

การวิเคราะห์คุณภาพบริการสายการบินต้นทุนต่ำด้วยคุณลักษณะ ของแบบจำลองคานา*

SERVICE QUALITY ANALYSIS OF LOW COST AIRLINES USING KANO MODEL ATTRIBUTES

ศุภฤกษ์ ประวรรณะ*, ธัญญรัตน์ คำเพระ, วรันตรี ปลั่งวัฒนะ

Supalerk Prawanna*, Thanyarat Khamproh, Warantri Plangwattana

หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สถาบันการบินพลเรือน กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Master of Management Program, Civil Aviation Training Center, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: supalerk.t@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการด้วยคุณลักษณะของแบบจำลองคานา และเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไทย เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ตามสะดวกจากผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำด้วยสูตรการคำนวณของคอแคร์น ได้จำนวน 393 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองคานา โดยใช้ค่าความถี่ร้อยละผลการวิจัยพบว่าคุณภาพการบริการโดยแยกตามคุณลักษณะ ดังนี้ 1) คุณลักษณะแบบมิติเดียว 14 คุณลักษณะ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ให้การบริการอย่างเท่าเทียมกัน เจ้าหน้าที่สายการบินเข้าใจ และตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน สายการบินสามารถดูแลสัมภาระของผู้โดยสารได้เป็นอย่างดี สายการบินให้บริการเที่ยวบินที่ปลอดภัย โดยเป็นไปตามมาตรฐานสากล เว็บไซต์ของสายการบินมีข้อมูลที่เพียงพอ สายการบินมีขั้นตอนที่ง่ายต่อการจองเที่ยวบินผ่านเว็บไซต์ สายการบินสามารถให้บริการได้ตรงเวลา ภาพลักษณ์ของสายการบินมีความน่าเชื่อถือ เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ เจ้าหน้าที่สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้ดี เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพต่อผู้โดยสาร การตอบสนองและแก้ไขปัญหาของผู้โดยสารได้อย่างทันท่วงที การจัดการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการของสายการบิน และเจ้าหน้าที่บนเครื่องบินยินดีให้ความช่วยเหลือ 2) คุณลักษณะที่ไม่แตกต่างกัน 6 คุณลักษณะ ได้แก่ เจ้าหน้าที่สนใจผู้โดยสารเป็นรายบุคคล ราคาค่าบริการมีความสมเหตุสมผล ช่วงเวลาเที่ยวบินที่ดี เที่ยวบินมีให้บริการเพียงพอ เส้นทางบินที่หลากหลาย บริการอาหารและเครื่องดื่มแบบชำระเงินได้บนเที่ยวบิน ดังนั้น จึงจะทำให้สายการบินสามารถแข่งขันในตลาดได้โดยส่งมอบความพึงพอใจอันนำไปสู่ความภักดีและการเลือกใช้บริการอย่างต่อเนื่องในอนาคต

