

การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2564



นายธนภูมิ โอวาทจำรัส
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

อาจารย์สุเทพ นิมสาय,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กั้นตามระ,

Ed.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์จากบุคคลากรหลายๆ ท่าน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร. พัลลภา ปิติสันต์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ซึ่งให้การดูแลเอาใจใส่ คำปรึกษา ความรู้ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยอีกทั้งยังช่วยแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ ของสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่วิทยาลัยการจัดการที่ได้รังสรรค์วิชาความรู้ถ่ายทอดประสบการณ์ทั้งในห้องเรียน และได้เปิดโอกาสให้ได้ลองปฏิบัติโดยการศึกษาจากสถานการณ์จริงซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากต่อผู้วิจัยที่ได้นำความรู้มาเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการทำงานในงานวิจัยครั้งนี้ ขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ทั้งเจ้าหน้าที่ในวิทยาลัยการจัดการ หิตลในการประสานงาน อำนวยความสะดวกและช่วยเหลือตลอดระยะเวลาของการศึกษารวมถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์และอนุญาตให้สัมภาษณ์ให้ได้มาซึ่งข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่มีโอกาสได้เรียนด้วยกันมาในทุกวิชา ที่เป็นกำลังที่ดีและช่วยเหลือผลักดันกันเสมอมา

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสารนิพนธ์นี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจในอนาคตทั้งสายการบินทั้งสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินที่ให้บริการระดับพรีเมียม และหวังว่าจะเป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการทุกท่านที่กำลังมองหาข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมการบิน ให้สามารถพัฒนาและออกแบบรูปแบบบริการเช็คอินให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อนึ่งหากงานวิจัยนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้และขออภัยมา ณ ที่นี้

ธนภูมิ โอวาทจรัส

การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ

A STUDY OF THE LOW COST PASSENGERS NEED

ธนภูมิ โอวาทจำรัส 6350067

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัฒนา ปีติสันต์, Ph.D., อาจารย์สุเทพ นิ่ม
สาย, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรเกษม กิ่งตามระ, Ed.D.

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านการให้บริการเช็คอินของผู้ที่มาใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง และนำมาออกแบบการบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยคือผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ ที่เคยมาใช้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จำนวนทั้งสิ้น 30 คน จากการศึกษาพบว่าในมุมมองด้านประชากรศาสตร์ ผู้ใช้บริการเช็คอิน ไม่ได้คำนึงถึงเรื่องสถานที่บริการเช็คอินเป็นสำคัญแต่เน้นที่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการซึ่งในการปฏิบัติงานและปฏิบัติหน้าที่ของผู้ให้บริการต้องมีประสิทธิภาพ ในมุมมองด้านจิตวิทยาพบว่า ความคุ้มค่าจากการบริการที่ได้รับ และประสบการณ์ในอดีต เป็นประเด็นที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญในการใช้บริการเช็คอิน โดยจะเน้นที่ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและการบริการที่สะดวก รวดเร็ว และบริการอย่างเสมอภาค ในมุมมองการตลาดบริการและการบริหารพบว่าผู้ให้บริการเน้นที่การบริการที่ผู้ให้บริการได้รับและการประชาสัมพันธ์เป็นหลัก ในการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับผู้ที่มาใช้บริการต้องการบริการที่เสมอภาคอย่างเท่าเทียมกันและในการประชาสัมพันธ์ต้องการบริการมีการประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอ

คำสำคัญ : การบริการเช็คอิน/ ผู้ใช้บริการ/ ผู้ให้บริการ/ ความพึงพอใจ/ การออกแบบบริการ

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย	4
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดและความหมายเกี่ยวกับการบริการ	6
2.1.1 ความหมายของการบริการ	6
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างเสริมประสบการณ์ในสนามบิน	8
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	13
2.3.1 ความหมายของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	14
2.3.2 แนวทางในการวัดความพึงพอใจการให้บริการ	16
2.4 แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการออกแบบบริการ	19
2.4.1 ความหมายของการออกแบบบริการ	20
2.4.2 ขั้นตอนการออกแบบบริการ	21
2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	25
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	26
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	27
3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)	27
3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)	27
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีเก็บข้อมูล	27
3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
3.5 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	28
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	29
บทที่ 4 ผลการวิจัย	30
4.1 คำถามทั่วไปของการบริการเช่าคิน	30
4.2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการเช่าคิน	35
4.2.1 สถานที่ให้บริการ	36
4.2.2 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ	37
4.2.3 ความกังวลของผู้ใช้บริการ	39
4.2.4 ความคุ้มค่าจากการบริการที่ได้รับ	40
4.2.5 ประสบการณ์ในอดีต	43
4.2.6 การบริการที่ผู้ให้บริการได้รับ	44
4.2.7 ภูมิทัศน์การบริการ	46
4.2.8 ประสบการณ์ของพนักงาน	48
4.2.9 สิ่งอำนวยความสะดวก	49
4.2.10 การประชาสัมพันธ์	51
4.3 ความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการเช่าคินจากสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง	52
4.4 การให้บริการทั่วไป	58
4.4.1 ขั้นตอนการเช่าคินในปัจจุบัน	59
4.4.2 ความคิดเห็นของผู้ให้บริการต่อการบริการเช่าคินในปัจจุบัน	60
4.4.3 ความคิดเห็นต่อรูปแบบบริการเช่าคินผู้ให้บริการที่เหมาะสม	60

	หน้า
4.5 การให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจ	61
4.5.1 ประโยชน์ที่สายการบินได้รับหากมีบริการเช็คอินที่เหมาะสม	61
4.5.2 รูปแบบบริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริการ	62
4.5.3 การบริการเช็คอินที่สายการบินสามารถส่งมอบให้ผู้ใช้บริการ	63
4.5.4 ความเหมาะสมในการลงทุนในบริการเช็คอินรูปแบบใหม่	63
4.6 รูปแบบใหม่ของการให้บริการเช็คอินผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง	64
4.7 คำถามทั่วไปของการบริการเช็คอิน	67
4.7.1 ช่องทางในการเช็คอินของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ที่ให้บริการบ่อยที่สุด	68
4.7.2 ความถี่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง	68
4.7.3 ระยะเวลาในการเช็คอินผ่านเคาน์เตอร์เช็คอินที่เหมาะสม	69
4.7.4 ความสำคัญของการบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ	70
4.7.5 การบริการเช็คอินที่เหมาะสม	71
4.8 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการเช็คอิน	72
4.8.1 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการเช็คอินในรูปแบบใหม่	72
4.8.2 การบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ที่สามารถจะตอบสนอง ความต้องการของผู้ใช้บริการ	73
4.8.3 ขั้นตอนใหม่ของการบริการเช็คอินที่ต้องปรับปรุงเพื่อสามารถ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ	75
4.8.4 ขั้นตอนใหม่ของการบริการเช็คอินที่สามารถตอบสนองต่อ ความต้องการของผู้ใช้บริการ	76
4.8.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริการเช็คอินรูปแบบใหม่	77
บทที่ 5 อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	79
5.1 การอภิปรายผลการวิจัย	79
5.1.1 มุมมองด้านประชากรศาสตร์	79
5.1.2 มุมมองด้านจิตวิทยา	80

	หน้า
5.1.3 มุมมองด้านการตลาดบริการและการบริหาร	81
5.2 ข้อเสนอแนะทางธุรกิจ	83
5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	84
5.4 ข้อจำกัดในการทำวิจัย	84
บรรณานุกรม	86
ภาคผนวก	90
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการก่อนการออกแบบบริการ	91
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ผู้ให้บริการก่อนการออกแบบบริการ	97
ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการหลังการออกแบบบริการ	99
ภาคผนวก ง การตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (CVI)	102
ภาคผนวก จ การประเมินตรวจสอบการคัดลอกผลงานผ่านโปรแกรม Turnitin	108
ประวัติผู้วิจัย	109

ตาราง	หน้า
1.1 จำนวนเที่ยวบินและจำนวนผู้โดยสารรวมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ สนามบินดอนเมืองปี 2552-2563	2
2.1 แสดงความหมายของการบริการ	7
2.2 สรุปรงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมประสบการณ์ในสนามบิน	13
2.3 แสดงความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า	15
2.4 แสดงแนวทางการวัดความพึงพอใจในการให้บริการ	18
2.5 แสดงความหมายของการออกแบบบริการ	21



รูปภาพ	หน้า	
2.1	กรอบแนวคิดในการสร้างประสบการณ์ในสนามบิน	10
2.2	เครื่องมือสร้างประสบการณ์ของผู้ใช้ (Journey Map)	22
2.3	กรอบการวิจัย	25
4.1	ความถี่ของการใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งภายใน 1 ปี	30
4.2	ระยะเวลาในการเช็คอินของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งต่อครั้ง	31
4.3	ช่องทางที่ผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งมาใช้บริการเช็คอิน	31
4.4	ความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง	32
4.5	ผลการสัมพัทธ์ความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์	33
4.6	มุมมองด้านการตลาดบริการและการบริหาร เรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกในการจ่ายชำระค่าบริการ	35
4.7	ผลการสัมพัทธ์ความพึงพอใจด้านสถานที่ในการบริการเช็คอิน	36
4.8	ผลการสัมพัทธ์ความพึงพอใจด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ	38
4.9	เวลาโดยเฉลี่ยที่ผู้ให้บริการมาก่อนเวลาเครื่องบินออก	39
4.10	ผลการสัมพัทธ์ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าจากการบริการที่ได้รับ	41
4.11	ผลการสัมพัทธ์ความพึงพอใจด้านประสบการณ์ในอดีต	43
4.12	ผลการสัมพัทธ์ความพึงพอใจด้านการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับ	45
4.13	ผลการสัมพัทธ์ความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์การบริการ	47
4.14	ผลการสัมพัทธ์ความพึงพอใจด้านประสบการณ์ของพนักงาน	48
4.15	ผลการสัมพัทธ์ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องของเคาน์เตอร์เช็คอินและอุปกรณ์ในการเช็คอิน	50
4.16	ผลการสัมพัทธ์ความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์	51
4.17	มุมมองที่ผู้ให้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งให้ความสำคัญจากการบริการเช็คอิน	54
4.18	รูปแบบการให้บริการเช็คอินผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งรูปแบบเดิม (Customer journey)	56

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

รูปภาพ	หน้า
4.19 การให้บริการเช็คอินผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งรูปแบบใหม่ (New customer journey)	65
4.20 ช่องทางที่ผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งมาใช้บริการเช็คอิน	68
4.21 ความถี่ของการใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งภายใน 1 ปี	69
4.22 ระยะเวลาในการเช็คอินโดยเฉลี่ยที่เหมาะสมในการเช็คอินต่อครั้ง	69
4.23 การบริการเช็คอินที่เหมาะสมกับผู้ที่มาใช้บริการ	71
5.1 มุมมองที่ผู้ใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งที่สำคัญจาก การบริการเช็คอิน	82



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการบินถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยสามารถสร้างมูลค่าอย่างมหาศาลให้กับประเทศ (ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี,2564) โดยคาดการณ์ว่าการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจใน 20-30 ปีข้างหน้า ทวีปเอเชียจะกลายเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจในอนาคต จากในอดีตที่ผ่านมามีการเจริญเติบโตจะย้ายฐานจากยุโรปและอเมริกาคลับมาที่ทวีปเอเชีย สังเกตได้จากการสั่งซื้อปริมาณเครื่องบินเพิ่มขึ้นถึง 30 % (สถาบันการบินพลเรือน,2558) โดยประเทศไทยถือเป็นประเทศที่เป็นศูนย์กลางของธุรกิจการบินในภูมิภาคอาเซียนจากการที่มีพรมแดนติดกับประเทศในอาเซียนถึง 4 ประเทศ ได้แก่ ประเทศพม่า ลาว กัมพูชา และ มาเลเซีย ส่งผลให้ธุรกิจการบินมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นและทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) เพิ่มขึ้น (จิตตพัฒน์ พรหมพงษ์,2558) จากเหตุผลดังกล่าวภาครัฐจึงได้มีการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษตะวันออก (EEC) ที่มีโครงการพัฒนาสนามบินอู่ตะเภา รวมไปถึงโครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงกรุงเทพฯ-ระยอง ที่มีการเชื่อมโยงสนามบินพาณิชย์ 3 แห่ง คือ สนามบินดอนเมือง สนามบินสุวรรณภูมิ และสนามบินอู่ตะเภา (นภคกุล วิทยาภรณ์ และ เอกพร รักความสุข,2562)

ท่าอากาศยานดอนเมืองถือว่าเป็นท่าอากาศยานหลักที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย ที่อยู่ภายใต้โครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูง ที่เชื่อมโยงสนามบินพาณิชย์ 3 แห่ง (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก,2561) โดยเป็นท่าอากาศยานที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ โดยมีท่าเลที่ตั้งอยู่ที่บริเวณถนนวิภาวดีรังสิต เขตดอนเมือง อยู่ทางเหนือของกรุงเทพมหานคร โดยให้บริการผู้โดยสารทั้งภายในประเทศและต่างประเทศซึ่งรองรับความแออัดของสนามบินสุวรรณภูมิ (กนกกาญจน์ ปานเปรม,2558) ประกอบด้วยอาคารผู้โดยสาร 2 อาคาร คืออาคารผู้โดยสารหลังที่1 ที่ให้บริการผู้โดยสารที่เดินทางระหว่างประเทศ และอาคารผู้โดยสารหลังที่ 2 ที่ให้บริการผู้โดยสารที่เดินทางในประเทศ สายการบินส่วนใหญ่ที่ให้บริการเป็นสายการบินต้นทุนต่ำเช่น สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ สายการบินไลอ้อนแอร์ เป็นต้น (พัชร

อนุสิทธิ์,2561)

จากรายงานประจำปี 2563 ของของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าท่าอากาศยานดอนเมืองมีศักยภาพในการรองรับผู้โดยสาร 30 ล้านคนต่อปี แต่ปัจจุบันมีจำนวนผู้โดยสารที่เดินทางเกินขีดความสามารถของท่าอากาศยานที่สามารถรองรับได้ (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด มหาชน, 2563) จากสถิติปริมาณจราจรทางอากาศตั้งแต่ปี 2552-2563 จำนวนเที่ยวบินที่มาใช้บริการของสนามบินดอนเมือง มีจำนวนเที่ยวบินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 30,000 เที่ยวบินต่อปี ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการของสนามบินดอนเมือง ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยในปีพ.ศ. 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นสูงถึง 41 ล้านคน (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย,2564)

ตารางที่ 1.1 จำนวนเที่ยวบินและจำนวนผู้โดยสารรวมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาใช้บริการสนามบินดอนเมืองปี 2552-2563

ปี (พ.ศ.)	จำนวนผู้โดยสาร (คน)	เปลี่ยนแปลง (%)	จำนวนเที่ยวบิน (เที่ยวบิน)	เปลี่ยนแปลง (%)
2552	2,783,737	ลดลง 51.60%	31,110	ลดลง 43.76%
2553	2,758,831	ลดลง 0.89%	33,603	เพิ่มขึ้น 8.01%
2554	3,972,876	เพิ่มขึ้น 44.00%	47,508	เพิ่มขึ้น 41.38%
2555	2,717,413	ลดลง 31.60%	37,141	ลดลง 21.82%
2556	15,562,753	เพิ่มขึ้น 472.70%	135,988	เพิ่มขึ้น 266.13%
2557	19,349,941	เพิ่มขึ้น 24.33%	161,831	เพิ่มขึ้น 19.00%
2558	28,589,312	เพิ่มขึ้น 47.74%	214,809	เพิ่มขึ้น 32.73%
2559	34,689,890	เพิ่มขึ้น 30.06%	240,601	เพิ่มขึ้น 12.00%
2560	37,183,617	เพิ่มขึ้น 7.19%	253,544	เพิ่มขึ้น 5.37%
2561	40,563,727	เพิ่มขึ้น 9.09%	269,964	เพิ่มขึ้น 6.47%
2562	41,008,378	เพิ่มขึ้น 1.09%	273,592	เพิ่มขึ้น 1.34%
2563	22,250,720	ลดลง 45.74%	166,184	ลดลง 39.25%

ที่มา: บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด มหาชน (2563)

เมื่อก้าวถึงสายการบินต้นทุนต่ำที่ให้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จะพบว่า สายการบินที่ได้รับความนิยมจากผู้โดยสารทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีหลากหลายสายการบินไม่ว่าจะเป็นสายการบินไทย แอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ หรือ สายการบินไทยไลอ้อนแอร์ เป็นต้น ซึ่งสายการบินต้นทุนต่ำเป็นสายการบิน ที่มุ่งเน้นการให้บริการที่มีเส้นทางครอบคลุมทั่วประเทศและประเทศในอาเซียน รวมไปถึงยังมีการส่งเสริมการขายและมีราคาบัตรโดยสารที่ราคาถูก (รฐจิราภรณ์ เอ็นดู,2558) สายการบินมีการนำเอาสโลแกนไม่ว่าจะเป็น ใครใคร...ก็บินได้ (Now Everyone Can Fly) หรือ ทุกเที่ยวบินมีรอยยิ้ม (กรุงเทพธุรกิจ,2564)

ดังนั้นการวางแผนเพื่อที่พัฒนาคุณภาพของบริการเช็คอินของสายการบินจากกรณีศึกษาควรที่จะคำนึงถึงความคิดเห็นและความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการที่นำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการ จากงานวิจัยของพัชรี อนุสิทธิ์ (พัชรี อนุสิทธิ์,2561) ที่ได้มีการกล่าวอ้างอิงถึงผลการศึกษางานวิจัยของจิตตินันท์ นันทไพฑูถย์ ไว้ว่า การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อสะท้อนประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานบริการ ซึ่งเป็นตัวชี้ข้อบกพร่องและข้อได้เปรียบขององค์กรเพื่อปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาคุณภาพของการบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าอันนำมาซึ่งความพึงพอใจในการบริการ เพราะเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานบริการ คือ ความพึงพอใจของลูกค้า (จิตตินันท์ นันทไพฑูถย์,2555)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ที่ปัจจุบันอุตสาหกรรมการบินมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้น ทำให้สายการบินต่างๆเห็นถึงคุณภาพในการให้บริการมากขึ้นเพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาด สายการบินต้นทุนต่ำจากกรณีศึกษา ถือว่าเป็นสายการบินต้นทุนต่ำสายการบินหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการผู้โดยสาร ซึ่งการบริการเช็คอินถือว่าเป็นบริการที่สำคัญอย่างหนึ่งของสายการบินที่ผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสายการบิน โดยการให้บริการเช็คอินเป็นขั้นตอนแรกของสายการบินก่อนที่ผู้โดยสารจะขึ้นเครื่องบิน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาในหัวข้อเกี่ยวกับ “การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่ต้องการได้รับจากการให้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง” ในด้านของภาพลักษณ์และคุณภาพของการให้บริการเช็คอิน โดยเป็นศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มาใช้บริการเช็คอินของสายการบิน ต้นทุนต่ำจากกรณีศึกษา ประโยชน์ที่ได้รับจากผลการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้สามารถช่วยทำให้สายการบินต้นทุนต่ำจากกรณีศึกษา เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับสายการบินคู่แข่งและยังสามารถเพิ่มรายได้ให้กับ

สายการบินด้วย สามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสายการบินสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงสามารถสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้แก่ผู้ใช้บริการได้จึงอาจส่งผลให้เกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่องในอนาคต และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการได้อย่างตรงจุด

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจด้านการให้บริการเช็คอินของผู้ที่มาใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านการให้บริการเช็คอินของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อออกแบบการบริการที่ผู้ใช้บริการต้องการรับจากบริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

1. การศึกษานี้เป็นวิจัยเกี่ยวกับการให้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง
2. งานวิจัยนี้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างประชากรผู้โดยสารที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร
3. ระยะเวลาในการศึกษา เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2564

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่ให้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง
2. เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการเช็คอินและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง

1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

อุตสาหกรรมการบิน (Aviation industry) หมายถึง ธุรกิจบริการขนส่งทางอากาศหรือธุรกิจการบิน โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ธุรกิจที่ให้บริการขนส่งทางอากาศ ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจสายการบิน (Airline Business) เป็นผู้ที่ประกอบธุรกิจในการรับ-ส่งผู้โดยสารและยังรวมถึงธุรกิจขนส่งพัสดุภัณฑ์ทางอากาศ (Air Freight Business) ผู้ประกอบธุรกิจทำหน้าที่ขนส่งสินค้า (มนสิณี เลิศชชสีห์, 2558)

ท่าอากาศยาน (Airport) หมายถึง สนามบินผู้ให้บริการทั้งภายในและระหว่างประเทศ ในกรณีศึกษาครั้งนี้คือ ท่าอากาศยานดอนเมือง ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่รองรับการให้บริการทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ตั้งอยู่ที่ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสนามบิน เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร (พัชร อนุสิทธิ์, 2561)

ผู้ให้บริการ (Passenger) หมายถึง ผู้โดยสารที่ใช้บริการกับสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

การให้บริการเช็คอิน (Check-in service) หมายถึง กระบวนการผ่านเคาน์เตอร์ในสนามบินซึ่งมีลักษณะแบบเห็นหน้ากัน (face to face) ซึ่งผู้โดยสารจะต้องเช็คอินผ่านเคาน์เตอร์ในสนามบิน โดยมีเจ้าหน้าที่ของสายการบินทำการเช็คอินให้แก่ผู้โดยสารและทำการฝากสัมภาระ ในปัจจุบันยังมีช่องทางในการเช็คอินอื่นๆที่ไม่จำเป็นต้องไปติดต่อที่เคาน์เตอร์สนามบินอีกหลายวิธีแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสายการบิน เช่น การเช็คอินทางโทรศัพท์ การเช็คอินผ่านจุดบริการตามห้างสรรพสินค้าหรือโรงแรม การเช็คอินผ่านเว็บไซต์ของสายการบิน การเช็คอินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ และการเช็คอินแบบอัตโนมัติ เป็นต้น (อรทัย เกียรติวิรุฬห์พลและรพีพร ต้นจ้อย, 2563)

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูล ตำรา เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งที่ต้องการได้รับการให้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง” เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้

- 2.1 แนวคิดและความหมายเกี่ยวกับการบริการ
- 2.2 แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการสร้างเสริมประสบการณ์ในสนามบิน
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.4 แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการออกแบบบริการ

2.1 แนวคิดและความหมายเกี่ยวกับการบริการ

“การบริการ” เป็นสิ่งที่ไม่มีความจำเป็นหรือไม่สามารถจับต้องได้ แต่เป็นกระบวนการหรือการดำเนินงานของกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลที่มาใช้บริการกับผู้ให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการให้ได้รับความพึงพอใจ (พัชรี อนุสิทธิ์, 2561) โดยความแตกต่างระหว่างสินค้าหรือบริการจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า โดยธุรกิจบริการมุ่งเน้นที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่นำมาสู่ความพึงพอใจที่ได้รับบริการนั้น (ชลธิชา ศรีบำรุง, 2557) การจากค้นคว้างานเอกสารและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าผลการวิจัยและผู้วิจัยหลายท่านได้จำกัดความหมายของคำว่า “การบริการ” ไว้ดังนี้

2.1.1 ความหมายของการบริการ

Sabine Moeller (2009, p.361) ได้กล่าวว่า การบริการเป็นการกระทำ การแสดงออก หรือ ความพยายาม (Berry, 1980, p.24) หรือการบริการเป็นสิ่งที่สามารถซื้อและขายได้แต่ไม่สามารถสัมผัสได้ (Gummesson, 1987, p.22)

Philip Kotler (2012, p.356) กล่าวว่าไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมใดๆ หรือการปฏิบัติที่กลุ่มหรือคณะใดคณะหนึ่ง ที่สามารถเสนอสิ่งสำคัญที่ไม่เป็นตัวเป็นตน และไม่มีผลในการ

เป็นเจ้าของผลผลิตของบริการซึ่งอาจเป็นหรือไม่เป็นผลิตภัณฑ์ก็ได้

Christian Gronroos (as cited in Natthida Jareankiatbovorn, 2018, p.20) กล่าวว่าไว้ว่าการบริการเป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยกิจกรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งอาจจะไม่ได้เกิดขึ้นเสมอไปเมื่อมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการ หรือ ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตหรือสินค้า และระบบของผู้ให้บริการ ซึ่งช่วยในการแก้ไขปัญหาของผู้ที่มาใช้บริการที่เกิดขึ้น

บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ (2544, น.196-198, อ้างอิงใน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2549, น.23) ได้ให้ความหมายของคำว่าบริการไว้ว่า เป็นการกระทำหรือผลงานที่ผู้ประกอบการได้มอบให้กับผู้บริโภคโดยเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible) โดยเมื่อผู้บริโภคซื้อบริการแล้ว จะไม่มีสิทธิในการเป็นเจ้าของทรัพย์สินใดๆ นอกจากการได้รับบริการที่ตกลงกันไว้

วัชรพล ทองหอม (2552, น.22) ได้กล่าวถึงแนวคิดและความหมายเกี่ยวกับการบริการไว้ว่าการบริการ หมายถึง ปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย โดยฝ่ายหนึ่งคือ ผู้ให้บริการ และอีกฝ่ายหนึ่งคือ ผู้ใช้บริการ โดยผู้ให้บริการต้องทำหน้าที่อย่างเต็มที่ เพื่อสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด

ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556, น.31 อ้างอิงใน ปทุมวรรณ สิ้นสิ้น, 2560, น.8) กล่าวว่า การบริการ คือ การที่ผู้ให้บริการนำเสนอกิจกรรมหนึ่งให้กับผู้รับบริการ โดยกิจกรรมนั้นเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้ จึงไม่สามารถโอนกรรมสิทธิความเป็นเจ้าของได้ ซึ่งจะผูกติดหรืออาจจะไม่ผูกติดกับตัวสินค้าก็ได้ ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ กระทั่งเกิดความพึงพอใจสูงสุด

จิรินทร์ยา แสงศิลป์มณี (2562, น.2) กล่าวว่าไว้ว่า การบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่ตอบสนองต่อความต้องการแก่ลูกค้า จึงไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการใช้บริการ ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องการหลักประกันให้กับผู้ใช้บริการเพื่อเป็นการดึงดูดให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจได้รวดเร็วขึ้น

ตาราง 2.1 แสดงความหมายของการบริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	การปฏิสัมพันธ์	การตอบสนองต่อความต้องการ	ไม่สามารถจับต้องได้	ไม่มีสิทธิในการเป็นเจ้าของ	ความพึงพอใจ
Sabine Moeller			✓		

ตาราง 2.1 แสดงความหมายของการบริการ(ต่อ)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	การปฏิสัมพันธ์	การตอบสนองต่อความต้องการ	ไม่สามารถจับต้องได้	ไม่มีสิทธิในการเป็นเจ้าของ	ความพึงพอใจ
Philip Kotler			✓	✓	
Christian Gronroos	✓		✓		
บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ			✓	✓	
วัชรพล ทองหอม	✓	✓			
ศุภลักษณ์ สุริยะ		✓	✓	✓	✓
จรินทร์ยา แสงศิลป์มณี		✓			

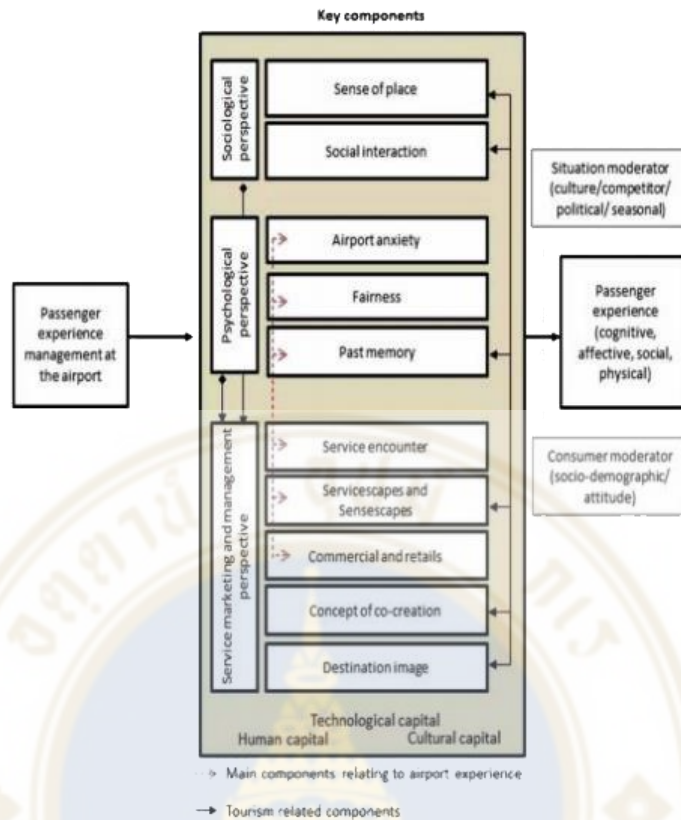
ดังนั้นจากการศึกษาค้นคว้าวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศสามารถสรุปความหมายของคำว่าบริการได้ว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมใดๆ (Kotler, 2012; Gronroos, 2000;จรินทร์ยา แสงศิลป์มณี, 2562) ที่มีการปฏิสัมพันธ์ (Gronroos, 2000; วัชรพล ทองหอม, 2552) ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ (Gronroos, 2000; บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ, 2554; วัชรพล ทองหอม, 2552) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ (วัชรพล ทองหอม, 2552; ศุภลักษณ์ สุริยะ, 2556; จรินทร์ยา แสงศิลป์มณี, 2562) และความพึงพอใจ (ศุภลักษณ์ สุริยะ, 2556) ของทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Moeller, 2009; Kotler, 2012; Gronroos, 2000; บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ, 2554; ศุภลักษณ์ สุริยะ, 2556) จึงไม่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของได้ (Kotler, 2012; บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ, 2554; ศุภลักษณ์ สุริยะ, 2556) โดยแสดงเป็นตารางสรุปความหมายของการบริการ ดังตารางที่ 2.1

