดภัยของ ผู้โดยสารและสัมภาระ	-	√
13. Outcome quality	-การถึงจุดหมายปลายทางตรงตามเวลา -ความคุ้มค่า/ความ ราบรื่น/ความ	-	√

ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการ (indicators)	คุณลักษณะของคุณภาพ การบริการ (attributes)	ตัวชี้วัดที่ศึกษาใน บริบทประเทศไทย	ตัวชี้วัดที่ศึกษาใน บริบทต่างประเทศ
	สะดวกสบายตลอดการ เดินทาง		

ตารางที่ 3 แสดงการศึกษาเปรียบเทียบตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินในบริบทประเทศไทยและต่างประเทศพบว่า ตัวชี้วัด/มิติคุณภาพการบริการที่นักวิชาการนิยมใช้มากที่สุด คือ 5 องค์ประกอบของโมเดล SERVQUAL ได้แก่ reliability, empathy, assurance, responsiveness, tangible นอกจากนี้นักวิชาการยังได้นำตัวชี้วัด/มิติคุณภาพการบริการอื่นๆมาประยุกต์ใช้ด้วย เช่น flight patterns และ availability

ในทำนองเดียวกันนักวิชาการต่างประเทศก็ได้ใช้ตัวชี้วัด/มิติคุณภาพการบริการที่คล้ายคลึงกับนักวิชาการชาวไทย ดังแสดงในตารางที่ 3 อย่างไรก็ตาม นักวิชาการชาวต่างประเทศได้มีการดัดแปลงหรือเพิ่มตัวชี้วัด/มิติคุณภาพการบริการตัวอื่นๆด้วยเพื่อวัดคุณภาพการบริการให้ครอบคลุมกับความคาดหวังของผู้โดยสาร เช่น communication, interaction quality, physical environment quality, timeliness, safety & security, outcome quality ทั้งนี้ หากวิเคราะห์ในรายละเอียดจะพบว่า ตัวชี้วัดหรือมิติคุณภาพการบริการที่นำเสนอในตารางที่ 3 ทั้งของนักวิชาการชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความคล้ายคลึงกัน หรือตัวชี้วัดบางตัวก็อยู่ในกลุ่มเดียวกัน ขอยกตัวอย่างเช่น flight patterns (ตารางเวลาบินที่เหมาะสม ระยะเวลาการรอต่อเที่ยวบิน) น่าจะเกี่ยวข้องหรืออยู่ในหมวดเดียวกับ empathy คือ ความเข้าใจผู้โดยสารได้ หรือ availability (ความพร้อมในการใช้งานของอุปกรณ์/สิ่งอำนวยความสะดวก) น่าจะเกี่ยวข้องกับหรืออยู่ในหมวดเดียวกับ tangible (ลักษณะทางกายภาพ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ) หรือ interaction quality น่าจะเกี่ยวข้องกับหรือคล้ายคลึงกับ 2 มิติ คือ assurance กับ responsiveness ซึ่งหมายถึง การมีปฏิบัติสัมพันธ์กับผู้โดยสารในด้านต่างๆ เช่น อธิบายไม่ตรีในการต้อนรับ การยิ้มแย้มแจ่มใส การให้บริการที่รวดเร็ว หรือการดูแลผู้โดยสาร เป็นต้น จากการวิเคราะห์นี้ จะเห็นว่าตัวชี้วัดหรือมิติคุณภาพการบริการที่นำเสนอในตารางที่ 3 ทั้ง 13 ตัวชี้วัด/มิติ ของนักวิชาการชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีความคล้ายคลึงกันในบางตัว หรือมีความซ้ำซ้อนกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์หาความสัมพันธ์และจัดหมวดหมู่ของตัวชี้วัดหรือมิติคุณภาพการบริการที่นำเสนอในตารางที่ 3 ใหม่ เพื่อให้มีความชัดเจนและเหมาะสมมากขึ้น เพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ต่อไป ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์และกำหนดตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่เหมาะสมของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย

ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการ (indicators)	คุณลักษณะของคุณภาพการบริการ (attributes)
1. Reliability (รวม timeliness)	-พนักงานปฏิบัติหน้าที่ได้ถูกต้อง/ความถูกต้องของข้อมูล -การรักษาสัญญาที่ให้กับลูกค้า -ความตรงต่อเวลา
2. Empathy (รวม flight patterns)	-ความเข้าใจลูกค้า/ความเห็นใจลูกค้า -การดูแลเอาใจใส่ลูกค้า -ตารางเวลาบินที่เหมาะสม -ระยะเวลาการรอต่อเครื่องที่เหมาะสม

ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการ (indicators)	คุณลักษณะของคุณภาพการบริการ (attributes)
3. Assurance (รวม safety & security)	-ความสะอาด -กิจกรรมรยาท ความอ่อนน้อมของพนักงาน -ทักษะ/ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญของพนักงาน -ความปลอดภัยของผู้โดยสารและสัมภาระ
4. Responsiveness	-การตอบสนองต่อลูกค้า -การให้บริการที่รวดเร็ว -การมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า
5. Tangible (รวม availability)	-สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ/สภาพแวดล้อม -อุปกรณ์/เครื่องมือ/สิ่งอำนวยความสะดวก -ความพร้อมในการใช้งานของอุปกรณ์/สิ่งอำนวยความสะดวก
6. Communication	-การสื่อสาร -ทักษะการใช้ภาษา
7. Outcome quality	-การถึงจุดหมายปลายทางตรงตามเวลา -ความคุ้มค่า/ความราบรื่น/ความสะดวกสบายตลอดการเดินทาง

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์และกำหนดตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่เหมาะสมของธุรกิจสายการบินในประเทศไทยเพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ จากเดิมที่นำเสนอในตารางที่ 3 มีราว 13 ตัวชี้วัด จากงานวิจัยในบริบทประเทศและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม จากผลการวิเคราะห์ใหม่ หรือจัดหมวดหมู่ใหม่ จะได้ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจสายการบินราว 7 องค์ประกอบ (ตัวชี้วัด) ได้แก่ reliability, empathy, assurance, responsiveness, tangible, communication และ outcome quality โดยแต่ละองค์ประกอบจะมีคุณลักษณะที่บ่งบอกถึงความคาดหวังของผู้โดยสารกำกับอยู่ด้วย ดังแสดงในตารางที่ 4 ซึ่งผลการวิจัยในส่วนนี้ อาจกล่าวได้ว่าเป็นผลการวิจัยที่สำคัญที่สุดของงานวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากได้วิเคราะห์และกำหนดตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่เหมาะสมของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย เพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในอนาคตทั้งในวงการวิชาการและผู้บริหารธุรกิจสายการบิน

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

งานวิจัยในครั้งนี้ได้นำเสนอตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่เหมาะสมของธุรกิจสายการบินในประเทศไทยเพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ ดังแสดงในตารางที่ 4 ซึ่งประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ (ตัวชี้วัด) ได้แก่ reliability, empathy, assurance, responsiveness, tangible, communication และ outcome quality จากผลการวิจัยนี้ แสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบดั้งเดิมของคุณภาพการบริการสำหรับธุรกิจสายการบินที่ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบของโมเดล SERVQUAL ยังคงมีความสำคัญอยู่ ได้แก่ reliability, empathy, assurance, responsiveness, tangible ซึ่งงานวิจัยหลายเรื่องยังคงใช้ทั้ง 5 องค์ประกอบนี้ในการวัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินอยู่ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในครั้งนี้ยังได้จัดหมวดหมู่ตัวชี้วัดใหม่ และได้เพิ่มมาอีก 2 องค์ประกอบ ได้แก่ communication และ outcome quality ซึ่งทั้ง 2 องค์ประกอบนี้ มีความสำคัญในการวัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบิน ซึ่งมีงานวิจัยหลายเรื่องได้นำ 2 องค์ประกอบนี้มาวัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินในต่างประเทศ อย่างเช่น Hussain et al.

(2015: 167-175) และ Namukasa (2013: 520-532) ซึ่งสะท้อนได้ว่า ทั้ง 2 องค์ประกอบนี้มีความสำคัญในการวัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบิน ทั้งนี้ อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การนำเสนอตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่เหมาะสมของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ (ตัวชี้วัด) มีความเหมาะสม เนื่องจากมีข้อมูลเชิงวิชาการมาสนับสนุนผลการวิจัย

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research knowledge)

ผลการวิจัยช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้ที่มีผลต่อการพัฒนาตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินเชิงสากล เพื่อนำไปสู่การศึกษาต่อยอดพัฒนาเป็นแนวคิดทางด้านการบริการต่อไป ซึ่งย่อมช่วยนำไปสู่การประเมินผลเพื่อพัฒนาคุณภาพการให้บริการทั้งในบริบทประเทศไทยและบริบทต่างประเทศตามบริบทหรือข้อจำกัดที่แตกต่างกันได้ ภายใต้กรอบแนวคิดการวัดคุณภาพการบริการที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจสายการบินในประเทศไทยเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ ซึ่งประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ (ตัวชี้วัด) ได้แก่ reliability, empathy, assurance, responsiveness, tangible, communication และ outcome quality