คำสำคัญ: คุณภาพบริการ, สายการบินต้นทุนต่ำ, แบบจำลองคานา



Abstract

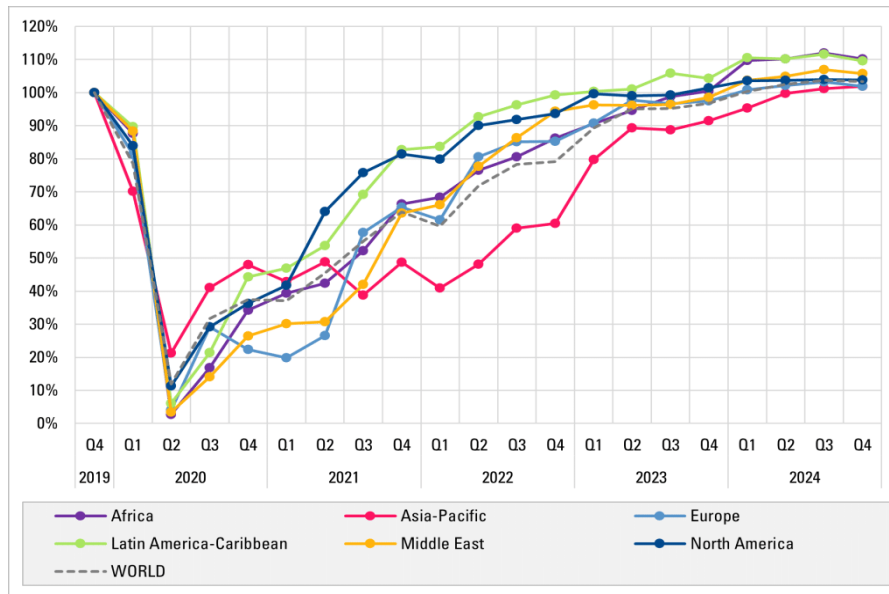
This research is a quantitative study with the objective of analyzing service quality based on the Kano model attributes and proposing strategies to improve the service quality of low-cost airlines within Thailand. The data collection was carried out using a questionnaire with convenience sampling, targeting passengers of low-cost airlines, and a total of 393 respondents were selected based on Cochran's formula. The collected data was then analyzed using the Kano model, with percentage frequency values being calculated. The findings of the research indicated that the service quality of low-cost airlines could be categorized according to specific attributes. The first category of attributes identified were one-dimensional attributes, consisting of 14 characteristics. These characteristics include airline staff providing equal service to passengers, ensuring that airline staff understand customer inquiries and offer complete responses, ensuring proper handling of passenger baggage, providing safe flights that comply with international safety standards, offering sufficient information on the airline's website, having a user-friendly flight booking process on the airline's website, ensuring that flights are punctual, maintaining a reliable image for the airline, having staff with professional knowledge and skills, staff effectively managing unexpected situations, providing polite service to passengers, offering timely responses and resolutions to passenger issues, handling service complaints efficiently, and ensuring that flight attendants are willing to assist passengers when necessary. The second category consists of indifferent attributes, consisting of 6 characteristics. These attributes are staff providing personalized attention to passengers, offering reasonable service prices, providing favorable flight schedules, ensuring sufficient flight availability, offering a variety of flight routes, and offering paid food and beverage services onboard flights. The results of this study suggest that enhancing these specific attributes will help low-cost airlines remain competitive in the market. By improving service quality, airlines can achieve higher levels of customer satisfaction, which will ultimately lead to greater customer loyalty and continued patronage in the future.

Keywords: Service Quality, Low-cost Airlines, Kano Model

บทนำ

ปัจจุบันการเดินทางทางอากาศได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น จากการคาดการณ์ของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะเติบโตเพิ่มขึ้นในปี 2025 ร้อยละ 109 จากปี 2019 เนื่องด้วยการยกเลิกข้อจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศอย่างช้า ๆ อีกทั้งปัจจัยสนับสนุนต่าง ๆ อาทิ ความต้องการเดินทางที่สะสมในช่วงของการจำกัดการเดินทาง นโยบายภาครัฐ และเศรษฐกิจที่เริ่มฟื้นตัวหลักจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (Coronavirus) เป็นต้น (International Air Transport Association (IATA),

2023) ซึ่งสอดคล้องในทำนองเดียวกันกับการคาดการณ์ของสมาคมทำอากาศยานระหว่างประเทศ ระบุว่าปริมาณผู้โดยสารเพิ่มขึ้นอย่างมากจากการเปิดตลาดจีนอย่างต่อเนื่อง ด้วยความไม่แน่นอนจากปัจจัยทั้งขาขึ้น และขาลง คาดว่าในปี 2024 จะเข้าถึงผู้โดยสารประมาณ 3.4 พันล้านคน หรือ ร้อยละ 99.5 ของระดับปี 2019 (ACI World, 2023) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การคาดการณ์ปริมาณผู้โดยสารทั่วโลก รายไตรมาสเทียบกับปี ค.ศ. 2019