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างเสริมประสบการณ์ในสนามบิน

Wattanacharoensil, Schuckert, and Graham (2015, p. 322-334) ที่ได้มีการเสนอกรอบแนวคิดในการสร้างเสริมประสบการณ์ในสนามบิน มีการศึกษามุมมองที่มีผลต่อประสบการณ์ของ

ผู้โดยสารที่มาใช้สนามบินไว้ด้วยกัน 3 มุมมองคือ มุมมองในด้านประชากรศาสตร์ (Sociological Perspective) มุมมองด้านจิตวิทยา (Psychological Perspective) และมุมมองด้านการตลาดบริการและการบริหาร (Service marketing and management Perspective) ซึ่งจากผลการศึกษาวิจัยได้พบว่ามีปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสบการณ์ของผู้โดยสารที่มาใช้สนามบิน 10 ปัจจัยดังนี้

1. มุมมองด้านประชากรศาสตร์ (Sociological Perspective) เป็นมุมมองหนึ่งที่มีความสำคัญที่ทำให้เข้าใจผู้โดยสารที่มาใช้บริการสนามบินมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมุมมองด้านประชากรศาสตร์กับพื้นที่ใช้สอยภายในสนามบิน (Lloyd, 2003) ได้กล่าวไว้ว่า พื้นที่ภายในสนามบินมีผลต่อพฤติกรรมที่ผู้โดยสารแสดงออกมา ในมุมมองของผู้โดยสารที่มาใช้บริการสนามบิน ผู้โดยสารรับรู้ว่าคุณสมบัติไม่ใช่เป็นสถานที่ (Non-place) (Auge, 2015) เป็นที่จำลองขึ้นมา (Pseudoplaces)(Boorstin,1964) และผู้โดยสารมีการใช้ประโยชน์จากการไม่มีตัวตนของสนามบิน (Utility of placelessness)(Relph, 1976) เนื่องจากการที่สนามบินมีไม่มีเอกลักษณ์หรือไม่สามารถสื่อความหมายได้ สนามบินเป็นสถานที่ที่ผู้โดยสารมาขึ้นเครื่องบินและลงเครื่องบินเพื่อไปยังจุดหมายปลายทาง ถึงแม้จะเป็นข้อโต้แย้งว่าสนามบินเป็นสถานที่เริ่มต้นในการเดินทางและสิ้นสุดการเดินทาง เป็นสถานที่ทำให้ผู้โดยสารมีความรู้สึกว่าเป็นนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทาง อีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ (Sociological Perspective) คือ การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างคนในสนามบินที่มีหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นระหว่างผู้โดยสารกับผู้โดยสาร ผู้โดยสารกับพนักงานในสนามบิน หรือ การติดต่อแบบเจอหน้า (Face-to-Face) หรือ การติดต่อผ่านเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic interaction) ดังนั้นภายใต้การศึกษามุมมองด้านประชากรศาสตร์สามารถสรุปจากการศึกษาค้นคว้าวิจัยได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการให้บริการผู้โดยสารที่มาใช้สนามบิน มี 2 ปัจจัยคือ ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ และ การติดต่อกันทางสังคม (Wattanacharoensil, Schuckert & Graham, 2015, p.322)



รูปภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการสร้างประสบการณ์ในสนามบิน
ที่มา : Wattanacharoensil, Schuckert, and Graham (2015)

2. มุมมองด้านจิตวิทยา (Psychological Perspective) เป็นมุมมองที่ศึกษาเกี่ยวกับเวลาพื้นที่ที่ใช้สอยในสนามบิน กิจกรรมและความรวดเร็วของกิจกรรมต่างๆในสนามบิน ที่ส่งผลต่อทัศนคติของผู้โดยสารทั้งในด้านบวกและลบไม่ว่าจะทำให้ผู้โดยสารรู้สึกสบาย หรือ ทำให้เกิดความเครียดและความกังวล(Livingstone et al., 2012) ความกังวลของผู้โดยสารไม่ว่าจะเป็นความกังวลที่ผู้โดยสารกลัวที่จะตกเครื่องบิน หรือความกังวลของผู้โดยสารที่ขึ้นเครื่องบินครั้งแรกก็รู้สึกเกิดความกังวล เป็นปัจจัยที่มีความท้าทายของการใช้บริการภายในสนามบิน (McIntosh, Swanson, Power, Raeside, & Dempster, 1998) เนื่องจากจะส่งผลทำให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมที่แสดงออกมาในด้านลบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากเหตุการณ์ 9/11 ทำให้มีมาตรการต่างๆเข้มงวดมากขึ้น ทำให้ผู้โดยสารรู้สึกกังวลและเกิดความเครียด (Schillinger, 2010)

จากกรอบแนวคิดในการสร้างประสบการณ์ในสนามบิน ในมุมมองด้านจิตวิทยาได้กล่าวถึง 2 ปัจจัยที่มีผลกระทบอย่างมากต่อระดับความเครียดของผู้โดยสาร คือ ความวิตกกังวลของผู้โดยสารและ ความยุติธรรมจากการได้รับบริการของผู้โดยสาร(Fairness) ในงานวิจัยในอดีตไม่ได้

มีการกล่าวถึงความยุติธรรมจากการได้รับบริการของผู้โดยสาร (Fairness) ไม่ได้มีการกล่าวถึงมากนัก (McColl-Kennedy & Spark, 2003) แต่ในงานวิจัยของ McColl-Kennedy & Spark ได้กล่าวไว้ว่าในปัจจุบันในด้านความยุติธรรมเป็นปัจจัยที่ยากต่อการจะตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร ถ้าไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ก็จะเกิดความรู้สึกไม่ยุติธรรมและเรียกร้องให้พนักงานสนใจ จากผลการวิจัยจะแสดงให้เห็นว่าถ้าผู้โดยสารรู้สึกไม่ยุติธรรมจะแสดงความรู้สึกออกมาในด้านลบหรือไม่พอใจ (Wattanacharoensil, Schuckert & Graham, 2015, p.325-326)

นอกจากนี้ประสบการณ์ในอดีตที่ผู้โดยสารมาใช้บริการ ทั้งการใช้บริการที่สนามบินเดิมที่ผู้โดยสารเคยมาใช้บริการหรือสนามบินที่แตกต่างออกไป ประสบการณ์ของผู้โดยสารในอดีตก็ส่งผลต่อความรู้สึกและประสบการณ์ของผู้โดยสารที่มาใช้สนามบินในปัจจุบัน (Verhoef et al., 2009) และส่งผลกระทบต่อความคาดหวังของผู้โดยสารที่มาใช้สนามบินในปัจจุบัน (Harrison et al., 2012) ดังนั้นสามารถบ่งบอกเป็นนัยยะได้ว่าประสบการณ์ในอดีตจะส่งผลต่อประสบการณ์ของผู้โดยสารในอนาคตและปัจจุบัน

3. มุมมองด้านการตลาดบริการและการบริหาร Service marketing and management) เป็นแนวคิดด้านการตลาดบริการและการบริหารที่พูดถึงแค่ในอุตสาหกรรมเมื่อ 10 ปีก่อน ที่สนามบินเริ่มนำแนวคิดคุณภาพในการให้บริการมาทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า (Bogicevic et al., 2013 ; Graham, 2014) สนามบินต่างๆทั่วโลกพยายามที่จะทำให้แน่ใจว่าระดับของคุณภาพการให้บริการเป็นที่ยอมรับ โดยใช้แนวทางในด้านคุณภาพการให้บริการมาใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติและกรอบในการทำงานของกิจกรรมภายในสนามบิน (Correia et al., 2008) ซึ่งทำให้ผู้โดยสารรู้สึกพึงพอใจและสร้างประสบการณ์ที่ดีในการให้บริการกับผู้โดยสารที่มาใช้สนามบิน

การศึกษาภูมิทัศน์ในบริการถือว่าเป็นหนึ่งปัจจัยที่นำมาประยุกต์ใช้ที่ทำให้เพิ่มความรู้สึกและทัศนคติในด้านบวกให้กับผู้โดยสาร (Bitner, 1992) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการศึกษาของ Rosenbuaam & Massiah (2011) ได้ศึกษาการภูมิทัศน์ในการให้บริการเกี่ยวกับป้ายบอกทางภายในสนามบินกับความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (Sense of place) ประสบการณ์ที่ลูกค้าพบเจอ (Service encounters) เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยเพิ่มประสบการณ์ให้กับผู้โดยสาร โดยส่วนใหญ่การให้บริการภายในสนามบินจะให้ความสำคัญกับการให้บริการแบบแบบเจอหน้า (Face-to-Face) เพราะเนื่องจากว่าผู้บริหารสนามบินเชื่อว่าประสบการณ์ที่ผู้โดยสารพบเจอจะช่วยทำให้เพิ่มความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ (Bitner, Booms & Tetreault, 1990; Pugh, 2011) แต่อย่างไรก็ดีสนามบินก็นำเอาระบบเซ็คอนัดโนมัตมาใช้งานเพื่อที่สามารถทำให้ดูแลจัดการผู้โดยสารได้ง่าย อำนวยความสะดวกให้กับผู้โดยสาร และป้องกันการผิดพลาดของการให้บริการ (Meuter, Ostrom, Biter & Roundtree, 2003)

ในปัจจุบันในด้านการค้าขายในเชิงพาณิชย์และร้านค้าก็มีส่วนสำคัญเพราะเป็นส่วนที่ช่วยดึงดูดผู้โดยสารที่รักในข้อปิ้งได้อีกด้วย (Ballantine, Jack, & Parsons, 2010) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสนามบินที่มีรายได้ส่วนใหญ่มากจากกิจกรรมที่ไม่ใช่รายได้ที่ไม่เกี่ยวกับกิจกรรมการบิน (Freathy & O'Connell, 2000; Graham, 2014)

สุดท้ายปัจจัยในด้านภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง (Destination image) จากกรอบการวิจัยกล่าวไว้ว่าสนามบินเป็นภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางที่ผู้โดยสารเดินทางมาท่องเที่ยว (Kazda & Caves, 2007) ปัจจัยหนึ่งที่ผู้โดยสารที่มาใช้บริการมีการประเมินศักยภาพและคุณภาพของสนามบิน คือการสังเกตจากภาพลักษณ์หรือลักษณะของสนามบินจุดหมายปลายทางที่แสดงออกมา

นอกจากนี้ ลิศินา เฟงพินิจ (2553, อ้างอิงใน อัสวิน ศรีทองพิมพ์, 2558, น.9) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์และปรับปรุงคุณภาพการให้บริการผู้โดยสารในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์หาแนวทางการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการผู้โดยสารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการทำให้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิติด 1 ใน 10 ของท่าอากาศยานที่มีคุณภาพบริการที่ดีที่สุดในโลก โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ กลุ่มผู้ที่ทำงานอยู่ในระดับปฏิบัติการ และกลุ่มผู้บริหารของ ทอท. ศึกษาในช่วงระหว่างปี 2551-2553 โดยให้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกตการณ์ ผลการดำเนินพบว่า มี 3 หัวข้อหลักของกระบวนการให้บริการผู้โดยสารที่ทำให้คะแนนความพึงพอใจของผู้โดยสารลดลงและต้องได้รับการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการเป็นอันดับต้นๆ คือ ระยะเวลาการรอตรวจหนังสือเดินทาง ความคุ้มค่าของที่จอดรถ การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ซึ่งสาเหตุของปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากด้านกระบวนการทำงาน วัสดุอุปกรณ์ และเรื่องของบุคลากรขาดประสิทธิภาพ โดยผู้วิจัยสรุปได้ว่าการปรับปรุงคุณภาพการบริการตามปัญหา โดยอาศัยองค์ประกอบหลายส่วน ทั้งกลยุทธ์หรือทรัพยากรในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนา

ภรณ์พัศตรา ศักดา (2558, อ้างอิงใน พัชร อนุสิทธิ์, 2561, น.37) ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการบริการภายในท่าอากาศยานสมุย จากผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของผู้โดยสารภายในท่าอากาศยานสมุย อยู่ในระดับมาก โดยแบ่งความพึงพอใจรายด้านมากไปหาน้อย ดังนี้ ความพึงพอใจต่อผู้โดยสารที่มีต่อการบริการภายในท่าอากาศยานด้านการรักษาความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อม รองลงมาคือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และสุดท้าย ด้านบุคลากร พนักงาน ตามลำดับ และพบว่าความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการที่มีต่อการบริการภายในท่าอากาศยานสมุยอันเนื่องมาจาก

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ วุฒิการศึกษา และสัญชาติของผู้โดยสารที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้

ตารางที่ 2.2 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมประสบการณ์ในสนามบิน

ชื่องานวิจัย	วัตถุประสงค์	กลุ่มตัวอย่าง	แนวคิดและหลักการ
An Airport Experience Framework from a Tourism Perspective	เสนอกรอบทฤษฎีสำหรับการสร้างเสริมประสบการณ์ภายในสนามบิน	ศึกษาจากหลักฐานเชิงประจักษ์จากกรณีศึกษาต่างๆ	แนวคิดมุมมองด้านสังคมวิทยา จิตวิทยา และการตลาดบริการ
การวิเคราะห์และปรับปรุงคุณภาพการให้บริการผู้โดยสารในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	วิเคราะห์ปัจจัยชี้วัดความพึงพอใจแนวทางการแก้ปัญหา	ผู้โดยสารท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	แนวคิดคุณภาพการบริการ
ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการบริการภายในท่าอากาศยานสมุย	วิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจอันเนื่องมาจากปัจจัยส่วนบุคคล	ผู้โดยสารชาวไทยและต่างประเทศจำนวนรวมทั้งสิ้น 400 คน	แนวคิดความพึงพอใจ

จากแนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการสร้างเสริมประสบการณ์ในสนามบินและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ทำวิจัยจะนำกรอบแนวคิดในการวิจัยดังกล่าวมาประยุกต์ใช้กับการสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 2.3 และแบบสอบถามในการวิจัยเพื่อศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งที่ต้องการได้รับจากการให้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองในครั้งนี้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ลู (Leu, 2000 อ้างถึงใน พัชร อนุสิทธิ์, 2561 , น.16-17) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจะช่วยให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่เหนือกว่า เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่า การมุ่งเน้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเดียวนั้นไม่พอ ที่จะทำให้อุตสาหกรรมอยู่ได้ แต่ความพึงพอใจของลูกค้าจะเป็นอาวุธที่ดีในการแข่งขัน เนื่องจากระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะช่วยให้องค์กรมีความสามารถเหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างต่อเนื่อง เพราะความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อภาพลักษณ์

และชื่อเสียงขององค์กรโดยตรง จะเห็นได้จากปัจจุบันธุรกิจส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการสร้างฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของการซื้อและการบริโภคของลูกค้า เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

ดังนั้นงานวิจัยในครั้งนี้จะศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการเชคอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปออกแบบรูปแบบการให้บริการเชคอิน เพื่อตอบสนองต่อความต้องการผู้ที่มาใช้บริการเชคอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง

2.3.1 ความหมายของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จของงานที่จะทำให้เป้าหมายบรรลุวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลนั้น โดยมีผู้ให้คำจำกัดความของคำว่าความพึงพอใจไว้หลายความหมาย ดังนี้ Oliver (as cited in Thusyanthy & Thatanikaran, 2017, p.145) ได้ให้คำอธิบายความหมายของความพึงพอใจ ไว้ว่าเป็นการสนองความต้องการของผู้บริโภค เป็นการตัดสินใจว่าลักษณะของสินค้าหรือรูปแบบของการให้บริการ สินค้าหรือบริการในตัวของมันเอง สามารถมอบระดับความพึงพอใจของการใช้บริการตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ในระดับที่น้อยกว่าหรือมากกว่า

Jeong et al and De wulf (as cited in Alaboodi, 2019, p.147) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจคือ การตอบสนองความคาดหวังของลูกค้าที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการและสินค้า ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นต่อเมื่อคุณภาพการบริการที่ผู้บริโภคได้รับตรงกับความต้องการหรือคาดหวังของลูกค้า ถ้าคุณภาพการบริการที่ผู้บริโภคได้รับไม่ตรงกับความต้องการหรือคาดหวังของลูกค้า ก็จะเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ

Kotler et al. (as cited in Afthanorhan, Awang, Rashid, Foziah, and Liza, 2019, p.15) ได้อธิบายความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า ไว้ว่า เป็นระดับความรู้สึกของบุคคล ที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างคุณภาพของสินค้าหรือบริการ

รังสิยาณี โสภณ โภไคย (2557, น.16, อ้างอิงใน ภาคินี จุ้ยสำราญ, 2561, น.20) ได้ อธิบายความหมายของความพึงพอใจในงานวิจัยว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เป็นได้ทั้งความรู้สึกในทางบวกและทางลบ ซึ่งล้วนเกิดจากสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ

จารุวรรณ กนกทอง (2559, น.7) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของลูกค้าต่อ เมื่อได้รับการบริการเป็นไปตามคาดหวังจากการให้บริการ ซึ่งเป็นได้ทั้งความรู้สึกทั้ง

ทางด้านบวกและทางลบ ก็เมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้สิ่งนั้นบรรลุจุดหมายได้ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกบวกเป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงข้ามกันถ้าสิ่งนั้นรู้สึกผิดหวัง ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พอใจ

วัลัญจรัช เตชะวงศ์วัฒนา (2562, น.11) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึก หรือ ทัศนคติทางบวกของบุคคลที่มีผลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งจะเกิดต่อเมื่อสิ่งนั้นตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลนั้น ความพึงพอใจของแต่ละคนนั้นย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคลและรวมไปถึงทัศนคติและค่านิยมของแต่ละบุคคล

วรสิษฐา ศุภชน โชติพงษ์ (2562, น. 28-29) กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่แต่ละบุคคลมีลักษณะที่ไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ถ้าคาดหวังมากและได้รับการตอบสนองก็就会有ความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้ามกันเมื่อผิดหวังหรือไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตั้งใจไว้มีมากน้อยเพียงใดตาราง

ตาราง 2.3 แสดงความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ความคาดหวัง	คุณภาพสินค้าและบริการ	ความรู้สึกทางด้าน บวก และด้านลบ	การตอบสนองต่อความคาดหวัง
Oliver	✓		✓	✓
Jeong et al., De wulf	✓	✓	✓	✓
Kotler et al.		✓		
รังสิยาณี โสภณ โภไคย		✓	✓	
จารุวรรณ กนกทอง	✓		✓	✓
วัลัญจรัช เตชะวงศ์วัฒนา			✓	✓
วรสิษฐา ศุภชน โชติพงษ์	✓			✓

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงสามารถสรุปความหมายได้ดังนี้คือ ความพึงพอใจคือการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวัง (Oliver, 1997; Jeong et al., 2016; De wulf, 2003; จารุวรรณ กนกทอง,

2559; วรรีสติญา สุภชน โชติพิงศ์, 2562) และคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ได้รับ (Jeong et al., 2016; De wulf, 2003; Kotler et al., 1996; วรรีสติยาณี โสภณ โกโคย, 2557) ถ้าได้รับการตอบสนอง (Oliver, 1997; Jeong et al., 2016; De wulf, 2003; จารุวรรณ กนกทอง, 2559; วลัยจรัส เตชะวงศ์ วัฒนา, 2562; วรรีสติญา สุภชน โชติพิงศ์, 2562) สูงกว่าที่ผู้บริโภครอคาดหวัง จะเกิดความรู้สึกในด้านบวก เป็นความรู้สึกพึงพอใจ ถ้าได้รับการตอบสนองต่ำกว่าที่ผู้บริโภครอคาดหวัง จะเกิดความรู้สึกด้านลบ เป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ (Oliver, 1997; Jeong et al., 2016; De wulf, 2003; วรรีสติยาณี โสภณ โกโคย, 2557; จารุวรรณ กนกทอง, 2559; วรรีสติญา สุภชน โชติพิงศ์; 2562) จากทั้งหมดที่กล่าว สามารถสรุปเป็นตารางได้ดังตารางที่ 2.2

2.3.2 แนวทางการวัดความพึงพอใจการให้บริการ

ภาณุเดช เพียรความสุข และคณะ (2558, น.21-22) กล่าวว่าไว้ว่า ลักษณะของการบริการ คือ กิจกรรมหรือกระบวนการในการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์กร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลอื่นให้มีความสุข และความสะดวกสบายเอื้ออาทร มีน้ำใจ ไมตรี เปี่ยมด้วยปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลให้ความสะดวกรวดเร็ว ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ให้ความเป็นธรรมและความเสมอภาคจนเกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น

Aday and Andersen (1975 อ้างอิงใน กมลวรรณ โป้สมบุญ และปราณี อ่อนศรี, 2558, น.32) ได้กล่าวไว้ว่า เมื่อคุณภาพของการบริการเป็นหัวใจสำคัญของระบบบริการ การวิเคราะห์คุณภาพการบริการจากการรับฟังเสียงสะท้อนของผู้ใช้บริการจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการค้นหาโอกาสพัฒนา โดยการประเมินความพึงพอใจเป็นทฤษฎีหนึ่งที่ผู้วิจัยนำมาใช้ซึ่งการประเมินความพึงพอใจสามารถประเมินได้ด้วย 6 ด้าน คือ ความสะดวกที่ได้รับจากบริการ การประสานงานของการบริการ อธิษาศัยของผู้ให้บริการ ข้อมูลที่ได้รับเมื่อใช้บริการ คุณภาพของการบริการ และค่าใช้จ่าย เมื่อได้รับบริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีช่องทางและโอกาสในการที่จะแจ้งถึงความต้องการปัญหา ข้อเสนอแนะที่เหมาะสม

Millet (2012 อ้างอิงใน เบญจภา แจ่มเวชฉาย, 2559, น.15-16) กล่าวว่าไว้ว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือ ความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริการ สามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบของการให้บริการ 5 ด้าน ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริการงานของที่มีฐานคติที่ว่าทุกคนมีความเท่าเทียมกัน ดังนั้นผู้ใช้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในบริการ ผู้ใช้บริการทุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติใน

ฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service) หมายถึง ในการให้บริการต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ถ้าไม่มีการตรงเวลาจะนำมาซึ่งการสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีจำนวนในการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The right quantity at the geographical) ซึ่ง Millet เห็นว่าการให้บริการอย่างเสมอภาค และการให้บริการอย่างทันเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนในการให้บริการไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งให้บริการสร้างความไม่ ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะ ที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์สาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจขององค์กรที่ ให้บริการว่าจะให้บริการว่าจะให้ หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะ ที่มีการปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือการเพิ่ม ประสิทธิภาพหรือความสามารถในการปฏิบัติงานให้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

Paul (as cited in Wahyono & Nurjanah, 2020, p.127) ได้กล่าวไว้ว่าคุณภาพของการ บริการที่ดีมักจะรับรู้จากลูกค้า ถ้าหากตรงกับการรับรู้ของลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจและสิ่งนั้นจะ ทำให้ลูกค้าภักดีกับสินค้าหรือบริการที่มอบให้กับลูกค้า โดยจากงานวิจัยของ Paul ได้อธิบายไว้ว่า สิ่งสำคัญที่เป็นตัวชี้วัดคุณภาพการบริการ คือ สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ตอบสนองได้รวดเร็ว สามารถตอบคำถามของลูกค้าได้ถูกต้อง สามารถบริการได้ทันเวลา ให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือ บริการที่ครบถ้วน ถ้าคุณภาพและประสิทธิ ภาพของการบริการยิ่งดีจะทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจและ ภักดีต่อบริการมากยิ่งขึ้น

Steve and Cook (1995, อ้างอิงใน เสรี วรพงษ์, 2563, น.27) แสดงให้เห็นว่าการ เลือกใช้บริการลูกค้าหรือผู้รับบริการ โดยส่วนใหญ่นอกจากจะคำนึงถึงภาพลักษณ์ขององค์กรและ ความต้องการของบุคคลแล้ว คุณภาพของการให้บริการของหน่วยงานหรือองค์กรยังสามารถ พิจารณาได้จาก 9 หลักเกณฑ์ ดังต่อไปนี้

1. การเข้าถึงบริการ ได้ทันที่ตามความต้องการของผู้ให้บริการ
2. ความสะดวกของทำเลที่ตั้งในการเข้ารับบริการ
3. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการให้บริการ
4. การให้ความสำคัญต่อผู้รับบริการแต่ละคน

5. ราคาค่าบริการที่เหมาะสมกับลักษณะของงานบริการ
6. คุณภาพการให้บริการทั้งในระหว่างเข้ารับบริการและภายหลังการเข้ารับบริการ
7. ชื่อเสียงของบริการที่ได้รับรวมถึงการยกย่องชมเชยในบริการ
8. ความปลอดภัยในการให้บริการจากผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะ
9. ความรวดเร็วในการให้บริการ

ตาราง 2.4 แสดงแนวทางการวัดความพึงพอใจในการให้บริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ภาณุเดช เพ็ชร ความสุข และคณะ	Aday and Andersen	Millet	Paul	Steve and Cook
ความสะดวกสบาย และความรวดเร็ว	✓	✓		✓	✓
ความปลอดภัย	✓				✓
การบริการอย่าง สม่ำเสมอ	✓		✓		
ความเป็นธรรม เสมอภาค	✓		✓		
ความเชื่อถือได้	✓				✓
ความถูกต้อง ครบถ้วนของ ข้อมูล		✓		✓	
คุณภาพของการ บริการ		✓	✓	✓	✓
อรรถาศัยของผู้ ให้บริการ		✓			
ความสมเหตุสมผล ของราคา		✓			✓
การบริการอย่าง ทันเวลา			✓	✓	✓

ตาราง 2.4 แสดงแนวทางการวัดความพึงพอใจในการให้บริการ (ต่อ)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ภาณุเดช เพียร ความสุข และคณะ	Aday and Andersen	Millet	Paul	Steve and Cook
การให้บริการอย่าง เพียงพอ			✓		
การให้บริการอย่าง ต่อเนื่อง			✓		
การให้ความสำคัญ กับผู้รับบริการ		✓			✓
ชื่อเสียงของบริการ					✓

จากงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการบริการที่ดีและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้จะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกพึงพอใจและภักดีต่อองค์กรสามารถวัดได้จากหลายปัจจัยดังต่อไปนี้ คือ ความสะดวกสบายและรวดเร็ว (ภาณุเดช เพียรความสุข และคณะ, 2558; Aday and Andersen, 1975; Paul, 2015; Steve and Cook, 1995) ความปลอดภัย (ภาณุเดช เพียรความสุข และคณะ, 2558; Steve and Cook, 1995) การบริการอย่างสม่ำเสมอ (ภาณุเดช เพียรความสุข และคณะ, 2558; Millet, 2012) ความเป็นธรรมเสมอภาค (ภาณุเดช เพียรความสุข และคณะ, 2558; Millet, 2012) ความเชื่อถือได้ (ภาณุเดช เพียรความสุข และคณะ, 2558; Steve and Cook, 1995) ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล (Aday and Andersen, 1975; Paul, 2015) คุณภาพของการบริการ (Aday and Andersen, 1975; Millet, 2012; Paul, 2015; Steve and Cook, 1995) อธิษาศัยของผู้ให้บริการ (Aday and Andersen, 1975) ความสมเหตุสมผลของราคา (Aday and Andersen, 1975; Steve and Cook, 1995) การบริการอย่างทันเวลา (Millet, 2012; Paul, 2015; Steve and Cook, 1995) การให้บริการอย่างเพียงพอ (Millet, 2012) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Millet, 2012) การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ (Aday and Andersen, 1975; Steve and Cook, 1995) ชื่อเสียงของบริการ (Steve and Cook, 1995) ซึ่งปัจจัยต่างๆที่กล่าวมาข้างต้นล้วนส่งต่อความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการโดยตรง ดังตารางที่ 2.4 ที่แสดงแนวทางการวัดความพึงพอใจในการให้บริการ

2.4 แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการออกแบบบริการ

ทุกวันนี้ความต้องการของผู้บริโภคไม่ได้หยุดอยู่แค่ “ประโยชน์ใช้สอย” หรือ

“รูปลักษณ์” ของผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่พวกเขายังเรียกร้องความพึงพอใจจาก “การบริการ” ที่เชื่อมโยงกับทุกความต้องการในชีวิตพวกเขาด้วย (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2557, น.6) ดังนั้นการออกแบบบริการจึงเป็นการนำวิธีคิดและการปฏิบัติในกระบวนการออกแบบมาช่วยในการพัฒนารูปแบบของการบริการหรือผลิตภัณฑ์โดยใช้ข้อมูลจากความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะสามารถสร้างและส่งมอบประสบการณ์อันน่าประทับใจให้กับลูกค้ามากที่สุด พร้อมทั้งยังสามารถสร้างผลตอบแทนคืนสู่องค์กรได้ทั้งในเชิงรูปธรรมและนามธรรม โดยมีผลลัพธ์ที่ได้มาตรฐานในการบริการ (Service Standard) (ชัยรัตน์ รัตนโนภาส, 2558, น.47) โดยแนวคิดการออกแบบบริการมีการศึกษาไว้อย่างแพร่หลายทั้งงานวิจัยในประเทศและต่างประเทศซึ่งได้มีการอธิบายดังนี้

2.4.1 ความหมายของการออกแบบบริการ

Mager (2009, อ้างอิงใน ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2557, น.14) กล่าวว่าไว้ว่า การออกแบบบริการคือการนำเอาวิธีคิดและวิธีปฏิบัติในกระบวนการออกแบบมาช่วยในการพัฒนารูปแบบของการบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างประโยชน์ได้สูงสุด ใช้งานได้สะดวกที่สุด และสร้างความประทับใจให้กับผู้ใช่มากที่สุด ที่สำคัญคือสามารถสร้างผลตอบแทนคืนสู่องค์กรได้ทั้งในเชิงรูปธรรมและนามธรรม