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

นักวิชาการและผู้บริหารสายการบิน อาจนำความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัยในครั้งนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลการวิจัยในตารางที่ 4 (ประกอบด้วย 7 ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบิน) ไปปรับประยุกต์ใช้เพื่อได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้โดยสารที่มีต่อสายการบิน (customer expectations) กับการดำเนินงานจริง (actual performance) เพื่อประเมินคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบิน ตัวอย่างเช่น หากผู้บริหารสายการบินได้รับข้อมูลว่า การดำเนินงานจริงตามตัวชี้วัดส่วนใหญ่มีคะแนนสูงกว่าหรือมากกว่าความคาดหวัง ซึ่งอาจตีความได้ว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจในการบริการด้านต่างๆของสายการบิน สะท้อนซึ่งคุณภาพการบริการที่ดีของสายการบิน ในทางตรงกันข้าม หากการดำเนินงานจริงตามตัวชี้วัดส่วนใหญ่มีคะแนนน้อยกว่า หรือต่ำกว่าความคาดหวัง ซึ่งอาจตีความได้ว่า ผู้โดยสารอาจรู้สึกไม่พึงพอใจในการบริการด้านต่างๆของสายการบิน และอาจสะท้อนได้ว่าการให้บริการยังไม่ค่อยมีคุณภาพ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการใช้บริการซ้ำ และการบอกต่อ อันจะทำให้สายการบินไม่สามารถแข่งขันได้กับคู่แข่ง โดยผู้บริหารสายการบินควรเอาใจใส่และควรปรับปรุงคุณภาพการบริการ (ตัวชี้วัด) ที่ไม่ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารต่อไป ทั้งนี้ ตัวชี้วัดทั้ง 7 ตัวชี้วัด นักวิชาการและผู้บริหารสายการบินสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อประเมินคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินให้มีความเหมาะสมต่อไป

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงเอกสาร นักวิชาการอาจนำไปประยุกต์ใช้ในงานวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อเพิ่มเติมองค์ความรู้เกี่ยวกับคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินต่อไป โดยอาจวิเคราะห์องค์ประกอบคุณภาพการบริการด้วยการสร้างสมการโครงสร้าง รวมทั้งตัวแปรอื่นๆ ที่อาจเกี่ยวข้อง เช่น ความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- จุฑารัตน์ เหล่าพราหมณ์. (2561). ปัจจัยเชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้คุณภาพการบริการ ความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. *วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*. 14(2): 125-154.
- วิริยา โพธิ์ขวาง และคณะ. (2562). การเตรียมรายงานวิจัยต้นฉบับและการประเมินคุณภาพงานวิจัยทางการพยาบาลและสาธารณสุข. *วารสารวิทยาลัยบรมราชชนนี นครราชสีมา*. 25(2): 194-212.
- วีรวิทย์ เลิศไทยตระกูล. (2562). ตัวชี้วัดคุณภาพการให้บริการของธุรกิจสายการบิน. *วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี*. 15(3): 64-73.
- วงศา เหล่าวรวิทย์ และอัศวิน แสงพิกุล. (2566). การสำรวจงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับมิติความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมของธุรกิจสายการบินในบริบทประเทศไทยและนานาชาติ”. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*. 6(4): 67-77.
- ทักษิณา แสนเย็น และคณะ (2564). การประเมินคุณภาพการบริการของสายบินต่อผู้โดยสารสูงวัยในเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ต. *วารสารปรัชญาปริทรรศน์*. 26(1): 118-127.
- สรัญญา จันทร์ชูสกุล (2560). การประเมินคุณภาพวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักเรียนระดับประถมศึกษา. *Veridian E-Journal*. 10(2): 160-175.
- สุภาวดี บุญญาลงกรณ์. (2559). กลยุทธ์การตลาดธุรกิจสายการบินโดยสารที่ส่งอิทธิพล ต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารชาวไทย กรณีศึกษา เปรียบเทียบสายการบินไทยสมายล์ และสายการบินราคาดะประหยัด. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*. 2(1): 186-195.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2564). การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบการประเมินคุณภาพการบริการของธุรกิจโรงแรมในบริบทประเทศไทยกับต่างประเทศ”. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*. 19(2): 23-36.
- Choua, C., Liub, L., Huangc, S., Yihd, J., & Han, T. (2012). An evaluation of airline service quality using the fuzzy weighted SERVQUAL method. *Applied Soft Computing*. 11(1): 117-128.
- Hussain, R. Nasser, A. & Hussain, Y. (2015). “Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: An empirical investigation”. *Journal of Air Transport Management*. 12(1): 167-175.
- Namukasa, J. (2013). The influence of airline service quality on passenger satisfaction and loyalty The case of Uganda airline industry. *The TQM Journal*. 25(5): 520-532.
- Sangpikul, A. (2021). Understanding the subjective and objective assessments of spa service quality through e-complaints in Thailand. *Journal of Quality Assurance in Tourism & Hospitality*. Advance online publication. DOI: 10.1080/1528008X.2021.1891598
- Wu, H. C. & Ko, Y. J. (2013). Assessment of service quality in the hotel industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. 14(2): 218-244.
- Wu, H. & Cheng, C. (2013). A hierarchical model of service quality in the airline industry. *Journal of Hospitality & Tourism Management*. 20(1): 13-22.