จากภาพที่ 1 เมื่อจำนวนผู้โดยสารเริ่มกลับสู่สภาวะปกติ ทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมการบินรุนแรงขึ้น อีกทั้งในปี พ.ศ. 2566 มีผู้ประกอบการยื่นคำขอรับใบอนุญาตทำกิจการการบินพลเรือนในประเทศไทยจำนวน 9 ราย ซึ่งได้ทำการขอใบรับรองผู้ดำเนินการเดินอากาศ (Air Operator Certificate: AOC) เพื่อให้สามารถให้บริการเชิงพาณิชย์ ได้แก่ 1) บริษัท เอเชียแอร์ โรสเปซ เซอร์วิส จำกัด 2) บริษัท สยาม ซีแพน จำกัด 3) บริษัท อาร์ ซี แอร์ไลน์ จำกัด (Really Cool) 4) บริษัท อวานติ แอร์ ชาร์เตอร์ จำกัด 5) บริษัท เอ็ม แลนด์มาร์ช จำกัด 6) บริษัท กรุงเทพเฮลิคอปเตอร์ เซอร์วิส จำกัด 7) บริษัท พัทยา แอร์เวย์ จำกัด 8) บริษัท เอเชีย แอทแลนติก แอร์ไลน์ จำกัด และ 9) บริษัท พี80 แอร์ จำกัด (วรรณิกา จิตตินรากร, 2023) จากที่กล่าวมาข้างต้นสายการบินต่าง ๆ จึงต้องปรับปรุงกลยุทธ์ในการดึงดูดผู้โดยสาร โดยหนึ่งในกลยุทธ์ที่ได้รับความนิยม คือ การให้บริการแบบสายการบินต้นทุนต่ำ (Low-costs carrier) ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของสายการบินที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า และมุ่งเน้นการลดต้นทุนในการดำเนินงานทุกกิจกรรม เพื่อให้สามารถขายบัตรโดยสารได้ในราคาที่ถูกลงกว่าสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full-service carrier) (Funyane, N., 2021) โดยเฉพาะการแข่งขันระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำ ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันด้านราคา การเพิ่มเส้นทางบินใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสาร ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรในแง่ของปัญหาทางการเงิน (Promrup, K., 2023) อีกทั้งสายการบินต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องไปตามสภาพแวดล้อมที่เกิดจากแรงกดดันหลายด้าน เพื่อสร้างการแข่งขันและความอยู่รอด จึงเป็นความท้าทายที่ผู้บริหารต้องเผชิญ (สุรเดช จงวรรณศิริ, 2565) ซึ่งปัญหาที่



ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำสามารถพบเจอได้มีหลายประการ อาทิ การแจ้งเปลี่ยนวันและเวลาเดินทาง ความล่าช้าในการให้บริการ การแจ้งยกเลิกเที่ยวบิน การคิดค่าสินค้าและบริการเพิ่มเติมนอกเหนือจากราคาบัตรโดยสาร เป็นต้น (Points Miles & Martinis, 2019) จากที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลให้ผู้โดยสารรู้สึกไม่พึงพอใจและสูญเสียความเชื่อมั่นในบริการ รวมถึงส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสายการบินและการเลือกใช้บริการในอนาคต (Tay, A. & Belgiawan, P. F., 2023)

ด้านคุณภาพการให้บริการจึงมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดผู้ใช้บริการ การสร้างความพึงพอใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น การทำความเข้าใจรวมถึงการตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารอย่างตรงความต้องการ ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และนำมาซึ่งการรักษาฐานลูกค้าได้อย่างมั่นคง โดยเฉพาะการมุ่งเน้นการให้บริการที่ดีและการเกิดความประทับใจ (Alsaber, K., 2020); (Kankaew, K. et al., 2022) ผู้ให้บริการต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการของตน ซึ่งในการสร้างคุณภาพการให้บริการที่ดีนั้น ล้วนแล้วแต่เป็นต้นทุนของผู้ให้บริการในการรักษาคุณภาพดังกล่าวไว้ และในการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมการบิน ย่อมเป็นการดำเนินงานที่แสวงผลกำไร ดังนั้นแบบจำลองคานโน (Kano model) ซึ่งถูกพัฒนาโดย โนริยาเกะ คานโน ในปี ค.ศ.1984 เป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง มีจุดมุ่งหมายเพื่อวิเคราะห์ความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค ตลอดจนเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค (Kano, N., 1984)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้แบบจำลองคานโนเป็นเครื่องมือสำหรับใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยนี้ ซึ่งแบบจำลองดังกล่าวสามารถช่วยพัฒนา และปรับปรุงเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ จากการวิเคราะห์คุณลักษณะที่จำเป็นต่อการสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสายการบินต้นทุนต่ำ รวมถึงลดคุณลักษณะที่ไม่จำเป็นหรือไม่มีผลต่อการให้บริการ เพื่อให้การบริหารจัดการสายการบินมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเพื่อเป็นแนวทางให้สายการบินต้นทุนต่ำสามารถพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมถึงเกิดความคุ้มค่าต่อการลงทุนของผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นผลดีต่อทั้งสายการบินต้นทุนต่ำในการครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดจากการดึงดูดผู้ใช้บริการและผู้ใช้บริการได้รับการตอบสนองอย่างตรงจุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไทยด้วยคุณลักษณะของแบบจำลองคานโน (Kano model)
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์คุณภาพบริการสายการบินต้นทุนต่ำด้วยคุณลักษณะของแบบจำลองคานโน เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบถึงจำนวนผู้ใช้บริการที่แน่ชัด จึง