Patricio and Fisk (2013, อ้างอิงใน สิทธิศักดิ์ รัชตะทรัพย์, 2561, น.8) อธิบายไว้ว่า การออกแบบบริการ คือ วิทยาการแขนงใหม่ที่ให้ความสำคัญกับออกแบบประสบการณ์ อันเป็นส่วนประกอบของทั้งสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ สามารถสร้างคุณประโยชน์มากมายต่อผู้บริโภคเมื่อประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมบริการ เช่น โรงแรม อพาร์ทเมนต์ ธนาคาร โรงพยาบาล และการเดินทางขนส่งโดยทั่วไปแล้ว การทำงานด้วย Service Design จะทำให้ผลลัพธ์ที่เป็นงานออกแบบระบบหรือกระบวนการบางอย่าง ที่มุ่งหวังจะมอบงานบริการแบบรอบด้านให้กับผู้บริโภค การทำงานของสหวิทยากรนี้จะเป็นต้องใช้หลายทักษะหลายด้านประกอบกันไม่ว่า จะเป็นด้านการออกแบบ การบริหารจัดการ การวิศวกรรมระบบ ฯลฯ

Gibbons (2017) ได้ให้คำอธิบายของ การออกแบบบริการ คือ กิจกรรมในการวางแผนจัดระเบียบทรัพยากรของธุรกิจได้ (คน อุปกรณ์ต่างๆ และ กระบวนการ) เพื่อปรับปรุงประสบการณ์โดยตรงของพนักงาน และปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าในทางอ้อม

พิสิทธิ์ พิพัฒน์โกคากุล (2559, อ้างอิงใน สิทธิชัย ศรีเจริญประมง และ เปรมปรีดา ทองลา, 2559, น.39) อธิบายไว้คำว่า การออกแบบบริการ ไว้ว่าเป็นการนำเอาข้อมูลของผู้ใช้บริการที่สำคัญมาจัดกลุ่มและออกแบบบริการให้ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่สอดคล้องตามความต้องการ ผลลัพธ์ที่ได้จากการออกแบบบริการคือมาตรฐาน (Service Standard) ที่องค์กรใช้มาตรฐานในการทำงานของพนักงานเพื่อส่งมอบบริการให้กับผู้ที่มาใช้บริการ

ตาราง 2.5 แสดงความหมายของการออกแบบบริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ปรับปรุงรูปแบบบริการหรือผลิตภัณฑ์	ความต้องการของผู้ใช้บริการ	สร้างประโยชน์สูงสุด	มาตรฐานการบริการ
Birgit Mager	✓		✓	
Patricio and Fisk		✓	✓	
Sarah Gibbons	✓			
ฟิลิธท์ พิพัฒน์โกคากุล		✓		✓

ดังนั้นจากการศึกษางานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศสามารถอธิบายได้ว่า การออกแบบบริการเป็นกระบวนการหรือกิจกรรม (Patricio & Fisk, 2013; Sarah Gibbons, 2017) ที่นำเอาวิธีการออกแบบมาพัฒนาปรับปรุงรูปแบบบริการหรือผลิตภัณฑ์ (Birgit Mager, 2009; Sarah Gibbons, 2017) เพื่อให้สอดคล้องตามความต้องการ (Patricio & Fisk, 2013; ฟิลิธท์ พิพัฒน์โกคากุล, 2559) และสามารถประโยชน์สูงสุดให้กับผู้บริโภค (Birgit Mager, 2009; Patricio & Fisk, 2013) ผลลัพธ์ที่ได้จากการออกแบบบริการคือมาตรฐาน (Service Standard) ที่องค์กรใช้เป็นมาตรฐานในการทำงานของพนักงาน (ฟิลิธท์ พิพัฒน์โกคากุล, 2559) เพื่อส่งมอบการบริการให้กับผู้ที่มาใช้บริการ ซึ่งสามารถสรุปได้จากตาราง 2.5

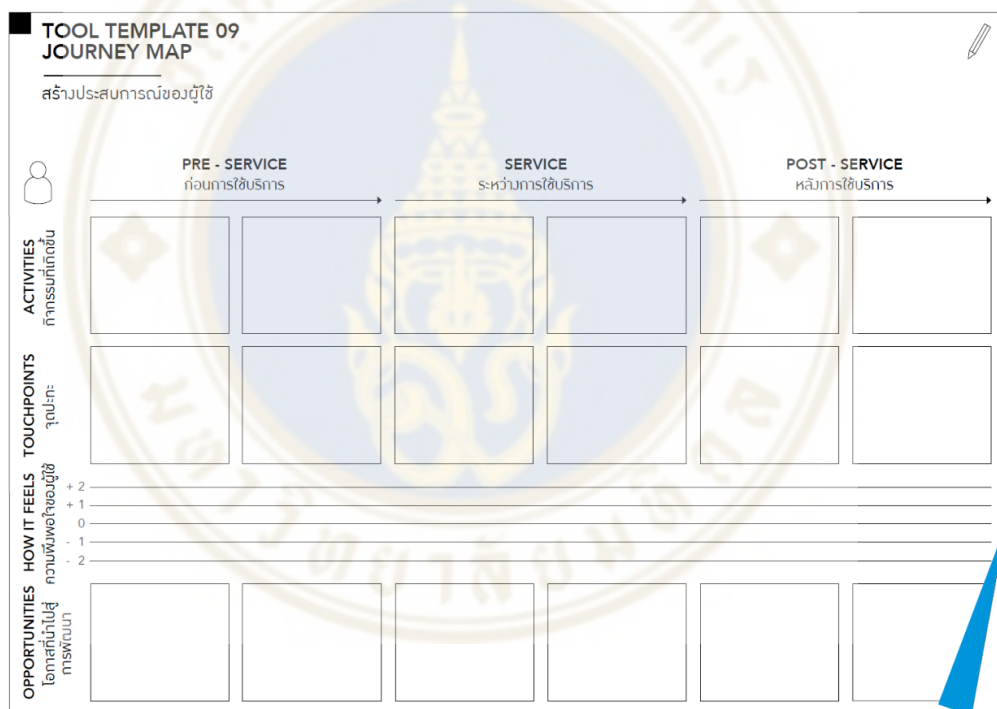
2.4.2 ขั้นตอนการออกแบบบริการ

จากคู่มือการออกแบบบริการ (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2557, น.79) ได้มีการระบุถึงกระบวนการในการออกแบบบริการได้มีการระบุไว้ว่า เป็นกระบวนการที่ไม่ได้เป็นการออกแบบเป็นเส้นตรง แต่เป็นกระบวนการที่กลับไปกลับมา และจะต้องทำซ้ำไปซ้ำมา ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน โดยจะเป็นกระบวนการที่มาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจและเก็บข้อมูล (Exploration)

ในขั้นตอนแรกของกระบวนการออกแบบ ต้องทำการศึกษาค้นคว้าและเก็บข้อมูลในเชิงลึก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานวิจัยเชิงมานุษยวิทยาและวัฒนธรรม (Ethnography research) (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2557, น. 41) ที่จะช่วยให้สามารถระบุความต้องการของลูกค้าที่แท้จริงได้ รวมถึงโอกาสใหม่ๆทางธุรกิจและช่องว่างในตลาดที่เหมาะสมที่สุดได้ การสำรวจและเก็บข้อมูลจะ

มี 3 กิจกรรมย่อย คือ การทำความเข้าใจปัญหา (understand the Challenge), การเก็บข้อมูลเชิงลึก (Gather Insights) และการสังเคราะห์ข้อมูล (Synthesis) (ชัยรัตน์ รัตโนภาส, 2558, น.49) ซึ่งขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่เก็บข้อมูลของผู้ใช้บริการทั้งก่อนการบริการ ระหว่างการบริการ และหลังการให้บริการ เพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์และความรู้สึกอย่างไรกับแต่ละจุดปะทะ (Touchpoint) เพื่อหาจุดที่เป็นสาเหตุของปัญหาและนำไปสู่โอกาสใหม่ๆ โดยจะช่วยให้เข้าใจมุมมองของลูกค้าได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นและยังทำให้เข้าใจความเชื่อมโยงของแต่ละขั้นตอนการให้บริการด้วย ซึ่งเรียกเครื่องมือนี้ว่า เครื่องมือสร้างประสบการณ์ของผู้ใช้ (Journey Map) ซึ่งเครื่องมือนี้จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยคัดกรองจุดปะทะที่ไม่มีประสิทธิภาพออกไป และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรได้อีกด้วย (Stickdom & Schneider, 2010 อ้างอิงในศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2557, น.80) โดยแสดงได้ดังภาพที่ 2.2



รูปภาพ 2.2 เครื่องมือสร้างประสบการณ์ของผู้ใช้ (Journey Map)

ที่มา: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (2557)

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างแนวคิดงานบริการ (Creation)

การสร้างแนวคิดงานบริการ (Creation) หมายถึง การนำเอาผลลัพธ์ที่ได้จากงานวิจัยในขั้นตอนแรกมาออกแบบแนวคิดงานบริการ (Dusit thani college, 2019) ก็คือการนำผลวิเคราะห์ที่ได้มานำมาใช้ในการสร้างสรรค์งานบริการ ซึ่งการสร้างสรรค์ที่วันนี้ไม่ได้บอกถึงแค่หน้าตาหรือ

ภาพลักษณ์ที่ดี แต่ยังคงหมายถึงการสร้าง “ประสบการณ์ร่วม” ที่ผู้ใช้บริการจะเชื่อมโยงกับงานบริการได้ในทุกจุดประทะ (Touchpoint) ไม่ว่าจะเป็นก่อนใช้บริการ ระหว่างที่มีการใช้บริการ หรือหลังที่ใช้บริการ โดยในขั้นการสร้างแนวคิดงานบริการจะประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลักดังนี้ (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2557, น. 87-88)

ขั้นตอนที่ 1 Inform เป็นการรับรู้เชิงลึกที่ทำให้เข้าใจรายละเอียดและโจทย์ที่ทำการศึกษา โดยต้องนำข้อมูลจากหลากหลายแหล่งมาเชื่อมต่อกันเพื่อนำไปสู่แนวคิดการออกแบบที่เหมาะสม

ขั้นตอนที่ 2 Incubate เป็นการพัฒนาแนวคิดจากขั้นตอน Inform ซ้ำไปซ้ำมาหลายๆ ครั้ง เพื่อให้เกิดแนวทางที่หลากหลาย ซึ่งเปรียบเสมือนการย่อยข้อมูลหลายๆ ครั้งเพื่อหา “แก่นสำคัญ” ที่ใช้ในการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 3 Illuminate การสร้างแนวคิดบางที่ไม่ได้กลั่นกรองมาจากข้อมูลโดยตรง แต่สร้างจากพื้นที่อื่นๆ ที่นอกเหนือข้อมูลที่มี ซึ่งนำมาช่วยสนับสนุนแนวคิดในการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 4 Implement จากหลังที่ได้สร้างแนวคิดแล้ว จำเป็นต้องนำแนวคิดที่ได้ตกผลึกแล้วทำให้เกิดขึ้นจริง

ขั้นตอนที่ 3 การนำแนวคิดไปทดสอบและปฏิบัติจริง (Reflection & Implementation)

เมื่อได้แนวคิดที่ได้จากการพัฒนาจากขั้นตอนการสร้างแนวคิดงานบริการ (creation) แล้วนั้น ขั้นนี้สุดท้ายคือการนำแนวคิดดังกล่าวมาทดสอบเพื่อที่ศึกษาว่าแนวคิดดังกล่าวมีประสิทธิภาพหรือไม่ และทดสอบซ้ำไปซ้ำมาจนได้แนวคิดที่เหมาะสมที่สุดในการแก้ปัญหาที่ระบุตั้งแต่ต้น จากนั้นนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้งานได้จริง (สิทธิชัย ศรีเจริญประมง และเปรมปรีดา ทองลา, 2559, น.46) โดยที่สำคัญของกระบวนการนี้คือ การสร้างแบบจำลองหรือสถานการณ์จำลองเพื่อทดสอบแนวคิดนี้ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาบริการอย่างหนึ่ง เพราะจะทำให้ประเมินโอกาสและความเป็นไปได้ของระบบการที่บริการ หากมีข้อบกพร่องจะได้นำไปพัฒนาก่อนใช้จริง โดยประกอบด้วย 3 ขั้นตอนได้แก่ (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2557, น. 140)

ขั้นตอนที่ 1 การสร้างบททดสอบ (Design the test) เป็นการออกแบบทดสอบแนวคิด ณ จุดปะและออกแบบคำถาม โดยการทดสอบแนวคิดด้วยแบบจำลองสถานการณ์ โดยวิเคราะห์ทั้งกลุ่มผู้ใช้บริการ พนักงาน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดงานบริการนั้น มีปฏิสัมพันธ์กันอย่างไร

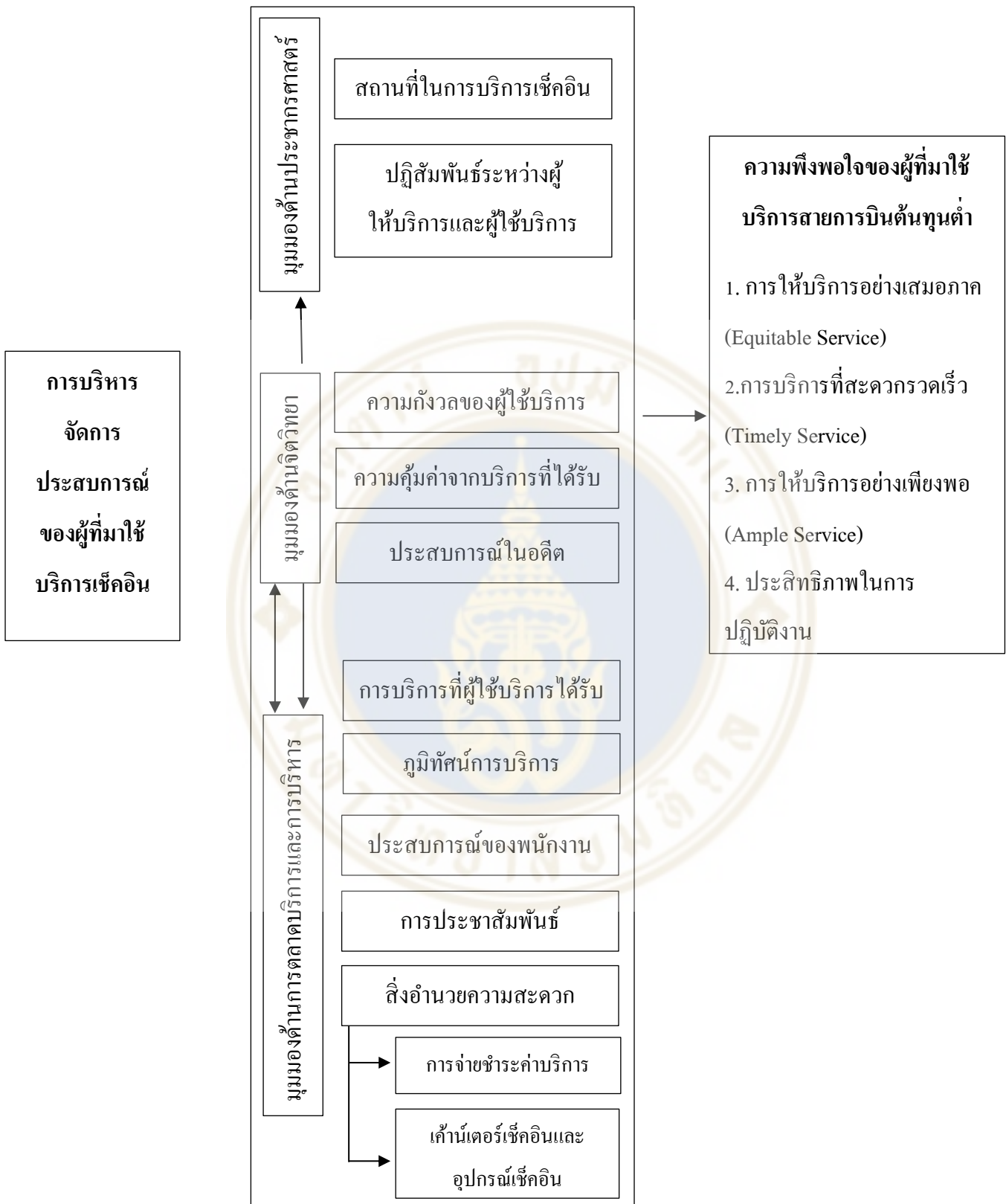
ขั้นตอนที่ 2 ทดสอบระบบปฏิสัมพันธ์ (Test the interaction) เมื่อได้แบบจำลองพร้อมทั้งคำถามที่ใช้ในการทดสอบแล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการลงมือทดสอบจริง ณ สถานที่ที่จัดเตรียมไว้

โดยสิ่งสำคัญคือการสังเกตปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น ณ จุดปะทะ ซึ่งผลที่ได้จะมาใช้ในการวิเคราะห์ ประเมินผลด้วย

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินผลการทดสอบ (Evaluate the test) ในการนำแนวคิดใดๆที่มาเปลี่ยนแปลงระบบการให้บริการ ถ้าไม่สามารถสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นกับตัวผู้ให้บริการ กับองค์กร หรือกับพนักงานขององค์กรได้ ก็ว่าแนวคิดนั้นไม่ประสบความสำเร็จและไม่ควรนำมาใช้จริง โดยการประเมินผลจากการทดสอบทั้งสอบควรเป็น “ตัวเลข” สามารถวัดได้ชัดเจน เช่น ในทุกๆ 3 นาที ถ้าสามารถลดระยะเวลาในการรอคิวได้ก็จะสามารถให้บริการเพิ่มขึ้นจากเดิม 50% เป็นต้น

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งที่ต้องการได้รรับจากการให้บริการเชิงคอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง ประยุกต์มาจากกรอบแนวคิดในการสร้างประสบการณ์ในสนามบิน (Wattanacharoensil, Schuckert & Graham, 2015, p.322) มีกรอบแนวคิดดังภาพที่ 2.3



รูปภาพที่ 2.3 กรอบการวิจัย

ที่มา : Adapted from Wattanacharoensil, Schuckert, and Graham (2015)

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

การศึกษาในงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่ต้องการได้รับจากการให้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง” ครั้งนี้ เป็น การศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารที่เคย ใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง และทำการออกแบบบริการเพื่อให้ตอบสนองต่อ ความต้องการของผู้โดยสาร โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บ รวบรวมข้อมูลและศึกษางานวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ ซึ่งจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มา วิเคราะห์ โดยมีขั้นตอนและรายละเอียดดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีเก็บข้อมูล
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.5 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่ เคยมาใช้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่ เคยมาใช้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยเก็บข้อมูลจากการ สัมภาษณ์ผู้โดยสารที่มีประสบการณ์เช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งในช่วงสถานการณ์ การแพร่ระบาดโควิด 19

3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบลำดับขั้นกับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้โดยสารที่เคยมาใช้บริการ เช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดย ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์ และประสพชัย พสุนนท์ กล่าวไว้ว่าหลักการในการกำหนดขนาดตัวอย่างของแนวทางการเก็บข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักหรือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) ควรมีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างประมาณ 5- 30 คน (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559, น.43; ชุตติมา จันทรมณี, 2559, น.12) ดังนั้นการในวิจัยในครั้งนี้จึงมีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารจำนวน 30 คน

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์จะแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2: คำถามทั่วไปของการบริการเช็คอิน

ส่วนที่ 3: คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการเช็คอิน

ส่วนที่ 4: ความต้องการที่ต้องการได้รับบริการเช็คอินจากสายการบินต้นทุนต่ำ

3.2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาการให้บริการเช็คอิน (Check-in) ของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ผ่านสื่อออนไลน์จากเว็บไซต์ยูทูป (Youtube) เพื่อเป็นข้อมูลในการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช็คอิน และนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบบริการที่จะนำมาประยุกต์ใช้กับการให้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีเก็บข้อมูล

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยที่ใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (In-depth one on one process) เพื่อเก็บข้อมูลในเรื่องของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง โดยอ้างอิงจากแนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการสร้างเสริมประสบการณ์ในสนามบิน (Wattanacharoensil, Schuckert & Graham, 2015) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและนำข้อมูลที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบบริการและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง

3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการดำเนินการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาการวิจัย ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) จากการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน คือ รศ. ดร. พลิศารุ่งเรือง ผศ. ดร. พัลลภา ปิติสันต์ และ ผศ. ดร. พรเกษม กันตามระ ได้ตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษา (Content validity) และ โครงสร้างแบบสัมภาษณ์ (Construct validity) ผลของ CVI ที่ได้เท่ากับ 1 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.85 ถือว่าแบบสัมภาษณ์มีความเที่ยงตรง

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งถือว่าเป็นวิธีที่สำคัญในการตรวจสอบความเชื่อถือของข้อมูล (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2562) โดยในทางสังคมศาสตร์ หมายถึง การเปรียบเทียบข้อค้นพบของปรากฏการณ์ที่ศึกษาจากแหล่งข้อมูลที่ต่างกัน (ทวิศักดิ์ นพเกษตร, 2548 อ้างอิงใน วันทนา ถิ่นกาญจน์, 2558, น.1) นักวิจัยจำนวนมากคาดหมายว่า วิธีการตรวจสอบสามเส้า เป็นแนวทางสำหรับการยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ค้นพบมาเหมือนกัน (สุธรรม นันทมจลชัย, 2561) รูปแบบการตรวจสอบสามเส้าที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation)

การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) หมายถึง การตรวจสอบว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ โดยจะเน้นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้อาจมาจากแหล่งต่างๆ นั้นมีความเหมือนกันหรือไม่ สืบค้นทุกแหล่งข้อมูลพบว่าได้ข้อค้นพบเหมือนกัน แสดงว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มามีความถูกต้อง (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2562) โดยผู้วิจัยจะทำการเปรียบเทียบข้อมูลที่จากการการสัมภาษณ์ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง (Primary data) และวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อออนไลน์ต่างๆ (Secondary data)

3.5 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

1. สืบค้นและศึกษาข้อมูลจากบทความ เอกสารตีพิมพ์ งานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงทบทวนวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการวัดความพึงพอใจ (Customer satisfaction) และ แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการสร้างเสริมประสบการณ์ในสนามบิน เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

2. เตรียมข้อมูลก่อนสัมภาษณ์ โดยนำข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมา

ออกแบบเครื่องมือสร้างประสบการณ์ของผู้ใช้ (Journey Map)

3. ระบุผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย (Stakeholder Map) ที่จะไปสัมภาษณ์ซึ่งพิจารณาผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดของบริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า ผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเครื่องมือที่ใช้คือ Stakeholder Map (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2557, น.49)

4. ในขั้นตอนการสัมภาษณ์ผู้ที่มาใช้บริการ ทำการชี้แจงวัตถุประสงค์ วิธีที่ใช้ในการสัมภาษณ์ และระยะเวลาในการสัมภาษณ์ ในระหว่างนี้ ผู้ทำวิจัยจะทำการจดบันทึก ขออนุญาตบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ ประมาณ 20-40 นาทีต่อคน จำนวน 30 คน (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559, น.44)

5. ในขั้นตอนการสัมภาษณ์ผู้ที่ให้บริการ ทำการชี้แจงวัตถุประสงค์ วิธีที่ใช้ในการสัมภาษณ์และระยะเวลาในการสัมภาษณ์ ในระหว่างนี้ ผู้ทำวิจัยจะทำการจดบันทึก และขออนุญาตบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ ประมาณ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 10 ท่าน (ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์ และประสพชัย พสุนนท์, 2559, น.44)

6. แปลผลข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์บันทึกลงในเครื่องมือการสร้างประสบการณ์ของผู้ใช้ (Customer Journey map) ในแต่ละกิจกรรมที่กำหนดไว้ เพื่อหาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง

7. นำข้อมูลที่ได้จากการแปลผลข้อมูลจากเครื่องมือการสร้างประสบการณ์ของผู้ใช้ (Customer Journey map) มาออกแบบรูปแบบในการให้บริการในรูปแบบใหม่

8. ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการเพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบริการที่ออกแบบบริการเช็คอินใหม่ที่ได้จากการแปลผลข้อมูลจากการสัมภาษณ์

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยทำการจดบันทึกข้อมูลที่ได้รับอย่างละเอียด โดยนำคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาจัดหมวดหมู่ตามกรอบการวิจัยในครั้งนี้ผ่านวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยอ้างอิงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประกอบเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล แล้วจึงนำข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ดังกล่าวมาสรุปเป็นรูปแบบการให้บริการเช็คอินตามเครื่องมือสร้างประสบการณ์ของผู้ใช้ (Journey Map)(ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2557; ชัยรัตน์ รัตโนภาส, 2558; Stickdorn & Schneider, 2010)

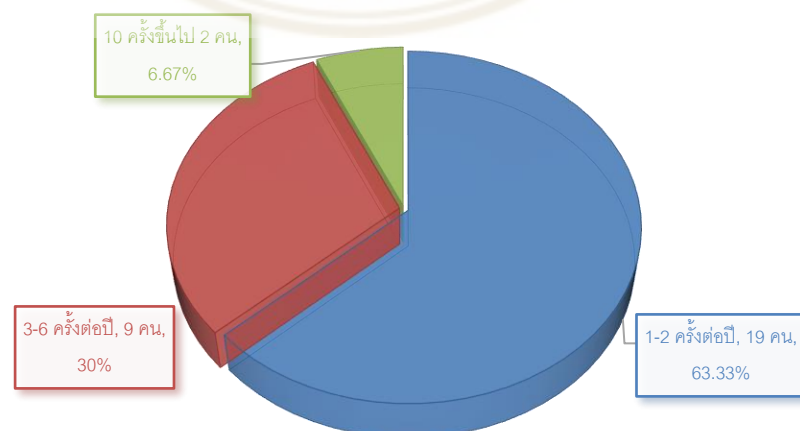
บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “ การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่ต้องการได้รับจากการให้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง ” ที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่เคยมาใช้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน และผู้ที่ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง จำนวน 10 คน ซึ่งได้รับผลการวิจัยโดยมีรายละเอียดของผู้สัมภาษณ์ดังนี้

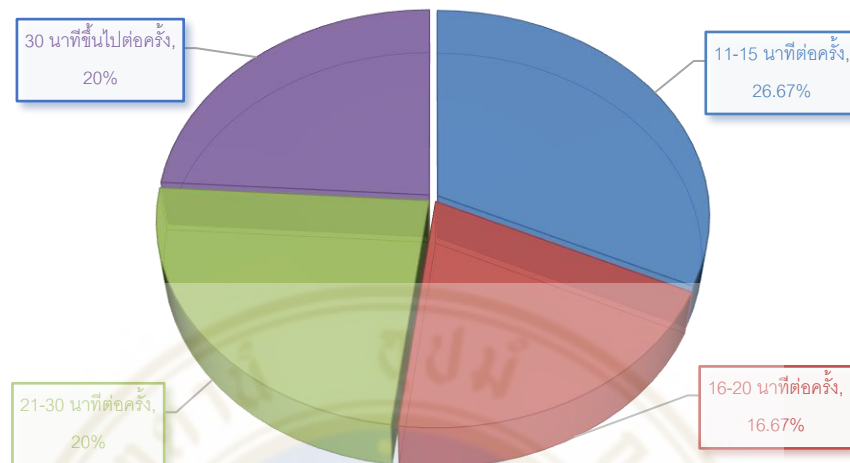
4.1 คำถามทั่วไปของการบริการเช็คอิน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 30 คนพบว่าส่วนใหญ่มีการใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานภายใน 1 ปี บ่อยที่สุดคือ ปีละ 1-2 ครั้ง และรองลงมา มีการใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง อย่างน้อยปีละ 4-6 ครั้ง และ 10 ครั้งขึ้นไป ต่อปี ตามลำดับ



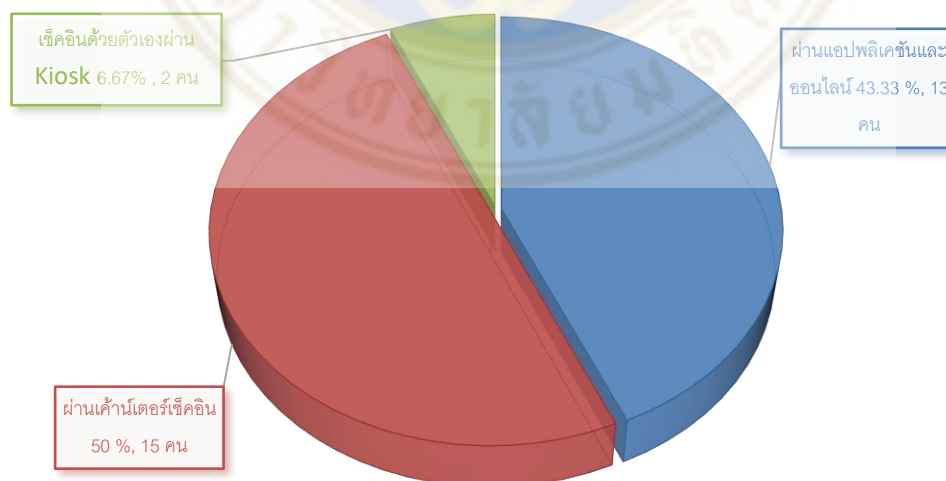
ภาพ 4.1 ความถี่ของการใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ภายใน 1 ปี

ซึ่งระยะเวลาที่ผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งใช้บริการเช็คอิน โดยเฉลี่ย
ต่อครั้งมากที่สุดอยู่ที่ช่วงเวลา 15-20 นาทีต่อครั้ง รองลงมาจะอยู่ที่ 20-30 นาที และ 30 นาทีขึ้นไป