ต้องใช้การคำนวณจากสูตรของคอแรน (Cochran, W. G., 1977) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ที่ร้อยละ 5 รวมถึงสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยในครั้งนี้จึงควรมีจำนวน 385 คน อย่างไรก็ตามในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้จำนวนทั้งหมด 393 คน และการวิจัยนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามให้ผู้ที่มีความประสงค์ตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแนวคิดความพึงพอใจ แนวคิดคุณภาพการให้บริการ แนวคิดแบบจำลองคานอ (Kano Model) และรูปแบบการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire)

ขั้นตอนที่ 2 ตั้งคำถามคุณลักษณะในแต่ละประเด็นหลักเป็นข้อคำถาม 2 ด้าน แต่ละข้อคำถามคุณลักษณะต้องประกอบด้วยคำถามเชิงบวก (Functional Questions) และคำถามเชิงลบ (Dysfunctional Questions) อย่างละ 1 ข้อในทุกประเด็น ทั้งนี้ คำถามมีตัวเลือกทั้งหมด 5 ตัวเลือก คือ 1) ชอบมาก ถ้าเป็นแบบนี้ (Like) 2) มันต้องเป็นแบบนี้ เพราะเป็นสิ่งที่ต้องมีหรือเป็นพื้นฐานของการใช้บริการ (Must Be) 3) รู้สึกเฉย ๆ (Neutral) 4) รับได้ ถ้าเป็นแบบนี้ หรืออยู่กับสิ่งนี้ได้ (Live With) และ 5) รู้สึกไม่ชอบเลย ถ้าเป็นแบบนี้ (Dislike)

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้น ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามด้วยการตรวจสอบความครอบคลุม ความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คนเพื่อหาค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of item - Objective Congruence หรือ IOC) และพิจารณาเลือกข้อคำถามเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าความสอดคล้องเท่ากับ 0.5 คะแนนขึ้นไป จากนั้นหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากร จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.852 ซึ่งถือว่า แบบสอบถามนี้ มีค่าความเชื่อมั่นสูง สามารถนำไปเก็บข้อมูลได้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 393 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นข้อคำถาม 2 ด้าน ประกอบด้วยคำถามด้านบวก (Functional Question) และคำถามด้านลบ (Dysfunctional Question) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตัวอย่างข้อคำถามตามแบบจำลองคานอ

Questions	Answer
เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Functional Question)	1) ชอบมาก (Like) 2) ควรจะเป็นแบบนี้ (Must Be)
เจ้าหน้าที่ไม่ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Dysfunctional Question)	3) เฉย ๆ (Neutral) 4) รับได้ (Live With) 5) ไม่ชอบ (Dislike)



2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแนวคิดความพึงพอใจ แนวคิดคุณภาพการให้บริการ แนวคิดแบบจำลองคานโน (Kano Model) และรูปแบบการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อนำมาประกอบข้อมูลในการวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลหาคุณภาพการบริการด้วยแบบจำลองคานโนตามแนวคิดของ Kano, N. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ดำเนินการแปลผลแบบสอบถามตามแบบจำลองคานโน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางประเมินประเภทคุณภาพบริการ

Customer Requirements		Dysfunctional (Negative Questions)				
		1) Like	2) Must Be	3) Neutral	4) Live With	5) Dislike
Functional (Positive Questions)	1) Like	Q	A	A	A	O
	2) Must Be	R	I	I	I	M
	3) Neutral	R	I	I	I	M
	4) Live With	R	I	I	I	M
	5) Dislike	R	R	R	R	Q

หมายเหตุ: A = Attractive, O = One-dimensional, M = Must Be, I = Indifferent, R = Reverse, Q = Questionable

นำค่าคะแนนในแบบสอบถามทั้งคำถามเชิงบวกและคำถามเชิงลบแต่ละข้อมาเทียบตามตารางที่ 2 เพื่อกำหนดคุณลักษณะจากนั้น นำค่าร้อยละความถี่ของแต่ละคุณลักษณะในแต่ละข้อมาเปรียบเทียบกัน เพื่อให้ประเมินประเภทของคุณลักษณะอย่างถูกต้อง (Matzler, K. et al., 1996) จากนั้นดำเนินการให้สัญลักษณ์แก่คุณลักษณะ ได้แก่ A (Attractive) คือ คุณลักษณะที่ทำให้หน้าที่ดึงดูดใจผู้ใช้บริการ O (One-dimensional) คือ คุณลักษณะที่ทำให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจ M (Must-be) คือ คุณลักษณะที่จำเป็นต้องมีในสินค้า Q (Questionable) คือ คุณลักษณะที่ไม่สามารถแปลผลได้จากการตอบแบบสอบถามที่มีความไม่สมเหตุสมผล R (Reverse) คือ คุณลักษณะที่ผู้ใช้บริการไม่ต้องการและควรปรับปรุง และ I (Indifferent) คือ คุณลักษณะที่ไม่มีความแตกต่างในความรู้สึกของผู้ใช้บริการ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาคุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไทย ด้วยคุณลักษณะของแบบจำลองคานโน เพื่อให้ได้ผลของการวิเคราะห์ที่จะนำไปสู่การสรุปว่า แนวทางใดที่สามารถพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมถึงเกิดความคุ้มค่าต่อการลงทุนของผู้ให้บริการ ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไทยด้วยคุณลักษณะของแบบจำลองคานโน (Kano model)

ผลการวิเคราะห์ประเภทคุณลักษณะ พบว่า ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไทยให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไทยตามคุณลักษณะ 2 ประเภท ได้แก่

คุณลักษณะแบบมิติเดียว (One-dimensional Attributes) และคุณลักษณะที่ไม่แตกต่าง (Indifferent Attributes)

คุณลักษณะแบบมิติเดียว (One-dimensional Attributes) ของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไทย มีจำนวน 14 คุณลักษณะ ได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน 2) เจ้าหน้าที่สายการบินเข้าใจ และตอบคำถามของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน 3) สายการบินสามารถดูแลสัมภาระของผู้โดยสารได้เป็นอย่างดี 4) สายการบินให้บริการเที่ยวบินที่ปลอดภัย โดยเป็นไปตามมาตรฐานสากล 5) เว็บไซต์ของสายการบินมีข้อมูลที่เพียงพอ 6) สายการบินมีขั้นตอนที่ง่ายต่อการจองเที่ยวบินผ่านเว็บไซต์ 7) สายการบินสามารถให้บริการได้ตรงเวลา 8) ภาพลักษณ์ของสายการบินมีความน่าเชื่อถือ 9) เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ 10) เจ้าหน้าที่สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้ดี 11) เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพต่อผู้โดยสาร 12) การตอบสนอง และแก้ไขปัญหาของผู้โดยสารได้อย่างทันท่วงที 13) การจัดการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการของสายการบิน และ 14) เจ้าหน้าที่บนเครื่องบินยินดีให้ความช่วยเหลือ