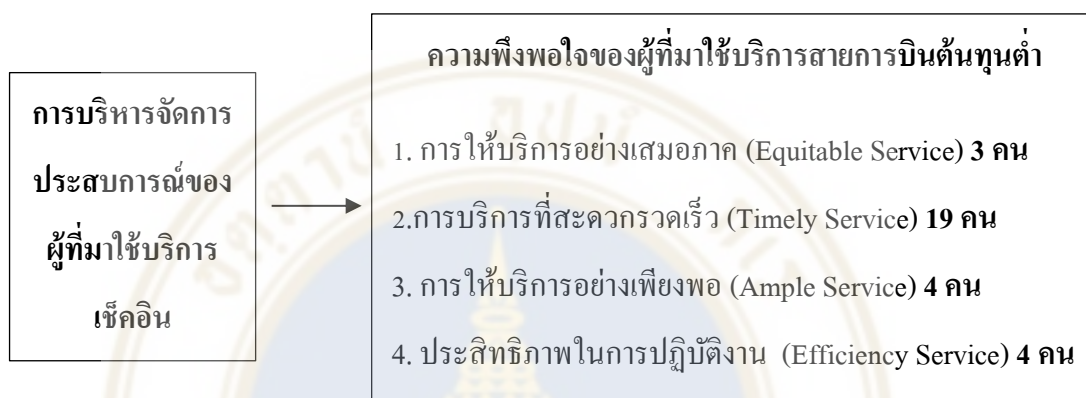
ภาพ 4.2 ระยะเวลาในการเช็คอินของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งต่อครั้ง

ช่องทางที่ผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งใช้บริการเช็คอินมากที่สุดคือ
การบินเช็คอินผ่านเคาน์เตอร์เช็คอิน และรองลงมาคือการเช็คอินผ่านแอปพลิเคชันและออนไลน์
ตามลำดับ



ภาพ 4.3 ช่องทางที่ผู้ใช้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งมาใช้บริการเช็คอิน

นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 30 คน พบว่าสิ่งสำคัญที่ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญเพื่อให้เกิดความพึงพอใจส่วนใหญ่ คือ ความสะดวกรวดเร็วจากการบริการที่ผู้มาใช้บริการได้รับมีจำนวนถึง 19 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน พบว่าให้ความสำคัญเรื่องของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ในเรื่องการบริการอย่างเสมอภาคให้ความสำคัญจำนวน 3 คน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คนของผู้ใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ให้ความสำคัญในเรื่องการบริการอย่างเพียงพอ



ภาพ 4.4 ความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง

ในการบริหารจัดการประสิทธิภาพของผู้ที่มาใช้บริการเช็คอินตามกรอบการวิจัย ประกอบไปด้วย 3 มุมมองหลักๆคือ มุมมองด้านประชากรศาสตร์ มุมมองด้านจิตวิทยา และ มุมมองด้านการตลาดบริการและการบริหาร ซึ่งในแต่ละมุมมองมีประเด็นที่ศึกษาแตกต่างกันไปจากการสัมภาษณ์พบว่า ในมุมมองด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย สถานที่ในการบริการเช็คอินและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ให้บริการจำนวน 4 คน ให้ความสำคัญในเรื่องของปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ และสถานที่ในการบริการเช็คอินจำนวน 0 คน ในมุมมองด้านจิตวิทยา ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญในเรื่องของประสิทธิภาพในอดีตจำนวน 3 คน ความคุ้มค่าจากบริการที่ได้รับจำนวน 7 คน และความกังวลของผู้ใช้บริการจำนวน 0 คน และในมุมมองสุดท้าย คือ มุมมองด้านการตลาดบริการและการบริหาร ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญในเรื่องของการประชาสัมพันธ์จำนวน 6 คน การบริการที่ผู้ให้บริการได้รับจำนวน 7 คน สิ่งอำนวยความสะดวกจำนวน 2 คน ภูมิทัศน์การบริการจำนวน 1 คน และประสิทธิภาพของพนักงานจำนวน 0 คน โดยที่จากการสัมภาษณ์สามารถถอดความได้ดังต่อไปนี้

“...เวลาที่จต้องกลับไปบ้านไปต่างต่างจังหวัดช่วงหยุดยาว รู้สึกว่าต้องรอเช็คคินนานมากเลยคะ คนมาบริการก็น้อยมาก ค่าตัวก็แพงมากรู้สึกเสียเงินที่เสียไป บางทีต้องรอเช็คคินเป็นครึ่งชั่วโมงกว่าจะได้เช็คคินอยากให้ลองไปหาวิธีแก้ไขดูตรงนี้...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 1

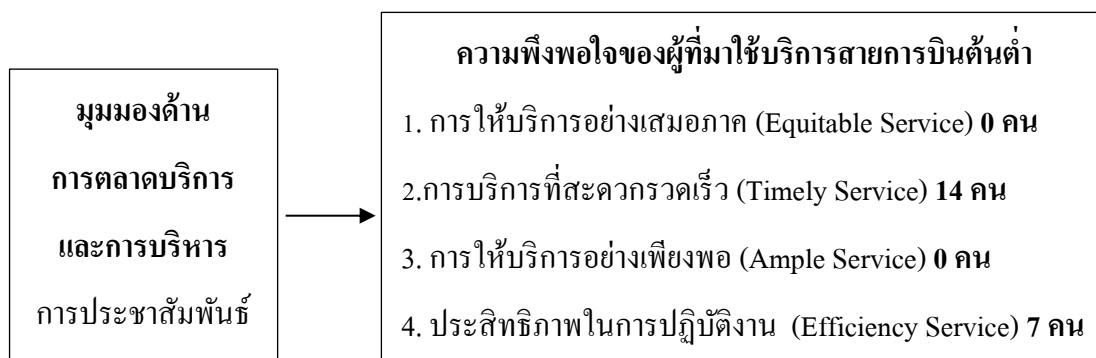
“...ตอนไปเช็คคินช่วงปกติก็เช็คคินประมาณ 10-30 นาที แต่ถ้าของช่วงเทศกาลก็แบบรอมานานขึ้น ซ้ำมากในการเช็คคิน เลยต้องไปเช็คคินผ่านตู้คืออส ที่นั่งที่ได้ก็มักจะเป็นที่นั่งตรงกลางไม่ค่อยมีตัวเลือกให้นั่งริมข้างหน้าต่างเลยคะ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 8

“...จำนวนผู้ใช้บริการก็เยอะ รู้สึกแออัดอีก แล้วบริการก็ช้ามาก แบบอยากให้มีช่องเคาน์เตอร์เช็คคินที่เปิดให้เพิ่มขึ้น ปกติเช็คคิน 10-20 นาทีเองแต่แบบต้องรอเช็คคินเป็นครึ่งชั่วโมง รู้สึกว่าไม่โอเคมาก ๆ กับการรอเช็คคินนานขนาดนี้...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 10

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 16 คน ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการบริการเช็คคินผ่านอีเมล และ 11 คนได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ ในทางตรงกันข้ามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คนได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านออฟไลน์ ได้แก่ ผ่านข้อความทางโทรศัพท์ และโฆษณาทางโทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งจากปัญหาส่วนใหญ่ของการส่วนใหญ่ของช่องทางการสื่อสารจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 14 คน พบปัญหาในการติดต่อกลับที่ล่าช้าและติดต่อกลับได้ยาก กลุ่มตัวอย่าง 7 คน พบว่าไม่สามารถสื่อและได้รับข้อมูลที่ถูกต้องจากการใช้บริการผ่านระบบไลฟ์แชท (AVA live chat) และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 คน ไม่พบปัญหา



ภาพ 4.5 ผลการสัมภาษณ์ความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์

“...ปัจจุบันเป็นสมาชิกของสายการบินอยู่แล้ว ส่วนใหญ่จึงรับข้อมูลข่าวสารผ่านอีเมลที่สมัครไว้แต่ก็พบปัญหาเวลาติดต่อกลับ ต้องโทรหาพนักงานแล้วเบอร์โทรศัพท์ของสายการบินติดต่อยากมากต้องรอสายนานทำให้รู้สึกว่เสียเวลาในการติดต่อกลับ ส่วนตัวคิดว่า การติดต่อผ่านโทรศัพท์เป็นวิธีที่ดีที่สุด...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 20

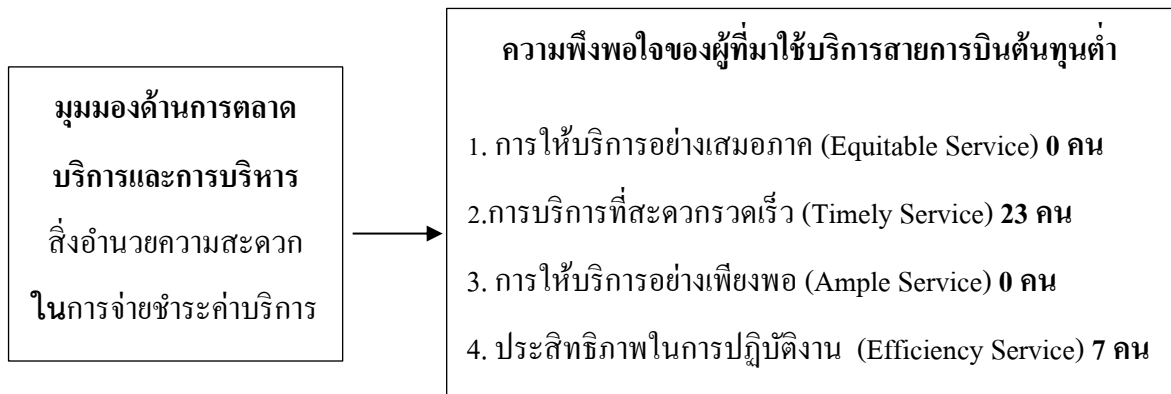
“...ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่าน Facebook ของสายการบิน เพราะเป็นช่องทางที่สะดวกแล้วก็มีติดต่อกับสายการบินผ่านเว็บไซต์ ซึ่งเวลาติดต่อไม่สามารถคุยกับพนักงานได้ต้องคุยกับ Chat-bot ซึ่งคุยไม่รู้เรื่องทำให้ต้องไปที่สนามบินเพื่อคุยกับพนักงานในการเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 25

“...ส่วนใหญ่ไม่ค่อยใช้บริการผ่านออนไลน์ จึงทำให้รับข้อมูลข่าวสารผ่านโฆษณาทางโทรทัศน์เกี่ยวกับโปรโมชั่นต่างๆ รู้สึกว่าโปรโมชั่นของสายการบินดีมากเลย เวลาติดต่อจะติดต่อผ่าน chat-bot โดยส่วนตัวคิดว่าสื่อสารกับ chat-bot ไม่รู้เรื่องทำให้ต้องติดต่อผ่านทางโทรศัพท์กับพนักงานแทน...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 28

ส่วนของช่องทางที่ผู้ให้บริการชำระค่าบริการของสายการบิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 19 คน ชำระเงินผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต รองลงมาเป็น การชำระเงินผ่าน mobile-banking จำนวน 9 คน และผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสและตู้ ATM จำนวนอย่างละ 1 คน โดยที่ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จำนวน 23 คน ให้เหตุผลในการเลือกใช้บริการชำระผ่านช่องทางต่างๆ เพราะว่าเป็นช่องทางที่สะดวกสบายและเคาน์เตอร์เซอร์วิสอยู่ใกล้บ้าน ส่วนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 7 คนพบว่าระบบในการจ่ายชำระเงินมีประสิทธิภาพไม่ต้องยุ่งยาก



ภาพ 4.6 มุมมองด้านการตลาดบริการและการบริหาร เรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกในการจ่ายชำระค่าบริการ

“...ไม่เคยมีบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต ทำให้ต้องใช้บริการผ่านตู้ ATM ส่วนใหญ่จะจองตั๋วเครื่องบินผ่านแอปพลิเคชันของ Traveloka สามารถจะเปรียบเทียบราคากับเที่ยวบินได้ แล้วก็เคยจองผ่านเว็บไซต์ของสายการบิน ซึ่งส่วนใหญ่จะจ่ายเงินผ่านมือถือซึ่งรู้สึกว่าจะสะดวกเร็วมาก...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 8

“...การชำระเงินผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสมีความสะดวก 7-11 อยู่ใกล้บ้านจึงใช้บริการผ่าน 7-11 เดินจากบ้านไป 7-11 ไปไม่ถึง 5 นาทีก็จ่ายได้แล้ว แต่ตอนนี้ก็มีการจ่ายเงินผ่านออนไลน์ก็ทำให้รู้สึกสะดวกและรวดเร็วกว่าเดิมไม่ต้องเดินทางไปจ่ายเงินที่ 7-11 ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 28

“...ชำระเงิน โดยตัดผ่านบัตรเดบิตสะดวกมาก แคกรอกข้อมูลบัตรก็จองตั๋วเครื่องบินได้แล้ว เวลากลับบ้านช่วงวันหยุดเทศกาลทำให้ต้องจองตั๋วก่อนเวลานานจึงจะได้ตั๋วราคาถูก การชำระเงินผ่านบัตรเดบิตก็ทำให้ไม่ต้องไปธนาคารหรือ 7-11 เพื่อจ่ายเงิน...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 29

4.2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการเช็คอิน

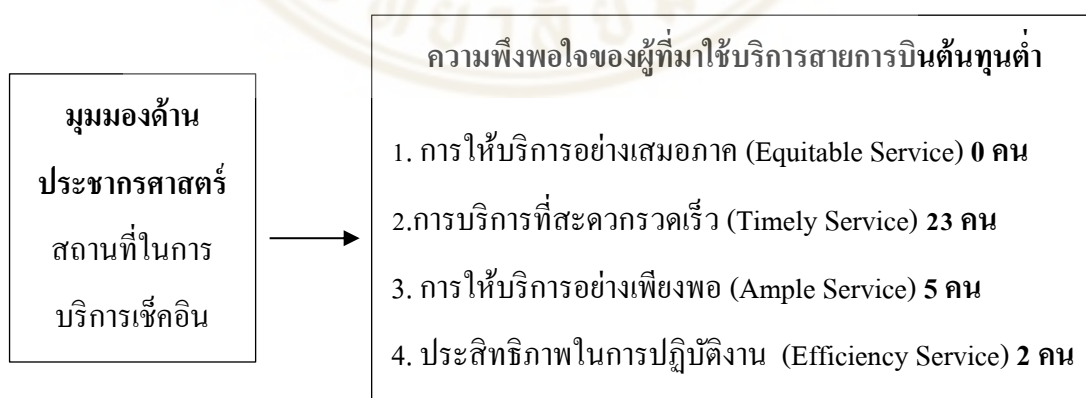
คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ประกอบด้วย คำถาม 10 หัวข้อหลัก ได้แก่ “สถานที่ให้บริการ” “ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้

ให้บริการและผู้ให้บริการ” “ความกังวลของผู้ใช้บริการ” “ความคุ้มค่าจากการบริการที่ได้รับ” “ประสบการณ์ในอดีต” “การบริการที่ผู้ให้บริการได้รับ” “ภูมิทัศน์การบริการ” “ประสบการณ์ของพนักงาน” “สิ่งอำนวยความสะดวก” และ “การประชาสัมพันธ์” ตามกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยให้ศึกษาสาเหตุของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจด้านการให้บริการเชิงคือนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น โดยแต่ละหัวข้อจะประกอบไปด้วย 3 ประเด็นหลักๆ คือ “ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อภาพรวมของการให้บริการในแต่ละด้าน” “ประสบการณ์ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการ” และ “ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงการให้บริการ”

4.2.1 สถานที่ให้บริการ

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการเชิงคือนของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จำนวน 30 คน พบว่า 23 คนได้รับบริการที่ดี มีความสะดวกสบาย สถานที่ให้บริการมีความเป็นระเบียบ กว้างขวาง สถานที่ให้บริการมีความสะอาด จำนวน 5 คน พบว่าสถานที่ให้บริการไม่ดีเท่าที่ควร มีสถานที่ไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้ให้บริการ สถานที่ค่อนข้างมีคนแน่น และ จำนวน 2 คน พบว่าสถานที่ให้บริการพอใช้ได้ เคาน์เตอร์เชิงคือนและตู้คืออสมมีความทันสมัยใช้งานง่ายมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละคน มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อสถานที่ให้บริการที่แตกต่างออกไป มีทั้งชื่นชมและเสนอแนะ และบางกลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะที่มากกว่า 1 อย่าง ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างสามารถยกเอาคำพูดออกมาได้ ดังนี้



ภาพ 4.7 ผลการสัมภาษณ์ความพึงพอใจด้านสถานที่ในการบริการเชิงคือน

“...การบริการเช็คอินหลายช่องทางเป็นสิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกและเพิ่มช่องทางให้ผู้โดยสารสามารถตัดสินใจให้เลือกใช้ได้ แต่ก็ยังมีความกังวลในการใช้ตู้คืออส ไม่รู้ต้องกดปุ่มไหนเวลาเช็คอินต้องให้พนักงานช่วยเหลือตลอด คนต่อเที่ยวด้านหลังก็รอนาน”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 8

“...คิดว่าจำนวนเคาน์เตอร์มีไม่เพียงพอ หากผู้โดยสารเยอะทำให้ต้องรอนานมาก ควรพัฒนาระบบเช็คอินที่เป็นนวัตกรรมที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพให้ตอบสนองต่อผู้โดยสารและจำนวนผู้โดยสาร เช่น นำเอาหุ่นยนต์มาช่วยในการบริการเช็คอิน หรือมีตู้คืออสเพิ่มขึ้น ..”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 11

“...ภาพรวมของสถานที่เช็คอินโดยรวมก็ดีสำหรับในช่วงโมงไม่เร่งด่วน แต่ถ้าเป็นช่วงเวลาพีค ก่อนขึ้นลำช้า สายการบินควรมีเจ้าหน้าที่คอยให้คำปรึกษาในกรณีที่มีปัญหา ไม่ใช่ต้องรอต่อคิวเพื่อสอบถามเท่านั้นและมีจำนวนเคาน์เตอร์ที่เปิดคิดว่าจำนวนน้อยเกินไป...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 23

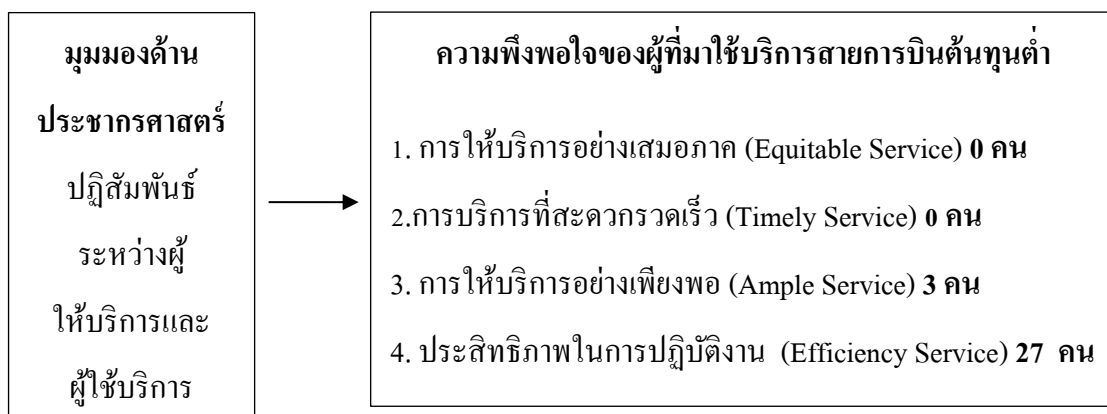
“...ส่วน self-check in โอเคแล้วแต่ส่วนเคาน์เตอร์มองว่าควรเพิ่มเติมให้มากกว่านี้ เพื่อรองรับลูกค้าที่มีกระเป๋าต้องโหลด และควรเปิดให้เช็คอินก่อนเวลาเยอะๆ ได้ บริเวณที่เช็คอินที่ดอนเมืองอาจจะแออัดไปหน่อย ไม่ค่อยเพียงพอ เพราะคนใช้บริการค่อนข้างเยอะมาก”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 28

4.2.2 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 27 คน มีความคิดเห็นต่อภาพรวมของอรรถศาสตร์ของผู้ให้บริการ โดยรวมว่ามีอรรถศาสตร์โดยรวมที่ดี มีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นระเบียบ และอีก 3 คน มีความคิดว่าอรรถศาสตร์โดยรวมว่าปานกลาง มีอรรถศาสตร์ที่ไม่ดีและไม่แย่งเกินไป มีให้คำแนะนำผู้โดยสารอย่างดีและเพียงพอ

ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ดีต่อปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการและบางส่วนมีข้อเสนอแนะ โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างสามารถยกเอาคำพูดออกมาได้ดังนี้



ภาพ 4.8 ผลการสัมภาษณ์ความพึงพอใจด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ

“...เท่าที่ผ่านมาเรื่องเครื่องแต่งกายของผู้ให้บริการค่อนข้างดีในสายตาของผู้ให้บริการ ซึ่งการแต่งกายของผู้ให้บริการมีความสวยงาม มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยดี การบริการของผู้ให้บริการแบบตามลำดับคิวก็ทำให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยในการเข้าคิวใช้บริการแต่พนักงานยังคงดูแลไม่ดีพอยังมีแซงคิวกันอยู่...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 7

“...ส่วนตัวพบปัญหาคือพนักงานไม่พอกับจำนวนผู้โดยสารทำให้การบริการไม่ทั่วถึง เวลาสอบถามพนักงานก็ไม่ได้คำตอบตามที่ต้องการ ในส่วนเรื่องของการแต่งกายพนักงานก็แต่งกายที่สุภาพเรียบร้อยดี แต่อยากให้มีสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายที่บอกว่าเป็นพนักงานของสายการบินที่ชัดเจนกว่านี้...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 14

“...รู้ดีว่าการบริการตามลำดับคิวทำให้รอนานจนเกินไปแต่ก็พบรับได้ แต่ควรมีพนักงานให้คำแนะนำที่ชัดเจนกว่านี้จะช่วยให้บริการได้เร็วขึ้น ส่วนเรื่องการแต่งกายพนักงานก็แต่งกายเรียบร้อยและสุภาพดี มีการบริการที่เป็นกันเองมากๆ...”

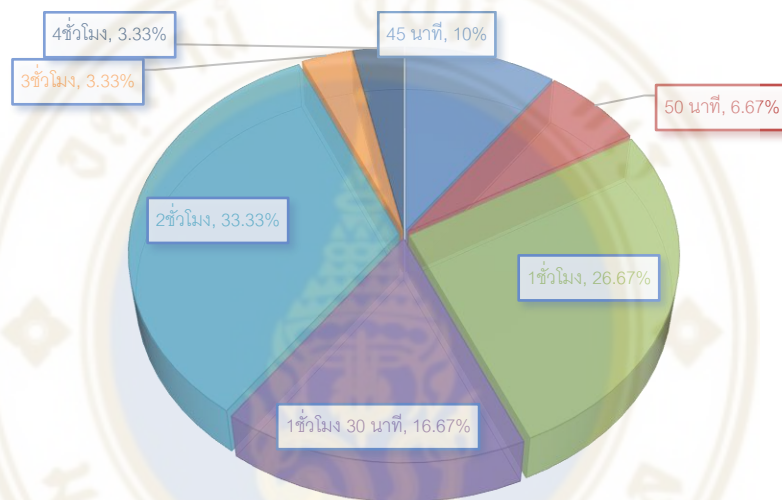
ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 24

“...การแต่งกายของพนักงานก็มีการแต่งกายสวยงาม มียูนิฟอร์มเรียบร้อย เป็นทางการ บุคลิกภาพดูดีโดยรวมไม่เคยเจอพนักงานไม่ดี ภาพรวมดี ถ้าให้แนะนำอาจจะเป็นเรื่องการควบคุมอารมณ์ของพนักงานบางท่านที่อาจจะเหนื่อยแล้วแสดงสีหน้าและคำพูดไม่ดีกับผู้มาใช้บริการ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 26

4.2.3 ความกังวลของผู้ใช้บริการ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน พบว่าจำนวน 16 คน มีความกังวลเกี่ยวกับการบริการเช่าคอนโดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความกังวลว่าจะเช่าคอนไม่ทันเวลาเนื่องจากมีจำนวนผู้โดยสารมาใช้บริการเช่าคอนของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง เป็นจำนวนมาก และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 14 คน ไม่ได้มีความกังวลเกี่ยวกับการบริการเช่าคอน นอกจากนี้ผู้ที่มาใช้บริการเช่าคอนของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง จำนวน 25 มาก่อนเวลาเครื่องบินออกอย่างน้อย 1 ชั่วโมง และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน ที่มาก่อนเวลาเครื่องบินออก 45-60 นาที โดยสามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้



ภาพ 4.9 เวลาโดยเฉลี่ยที่ผู้ใช้บริการมาก่อนเวลาเครื่องบินออก

โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน มีข้อเสนอแนะที่มีต่อการเช่าคอนก่อนเวลาเครื่องบินออกทั้งที่มีข้อเสนอแนะและข้อปรับปรุงแก้ไข ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างสามารถยกเอาคำพูดออกมาได้ ดังนี้

“...รู้สึกกังวลว่าจะเช่าคอนทันตามเวลาหรือไม่ กลัวที่จะตกเครื่องบิน สายการบินควรมีการแจ้ง SMS แจ้งเตือนว่าเคาน์เตอร์เช่าคอนอยู่ตรงไหนเนื่องจากยังสับสนกับสถานที่เช่าคอนว่าเคาน์เตอร์อยู่แถวไหน อาคารผู้โดยสารไหนเป็นอาคารผู้โดยสารภายในประเทศหรือต่างประเทศ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 1

“...ไม่ได้มีความกังวลเกี่ยวกับเช่าคอน เพราะมีจะเช่าคอนออนไลน์มาก่อนอยู่แล้วปกติมาเช่าคอนก่อนอย่างน้อย 1 ชั่วโมง แต่ปัญหาที่พบส่วนใหญ่คือช่วงเทศกาลหรือวันหยุดยาวต้องรอ

เช็คอินนานมาก ต้องเพื่อเวลาไว้อย่างน้อย 1 ชั่วโมงครึ่ง แลวที่ค่อในการ โหลดกระเป๋าที่ขาวมากรู้สึก ต้องรอนาน...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 17

“...เวลาเช็คอินรหัส 6 หลักสำหรับนำมาใส่ เพื่อเช็คอินหายากมาก โดยส่วนตัวเมื่อจอง ตัวเครื่องบินจะมีการจดเลขการจองไว้ในมือถือตลอดและมีการพิมพ์เอกสารที่จองติดตัวตลอด ซึ่ง การเช็คอินก่อนเวลาเป็นการเตรียมตัวที่ดีของผู้โดยสารเอง ส่วนตัวจะมาสนามบินก่อนประมาณ 1 ชั่วโมง ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 18

“...เนื่องจากไม่แน่ใจว่าถ้าเช็คอินออนไลน์แล้วจะใช้งานได้หรือไม่ ไม่รู้ว่าเช็คอิน ถูกต้องหรือไม่ โดยเฉลี่ยแล้วจะมาเช็คอินก่อนเวลาประมาณ 2 ชั่วโมง ถ้าช่วงที่มีผู้โดยสารเยอะจะ เพื่อเวลาไว้อ่อนข้างนาน...”

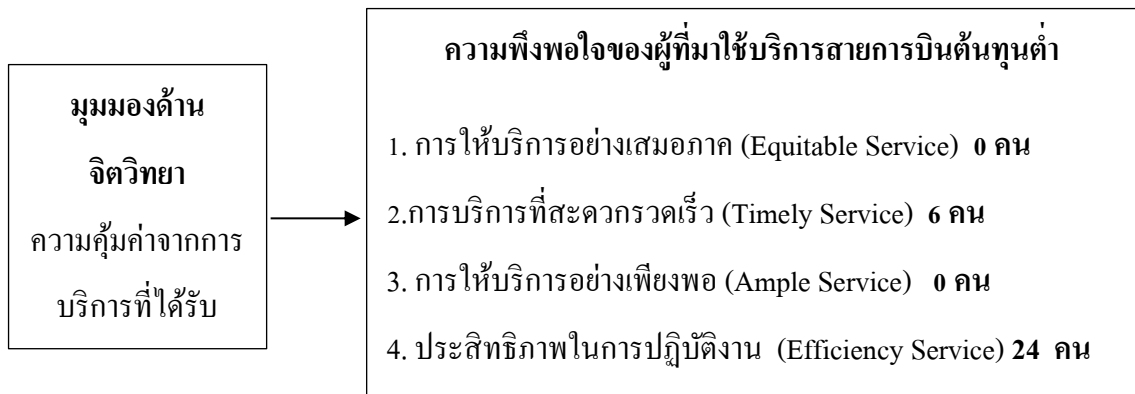
ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 20

“... ส่วนใหญ่มีความกังวลเกี่ยวกับการเช็คอินด้วยระบบคือสทำให้อต้องเช็คอินก่อน เวลาซึ่งเป็นเรื่องที่ดีจะได้มีการเตรียมตัว เหมาะสม และบางครั้งตอนรอเช็คอินนาน โดยเฉลี่ยจะมา ก่อนเวลาเครื่องออกประมาณ 2 ชั่วโมงโดยเฉพาะช่วงเทศกาลจะมาก่อนประมาณนานมาก...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 30

4.2.4 ความคุ้มค่าจากการบริการที่ได้รับ

คำถามเกี่ยวกับความคุ้มค่าจากการบริการที่ได้รับประกอบด้วย “ความคิดเห็นของ ภาพรวมราคาจากการใช้บริการสายการบิน” “ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ โดยเฉลี่ยต่อครั้งและราคาที่ ยินดีจะจ่าย” และความรู้สึกเกี่ยวกับราคาหรือค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการ โดยที่ภาพรวมของ ราคาหรือค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสายการบินของกลุ่มตัวอย่าง 30 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จำนวน 24 คน ให้ความคิดเห็นว่าราคามีความเหมาะสม ราคาถูกคุ้มค่า มีการบริการที่มีประสิทธิภาพ และกลุ่มตัวอย่าง 6 คน ให้ความคิดเห็นว่าราคาแพงมาก โดยเฉพาะช่วงเทศกาล ต้องจองล่วงหน้า นานๆ ซึ่งช่วงเทศกาลพอไปเช็คอินก็ต้องรอเช็คอินนานกว่าช่วงเวลาปกติมาก



ภาพ 4.10 ผลการสัมภาษณ์ความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าจากการบริการที่ได้รับ

“...ราคาถือว่าดี พอรับได้ ไม่แพงมากจนเกินไป ซึ่งโดยเฉลี่ยจ่ายค่าตัวเครื่องบินไป-กลับประมาณ 1,500 บาท ซึ่งหลังจากใช้บริการก็ถือว่าพอรับได้กับราคาแต่ก็ยิ่งช่วงเทศกาลรู้สึกว่ามีตัวแพงกว่าปกติมากเลย อยากให้ปรับราคาลดลงหน่อย บางช่วงราคาไป-กลับราคาเกือบ 10,000 บาท เลยแพงมาก...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 4

“...จองช่วงโปรโมชันถือว่าได้ราคาที่คุ้มค่า แต่พอได้ใช้ได้แต่แอบคิดว่าราคาโหลดกระเป๋าแอบแพง ซึ่งโดยเฉลี่ยส่วนตัวจ่ายค่าตัวเครื่องบินไป-กลับประมาณ 900-1,200 บาท อยากให้ราคาตัวเครื่องบินสำหรับบินภายในประเทศไม่ควรเกิน 500 -900 บาทต่อเที่ยว...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 9

“...ถ้าไม่จองล่วงหน้าจะมีราคาแพง ซึ่งเราต้องแพลนล่วงหน้านานๆ แต่ถ้าจองด่วนจะแพงมากเลย โดยเฉลี่ยจะเสียค่าใช้จ่ายไป-กลับประมาณ 5,000 บาท แต่ก็รู้สึกคุ้มค่ากับที่เสียไปเพราะได้ประหยัดเวลาในการเดินทางไม่ต้องขับรถไป แต่ก็อยากให้สายการบินปรับราคาลงไป-กลับไม่ควรเกิน 4,000 บาท...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 17

“...ราคาถือว่าเหมาะสมมาก แต่อยากให้รวมราคาค่าใช้จ่ายต่างๆ เช่น พวกราคาสัมภาระ ราคาอาหาร หรือพวกประกันไปในราคาตัวเลยละ ซึ่งโดยเฉลี่ยจ่ายค่าตัวเครื่องบินไป-กลับประมาณ 1,500 บาท ซึ่งก็คิดว่าสายการบินก็มีราคาถูกว่าสายการบินอื่นๆแล้ว รู้สึกคุ้มค่าละ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 20

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความคุ้มค่าจากการบริการที่ได้รับ ซึ่งแต่ละคนมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อความคุ้มค่าจากการบริการที่ได้รับที่แตกต่างออกไป มีทั้งชื่นชมและเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไข และบางกลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะที่มากกว่า 1 ตัวอย่าง ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างสามารถยกเอาคำพูดออกมาได้ ดังนี้

“...ควรลดราคาน้ำหนักกระเป๋า เพราะรู้สึกว่าราคาค่อนข้างแพง แถมถ้าน้ำหนักเกิน รู้สึกว่ามีความยุ่งยากในการจ่ายเงินและเช็คอินช้าด้วยและอยากให้มีการคล้ายสายการบิน Full-service เช่นพวกบริการที่มีพนักงานเช็คอินให้หรือบริการรับส่งจากเคาน์เตอร์เช็คอินไปเครื่องบิน โดยอาจจะคิดเงินเพิ่มได้...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 6

“...รู้สึกที่ผ่านมาจากการบริการราคาก็มีความคุ้มค่าอยู่แล้ว ราคาค่อนข้างเหมาะสม และประหยัด ก็อยากให้สายการบินมีโปร โมทชั่นมีบริการที่ดีๆแบบนี้ไปเรื่อยๆ เคยจอง โปร โมทชั่น 0 บาทได้ครั้งนึงรู้สึกคุ้มค่ามากจ่ายค่าภาษีสนามบินไม่เกิน 300 บาทเองแต่จองยากมาก ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 7

“...รู้สึกคุ้มค่างับค่าใช้จ่ายที่เสียไป แต่ควรมีบริการมากกว่านี้เช่นให้โหลดกระเป๋าฟรี หรือ มีขนมให้บริการบนเครื่องบิน ส่วนตัวเคยใช้บริการกับสายการบินบินกลับบ้านที่สุราษฎร์ธานี ช่วงเทศกาลราคาสูงมากๆก็อยากให้ปรับราคาลงหน่อยไม่อยากจะเสียเงินมากขนาด 7,000 -8,000 บาท ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 15

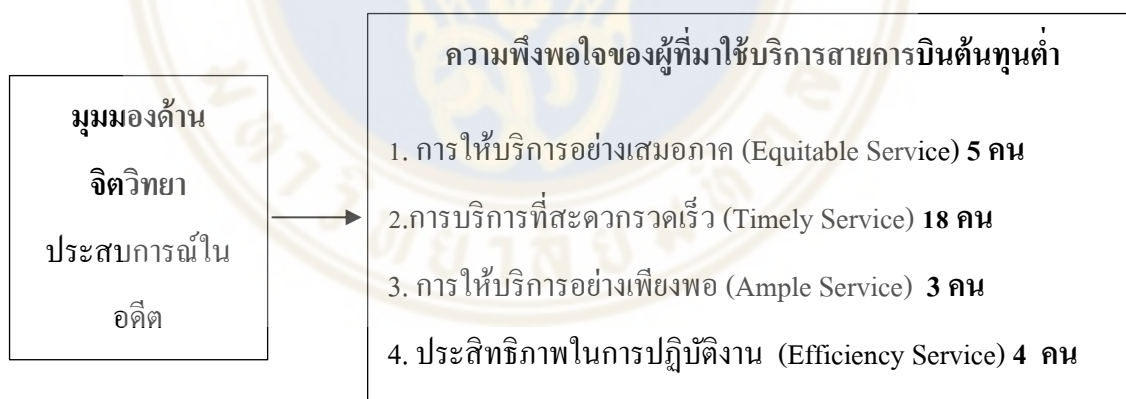
“...ก็คิดว่าราคามีความเหมาะสมผลสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ แต่ก็คิดว่าราคายังคงสูงเกินไปในบางเที่ยวบิน ราคาโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 3,000-5,000 บาท ซึ่งก็ถือว่ายังแพงอยู่แต่คิดว่าราคาขนาดนี้ควรบริการเช่นเพิ่มอาหาร และบริการต่างๆ บนเครื่องบินโดยรวมอยู่ในราคาให้บริการแล้ว ไม่ควรต้องเสียเพิ่ม...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 23

4.2.5 ประสบการณ์ในอดีต

เมื่อเริ่มสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง จำนวน 30 คน พบว่าผู้ใช้บริการจำนวน 17 คน พบปัญหาในการรอคิวค่อนข้างนาน ทำให้ต้องเผื่อเวลารอคิว เช็คอินก่อนเวลา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน รู้สึกเฉยๆกับประสบการณ์ในอดีตและไม่ได้มีความคิดเห็นเป็นพิเศษแต่ก็ได้รับการบริการอย่างดี ผู้ให้บริการให้บริการอย่างเสมอภาคกับผู้มาใช้บริการทุกคน โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน พบว่าเกิดจากจำนวนเคาน์เตอร์ที่เปิดไม่เพียงพอ ทำให้ต้องเผื่อเวลามาสนามบินก่อนเวลา และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน พบว่าได้รับการบริการที่ไม่มีประสิทธิภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างอีก 2 คน พบว่าเมื่อก่อนไม่มีบริการเช็คอินออนไลน์ ทำให้รู้สึกไม่สะดวก กลุ่มตัวอย่าง 2 คน พบปัญหาคือหาเคาน์เตอร์เช็คอินไม่เจอทำให้เกิดความสับสนและรู้สึกกังวลว่าจะตกเครื่อง และ กลุ่มตัวอย่าง 1 คน รู้สึกดีกับประสบการณ์ในอดีต เช็คอินสะดวกเพราะมีหลายช่องทางให้เลือก

โดยที่จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างได้มีความเห็นต่อการเลือกใช้บริการที่แตกต่างไป และนอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับประสบการณ์ในอดีต ซึ่งมีทั้งชื่นชมและเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไข และบางกลุ่มตัวอย่างมีข้อเสนอแนะที่มากกว่า 1 ตัวอย่าง ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างสามารถยกเอาคำพูดออกมาได้ ดังนี้



ภาพ 4.11 ผลการสัมภาษณ์ความพึงพอใจด้านประสบการณ์ในอดีต

“...โดยรวมการบริการ โอเคแต่ที่เลือกใช้เพราะประหยัด คุ่มค่า และใกล้บ้าน แต่เคยเจอประสบการณ์ที่ไม่ดีคือจะเดินทางไปต่างจังหวัดแล้วสับสนไม่รู้เคาน์เตอร์เช็คอินอยู่ตรงไหนเลยทำให้ตกเครื่องและรู้สึกว่าจำนวนพนักงานมีไม่พอ ควรมีให้เพียงพอมากกว่านี้ การบริการควรเร็วกว่านี้ เพราะรอนานเกินไป...”

“...รู้สึกไม่ค่อยประทับใจ แต่ที่เลือกใช้บริการสายการบิน เพราะใกล้บ้านและมีราคา ถูกกว่าสายการบินอื่นชัดเจน สายการบินควรทำให้ทุกอย่างออนไลน์ หรือไม่ก็ self-check in มากขึ้น แต่ต้องมีพนักงานคอยให้คำแนะนำ สำหรับคนที่ไม่เคยใช้บริการดังกล่าวด้วย อย่างเช่นผู้สูงอายุ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 23

“...ปกติใช้บริการสายการบินนี้มานานมากถ้าบริการ ช่วงแรกๆไม่มีบริการออนไลน์ รู้สึกไม่สะดวกแต่พอมีบริการออนไลน์มา รู้สึกเดินทางได้ง่ายขึ้น ที่เลือกใช้บริการเพราะว่าราคาที่ตั้ง ของเที่ยวบินที่จะบินไปในตอนนั้นถูกที่สุดในทุกสายการบิน และเวลาไม่ให้เลือกเยอะ แต่ตอน เช็คอินรอนานมากควรมีการเพิ่มจุดให้บริการเช็คอิน...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 25

“...ที่เลือกใช้บริการสายการบินนี้ เพราะมีหลายเที่ยวบิน หลายเส้นทางในการบริการ แต่ว่าควรอำนวยความสะดวกในการเช็คอิน เช่น เพิ่มช่องทางเช็คอิน ตอนไปใช้บริการเช็คอิน จำนวนเคาน์เตอร์มีเยอะแต่จำนวนพนักงานที่ให้บริการไม่เพียงพอ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 27

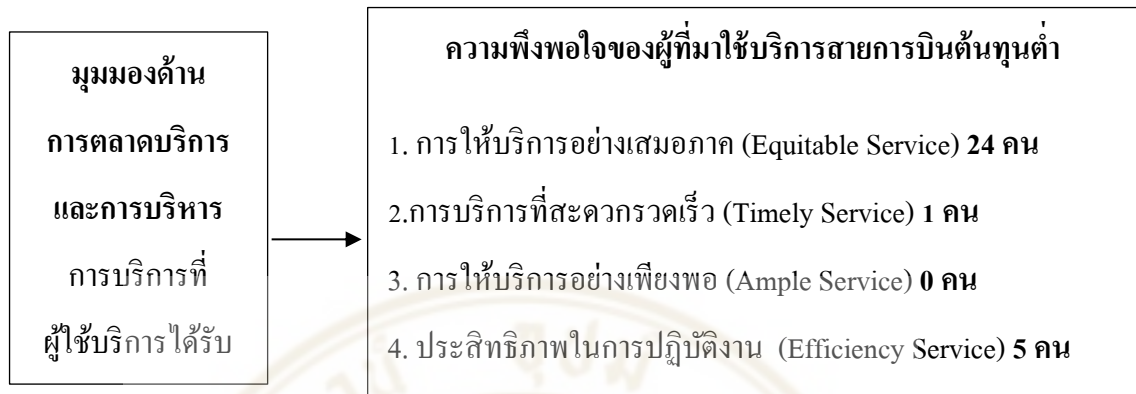
“...โดยปกติมีการบริการที่ดี ทำดีแล้วแต่มีความกังวลบ้างเวลาบินคนเดียว แต่ก็ยังรู้สึก ดีที่พนักงานของสายการบินมีบริการที่ดีมาก มีความเป็นมิตร ค่อยสอนว่าควรไปจุดไหนต่อ พอครั้งที่ 2 ครั้งที่ 3 ก็ไม่ค่อยรู้สึกกังวลแล้วที่เลือกให้บริการของสายการบินนี้ เพราะเพื่อนแนะนำ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 29

4.2.6 การบริการที่ผู้ให้บริการได้รับ

ภาพรวมของกลุ่มผู้ให้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง จำนวน 30 คน พบว่า มีจำนวน 24 คน รู้สึกประทับใจกับบริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง มีบริการที่ดี ให้บริการผู้โดยสารทุกคนอย่างเท่าเทียมกันเป็นกันเอง ส่วนอีก 5 คน พบว่าพบว่ารู้สึกปานกลางกับ บริการที่ได้รับ ไม่ได้ดีและไม่ไ้แย่ แต่อยากให้มีการพัฒนาประสิทธิภาพของผู้ให้บริการให้ดียิ่งขึ้น และอีก 1 คน รู้สึกไม่ประทับใจ ต้องปรับปรุงให้ดีขึ้นเนื่องจากไม่ได้รับความสะดวกมีบริการที่ล่าช้า เมื่อผู้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการที่ผู้ให้บริการได้รับเพิ่มเติมพบว่า มีผู้ให้สัมภาษณ์ 10 คนจาก 30 คน ต้องการบริการที่สะดวกและมีความรวดเร็ว ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 30 คนที่เป็น

ผู้ใช้บริการเซ็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ซึ่งได้ให้ความเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่องการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ โดยมีตัวอย่างการสัมภาษณ์ ยกตัวอย่างเช่น



ภาพ 4.12 ผลการสัมภาษณ์ความพึงพอใจด้านการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ

“...การบริการก็บริการดีในระดับหนึ่งพอใช้ได้ อยากได้บริการที่ให้บริการแบบ Privilege แต่ราคาไม่สูงมากเกินไป อยากให้มีบริการที่พนักงานเอากระเป๋าไปเช็คอินให้ด้วยจะดีมาก หรือมีบริการที่สายการบินมารับกระเป๋าตั้งแต่ที่บ้านแล้วมาเช็คอินให้ไปต้องขนกระเป๋าไปเองจะสะดวกมาก โดยรวมก็โอเค...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 5

“...การให้บริการค่อนข้างดี สะดวก รวดเร็ว ในส่วนของพนักงานทำงานมีคุณภาพมาก ทำให้รู้สึกรู้สึกเป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ ราคาที่โอเคนะมีความเหมาะสมไม่แพงจนเกินไป โดยรวมก็โอเคอยู่แล้วอยากให้ทำแบบนี้ต่อไป จะได้มีคนมาใช้บริการเยอะๆ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 7

“...โดยรวมคิดว่าการให้บริการของไทยแอร์ เอเชียก็โอเคนะ การบริการในปัจจุบันมีความเหมาะสมแต่ควรปรับปรุงการบริการให้เพียงพอ เค้าน์เตอร์ยังน้อยไป ควรมีพนักงานให้เพียงพอด้วยและมีความเหมาะสม อยากให้บริการที่สะดวกรวดเร็วกว่านี้...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 14

“...คุณภาพการบริการที่ได้รับจากสายการบิน โดยภาพรวมก็โอเค แต่ก็มีการ บางอย่างก็รู้สึกปานกลางค่ะ อยากให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลอย่างทั่วถึงมีจุดบริการสำหรับเช็คอินที่ทั่วถึง และชัดเจนด้วย อาจจะมีน้อยเกินไปส่วนการบริการบนเครื่องก็อยากมีให้ขนม น้ำเปล่าด้วยก็ดี...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 15

“...คุณภาพการบริการโดยรวมก็พอใช้ได้ ไม่ได้ต่างจากสายการบินอื่น อยากให้บริการ ที่มีการบริการที่รวดเร็วไม่ยาวค่อคิวนาน ไม่ซับซ้อน อาจจะมีการเพิ่มทักษะของพนักงานหรือเพิ่ม จำนวนของค่าน์เตอร์เช็คอินให้เพิ่มมากขึ้นจะได้ไม่ต้องรอคิวนาน...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 20

“...ภาพรวมการบริการเช็คอินแบบปัจจุบันก็ดีครับ แต่ก็อยากให้พัฒนาต่อไป ควรมี การจัดสรรคิวหรือดูแลการให้บริการผู้โดยสารที่ต้องรอนานให้ดีกว่านี้ บางทีรอ20-30นาทีกว่าจะได้ เช็คอินรู้สึกว่ารอนานเกินไป...”

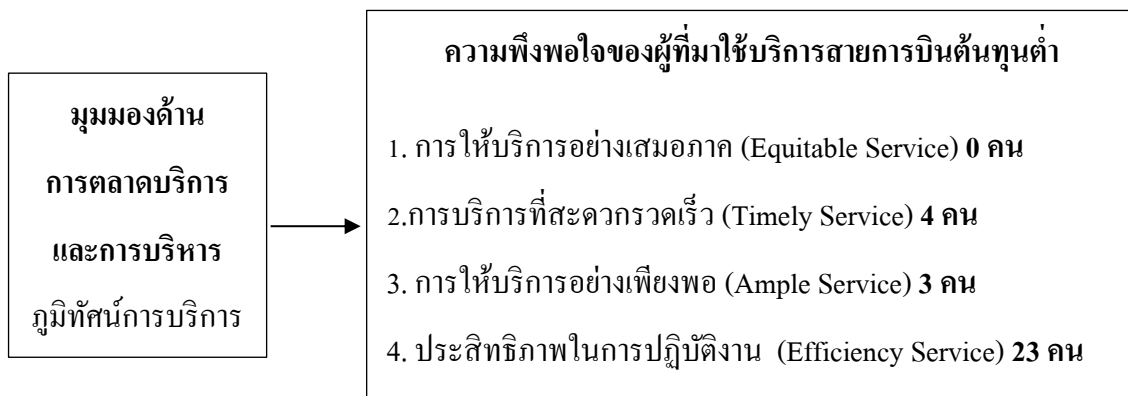
ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 22

“...คุณภาพโดยรวมก็ถือว่ารับได้ ต้องการบริการที่มีความรวดเร็ว ง่ายและไม่ซับซ้อน หากสามารถใช้แค่บัตรประชาชนเสียแล้วมีข้อมูลต่างๆ ออกมาเลย จะดีมากเลย อย่างที่บอกคือถ้า มีบัตรประชาชนจะทำให้บริการมีความทันสมัยมากขึ้น...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 23

4.2.7 ภูมิทัศน์การบริการ

ในส่วนคำถามของแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับภูมิทัศน์การบริการของกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่เคยมาใช้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน พบว่า มีจำนวน 23 คน ที่รู้สึกประทับใจกับบรรยากาศ โดยรอบของสถานที่เช็คอิน มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและสะอาด จำนวน 4 คน รู้สึกเฉยๆกับ บรรยากาศโดยรอบ มีภูมิทัศน์การบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกรวดเร็วแต่ก็ไม่มีแตกต่าง จากสายการบินอื่นๆ และพบว่าจำนวน 3 คน ที่รู้สึกไม่ประทับใจกับบรรยากาศโดยรอบของสถานที่ เช็คอิน รู้สึกแออัด สถานที่เช็คอินค่อนข้างเก่า โดยจากกลุ่มตัวอย่างที่กล่าวมาได้ให้ความคิดเห็นและ ข้อเสนอแนะซึ่งสามารถยกตัวอย่างได้ดังต่อไปนี้



ภาพ 4.13 ผลการสัมภาษณ์ความพึงพอใจด้านภูมิทัศน์การบริการ

“... สถานที่เช็คอินมีความสะอาด โปร่งโล่ง สะดวกสบาย ป้ายบอกทางก็มีเพียงพอ เห็นได้ชัดเจน รู้สึกพอใจกับการให้บริการของสายการบินแต่อยากให้สายการบินเพิ่มการตกแต่งสถานที่เช็คอินให้โดดเด่นกว่าสายการบินอื่นเพราะสีของสายการบินไม่แตกต่างกันมาก...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 1

“...บรรยากาศโดยรวมก็ดี ค่อนข้างพอใจกับสภาพแวดล้อมโดยรวมของที่เช็คอิน แต่ควรมีป้ายให้ชัดเจนกว่านี้รู้สึกหายากมากกว่าจะเดินไปเคาน์เตอร์เช็คอินของสายการบิน ก็รู้สึกสับสนอยู่ว่าอันไหนเป็นเคาน์เตอร์เช็คอินของสายการบิน ถ้ามีการเพิ่มตรงนี้ก็จะได้ดีมาก...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 2

“...ภาพรวมก็โอเคละ คนที่มาเช็คอินมีจำนวนมากแต่เคาน์เตอร์เช็คอินน้อยไปหน่อย ป้ายบอกทางมีแค่ตัวเล็กมาก และเห็นไม่ชัดเจนต้องเดินไปใกล้ป้ายถึงจะเห็น ก่อนเดินทางป้ายหายากถ้าไม่ทำการบ้านมาก่อนจะไม่รู้ อยากให้ป้ายเห็นได้ชัดเจนมากกว่านี้...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 13

“...สถานที่เช็คอินค่อนข้างเก่าซึ่งมีความเสี่ยงต่อความปลอดภัย ป้ายบอกทางก็ค่อนข้างน้อยทำให้ไม่สามารถรับข้อมูลที่เพียงพอ เลขรู้สึกมีความกังวลว่าไม่ปลอดภัย โดยรวมก็อยากให้ปรับปรุงสถานที่บริการเช็คอินให้มีความทันสมัยมากกว่านี้...”

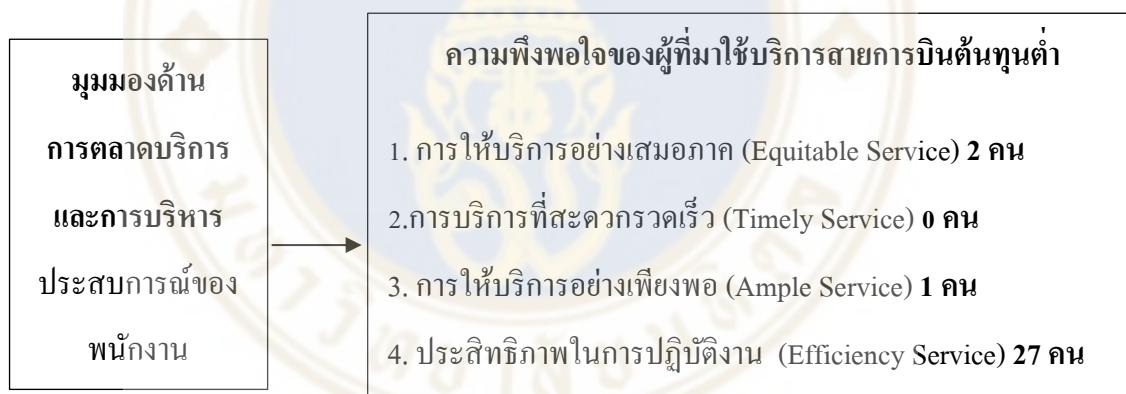
ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 19

“...รู้สึกพึงพอใจกับสถานที่เช็คอิน ป้ายบอกทางมีความเข้าใจง่าย มีความชัดเจนและเพียงพอ มีความสะดวกสบาย โดยรวมก็ดีครับ อยากให้สายการบินทำแบบนี้ต่อไปกับสนามบินอื่นก็จะทำให้ผู้โดยสารที่มาใช้บริการรู้สึกดีกับสายการบินด้วย...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 21

4.2.8 ประสิทธิภาพของพนักงาน

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คน ที่มีความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพของพนักงานพบว่า จำนวน 27 คน มีประสิทธิภาพที่ดีกับการบริการของพนักงาน โดยส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าพนักงานบริการดีมาก มีความเรียบร้อย สุภาพ อ่อนหวาน และจำนวน 2 คน รู้สึกเฉยๆกับประสิทธิภาพที่ได้รับจากการบริการของพนักงาน ไม่ได้ประทับใจและไม่ได้ไม่ประทับใจเป็นพิเศษแต่ก็คิดว่าพนักงานก็บริการที่ระดับหนึ่ง ให้บริการผู้โดยสารทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน นอกจากนี้มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 คน รู้สึกไม่ประทับใจกับประสิทธิภาพเนื่องจากจำนวนพนักงานไม่เพียงพอ โดยสามารถยกตัวอย่างดังนี้



ภาพ 4.14 ผลการสัมภาษณ์ความพึงพอใจด้านประสิทธิภาพของพนักงาน

“...คิดว่าดูแลดี ใฝ่ใจ แจ้งรายละเอียดครบ บริการมีแบบมืออาชีพ แต่น่าจะมีคนช่วยยกกระเป๋าขึ้นสายพานการประสานงานก็ดี เพียงพอ เพราะได้รับข้อมูลจากอีเมลด้วย มาเคาน์เตอร์ก็มีเจ้าหน้าที่แจ้งรายละเอียด ข้อมูลให้ทราบอีกรอบด้วย...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 5

“...พนักงานการบริการดี มีประสิทธิภาพ มีความเหมาะสมค่ะ ตอนไปเช็คอินมีเคาน์เตอร์เปิดอยู่แค่ 2-3 เคาน์เตอร์ แต่ก็มีการประสานงานกันดี ไม่มีข้อผิดพลาดในการบริการใดๆ โดยรวมก็โอเค ก็อยากให้พนักงานทำดีแบบนี้บริการแบบนี้ต่อไปเรื่อยๆ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 13

“...ก็มีการบริการเช็คอินที่ดีนะ แต่ว่าบางทีพนักงานที่เป็นเด็กใหม่ไม่ค่อยมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าเลย ที่เคยเจอส่วนใหม่จะให้บริการไม่ค่อยดีเท่ากับพนักงานเก่าๆ อยากให้ช่วยจัดการเรื่องนี้ ส่วนการประสานของพนักงานเองไม่ค่อยเพียงพอ ไม่มีการประสานงานกันระหว่างแต่ละฝ่าย ต้องพึ่งพาตัวเอง อยากจะให้ทำงานให้ได้รวดเร็วมากกว่านี้จะดีมากค่ะ ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 17

“...พนักงานที่ให้บริการเช็คอินก็ดีนะ ก็เหมือนสายการบินทั่วไปไม่มีความแตกต่างกันมาก จากการใช้บริการเช็คอินก็คิดว่าบริการของพนักงานก็บริการทำงานประสิทธิภาพกลางๆ ไม่ได้ดีมากเกินไป แต่ก็อยากให้พนักงานบริการเป็นกันเองมากกว่านี้ เพราะพนักงานใหม่ยังอาจจะให้บริการไม่ทั่วถึง...”

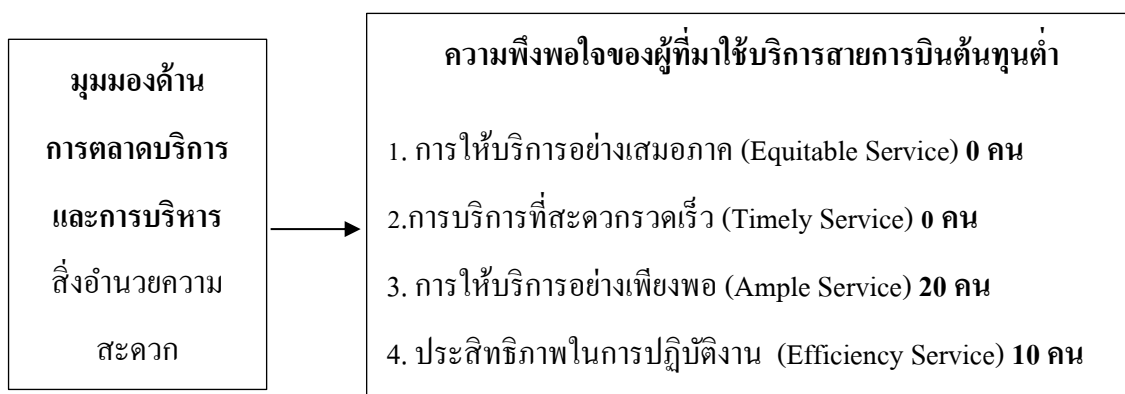
ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 25

“...พนักงานบริการแบบมีอาชีพ คิดว่าดูแลดี ใส่ใจ แจ้งรายละเอียดครบแต่น่าจะมีคนช่วยยกกระเป๋าขึ้นสายพานเพื่อชั่งน้ำหนักด้วยจะดีมาก ส่วนการประสานงานก็ดีเพราะได้รับข้อมูลจากอีเมลก่อนด้วย พอมาถึงเคาน์เตอร์ก็มีเจ้าหน้าที่แจ้งให้ทราบอีกรอบด้วย...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 28

4.2.9 สิ่งอำนวยความสะดวก

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คน เกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่เคยมาใช้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกของบริการเช็คอินพบว่า จำนวน 20 คน ให้ความเห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการบริการเช็คอินมีจำนวนที่เพียงพอและไม่มีประสิทธิภาพ และกลุ่มตัวอย่างอีก 10 คน ให้ความเห็นว่าไม่เพียงพอ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่กล่าวมาได้ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะซึ่งสามารถยกตัวอย่างได้ดังต่อไปนี้



ภาพ 4.15 ผลการสัมภาษณ์ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องของเคาน์เตอร์เช็คอินและอุปกรณ์ในการเช็คอิน

“...เคาน์เตอร์เช็คอินมีเยอะแต่พนักงานมีน้อย ในการเปิดเคาน์เตอร์ที่เปิดให้เช็คอินจะให้บริการก็ไม่เพียงพอ ซึ่งถ้าเป็นการเช็คอินทางออนไลน์หรือแอปพลิเคชันให้บริการรองรับทำให้สะดวกสบายมากขึ้น ถ้าแบบมาใช้บริการเช็คอินช่วงเทศกาลคนจะเยอะมากต้องรอนานก็เลยต้องเช็คอินออนไลน์มาก่อน ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 15

“...ที่ผ่านมารับบริการจากผู้ให้บริการค่อนข้างดี รู้สึกสะดวกสบายในการเช็คอิน แต่ควรมีพนักงานให้คำแนะนำให้ทั่วถึงและควรเปิดเพิ่มจำนวนเคาน์เตอร์เช็คอินเพื่อให้เกิดความคล่องตัวและความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้บริการ โดยรวมที่ผ่านมารับบริการก็ค่อนข้างดีอยู่แล้ว...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 7

“...เรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกก็รู้สึกเฉยๆ ไม่ได้รู้สึกประทับใจอะไรเป็นพิเศษ ถึงแม้คิดว่าพนักงานให้คำแนะนำอยู่สม่ำเสมอ แต่ยังคงต้องรอนานอยู่ ส่วนตัวคิดว่าตู้ self check-in ไม่เพียงพอ อยากให้ควรเพิ่มจำนวนตู้ self check-in ให้มีมากขึ้นจะได้เช็คอินได้เร็วขึ้นมากขึ้นค่ะ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 23

“...ถ้าให้คะแนนเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกเต็ม 10 ก็ให้คะแนนประมาณ 7 คะแนนค่ะ อยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนที่อยากให้ปรับปรุงคืออยากให้มีช่องบริการเช็คอินเยอะขึ้นมากกว่า

นี้ เพราะไปเช็คอินแล้วมีเปิดให้บริการอยู่ไม่กี่ช่องทำให้ต้องรอนานมากๆ แต่รู้สึกดีที่พนักงานให้บริการดีอยู่เสมอ...”