คุณลักษณะที่ไม่แตกต่าง (Indifferent Attributes) ของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไทยมีจำนวน 6 คุณลักษณะ ได้แก่ 1) เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจผู้โดยสารเป็นรายบุคคล 2) ค่าโดยสารและค่าบริการต่าง ๆ มีความสมเหตุสมผล 3) การให้บริการเที่ยวบินในช่วงเวลาที่ดี 4) เที่ยวบินมีเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร 5) สายการบินมีเส้นทางให้เลือกหลากหลาย และ 6) สายการบินสามารถให้บริการอาหารและเครื่องดื่มแบบชำระเงินได้

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศไทย

ธุรกิจสายการบินเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง การให้บริการที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้โดยสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สายการบินควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพบริการในหลายมิติ เช่น การให้บริการด้วยความสุภาพ การตอบสนองปัญหาได้อย่างทันท่วงที และความพร้อมของเจ้าหน้าที่ในการให้ความช่วยเหลือ ทั้งหมดนี้ล้วนส่งผลต่อประสบการณ์ของผู้โดยสารและความภักดีต่อสายการบินในระยะยาว

การให้บริการด้วยความสุภาพถือเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างความประทับใจแก่ผู้โดยสาร เจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารด้วยความเคารพและมีมารยาทที่เหมาะสมช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีในระหว่างการเดินทาง สายการบินควรฝึกอบรมพนักงานให้มีทักษะการสื่อสารเชิงบวกและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการให้บริการที่มีความเห็นอกเห็นใจ นอกจากนี้ การประเมินผลการทำงานและมอบรางวัลให้พนักงานที่มีผลงานโดดเด่นเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจให้พนักงานพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

การตอบสนองปัญหาอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพช่วยลดความไม่พึงพอใจของผู้โดยสาร สายการบินควรมีระบบการสื่อสารภายในที่ดีและใช้เทคโนโลยีที่ช่วยประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างราบรื่น การฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ที่สามารถรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินและตัดสินใจได้อย่างเหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญ นอกจากนี้ การเพิ่มจุดบริการแก้ไขปัญหา เช่น ระบบออนไลน์สำหรับการตอบคำถามและช่วยเหลือเร่งด่วน ยังช่วยเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้โดยสาร



นอกจากบริการบนเครื่องบินแล้ว ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความสะดวกในการจองตั๋วผ่านเว็บไซต์ที่ใช้งานง่าย การจัดการสัมภาระที่มีประสิทธิภาพ และความตรงต่อเวลาของเที่ยวบิน ล้วนมีผลต่อประสบการณ์ของผู้โดยสาร การให้ข้อมูลที่ครบถ้วนผ่านช่องทางออนไลน์ ช่วยให้ผู้โดยสารสามารถวางแผนการเดินทางได้สะดวกขึ้น การบริหารจัดการข้อร้องเรียนที่มีความโปร่งใสและตอบสนองรวดเร็วช่วยสร้างความไว้วางใจในสายการบิน ปัจจัยเหล่านี้ช่วยเสริมสร้างคุณภาพบริการโดยรวมและเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของสายการบิน

อภิปรายผล

การพัฒนาคุณภาพบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีหลายปัจจัยที่ต้องพิจารณาเพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจของผู้โดยสาร หนึ่งในปัจจัยสำคัญคือการให้บริการที่ยุติธรรมและเท่าเทียม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Balasubramaniam, U.; Fadhilla, R. et al.; Chang, Y. H. & Liao, M. Y. พบว่าความยุติธรรมในการกำหนดราคาและการคุ้มครองสิทธิของผู้โดยสารส่งผลต่อความภักดีและความพึงพอใจ นอกจากนี้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการตอบคำถามและให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเพิ่มความมั่นใจให้ผู้โดยสาร (Balasubramaniam, U., 2007); (Fadhilla, R. et al., 2019); (Chang, Y. H. & Liao, M. Y., 2010)