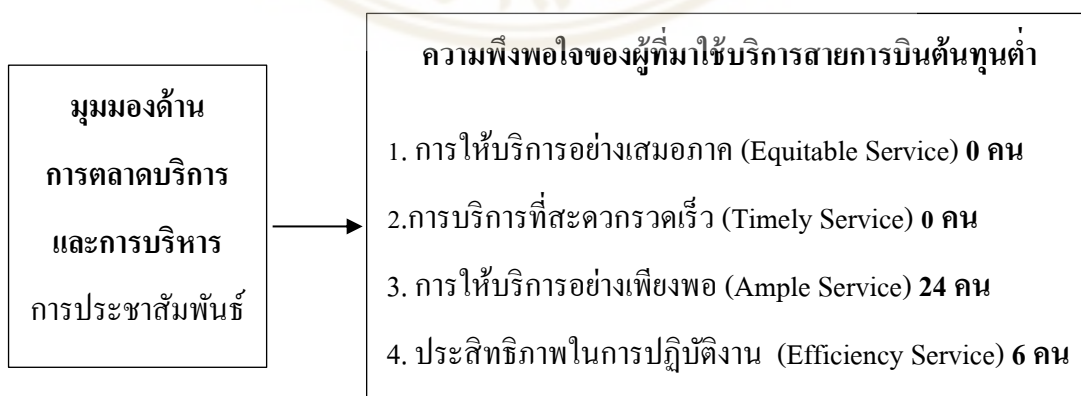
ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 25

“...พื้นที่เช็คอินก็สะดวก แต่ยังไม่เพียงพอที่จะรองรับจำนวนผู้โดยสารเยอะๆ จำนวนเก้าอี้เตอร์ก็พอนะแต่เปิดน้อยมาก ที่นั่งรอระหว่างเช็คอินก็ยังไม่เพียงพอกับจำนวนผู้โดยสาร เวลาคนเยอะๆ ควรเพิ่มจุดบริการเช็คอินให้มากกว่านี้ หรือควรเพิ่มพนักงานจัดคิวเช็คอินตอนคนเช็คอินเยอะๆค่ะ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 26

4.2.10 การประชาสัมพันธ์

ในส่วนคำถามของแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างคือผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่เคยมาใช้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน พบว่า มีจำนวน 24 คน ได้รับข้อมูลข่าวสารถูกต้อง ครบถ้วน และจำนวน 6 คน ได้รับข้อมูลข่าวสารไม่ครบถ้วน มีการประชาสัมพันธ์ไม่มีประสิทธิภาพ ติดต่อบริษัทได้ยาก นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 13 คน ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางอีเมล จำนวน 4 คน ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย จำนวน 10 คน ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง จำนวน 1 คน ได้รับข้อมูลผ่านทางตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน และบริษัทท่องเที่ยว จำนวน 1 คน ได้รับข้อมูลผ่านข้อความทางโทรศัพท์ และจำนวน 1 คน ได้รับข้อมูลผ่านแอปพลิเคชัน โดยจากกลุ่มตัวอย่างที่กล่าวมาได้ให้ความคิดเห็นไว้ดังนี้



ภาพ 4.16 ผลการสัมภาษณ์ความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์

“...ข้อมูลข่าวสารโดยรวมค่อนข้างโอเค ถูกต้องครบถ้วน แต่อาจจะเข้าไปหน่อยควรมีการแจ้งล่วงหน้ามากกว่านี้ โดยควรมีการปรับปรุงรูปแบบของข้อมูลมากกว่านี้ โดยส่วนตัวรับข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันของสายการบินและเก็บข้อมูลต่างๆไว้ใน wallet ซึ่งอยากให้รูปแบบข้อมูลข่าวสารจัดการให้ดีกว่ารูปแบบเดิมได้จะดีสะดวกมากขึ้นไม่ต้องจำข้อมูลต่างๆครับ ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 18

“...จุดแจ้งข่าวสารเพียงพอ มีจอมอนิเตอร์แจ้งเวลาของสายการบินตลอด ข้อมูลที่ได้มามีความถูกต้อง แต่บางครั้งก็ไม่ครบถ้วนเนื่องจากเครื่องบินดีเลย์ ไม่สามารถบอกเหตุขึ้นเครื่องบินได้ ส่วนใหญ่รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางออนไลน์เว็บไซต์ แต่บางทีติดต่อทางออนไลน์กว่าจะตอบกลับนานมาก...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 26

“...ข้อมูลถูกต้องครบถ้วนมากๆ ทันท่วงทีด้วย เปิดผ่านมือถือได้เลย ส่วนตัวรับข้อมูลผ่านช่องทางพวกอีเมล Facebook และโฆษณาทางทีวี แต่ส่วนใหญ่รับผ่านอีเมล ข้อมูลที่ได้ก็มีความชัดเจนครบถ้วน เข้าใจง่าย ที่อยากแนะนำคืออยากให้เพิ่มช่องทางติดต่อผ่านพวก line หรือ WhatsApp แบบนี้จะดีมาก...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 28

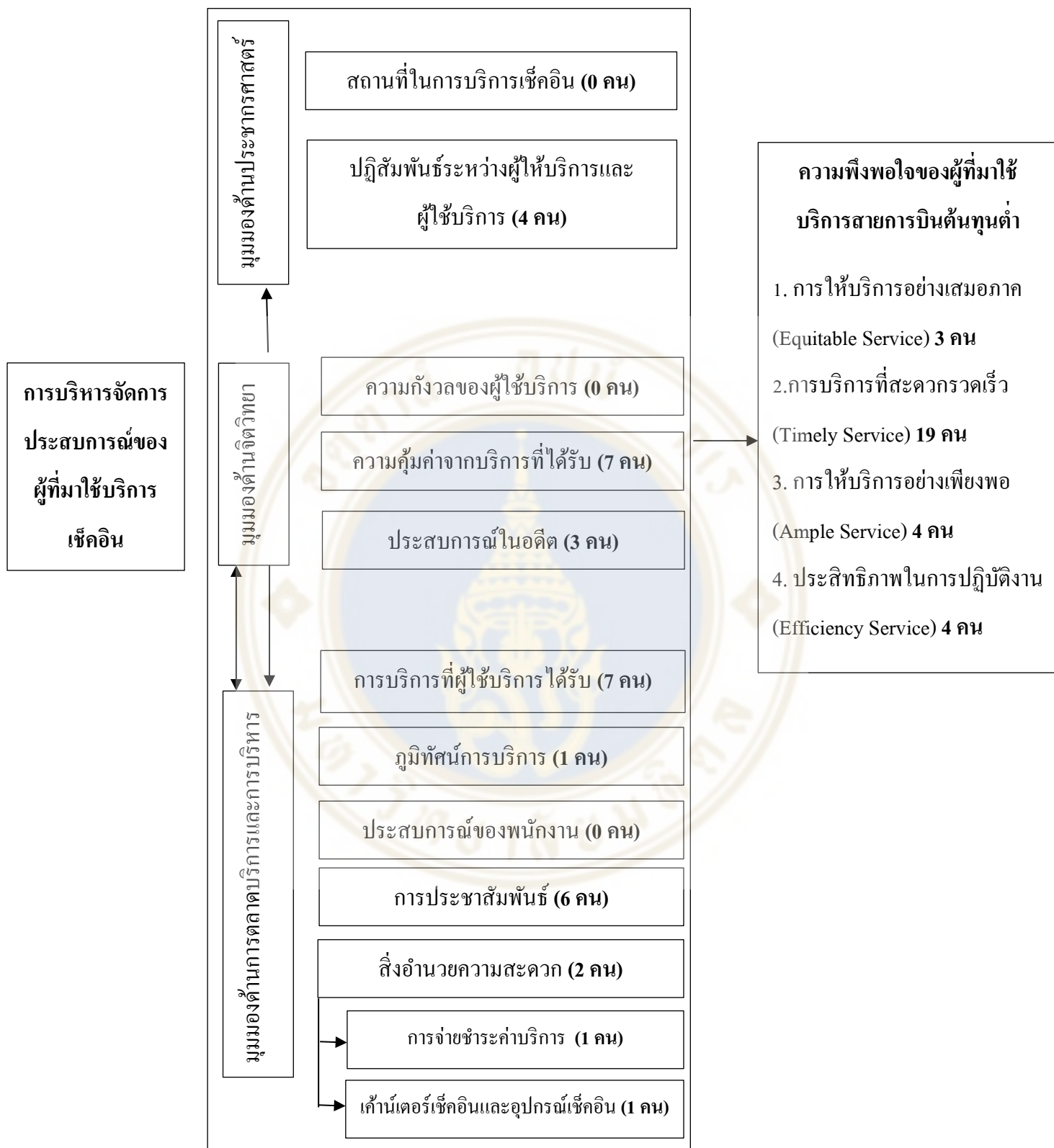
4.3 ความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการเช็คอินจากสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง

ผลที่ได้จากการสอบถามเกี่ยวกับความต้องการที่ผู้ใช้บริการต้องการ ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง โดยมีคำถามจำนวน 8 ข้อ พบว่าสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกมีดังนี้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 7 คน ให้ความสำคัญในเรื่องของความคุ้มค่าจากบริการที่ได้รับ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 7 คน ให้ความสำคัญในเรื่องของการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คน ให้ความสำคัญในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน ให้ความสำคัญในเรื่องของปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับประสบการณ์ในอดีต กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 คน ให้ความสำคัญในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกและกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 คน ให้ความสำคัญในเรื่องของภูมิทัศน์การบริการ และเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกเลยคือเรื่องของสถานที่ให้บริการ เช็คอิน ความกังวลของผู้ใช้บริการและประสบการณ์ของพนักงาน

นอกจากนี้หากมีการออกแบบบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 19 คน ต้องการให้บริการที่มีความสะดวกรวดเร็ว กลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน ต้องการบริการที่มีความเพียงพอต่อจำนวนผู้ใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คนต้องการบริการที่มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และสุดท้ายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน ต้องการบริการที่ให้บริการที่เสมอภาค

ดังนั้นจึงสามารถสรุปความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการเช็คอินจากสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ได้ดังภาพ 4.18 มุมมองที่ผู้ใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ให้ความสำคัญจากการบริการเช็คอิน





ภาพ 4.17 มุมมองที่ผู้ให้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่ให้ความสำคัญจากการบริการเช็คอิน

โดยที่กลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์จำนวน 30 คน ได้มีข้อเสนอแนะและข้อแนะนำที่เกี่ยวกับความต้องการเกี่ยวกับรูปแบบบริการเซ็คอนที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถยกเอาคำพูดออกมาได้ดังนี้

“...โดยรวมคิดว่าเรื่องการประชาสัมพันธ์และการออกสื่อข่าวสารยังไม่มากพอ ควรมีการแจ้งเตือนผ่านไลน์หรืออีเมล ความถูกต้องของข้อมูลและความปลอดภัยของผู้ใช้บริการถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญของการใช้บริการเซ็คอนของผู้โดยสาร...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 7

“... Service mind ของผู้ให้บริการเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเป็นจุดที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าไทย และนอกจากนี้เพื่อให้ผู้โดยสารเข้าใจระบบและเข้าใช้งานได้ไม่ยุ่งยาก ทำให้เข้าถึงง่าย เรื่องของ Service mind ของผู้ให้บริการเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะว่าเป็นจุดที่คิดว่าสามารถสร้างความประทับใจให้ลูกค้าได้...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 13

“...ก็คือนะที่มีบริการเซ็คอนออนไลน์ทำให้ผู้โดยสารสามารถเซ็คอนได้ด้วยตัวเอง แต่ควรเปลี่ยนเคาน์เตอร์เซ็คอนเป็นระบบอัตโนมัติคล้ายๆตู้คีออส โดยส่วนตัว First impression เป็นเรื่องที่สำคัญ ถ้าสามารถให้บริการดีลูกค้าก็พึงพอใจ ถ้าบริการแย่ลูกค้าก็จะหงุดหงิดรู้สึกไม่ดีกับบริการ...”

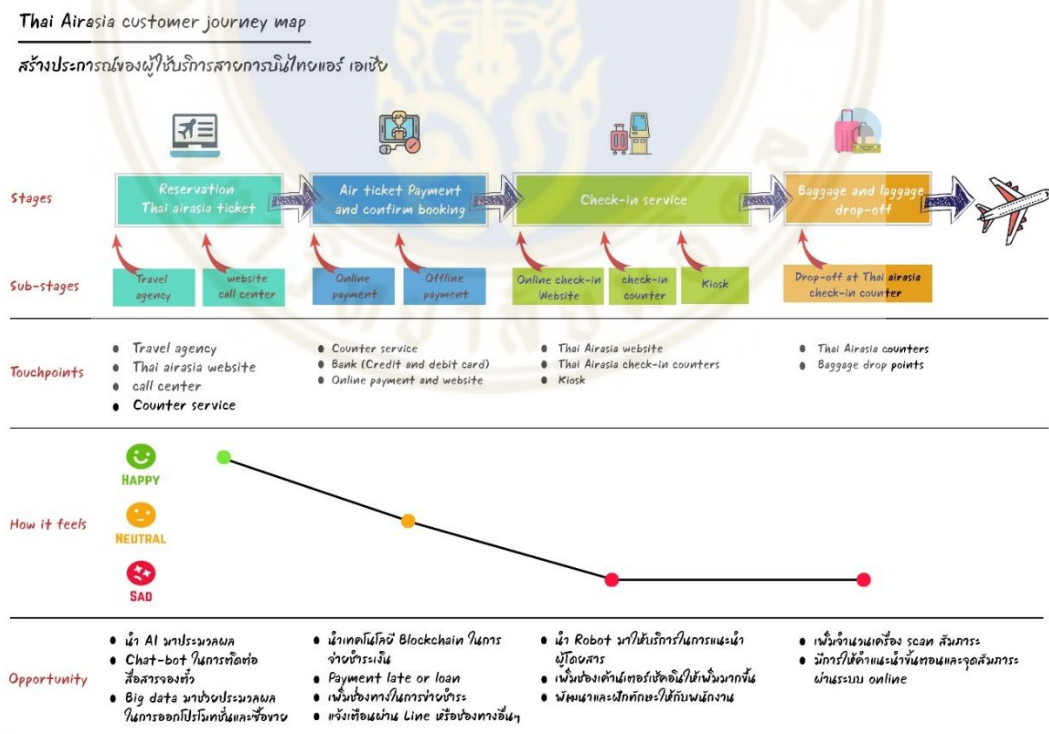
ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 16

“...จำนวนเคาน์เตอร์เซ็คอนถือว่ามีความเหมาะสมแต่ในบางครั้งไม่เปิดให้บริการทั้งที่ๆที่มีผู้ให้บริการ และรูปแบบบริการใหม่ในการยกระดับบริการเพิ่มเติมหลังจากเลือกโดยสารในแต่ละเที่ยวบิน ควรกำหนดทุกอย่างให้อยู่ในช่องที่ไม่ต้องการรับบริการ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 18

จากที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำแห่ง

หนึ่ง ที่เคยมาใช้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก จึงนำผลของการสัมภาษณ์มาออกแบบรูปแบบการให้บริการเช็คอินรูปแบบเดิมซึ่งใช้เป็นการวิเคราะห์จากมุมมองใน 3 ด้านคือ มุมมองด้านประชากรศาสตร์ มุมมองด้านจิตวิทยา และ มุมมองด้านการตลาดบริการและการบริหาร โดยประกอบด้วย 10 องค์ประกอบ คือ สถานที่ในการบริการเช็คอิน ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ความกังวลของผู้ใช้บริการ ความคุ้มค่าจากบริการที่ได้รับ ประสบการณ์ในอดีต การบริการที่ผู้ให้บริการได้รับ ภูมิทัศน์การบริการ ประสบการณ์ของพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวก และการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ยังพิจารณาพร้อมกับมุมมองที่ทำให้ผู้ให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง เกิดความพึงพอใจประกอบด้วย การให้บริการอย่างเสมอภาค การบริการที่สะดวกรวดเร็ว การให้บริการอย่างเพียงพอ และ ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยสามารถออกแบบรูปแบบการให้บริการเช็คอินรูปแบบเดิมของผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่เคยมาใช้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้ดังภาพดังต่อไปนี้



ภาพ 4.18 รูปแบบการให้บริการเช็คอินผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งรูปแบบเดิม (Customer journey)

รูปแบบการให้บริการแก่ลูกค้าโดยสารสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง รูปแบบเดิม (Customer journey) ได้ออกแบบการการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง จำนวน 30 คน โดยสามารถออกแบบได้เป็น 4 ขั้นตอนหลักคือ ขั้นตอนการจองตั๋วเครื่องบินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ขั้นตอนการจ่ายเงินและการยืนยันการจองตั๋ว เครื่องบิน ขั้นตอนการเช็คอิน และ ขั้นตอนการโหลดสัมภาระ โดยในขั้นตอนขั้นตอนการจองตั๋ว เครื่องบินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง จะประกอบไปด้วย 2 ขั้นตอนย่อยคือการจองตั๋วผ่านตัวแทนจำหน่าย (Travel agency) และ การจองตั๋วเครื่องบินผ่านเว็บไซต์หรือจองผ่านเคาน์เตอร์หรือสายการบิน ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ใช้บริการรู้สึกพึงพอใจกับการให้บริการดังกล่าว โดยปัญหา ส่วนใหญ่ที่พบเจอคือการบริหารจัดการหลังการขายและการที่ระบบการจองยังไม่ มีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้วิจัยได้มองเห็นปัญหาดังกล่าวจากเดิมที่สายการบิน มีระบบประมวลผลผ่านระบบอัจฉริยะ (Artificial intelligence) และ การนำเอาระบบการสื่อสารผ่านอัตโนมัติ (Chat-bot) แต่ ยังไม่มีประสิทธิภาพเนื่องจากไม่สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการ (ประชาชาติ ชูธุรกิจ, 2564) ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นปัญหาดังนั้นกล่าวจึงนำไปสู่การออกแบบใหม่ต่อไป

ขั้นตอนที่สอง คือ ขั้นตอนการจ่ายเงินและการยืนยันการจองตั๋วเครื่องบิน โดยปัจจุบันสายการบินมีระบบที่จ่ายชำระค่าใช้ บริการอยู่ทั้งหมด 2 แบบ คือ การจ่ายชำระผ่านออนไลน์ (Online payment) และการจ่ายชำระแบบออฟไลน์ (Offline payment) ซึ่งผู้ใช้บริการรู้สึกปานกลางต่อการให้บริการชำระเงิน ซึ่งปัจจุบันโอกาสของการเติบโตช่องทางการชำระเงินทั้งมีเทคโนโลยี การจ่ายชำระผ่านบล็อกเชน (Blockchain) หรือการจ่ายยืมเงินก่อนหรือการผ่อนจ่ายชำระ มาเป็นโอกาสในการการชำระเงินถือว่าเป็นรูปแบบในการเติบโตของการชำระค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ผู้ที่ให้สัมภาษณ์ได้เสนอแนะในการเพิ่มช่องทางการจ่ายชำระให้เพิ่มมากขึ้นและมาการแข่งขันผ่านแอปพลิเคชันก็ถือว่าเป็นโอกาสในการเพิ่มข้อมูลข่าวสารและช่องทางการชำระเงินให้เพิ่มมากขึ้น

ขั้นตอนที่สามคือขั้นตอนการเช็คอิน ปัจจุบันการเช็คอินของสายการบินประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลักคือ การเช็คอินผ่านเว็บไซต์หรือออนไลน์ การเช็คอินผ่านเคาน์เตอร์เช็คอิน และการเช็คอินผ่านตู้คี้ออส โดยผู้ใช้บริการรู้สึกไม่พึงพอใจกับขั้นตอนดังกล่าวเกิดจากปัญหาหลักคือความล่าช้าจากการบริการเช็คอิน ซึ่งปัญหาที่พบคือในช่วงเทศกาลจำนวนผู้ที่มาใช้บริการมีจำนวนมากแต่จำนวนเคาน์เตอร์เช็คอินไม่เปิดไม่เพียงพอกับจำนวนผู้ใช้บริการและจำนวนพนักงานที่ให้บริการมี

จำนวนไม่เพียงพอ ดังนั้นจากการที่มีการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์พบว่ามีการนำเสนอข้อเสนอที่เป็นโอกาสที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจกับผู้ใช้บริการได้คือ การนำเอาหุ่นยนต์มาช่วยในการให้บริการและแนะนำผู้โดยสาร การเพิ่มจำนวนช่องเคาน์เตอร์เช็คอินให้เพิ่มมากขึ้นและการพัฒนาและฝึกทักษะพนักงาน ดังนั้นจากข้อเสนอดังกล่าวผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงประโยชน์ของการนำเอาข้อเสนอแนะดังกล่าวมาช่วยในการพัฒนารูปแบบการให้บริการต่อไป

ขั้นตอนที่ดี คือ ขั้นตอนการโหลดสัมภาระ ผู้ที่มาใช้บริการทั้ง 3 แบบ ทั้งการเช็คอินผ่านเว็บไซต์หรือออนไลน์ การเช็คอินผ่านเคาน์เตอร์เช็คอิน และการเช็คอินผ่านตู้คี้ออส จะต้องมาโหลดกระเป๋าที่บริเวณเคาน์เตอร์เช็คอิน ดังนั้นปัญหาที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คนพบว่าต้องการให้พนักงานช่วยยกสัมภาระในการมาโหลดและกระบวนการชำระ โดยผู้ใช้บริการรู้สึกไม่พึงพอใจกับขั้นตอนดังนั้น โดยโอกาสที่จะเอามาช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวคือ การเพิ่มจำนวนเครื่อง scan สัมภาระให้เพิ่มมากขึ้นและการให้คำแนะนำขั้นตอนและจุดโหลดสัมภาระผ่านออนไลน์ ซึ่งจะช่วยลดความซับซ้อนของการบริการลง

จากประเด็นที่ผู้วิจัยได้มีการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน จะนำมาสู่การสัมภาษณ์ผู้ให้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย จำนวน 10 คน เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นต่อการให้บริการดังกล่าวและความสามารถที่ผู้ให้บริการจะมอบบริการที่ทำให้เกิดความพึงพอใจกับผู้ที่มาใช้บริการได้ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผ่านชุดแบบสัมภาษณ์เชิงลึกและนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนารูปแบบการให้บริการเช็คอินแบบใหม่ได้ตรงตามความต้องการของทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ โดยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกของพนักงานระดับปฏิบัติการ ฝ่ายการปฏิบัติการภาคพื้นของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ประกอบไปด้วย 2 ส่วนคือ การให้บริการทั่วไปและการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจ ซึ่งจะการสัมภาษณ์สามารถถอดความจากการสัมภาษณ์ได้ดังต่อไปนี้

4.4 การให้บริการทั่วไป

จากข้อมูลการสัมภาษณ์การบริการทั่วไปจะประกอบด้วยการสัมภาษณ์ 3 ประเด็นหลักคือ การบริการในปัจจุบันเป็นอย่างไรและมีขั้นตอนใดบ้าง ความคิดเห็นของผู้ให้บริการเช็คอินที่มีต่อขั้นตอนการเช็คอินในปัจจุบันและความคิดเห็นต่อรูปแบบบริการที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร

โดยที่ประกอบไปด้วย 4 คำถามคือ ปัจจุบันการบริการเช็คอินผู้โดยสารมีขั้นตอนการบริการอย่างไรบ้าง ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้างกับขั้นตอนของการบริการเช็คอินผู้โดยสาร ท่านคิดว่าการบริการเช็คอินผู้โดยสารมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร และท่านคิดว่าการบริการเช็คอินที่เหมาะสมกับผู้ที่ใช้บริการควรมีรูปแบบเป็นอย่างไร โดยที่จะนำผลจากการสัมภาษณ์ดังกล่าวไปใช้ในการออกแบบบริการเช็คอินในรูปแบบใหม่ จากการศึกษาที่บริการที่ดีและสามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้ให้บริการส่วนหนึ่งมาจากผู้วิจัยตั้งคำถามที่ว่า การบริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจ และชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งอันเป็นผลดีกับองค์กรของเรา เบื้องหลังความสำเร็จเกือบทุกงาน มักพบว่างานบริการเป็นเครื่องมือที่สนับสนุนงานด้านต่างๆ ที่สำคัญขององค์กร (ตรีเพ็ชร อ่ำเมือง, 2555) ซึ่งทางผู้วิจัยสามารถสรุปใจความสำคัญและถอดความจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน ได้ดังต่อไปนี้

4.4.1 ขั้นตอนการเช็คอินในปัจจุบัน

“... ก็มีแบบเช็คอินออนไลน์ทำในมือถือหรือในแอปพลิเคชันล่ะ แต่ถ้ามาเช็คอินที่สนามบินก็ต้องต่อแถวทำด้วยตัวเองหรือเจ้าหน้าที่เพื่อรับตั๋วโดยสารและโหลดสัมภาระกับเจ้าหน้าที่ที่บริเวณเคาน์เตอร์เช็คอิน หรือสามารถเช็คอินผ่านตู้คีออสก็ได้...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 1

“... การเช็คอินในตอนนี้อาจเช็คอินได้ด้วยตัวเองผ่านตู้ kiosk เช็คอินผ่านอินเทอร์เน็ต หรือเคาน์เตอร์เช็คอิน แล้วผู้โดยสารนำกระเป๋าไปโหลดที่เคาน์เตอร์เช็คอินของสายการบินของเรา และผู้โดยสารสามารถรับตั๋วโดยสารแล้วขึ้นเครื่องบิน

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 3

“... ปัจจุบันขั้นตอนการเช็คอินมีสามขั้นตอน คือ สามารถเช็คอินแบบออนไลน์ในแอปพลิเคชัน หรือจากในเว็บของสายการบิน สองเข้าไปเช็คอินกับเครื่อง kiosk ในสนามบินโดยการใส่เลขบัตรที่นั่งได้เลย และเช็คอินที่เคาน์เตอร์เช็คอินกับสายการบินโดยการยื่นบัตรประชาชน...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 10

4.4.2 ความคิดเห็นของผู้ให้บริการต่อการบริการเช็คอินในปัจจุบัน

“...บริการเช็คอินตอนนี้ก็ดีนะง่ายและสะดวกรวดเร็วดี มีความเหมาะสมในหารใช้ บริการมีให้เลือกเช็คอินผ่านหลายช่องทางเพื่อในกรณีที่ไม่อยากต่อคิว ก็มาใช้ตู้คี้อสหรือแบบ สามารถเช็คอินผ่านออนไลน์ก็ได้หรือก็เช็คอินผ่านเคาน์เตอร์เช็คอินกับพนักงานก็ได้...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 4

“...ขั้นตอนเช็คอินในปัจจุบันก็มีความสะดวกสบาย รวดเร็วในการเช็คอิน เจ้าหน้าที่ก็มีให้บริการเป็นกันเอง การเช็คอินก็มีความเหมาะสมในการเช็คอินอยู่แล้วในการให้บริการเช็คอินแก่ ผู้โดยสาร เพราะก็เป็นไปตามมาตรฐานของสายการบินทุกสายการที่ให้บริการอยู่...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 7

“...ก็คิดว่ารู้สึกว่าการเช็คอินในปัจจุบันก็สะดวกรวดเร็ว มีวิธีการเช็คอินให้เลือกหลาย วิธี เช่นการเช็คอินผ่านออนไลน์ หรือแบบการเช็คอินผ่านเคาน์เตอร์เช็คอิน ซึ่งก็มีความเหมาะสม เพราะทำให้ลดการเวลาในการเช็คอิน โดยที่ประสิทธิผลยังเท่าเดิมหรือมากขึ้น...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 9

4.4.3 ความคิดเห็นต่อรูปแบบบริการเช็คอินของผู้ใช้บริการที่เหมาะสม

“...การบริการเช็คอินที่เหมาะสมที่ควรมอบให้ผู้โดยสารควรที่จะเป็นแบบที่ผู้โดยสาร สามารถทำการเช็คอินได้ด้วยตัวเองได้ เพื่อที่จะทำให้เกิดความรวดเร็ว สะดวกสบาย และยัง ช่วยลดต้นทุนให้กับสายการบินด้วยไม่จำเป็นต้องมาเช็คอินกับพนักงานของสายการบิน...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 1