การจัดการสัมภาระที่มีประสิทธิภาพ เช่น เทคโนโลยีติดตามสัมภาระและการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่สามารถช่วยลดปัญหาและเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้ผู้โดยสาร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Singh, R. โดยผลการศึกษาชี้ว่าการบริหารจัดการสัมภาระอย่างเป็นระบบ รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร นอกจากนี้ มาตรฐานความปลอดภัยของสายการบินเป็นอีกปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจ (Singh, R., 2023) ซึ่ง Pi, H. Y. & Kim, S. T. ระบุว่าความตระหนักด้านความปลอดภัยและการตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินมีผลเชิงบวกต่อระดับความรู้สึกและความมั่นใจของผู้โดยสาร (Pi, H. Y. & Kim, S. T., 2022)

คุณภาพของเว็บไซต์สายการบินก็เป็นปัจจัยสำคัญ เว็บไซต์ที่ใช้งานง่าย มีข้อมูลครบถ้วน และอัปเดตอยู่เสมอ ช่วยให้ผู้โดยสารเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกขึ้น โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Zainab, K. et al.; Raza, B. et al. พบว่า คุณภาพเว็บไซต์ที่ดีช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งรวมถึงการมีภาพลักษณ์ที่ดีของสายการบินยังส่งผลต่อความไว้วางใจและความภักดีของลูกค้า (Zainab, K. et al., 2014); (Raza, B. et al., 2024) ความตรงต่อเวลาเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Efthymiou, M. et al.; Safitri, P. A. & Nieamah, K. F. พบว่า การให้บริการที่ตรงเวลาที่มีกำหนดไว้ตั้งแต่แรกสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจในการเดินทาง ซึ่งรวมไปถึงการสื่อสารเกี่ยวกับความล่าช้าอย่างโปร่งใสสามารถช่วยให้ผู้โดยสารยอมรับปัญหาดังกล่าวได้ดีขึ้น อีกทั้งความเป็นมืออาชีพของเจ้าหน้าที่เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสาร (Efthymiou, M. et al., 2018); (Safitri, P. A. & Nieamah, K. F., 2023) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ahmad, B. ชี้ว่าการตอบสนองอย่างรวดเร็วและการสื่อสารที่ชัดเจน รวมถึงการแสดงออกถึงทักษะความเป็นมืออาชีพของพนักงานสามารถช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของผู้โดยสาร (Ahmad, B., 2023)

การจัดการข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Ahmed, R. et al.; Rosafio, E. G. & Pinto, M. M. C. พบว่า การตอบสนองอย่างรวดเร็วและการแก้ไขปัญหาอย่างเหมาะสม ซึ่งรวมถึงการจัดการปัญหาข้อร้องเรียนต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจแก่สายการบิน การพัฒนาคุณภาพบริการในทุกมิติเหล่านี้ช่วยให้สายการบินต้นทุนต่ำสามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้โดยสาร สร้างความพึงพอใจและความภักดีได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Ahmed, R. et al., 2020); (Rosafio, E. G. & Pinto, M. M. C., 2023)

สรุปและข้อเสนอแนะ

ในอุตสาหกรรมสายการบินที่มีการแข่งขันสูง การมอบประสบการณ์การเดินทางที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบ การพัฒนาคุณภาพบริการผ่านความสุภาพ การแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว และความพร้อมของเจ้าหน้าที่เป็นสิ่งที่สายการบินควรให้ความสำคัญ ดังนั้น การวิจัยในครั้งถัดไปควรเปรียบเทียบคุณภาพบริการระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินประเภทอื่น เพื่อให้เห็นถึงปัจจัยที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญ รวมถึงศึกษาปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพบริการ การวิเคราะห์จากผู้โดยสารในภูมิภาคต่าง ๆ จะช่วยให้สายการบินปรับปรุงบริการให้ตรงกับความต้องการของแต่ละตลาดได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- วรรณิกา จิตตินรากร. (2023). 9 สายการบินน้องใหม่ “หมอเสริฐ-ประยุทธ์-พาที” รับใบอนุญาตประกอบกิจการ. เรียกใช้เมื่อ 11 พฤศจิกายน 2566 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1099385>
- ACI World. (2023). Global passenger traffic expected to recover by 2024 and reach 9.4 billion passengers. Retrieved November 11, 2023, from <https://aci.aero/2023/09/27/global-passenger-traffic-expected-to-recover-by-2024-and-reach-9-4-billion-passengers/>
- Ahmad, B. (2023). Determining repurchase intentions of airline passengers: Role of cabin crew competence and passenger satisfaction. *International Journal of Management Research and Emerging Sciences*, 13(4), 15-32
- Ahmed, R. et al. (2020). Customer satisfaction & loyalty and organizational complaint handling: Economic aspects of business operation of airline industry. *The Engineering Economics*, 31(1), 114-125.
- Alsaber, K. (2020). What are the main attributes that airlines use to attract passengers in the GCC region. Huddersfield, United Kingdom. University of Huddersfield. c Effect of ground handling services on arrival baggage for passenger satisfaction. *Journal of Social Work and Science Education*, 2020(July), 1-51



- Balasubramaniam, U. (2007). Passengers protection and rights in international civil aviation. Quebec, Canada: McGill University.
- Chang, Y. H. & Liao, M. Y. (2010). Airline passengers' awareness of and preferred source of cabin safety information. *Asia-Pacific Management Review*, 15(4), 533-548.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Efthymiou, M. et al. (2018). The impact of delays on customers' satisfaction: An empirical analysis of the British Airways on-time performance at Heathrow Airport. *Journal of Aerospace Technology and Management*, 11(January), 1-13.
- Fadhilla, R. et al. (2019). The Impact of Price Fairness and Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty of Lion Air Airlines. Due to Paid Baggage Policy on Domestic Flights at Soekarno Hatta Airport, 2(2019), 170-177.
- Funyane, N. (2021). The importance of service attributes between low-cost and full-service carrier customers: A case of airline type hybridisation. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10(6), 1741-1757.
- International Air Transport Association (IATA). (2023). Air passenger numbers to recover in 2024. Retrieved November 11, 2023, from <https://www.iata.org/en/pressroom/2022-releases/2022-03-01-01/>
- Kankaew, K. et al. (2022). Intention to return factors using low-cost airlines: A case study from Thailand. *Transportation Research Procedia*, 63(2022), 2442-2448.
- Kano, N. (1984). Attractive quality and must-be quality. *Journal of Japanese Society for Quality Control*, 14(2), 38-48.
- Matzler, K. et al. (1996). How to delight your customers. *Journal of Product & Brand Management*, 5(2), 6-18.
- Pi, H. Y. & Kim, S. T. (2022). A study on the safety awareness, emergency awareness, and emergency response ability of airport workers. *Journal of Safety Culture Research*, 17(2022), 31-44.
- Points Miles & Martinis. (2019). Why low-cost airlines are risky. Retrieved November 11, 2023, from <https://pointsmilesandmartinis.boardingarea.com/2019/03/why-low-cost-airlines-are-risky/>
- Promrup, K. (2023). Foreign tourists to Thailand exceed 16 million, Malaysians are number 1: Infoquest. Retrieved November 11, 2566, from <https://www.infoquest.co.th/2023/326982>

- Raza, B. et al. (2024). Examining the contributions of brand image and perceived quality to customer loyalty through satisfaction and trust. *Gomal University Journal of Research*, 42(2), 146-158.
- Rosafio, E. G. & Pinto, M. M. C. (2023). Timely notice of complaints. *Journal of Business Ethics*, 369(1), 369-376.
- Safitri, P. A. & Nieamah, K. F. (2023). The effect of on time performance on passenger loyalty at Citilink Indonesia Airlines at Sultan Thaha Jambi Airport. *AURELIA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 1347-1354.
- Singh, R. (2023). Innovative baggage handling solutions to enhance passenger experience. *Journal of Airport Management*, 18(1), 18-31.
- Tay, A. & Belgiawan, P. F. (2023). The Impact of Airline Responds to Service Failure towards Customers' Satisfaction and Loyalty in the Airline Industry. *International Journal of Current Science Research and Review*, 6(07), 4968-4986.
- Zainab, K. et al. (2014). The Influence of Website Quality on Customer E-Satisfaction in Low Cost Airline. *Journal of information and communication convergence engineering*, 8(11), 3457-3463.