“...การบริการควรที่จะมีความบริการที่รวดเร็ว และใส่ใจผู้โดยสาร โดยการบริการควร จะมีการบริการที่เป็นกันเอง แล้วก็ควรมีช่องทางที่ผู้โดยสารสามารถเช็คอินได้หลายช่องทาง ซึ่งสาย การบินของเราก็บริการดีใส่ใจผู้โดยสารที่มาใช้บริการมาโดยตลอด...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 5

“...มีบริการที่เหมาะสมควรมีบริการที่รวดเร็ว ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารและมาตรฐานความปลอดภัยของสายการบิน แล้วส่วนตัวคิดว่าควรมีราคาที่ประหยัดคุ้มค่ากับการที่ผู้โดยสารมาใช้บริการ ซึ่งก็ตรงกับสโลแกนของสายการบินของเราคือ ใครใครก็บินได้...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 6

4.5 การให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการในส่วนที่ 2 เป็นการสัมภาษณ์การบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจ โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เพื่อใช้ในการประกอบการวิเคราะห์ในการออกแบบรูปแบบบริการรูปแบบใหม่ ซึ่งจะรูปแบบคำถามทางผู้วิจัยได้มีสัมภาษณ์ถึงการบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ที่ผู้วิจัยจะทำการออกแบบบริการในแง่มุมต่างๆ ได้แก่ ประโยชน์ที่ได้รับจากการออกแบบรูปแบบบริการใหม่ รูปแบบบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ควรเป็นอย่างไร การบริการที่ผู้ให้สัมภาษณ์สามารถมอบให้กับผู้โดยสาร และความเหมาะสมในการลงทุนในบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ ซึ่งจากคำถามที่สัมภาษณ์ผู้ให้บริการจะนำผลที่ได้ไปใช้การวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบการบริการที่ผู้ให้บริการเสนอแนะว่าควรมีการปรับปรุงเพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยจากการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการผู้วิจัยสามารถถอดความจากการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์มาได้ดังต่อไปนี้

4.5.1 ประโยชน์ที่สายการบินได้รับหากมีบริการเช็คอินที่เหมาะสม

“...ถ้ามีบริการเช็คอินที่เหมาะสมจะช่วยให้สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสายการบินได้ ซึ่งผู้โดยสารก็จะรู้สึกพึงพอใจกับการบริการเช็คอินแล้วก็จะทำให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการของสายการบิน แล้วก็ช่วยลดเวลาในการเช็คอิน สะดวกรวดเร็วกับผู้โดยสารด้วย...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 2

“...ก็สามารถช่วยทำให้มีบริการเช็คอินผู้โดยสารที่รวดเร็วมากขึ้นนะ ไม่จำเป็นต้องรอนานในการเช็คอิน สามารถลดเวลาลงได้ ผู้โดยสารเองก็จะรู้สึกพึงพอใจแล้วก็กลับมาใช้ซ้ำหรือ

แนะนำเพื่อนต่อ สายการบินเองก็มีรายได้เพิ่มขึ้น ก็คิดว่าดินะแถมก็มีคำชื่นชมจากผู้โดยสารที่มาใช้บริการอีกด้วย...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 8

“...คิดว่าถ้ามีบริการเช็คอินที่เหมาะสมก็ดี คิดว่าถ้ามีบริการที่เหมาะสมสายการบินสามารถรองรับผู้โดยสารที่มาใช้บริการได้เยอะในเวลาเดียวกัน พนักงานเองก็ไม่ต้องยุ่งยากในการให้คำแนะนำในบริการเช็คอิน และเหนื่อยมากเกินไป ลดภาระงานลงได้เยอะ...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 10

4.5.2 รูปแบบบริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริการ

“...ถ้ามีบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ก็คิดว่าควรมีบริการเช็คอินที่มีความสะดวกรวดเร็ว สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้โดยสารให้สามารถเช็คอินด้วยตัวเองได้ ถ้าแบบเช็คอินกระเป๋าเดินทางด้วยได้ด้วยด้วยตัวเองได้ก็จะยิ่งสะดวกจะยิ่งดีมาก...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 1

“...ถ้าบริการเช็คอินมีความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัยในการเช็คอิน จะสามารถทำให้ผู้โดยสารที่มาใช้บริการเช็คอินรู้สึกพึงพอใจได้นะ ถ้ามีบริการเช็คอินผ่านหลายช่องทางก็จะช่วยให้เช็คอินได้เร็วขึ้นเช่นมีเช็คอินผ่านเคาน์เตอร์ เช็คอินผ่านแอปพลิเคชันหรือในต่างประเทศเช็คอินจากโรงแรมหรือสถานีรถไฟฟ้าได้เลย...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 5

“...ก็คิดว่าการบริการเช็คอินแบบนี้แหละที่เป็นอยู่ในตอนนี้ก็ดีแล้ว รู้สึกว่าผู้โดยสารน่าจะรู้สึกพึงพอใจแล้วมีบริการเช็คอินทั้งผ่านมือถือ ออนไลน์ หรือแบบเช็คอินเคาน์เตอร์ ก็รู้สึกว่ามีความสะดวกสบายนะ แถมสายการบินของเราแข่งราคาประหยัดด้วยพวกโปร โมทชั่นต่างๆก็มีเยอะ...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 9

4.5.3 การบริการเช็คอินที่สายการบินสามารถส่งมอบให้ผู้ให้บริการ

“...ก็สามารถส่งมอบบริการได้ทุกรูปแบบตามที่ผู้โดยสารต้องการ ซึ่งก็ที่สามารถส่งมอบก็ต้องไปกฎระเบียบของสายการบินเองด้วยและกฎระเบียบของกรมการบินพลเรือนด้วยว่าสามารถส่งมอบบริการได้มากน้อยขนาดไหนเพื่อไม่ให้ขัดกับกฎระเบียบที่กำหนดไว้ด้วย...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 7

“...ก็คิดว่าในปัจจุบันก็มีการส่งมอบบริการที่เพียงพออยู่แล้วนะ มีทั้งบริการที่หลากหลายหลายพวกบริการช่องทางเช็คอิน การจองตั๋ว หรือแบบบริการเสริมต่างๆ แต่ในอนาคตจะต้องมีการเพิ่มเติมบริการอื่นๆ ตาม issue หรือกฎการบินที่เพิ่มเข้ามาเรื่อย ๆ...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 9

“...ปัจจุบันก็มีการเช็คอินผ่าน 2 ช่องทางนะทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ ถ้าเป็นการเช็คอินรูปแบบออนไลน์ก็สามารถที่จะมีบริการจองตั๋วในเว็บไซต์ของสายการบิน หรือมีการเช็คอินผ่านเว็บไซต์ของสายการบินเองได้ แต่ถ้าเป็นการเช็คอินรูปแบบออฟไลน์ก็สามารถที่จะซื้อตั๋วที่เคาน์เตอร์ที่สนามบิน มีการให้บริการเช็คอินที่เครื่อง kiosk กับเช็คอินกับพนักงานที่เคาน์เตอร์เช็คอิน...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 10

4.5.4 ความเหมาะสมในการลงทุนในบริการเช็คอินรูปแบบใหม่

“...ตอนนี้การบริการเช็คอินก็มีความเหมาะสมอยู่แล้ว อาจจะไม่เหมาะสมไม่ควรลงทุนเพิ่มเพราะรู้สึกว่ามันเปลืองมากเกินไปอาจจะยังไม่เหมาะสมกับการลงทุนในสถานการณ์ปัจจุบัน ควรเน้นไปที่การปรับปรุงกระบวนการทำงานของพนักงานมากกว่าการลงทุนเพิ่ม...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 2

“...ปัจจุบันยังไม่ควรมีการลงทุนเพิ่มมีความเหมาะสมอยู่แล้ว แต่ในอนาคตอาจจะต้องมีการลงทุนเพิ่มเพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ แต่ถ้ามีการลงทุนเพิ่มก็อาจจะมีความคุ้มค่า แต่

ในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีสถานการณ์โควิดก็ยังไม่ควรมีการลงทุนเพิ่ม...”

ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 7

“...คิดว่าไม่ควรลงทุนเพิ่ม แต่ควรเลือกรูปแบบที่เหมาะสมตามสภาพที่ผู้โดยสารต้องการและหลักความเป็นจริงมากกว่า ในที่นี้หมายถึงเรื่องเดิม ๆ ถ้าเป็นเรื่องใหม่ ๆ ว่ากันอีกที ซึ่งก็คิดว่าถ้ามีการลงทุนเพิ่มก็จะคุ้มค่า เพราะความพอใจของผู้โดยสารคือปัจจัยหลักในการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งส่วนตัวคิดว่าเรื่องที่ยากให้สายการบินปรับปรุงคือ อยากรู้ลดเวลาในการใช้เครื่อง Kiosk ก่อน STD DEP TIME เพื่อปรับตัวโดยสาร...”

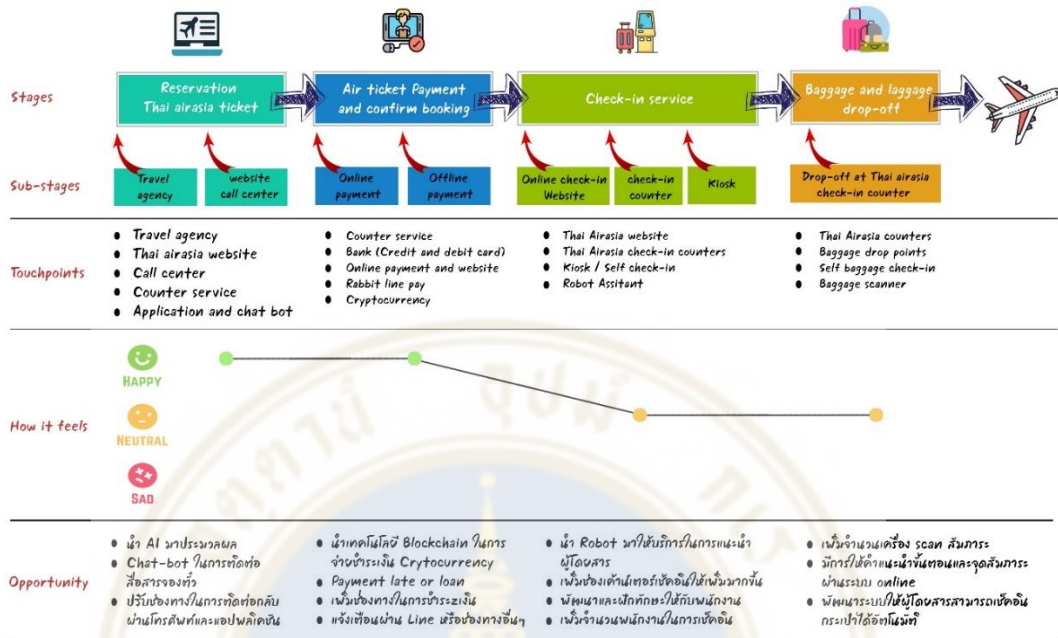
ผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ท่านที่ 9

4.6 รูปแบบใหม่ของการให้บริการเช็คอินผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง

จากการสัมภาษณ์ทั้งกลุ่มตัวอย่างของผู้ให้บริการ จำนวน 30 คนและการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการจำนวน 10 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกของทั้งผู้ให้บริการและผู้ให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ไปออกแบบรูปแบบการเช็คอินรูปแบบใหม่ ซึ่งใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยอ้างอิงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการออกแบบเครื่องมือสร้างประสบการณ์ของผู้ใช้ (Journey Map) เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาไปสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างของผู้ให้บริการกลุ่มตัวอย่างเดิม จำนวน 30 คน เพื่อสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการออกแบบเครื่องมือสร้างประสบการณ์ของผู้ใช้ (Journey Map) ดังกล่าว ซึ่งจากที่ทางผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จากเนื้อหาที่ได้ทำการสัมภาษณ์แล้วผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาออกแบบบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ ได้ดังภาพที่ 4.8 การให้บริการเช็คอินผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งรูปแบบใหม่ (New customer journey)

Thai Airasia new customer journey map

สร้างประสบการณ์ของผู้ให้บริการสายการบินไทยแอร์ เอเชีย



ภาพที่ 4.19 การให้บริการเช็คอินผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งรูปแบบใหม่ (New customer journey)

การให้บริการเช็คอินผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งรูปแบบใหม่ (New Thai Airasia customer journey) ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลักโดยประกอบด้วย ขั้นตอนการจองตั๋ว เครื่องบินของสายการบิน ขั้นตอนการจ่ายเงินและการยืนยันการจองตั๋วเครื่องบิน ขั้นตอนการเช็คอิน และ ขั้นตอนการโหลดสัมภาระ ซึ่งแต่ละขั้นตอนมีการเพิ่มจุด Touchpoint เพิ่มมากขึ้นโดยสอดคล้องกับการสัมผัสของผู้ใช้บริการก่อนหน้านี้มุ่งเน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการและการประชาสัมพันธ์ซึ่งต้องมีบริการที่สะดวกรวดเร็วที่นำมาซึ่งความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่หนึ่ง คือ ขั้นตอนการจองตั๋วเครื่องบินของสายการบิน จากการสัมภาษณ์พบว่าปัญหาที่พบคือ ผู้ใช้บริการจำนวน 29 คน ได้รับข้อมูลข่าวสารในการจองถูกต้อง ครบถ้วนแต่การติดต่อกลับและข่าวสารข้อมูลที่ได้มีความล่าช้าตามหัวข้อการประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยจึงได้เอาระบบเดิมที่มีอยู่คือการพัฒนาระบบตอบรับอัตโนมัติให้เพิ่มประสิทธิภาพมากขึ้นผ่านช่องทางแชทบอท (Chat-bot) และ การพัฒนาผ่านแอปพลิเคชันเช่น สื่อโซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชันไลน์ (Line)

หรือ เฟสบุ๊ก(Facebook) และผ่านช่องทางอีเมล โดยที่นำปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) มาช่วยประมวลผลและส่งมอบการบริการทั้งด้านราคาและการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละคน นอกจากนี้พัฒนาบุคลากรและเพิ่มช่องทางการติดต่อผ่านคอนเซนเตอร์และเค้านเตอร์ควบคู่กันไปด้วยเนื่องจากปัญหาที่พบบ่อยลงมาคือ ปัญหาที่ผู้ใช้บริการไม่สามารถสื่อสารกับเซพทอปที่รู้เรื่อง ซึ่งตรงกับความคิดเห็นส่วนใหญ่จำนวน 10 คน ของผู้ใช้บริการที่เล็งเห็นว่ารูปแบบบริการที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริการ ได้การให้บริการเช็คอินต้องมีความสะดวกรวดเร็ว แต่ยังไม่ควรลงทุนเพิ่มจากเดิมมากแต่เป็นการปรับกระบวนการที่มีอยู่เดิมให้มีประสิทธิภาพแทน

ขั้นตอนที่สอง คือ ขั้นตอนการจ่ายเงินและการยืนยันการจองตั๋วเครื่องบิน จากเดิมที่ทางสายการบินมีช่องทางการชำระเงินผ่าน 3 ช่องทางหลักคือ จ่ายชำระผ่านเค้านเตอร์เซอร์วิสผ่านธนาคารทั้งมีการจ่ายผ่านบัตรเครดิตและเครดิต การจ่ายผ่านออนไลน์ ดังนั้นผู้วิจัยได้เพิ่มช่องทางการจ่ายชำระเงินให้เพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการจ่ายชำระเงินของผู้ใช้บริการ โดยที่เพิ่มการจ่ายชำระเงินผ่านการจ่ายชำระทั้ง สกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) ซึ่งสอดคล้องกับบริษัทใหญ่อย่างสายการบิน ที่ประธานใหญ่ของบริษัทใหญ่ คุณโทนี่ให้สัมภาษณ์ในนิตยสารเกี่ยวกับธุรกิจและการเงินในสหรัฐอเมริกาอย่าง นิตยสารฟอบส์ที่พูดไว้ว่า “สายการบินสามารถมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถเป็นสกุลเงินในระบบ Big loyalty และสามารถสร้างแพลตฟอร์มที่สามารถชำระเงินเพื่อให้อาจสามารถจ่ายชำระเงินได้ดีขึ้นและสร้างระบบนิเวศของการชำระเงิน จึงไม่มีประโยชน์ที่จะมีสกุลเงินที่ไม่สามารถใช้งานได้” ซึ่งสกุลเงินดิจิทัลถือว่าเป็นระบบที่นิยมในปัจจุบันในการชำระแบบไร้เงินสด (Fobes, 2018) รวมถึงการจ่ายชำระทั้งออนไลน์ให้เพิ่มมากขึ้นโดยมีการจ่ายชำระผ่าน Wallet ทั้งการจ่ายชำระผ่าน Rabbit line pay การพัฒนาการจ่ายชำระผ่าน wallet ของสายการบินไทย ที่มีอยู่ให้ปัจจุบันให้มีความเสถียรมากขึ้น

ขั้นตอนที่สาม คือ ขั้นตอนการเช็คอิน จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง จำนวน 30 คน พบว่าผู้ใช้บริการจำนวน 17 คน พบปัญหาในการรอคิวก่อนขึ้นานาน ทำให้ต้องเผื่อเวลารอคิวเช็คอินก่อนเวลาโดยปัญหาหลักมาจากการบริการที่มีช่องเค้านเตอร์เช็คอินเพียงพอแต่จำนวนที่เปิดให้เช็คอินมีน้อย และปัญหาจากความกังวลในเรื่องเกี่ยวกับการบริการเช็คอินโดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความกังวลว่าจะเช็คอินไม่ทันเวลาเนื่องจากมีจำนวน

ผู้โดยสารมาใช้บริการเช็คอินของสายการบิน เป็นจำนวนมาก ซึ่งจากการสัมภาษณ์ดังกล่าวผู้วิจัยจึง ออกแบบบริการ โดยการเพิ่มเคาน์เตอร์เช็คอินให้เปิดมากขึ้นและเพิ่มจำนวนพนักงานในการเช็คอิน และฝึกทักษะของพนักงานเช็คอิน นอกจากนี้มีการพัฒนาระบบเช็คอินอัตโนมัติ (Kiosk) โดยการ พัฒนาระบบซึ่งใช้ระบบอัตโนมัติที่สายการบินมีอยู่ในปัจจุบัน (robotic system) ในการให้คำแนะนำ ในการเช็คอินเพื่อลดภาระงานของพนักงานลงและพัฒนาระบบผู้ให้บริการเช็คอินในกลุ่มเดิมมาใช้ บริการเช็คอินบริเวณเคาน์เตอร์เช็คอินผู้โดยสาร

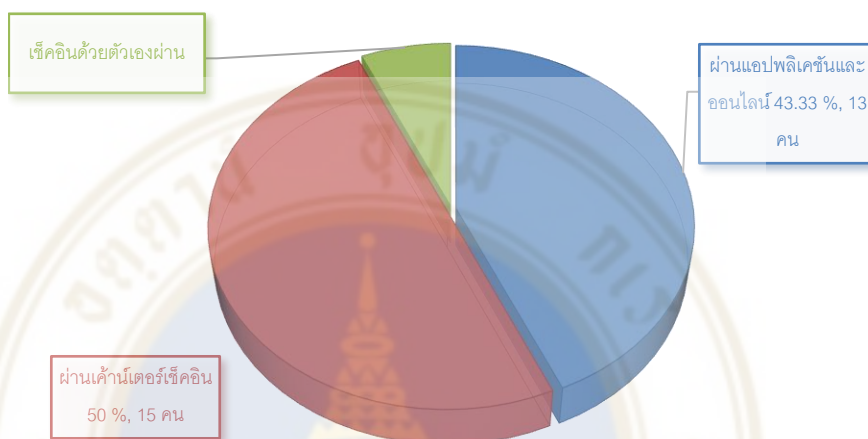
ขั้นตอนที่สี่ คือ ขั้นตอนการโหลดสัมภาระ ผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 20 คนจากกลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 30 คน ให้ความเห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในการบริการเช็คอินมีจำนวนที่ เพียงพอ เหมาะสม ซึ่งส่วนหนึ่งจำนวน 10 คน ที่ให้ความเห็นว่าสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ มาจากการที่บริการเช็คอินมีการบริการที่ช้าช้อน จำนวนเครื่องสแกนกระเป๋าไม่เพียงพอ ดังนั้นผู้วิจัย จึงได้ออกแบบใหม่โดยการเพิ่มจุดตรวจกระเป๋าเพิ่มขึ้น รวมทั้งก็ยังมีกรอบโมทชั่นเสริมไม่ว่า จะเป็นการปรับราคาแพ็คเกจน้ำหนักระเป๋าและการพัฒนาระบบให้ผู้โดยสารสามารถเช็คอิน กระเป๋าได้อัตโนมัติตามข้อเสนอแนะของผู้ให้บริการของสายการบินต้นทุนตำแหน่งหนึ่ง ซึ่งสายการ บิน ที่ให้บริการ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติกัวลาลัมเปอร์ ที่มีบริการดังกล่าวที่กล่าวมาข้างต้น (Free Malaysia Today, 2021)

จากการที่ผู้วิจัยได้ออกแบบการให้บริการเช็คอินผู้โดยสารสายการบินต้นทุนตำแหน่ง หนึ่ง รูปแบบใหม่ (New customer journey) ผู้วิจัยได้นำรูปแบบการให้บริการที่ออกแบบใหม่ ดังกล่าวไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนตำแหน่งหนึ่ง ณ ท่า อากาศยานดอนเมืองกลุ่มเดิม จำนวน 30 คน เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะกับกลุ่ม ตัวอย่างที่มีความคิดเห็นต่อรูปแบบการให้บริการดังกล่าว โดยที่ใช้แบบการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ คำถามทั่วไปของการบริการเช็คอิน และ คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการเช็คอิน จากการสัมภาษณ์สามารถถอดความ ได้ดังต่อไปนี้

4.7 คำถามทั่วไปของการบริการเช็คอิน

4.7.1 ช่องทางในการเช็คอินที่ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ใช้บริการบ่อยที่สุด

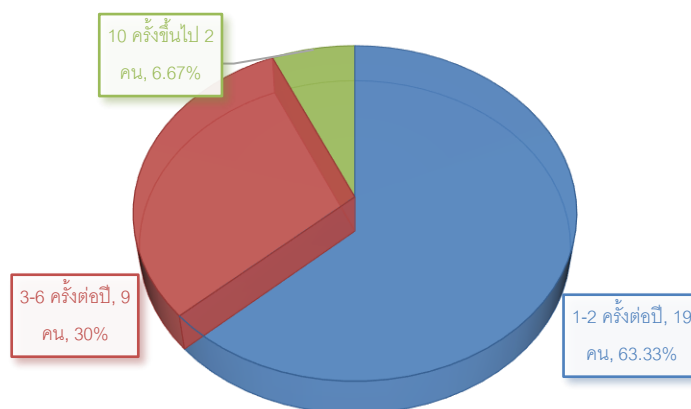
จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการเช็คอินมากที่สุดคือ การบินเช็คอินผ่านเคาน์เตอร์เช็คอินจำนวน 15 คน และรองลงมาคือการเช็คอินผ่านแอปพลิเคชันและออนไลน์ จำนวน 13 คน และผ่านคือ อีสจำนวน 2 คน ตามลำดับ



ภาพ 4.20 ช่องทางที่ผู้ใช้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งมาใช้บริการเช็คอิน

4.7.2 ความถี่ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการกลุ่มตัวอย่างเดิม จำนวน 30 คน พบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีการใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานภายใน 1 ปี บ่อยที่สุดคือ ปีละ 1-2 ครั้งต่อปี และรองลงมามีการใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งอย่างน้อยปีละ 4-6 ครั้ง และ 10 ครั้งขึ้นไปต่อปีตามลำดับ ซึ่งการเลือกใช้บริการส่วนใหญ่ของกลุ่มผู้โดยสารโดยเฉลี่ยจะใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ 1-2 ครั้งต่อปีซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนเกินครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง จำนวน 30 คน

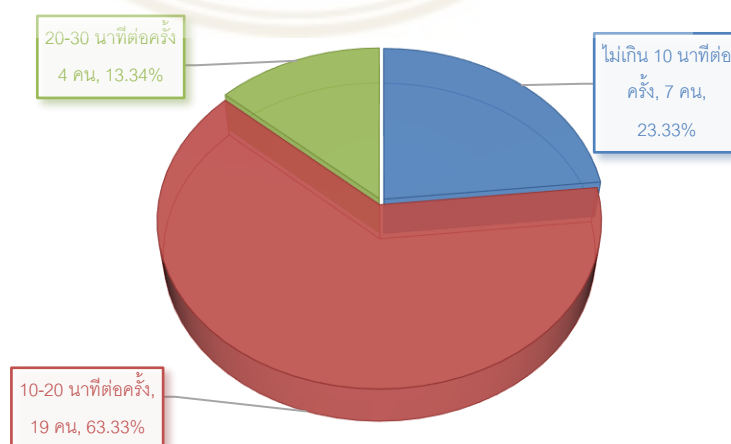


ภาพ 4.21 ความถี่ของการใช้บริการเช่าคินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งภายใน 1 ปี

4.7.3 ระยะเวลาในการเช่าคินผ่านเคาน์เตอร์เช่าคินที่เหมาะสม

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำพบว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่คิดว่าเวลาในการเช่าคินที่เหมาะสมในแต่ละครั้งไม่ควรเกิน 10-20 นาที จำนวน 19 คน และรองลงมาเป็นคือไม่ควรเกิน 10 นาที จำนวน 7 คนและผู้ให้บริการจำนวน 4 คนคิดว่าไม่ควรเกิน 20-30 นาที ตามลำดับซึ่งการสัมภาษณ์ดังกล่าวเวลาที่เหมาะสมในการเช่าคินคือไม่ควรเกิน 20 นาที ในการเช่าคินต่อครั้ง

โดยที่จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำที่เคยมาใช้บริการเช่าคิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง จังหวัดกรุงเทพมหานครจำนวน 30 คน ก่อนหน้าการออกแบบบริการเช่าคินรูปแบบใหม่ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ถึงรูปแบบการบริการที่ทำให้ผู้ที่มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจก็สอดคล้องกับผลของการสัมภาษณ์ดังกล่าวคือผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 19 คน ต้องการบริการที่สะดวกรวดเร็ว



ภาพ 4.22 ระยะเวลาในการเช่าคินโดยเฉลี่ยที่เหมาะสมในการเช่าคินต่อครั้ง

4.7.4 ความสำคัญของการบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการบริการที่สามารถตอบสนองกับความความต้องการของผู้ใช้บริการพบว่าบริการที่สามารถตอบสนองกับความความต้องการของผู้ใช้บริการก็มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ แต่ถ้าการบริการที่ไม่สามารถตอบสนองกับความการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ของผู้ใช้บริการในครั้งต่อไปและนอกจากนี้ยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ของการให้บริการของสายการบินในการให้บริการอีกด้วย ซึ่งผู้วิจัยได้สอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโดยสามารถถอดความและสรุปใจความสำคัญของการให้บริการได้ดังต่อไปนี้

“...คิดว่าทำให้ผู้โดยสารที่มาใช้บริการกับสายการบินรู้สึกดีกับบริการที่ได้รับ แล้วก็กลับมาใช้บริการของสายการบินนั้นซ้ำ เพราะส่วนตัวที่มาใช้บริการของสายการบินเพราะแบบราคาถูกและใกล้บ้าน ถ้าแบบมีบริการเช็คอินที่เหมาะสมก็คิดว่าคงมาเลือกใช้บริการอีกเรื่อยๆ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 1

“...ก็ถ้ามีบริการที่ดีที่สามารถตอบสนองกับความความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการได้จะช่วยให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการเช็คอินแล้วผู้โดยสารก็จะรู้สึกดีทำให้การให้บริการในอนาคตก็จะมาใช้บริการของสายการบินนั้นซ้ำ เพราะมีการบริการที่ดี...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 12

“...ก็คิดว่าก็จะทำให้ตัดสินใจมาใช้บริการของสายการบินได้ง่ายขึ้นเพราะแบบสร้าง first impression ให้กับผู้โดยสารที่มาใช้บริการ เกิดการตระหนักและรับรู้ในด้านที่ดีกับผู้โดยสาร เลยทำให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการของสายการบิน แล้วแบบผู้โดยสารก็ยากที่จะเปลี่ยนใจ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 14

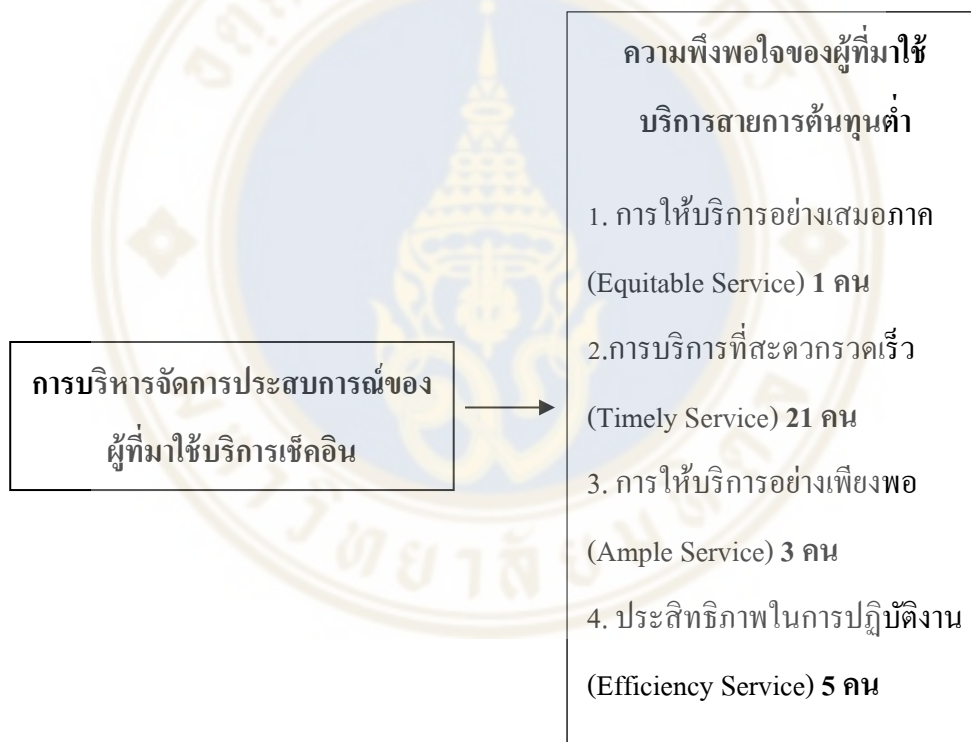
“...ก็คิดว่าจะทำให้ผู้โดยสารตัดสินใจได้ง่ายขึ้นในการเลือกใช้บริการของสายการบิน แล้วก็ทำให้ผู้โดยสารเกิดความภักดีกับสายการบิน ก็แบบเหมือนผู้โดยสารมาเลือกใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไปครับ แล้วก็คิดว่าถ้ามีบริการที่ดี ที่สามารถตอบสนองก็ได้จะทำให้ผู้โดยสารรู้สึกดีในการ

เลือกใช้บริการของสายการบิน...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 22

4.7.5 การบริการเช็คอินที่เหมาะสม

การบริการเช็คอินที่เหมาะสมจะนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการตามที่กล่าวไว้ในกรอบการวิจัยว่าการบริการที่เหมาะสมขึ้นอยู่กับ การให้บริการอย่างเสมอภาค การบริการที่สะดวกรวดเร็ว การให้บริการอย่างเพียงพอ การบริการที่มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งการบริการบริการเช็คอินที่เหมาะสมก็เป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจที่เลือกใช้บริการของสายการบิน จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างของผู้ที่มาใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้



ภาพ 4.23 การบริการเช็คอินที่เหมาะสมกับผู้ที่มาใช้บริการ

“...คิดว่าต้องแบบมีบริการรวดเร็ว มีความสะดวก ทันสมัย ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารที่มาใช้บริการซึ่งพนักงานที่ให้บริการต้องมีการประสานงานกันได้อย่างดีและมีการบริการที่เป็นมิตร การเช็คอินต้องไม่รอนานเกินไป...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 17

“...หลักๆก็ควรสนใจที่มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี พนักงานเป็นกันเองให้การให้บริการพร้อมที่จะช่วยเหลือตลอดเวลา มีประสิทธิภาพในการทำงานไม่ใช่แบบถ้าผู้โดยสารมาใช้บริการเยอะแล้วไม่สามารถบริการได้ทั่วถึงถ้าแบบมีบริการแบบนี้ส่วนตัวจะรู้สึกไม่แฮปปี้...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 21

“...พนักงานควรที่จะสุภาพเรียบร้อย มีมารยาท ยิ้มแย้มแจ่มใส บริการเป็นกันเอง เครื่องแต่งกายต่างๆก็ต้องสุภาพเรียบร้อย พวกการบริการก็ต้องแบบรวดเร็ว มีบริการที่สะดวก ควรที่จะเหมาะจะมีราคาประหยัดและผู้ใช้บริการรู้สึกคุ้มค่างบเงินที่เสียไป...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 24

“...ก็ต้องเน้นควรเน้นบริการที่แบบมีบริการเช็คอินที่สะดวกรวดเร็ว ไม่ต้องทำให้ผู้โดยสารที่มาใช้บริการต้องรอนานซึ่งแบบเวลาที่เหมาะสมอย่างที่บอกไปไม่ควรเกิน 10-15 นาที สถานที่ให้บริการเช็คอินก็ต้องทันสมัย สะอาด โปร่งโล่งสบาย มีจำนวนเคาน์เตอร์เช็คอินที่เพียงพอ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 30

4.8 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการเช็คอิน

ในส่วนของคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการเช็ค ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างของผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง จำนวน 30 คน เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อการออกแบบบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ โดยที่เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อการบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ การบริการรูปแบบใหม่สามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ในการบริการขั้นตอนใดที่สามารถตอบสนองและไม่ตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการ และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบในการปรับปรุงในอนาคต

4.8.1 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อการเช็คอินในรูปแบบใหม่

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน พบว่าจำนวน 28 คน เห็นด้วยกับการ

ออกแบบบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ เพราะ นำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้ทำให้สะดวกสบายมากขึ้น และลดระยะเวลาในการเช็คอิน และพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 คนก็รู้สึกปานกลางกับการออกแบบบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ โดยให้ความเห็นว่าเป็นบริการที่ไม่แตกต่างจากเดิมมากนัก นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1 คนให้ความเห็นว่ายังไม่แน่ใจกับบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ ซึ่งต้องลองใช้บริการเช็คอินก่อนถึงจะสามารถให้ความเห็นเกี่ยวกับบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ได้

“...ก็คิดว่าดีนะ ถ้ามีการพัฒนาระบบต่างก็ดีแบบถ้ามีการเปิดช่องบริการเช็คอินเพิ่มมากขึ้นก็ดีมาก ๆ ช่วงเทศกาลปีใหม่ สงกรานต์ แบบนี้ต้องรอคิวนานเป็นเท่าตัวแต่ถ้าแบบใหม่มีพนักงานมากให้บริการมากขึ้นก็จะลดเวลาในการเช็คอินส่วนนี้ลงได้...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 2

“...ก็รู้สึกว่าเป็นการบริการที่สะดวกแต่ไม่แน่ใจว่าพอไปใช้จริงจะเป็นยังไง อยากลองไปใช้จริงก่อนว่าพอไปใช้จริงจะโอเคหรือเปล่า พวกแบบการจองตั๋วเครื่องบิน หรือการจ่ายเงินแบบนี้เพราะบางทีระบบมันอาจจะไม่เสถียรมากต้องปรับปรุงไปอีก...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 23

“...ก็ปานกลางอะไม่ได้รู้สึกอะไรแตกต่างจากเดิมมาก แต่ก็คิดว่าน่าจะบริการได้ขึ้นกว่าเดิม ถ้าโดยรวมแล้วก็คิดว่าขั้นตอนการจองตั๋วเครื่องบินกับขั้นตอนการจ่ายเงินและยืนยันการจองก็น่าจะโอเค รู้สึกแฮปปี้ก็ตอบโจทย์กับสถานการณ์ในปัจจุบัน...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 25

“...ก็คิดว่าดีกว่าเดิมนะเป็นรูปแบบการให้บริการที่ดี น่าจะอำนวยความสะดวกในการให้บริการเช็คอินได้ พวกแบบเพิ่มจำนวนเคาน์เตอร์เช็คอินและจำนวนพนักงานอะไรแบบนี้ หรือแบบมีจุดสแกนกระเป๋าที่เพิ่มมากขึ้นก็คงจะทำให้รวดเร็วกว่าเดิม...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 29

4.8.2 การบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ที่สามารถจะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้โดยสารที่มาใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ถึงรูปแบบการบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ โดยที่ผู้วิจัยได้สอบถามว่า “ท่านคิดว่ารูปแบบการบริการที่ผู้ทำวิจัยนำเสนอท่าน สามารถตอบสนอง

ความต้องการของท่านได้หรือไม่เพราะเหตุใด ” ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 23 คน คิดว่ารูปแบบการให้บริการเช่าคิโนรูปแบบใหม่สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เนื่องจากเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้บริการเช่าคิโน และทำให้เกิดความรวดเร็วพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คน คิดว่าการบริการบางส่วนที่สามารถตอบสนองกับความต้องการได้ บางส่วนอาจจะยังต้องมีการปรับปรุง และกลุ่มตัวอย่าง 1 คนยังไม่แน่ใจว่าจะตอบสนองได้หรือไม่ เนื่องจากต้องลองใช้บริการเช่าคิโนจริงก่อนถึงจะรู้ว่าบริการเช่าคิโนสามารถตอบสนองกับความต้องการได้หรือไม่

“...คิดว่าสามารถตอบสนองได้ดีเลยเพราะอย่างที่บอกไปที่บ้านในครอบครัวมีสี่คน เวลาเดินทางไปไหนมาไหนก็ต้องมีลูก 2 คน ตามไปด้วยแต่ถ้าแบบมีบริการที่มีการพัฒนาให้ดีขึ้นไป ก็น่าจะทำให้เดินทางและการเช่าคิโนสะดวกขึ้นมากเวลาเดินทางไปไหนแล้วลูกไปด้วยลูกจะร้องตลอดเลย...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 5

“...ก็คิดว่าสามารถตอบสนองได้ดีเลยแหละแต่ไม่แน่ใจว่าแบบพวกเอาหุ่นยนต์มาให้บริการจะดีขนาดไหน ซึ่งต้องลองใช้จริงๆก่อนว่าสามารถตอบสนองได้จริงไม่ แต่โดยรวมก็เป็นไอเดียที่ดีน่าสนใจจะอยากไปลองไปใช้เช่าคิโนของจริงดูค่ะ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 8

“... ตรงนี้ไม่แน่ใจคงต้องลองไปใช้บริการจริงๆก่อนว่าใช้แล้วดีจริงไม่ เพราะแบบบางที่ได้แต่พอไปใช้จริงอาจจะไม่ดี ก็คงต้องลองไปใช้บริการเช่าคิโนของจริงดู แต่ในใจก็คิดว่าบริการแบบใหม่น่าจะช่วยทำให้การเช่าคิโนดีขึ้นมีความสะดวกสบาย...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 29

“...คิดว่าโดยรวมของการออกแบบบริการรูปแบบใหม่ก็สามารถตอบสนองกับความต้องการได้ เพราะแบบพวกบริการที่มีการให้บริการที่เพียงพอเหมาะสม ก็น่าจะทำให้มีการบริการที่รวดเร็วขึ้นกว่าเดิม และมีความสะดวกมากขึ้นไม่ต้องรอนานค่ะ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 30

4.8.3 ขั้นตอนใหม่ของการบริการเช็คอินที่ต้องปรับปรุงเพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

ขั้นตอนของการบริการเช็คอินจากผู้วิจัยได้ทำได้ออกแบบจะแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก คือ ขั้นตอนการจองตั๋วเครื่องบินของสายการบิน ขั้นตอนการจ่ายเงินและการยืนยันการจองตั๋วเครื่องบิน ขั้นตอนการเช็คอิน และ ขั้นตอนการโหลดสัมภาระ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาวิธีการเช็คอินโดยการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาให้บริการประกอบกับปรับปรุงกระบวนการเดิมที่มีอยู่ผ่านการพัฒนาระบบและบุคลากร โดยที่จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คนคิดว่าไม่มีส่วนที่ต้องปรับปรุงแก้ไข เพราะเป็นการออกแบบที่ดีอยู่แล้ว โดยที่ขั้นตอนของการบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ใน 4 ขั้นตอนหลักที่ผู้วิจัยได้ให้ความคิดว่าที่ควรปรับปรุงเพิ่มเติมคือ ขั้นตอนการบริการเช็คอิน เนื่องจากบริการอาจจะไม่ตอบสนองกับความรวดเร็วในการเช็คอินได้ดีพอ และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คนคิดว่าขั้นตอนการโหลดสัมภาระต้องมีการปรับปรุง เพราะไม่อยากจะถือสัมภาระไปบนเครื่องซึ่งน้ำหนักกระเป๋า ขั้นตอนการจองตั๋วเครื่องบินจำนวน 4 คน และ ขั้นตอนการจ่ายเงินและยืนยันการจอง 2 คน ตามลำดับ โดยที่ผู้วิจัยถอดความได้จากการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“...อยากให้เพิ่มระบบพวกโหลดสัมภาระได้ด้วยตัวเองมากขึ้น เพราะปกติเวลาเช็คอินแล้วคนที่มีการเป่าหลายใบต้องรอนานมาก ๆ กว่าที่จะถึงคิว ก็ถ้ามีระบบ โหลดกระเป๋าได้ด้วยตัวเอง น่าจะดี แล้วตรงที่ชั่งน้ำหนักกระเป๋าอยากให้มีที่ลากขึ้นได้เลย ไม่ต้องยกเพราะรู้สึกหนักเวลายกกระเป๋า...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 12

“...ก็คิดว่าแบบควรปรับปรุงตรงบริการเช็คอินก็ปัจจุบันที่เห็นคือการเช็คอินก็มีแถวสำหรับบุคคลพิเศษหรือคนที่ซื้อบริการที่นั่งที่ต้องจ่ายแพงขึ้น ซึ่งส่วนตัวอดีตก็เคยให้บริการเช็คอินแถวพิเศษแต่ก็ยังมีส่วนช่วงมีผู้โดยสารปกติมาเช็คอินเข้าแถวมาแถวพิเศษเลยอย่างอยากให้พนักงานดูส่วนนี้เพิ่มมากขึ้น...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 18

“...อยากให้มีหน้าเว็บไซต์ที่มีรูปแบบการใช้งานที่สามารถรองรับได้หลากหลายภาษา เพื่อรองรับผู้โดยสารจากต่างประเทศ แล้วก็ควรมีบุคคลที่คอยพร้อมให้คำแนะนำเพื่อให้บริการ

บุคคลที่ยังไม่เคยใช้บริการ แบบบางที่ที่เคยเจอจะมีคนต่างชาติมาถามบ่อยๆเวลาเช็คอินด้วยคืออส ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 15

“...ที่ออกแบบใหม่มาก็คืออยู่แล้วนะครับ แต่อยากให้ลองแบบไปปรับขั้นตอนตรงการจ่ายเงินดูเพราะที่เคยใช้มีระบบที่สะสมคะแนนแล้วเอามาแลกเป็นของรางวัล อยากให้ลองออกแบบดูว่าจะเอาคะแนนพวกนี้มาลดค่าใช้จ่ายพวกน้ำหนักระเป๋ไปได้ไหมหรือแบบบริการพิเศษ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 24

4.8.4 ขั้นตอนใหม่ของการบริการเช็คอินที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

ขั้นตอนของการบริการเช็คอินจากที่ผู้วิจัยได้ทำได้ออกแบบจะแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก คือ ขั้นตอนการจองตั๋วเครื่องบินของสายการบิน ขั้นตอนการจ่ายเงินและการยืนยันการจองตั๋วเครื่องบิน ขั้นตอนการเช็คอิน และ ขั้นตอนการโหลดสัมภาระ ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นตุนตำแหน่งหนึ่ง ส่วนใหญ่จำนวน 13 คน คิดเห็นว่าขั้นตอนการจ่ายเงินและการยืนยันการจองตั๋วเครื่องบินเป็นขั้นตอนที่สามารถตอบสนองกับความต้องการได้เนื่องจากสามารถเพิ่มความสะดวกรสบายในการชำระเงินผ่านออนไลน์ และรองลงมาคือขั้นตอนการจองตั๋วเครื่องบินของสายการบิน เพราะมีการเพิ่มช่องทางในการติดต่อกลับให้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 5 คนคิดว่าขั้นตอนการเช็คอินและกลุ่มตัวอย่างจำนวนอีก 5 คนคิดว่าขั้นตอนการโหลดสัมภาระสามารถที่จะตอบสนองกับความต้องการได้โดยที่ผู้วิจัยถอดความได้จากการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“...ก็คิดว่าพวกบริการก่อนที่จะไปเช็คอินดีมาก ๆ พวกการจองตั๋ว การจ่ายเงินและการยืนยันการจองเพราะว่าพวกระบบไอที มาใช้ทำให้ลดภาระงานของพนักงานเองด้วยแล้วก็แถมลดเวลาในการเช็คอินของผู้โดยสารที่ต้องรอเช็คอินอีก ก็คิดว่าออกแบบมาบริการได้ดีนะ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 2

“...คิดว่าการจ่ายเงินสะดวกมากๆแบบมีบริการจ่ายเงินผ่านคริปโต แล้วก็เพิ่มช่องทางการชำระผ่าน E-payment คือเป็นคนที่ไม่ชอบถือเงินสดและพกบัตรเครดิต ถ้าแบบมีการจ่ายเงินไร้เงินสดมากขึ้นก็รู้สึกสะดวกดี รู้ว่าแบบการบริการใหม่ดีมาก...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 23

“...ในส่วนของการเช็คอินออนไลน์ที่สามารถเช็คอินผ่านเว็บไซต์หรือผ่านแอปพลิเคชันได้อย่างสะดวกสบาย ไม่ต้องไปต่อคิวที่เคาน์เตอร์นานๆ รวมถึงสามารถชำระด้วยคริปโตได้ก็ถือว่าเป็นบริการที่ดีนะ โดยรวมก็โอเคค่ะ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 28

“...ชอบตรงที่แบบมีบริการเช็คอินกระเป๋าด้วยตัวเอง เพราะแบบมีการที่ผู้โดยสารสามารถเช็คอินกระเป๋าเองได้โดยไม่ต้องรอนักบินมาเช็คอินให้ เพราะแบบปกติเช็คอินออนไลน์มาแล้วยังต้องไปต่อแถวโหลดกระเป๋าอีกแต่ถ้าแบบเช็คอินออนไลน์เองได้ก็สะดวกขึ้น...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 29

4.8.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริการเช็คอินรูปแบบใหม่

จากการที่มีการออกบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ผู้วิจัยได้มีการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งมีการสัมภาษณ์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการบริการเช็คอินรูปแบบใหม่ ซึ่งการที่ผู้วิจัยได้มีการออกแบบการบริการเช็คอินซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนหลักโดยที่ผู้วิจัยได้มีการสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ต่อการบริการเช็คอินในรูปแบบดังกล่าว ซึ่งทางผู้ให้สัมภาษณ์ได้มีการเสนอแนะเกี่ยวกับการบริการเช็คอินไว้ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

“...ก็อยากให้แบบพวกเอกสารเช็คอินอยู่ในแบบออนไลน์มากขึ้น ซึ่งทางรูปแบบเช็คอินอันใหม่ก็มีการพัฒนาพวกแอปพลิเคชันก็ดีแล้วแต่อยากให้หน้าแอปพลิเคชันข้างต้นไปพัฒนาให้ข้อมูลอยู่ที่เดียวจบเลยไม่ต้องรูนวนวายเรื่องเอกสารมากมาย...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 2

“...ก็อยากให้จัดการกับเค้าน์เตอร์เช็คอินกระเป๋าแบบไม่ต้องให้ผู้โดยสารยกขึ้นที่ชั่งน้ำหนัก เพราะแบบปกติต้องยกชั่งน้ำหนักเองแล้วรู้สึกหนักมากก็เลยอยากให้ผู้วิจัยและสายการบินพัฒนาบริการตรงนี้ซึ่งก็คิดว่าใครหลายๆคนคงคิดแบบเดียวกัน...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 12

“...ก็แบบอยากให้ลดจำนวนระยะเวลาในการเช็คอินให้น้อยลงในบางส่วน เช่นการเช็คอิน การตรวจเอกสาร หรือแบบอยากให้ใช้บัตรประชาชนเทียบแล้วดึงข้อมูลได้เลย ไม่ต้องเสียเวลาไปปรีนเอกสารยืนยันการจอง ก็คิดว่าถ้าทำได้ก็คงแบบทำให้เช็คอินได้เร็วขึ้นมากเลยนะ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 20

“...ก็อยากให้ผู้โดยสารใช้บริการได้เท่าเทียมกัน แบบคนที่จ่ายเงินแพงกว่าแล้วแบบได้เข้าเช็คอินช่อง VIP เพราะแบบเวลาแบบช่วงเทศกาลหรือผู้โดยสารเยอะๆคนจะไปแออัดที่เช็คอินของผู้โดยสารทั่วไปแล้วแบบช่อง VIP ว่างมากก็อยากให้ผู้โดยสารทั่วไปได้เข้าไปใช้ด้วยจะได้ลดความแออัดลงครับ...”

ผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 23

บทที่ 5

อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งที่ต้องการได้จากการให้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง” มีวัตถุประสงค์การวิจัยคือ เพื่อศึกษาความพึงพอใจและความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านการให้บริการเช็คอินของผู้ที่มาใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร และนำผลจากการวิจัยที่ได้มาออกแบบบริการเช็คอินให้ตอบสนองความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการเช็คอิน ทางผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ที่มาใช้บริการจำนวน 30 คนและผู้ให้บริการจำนวน 10 คน โดยเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ในรูปแบบแบบสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 3 ชุด ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ผู้ให้บริการจำนวน 2 ชุด และผู้ให้บริการจำนวน 1 ชุด ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการจำนวน 30 คน โดยสามารถสรุปผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์และนำเสนอผลการศึกษาได้ตามลำดับต่อไปนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 ข้อเสนอแนะทางธุรกิจ
- 5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป
- 5.4 ข้อจำกัดในการทำวิจัย

5.1 การอภิปรายผลการวิจัย

5.1.1 มุมมองด้านประชากรศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการเช็คอินสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง ไม่ได้คำนึงถึงเรื่องสถานที่บริการเช็คอินเป็นสำคัญแต่เน้นที่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ซึ่งในการปฏิบัติงานและปฏิบัติหน้าที่ของผู้ให้บริการต้องมีประสิทธิภาพ โดยที่ประสิทธิภาพในปฏิบัติงานเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ที่มาใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำเกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมณฑิชา ปาลคำ (2563) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้โดยสารที่มาใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชีย เอ็กซ์ ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับต่อการตอบสนองลูกค้ามากที่สุด โดยพนักงานต้องมีความพร้อมในการให้บริการ มีประสิทธิภาพในการทำงานและ

พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วในเวลาที่เหมาะสม ซึ่งถึงแม้ว่าพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของผู้โดยสารและสามารถตอบสนองได้ทันทั่วทั้งที่ แต่การที่ทำให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจมากขึ้น พนักงานก็ควรใส่ใจในด้านนี้ โดยที่ตรงกับผลการวิจัยที่ผู้ที่มาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานจำนวนถึง 27 คน และการให้บริการที่มีบริการอย่างเพียงพอ 3 คน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิวัฒน์ พลพา (2559) และงานวิจัยของ เกษกนก ศศิบริยศ (2556) ระบุว่า ปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าการบริการ มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ คือต้องเน้นที่ความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นหลักที่สำคัญว่าผู้ให้บริการต้องการอะไรและตอบสนองความต้องการนั้นๆ โดยทำผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ รู้สึกคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไปกับการได้รับบริการที่มีคุณภาพ ความสะดวกสบาย (นิวัฒน์ พลพา, 2559)

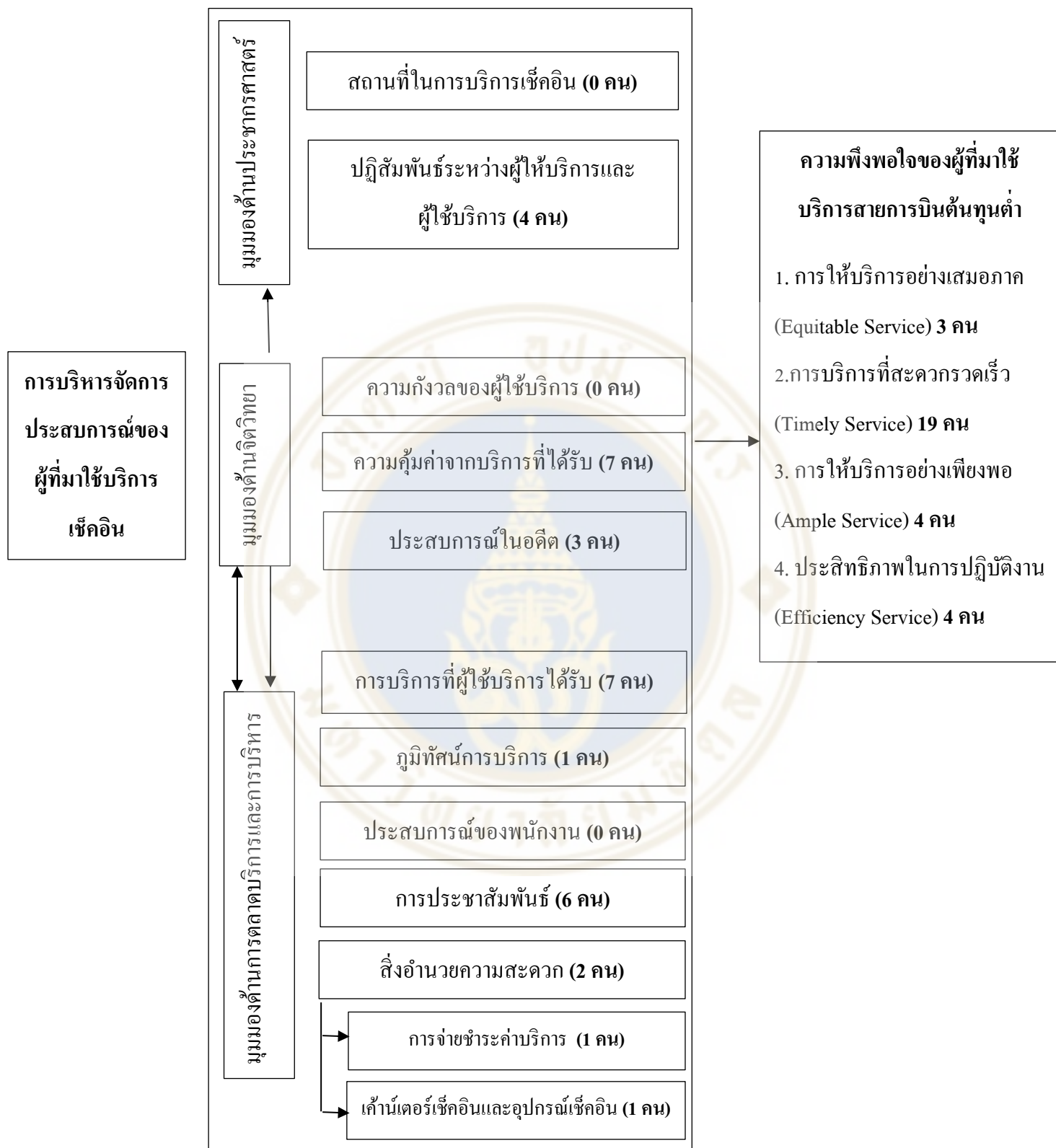
5.1.2 มุมมองด้านจิตวิทยา

ผลการวิจัยพบว่าในมุมมองด้านจิตวิทยาใน 3 ประเด็นคือ ความกังวลของผู้ใช้บริการ ความคุ้มค่าจากการบริการที่ได้รับ และประสบการณ์ในอดีต ผู้ใช้บริการเช็คอินสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าจากการบริการที่ได้รับและประสบการณ์ในอดีตโดยที่ในเรื่องความคุ้มค่าจากการบริการที่ได้รับให้มีผู้ให้บริการให้ความสำคัญจำนวน 7 คน และประสบการณ์ในอดีตจำนวน 3 คน นอกจากนี้ผู้ให้บริการไม่ได้คำนึงถึงเรื่องความกังวลของผู้ใช้บริการ โดยหลักสำคัญของความคุ้มค่าจากการบริการที่ได้รับ จะเน้นในเรื่องของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและการบริการที่สะดวกรวดเร็ว ในส่วนของประสบการณ์ในอดีตจะให้ความสำคัญในเรื่องของการบริการที่สะดวกรวดเร็วและบริการอย่างเสมอภาค โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของวสุตม์ โชติพานิช (2560) และงานวิจัยของ Park, Robertson & Wu (2006) ที่กล่าวไว้ว่า เมื่อผู้โดยสารรับรู้ถึงคุณประโยชน์ที่ได้รับการให้บริการนั้น มีความคุ้มค่ากับสิ่งที่แลกเปลี่ยนไป เป็นเรื่องง่ายที่จะทำให้ผู้ให้บริการเดินทางในครั้งต่อไป ผู้โดยสารยอมนำสายการบินที่เคยรับรู้จากประสบการณ์ในอดีตที่มีความคุ้มค่ากลับมาเป็นอีกตัวเลือกในการใช้บริการอีกครั้งและยังทำให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจต่อสายการบินและภาพลักษณ์ของสายการบินยอมคิดทำให้เกิดการระลึกได้ง่าย(วสุตม์ โชติพานิช, 2560) และงานวิจัยของอรรถพล ม่วงสวัสดิ์และดุสิต ศิริสมบัติ (2562) ที่ระบุว่า มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องชี้แจงและชักจูงให้ลูกค้าเห็นถึงความคุ้มค่า และความแตกต่างกับสายการบินอื่นๆ และยังต้องพยายามลดจุดด้อยในเรื่องของขนาดที่นั่ง สิ้นค้า หรือบริการเสริม อัตราค่าธรรมเนียมต่างๆ และข้อกำหนดที่เข้มงวดจากการสร้างจุดเด่นในเรื่องราคาและความคุ้มค่า เพื่อลดความไม่พึงพอใจของผู้โดยสาร

5.1.3 มุมมองด้านการตลาดบริการและการบริหาร

ผลการวิจัยพบว่าจากมุมมองด้านการตลาดบริการและการบริหารผู้ใช้บริการเซ็คอินสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง ไม่ได้คำนึงถึงเรื่องประสบการณ์ของพนักงาน แต่เน้นที่การบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับและการประชาสัมพันธ์เป็นหลัก นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับภูมิทัศน์การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกอีกด้วย โดยที่การบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับมีจำนวนผู้ใช้บริการให้ความสำคัญ จำนวน 7 คน และการประชาสัมพันธ์ จำนวน 6 คน ซึ่งในการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ ผู้ที่มาใช้บริการต้องการได้รับบริการที่เสมอภาคอย่างเท่าเทียมกันและในการประชาสัมพันธ์ต้องการบริการมีการประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอ โดยที่จะสอดคล้องกับงานวิจัยของนภาพร สุภการนิมิต (2559) กล่าวว่าผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดส่วนใหญ่มีทัศนคติให้ความสำคัญในประเด็นการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง line และสื่อ Social media มีผลต่อบริการมากที่สุด ซึ่งเป็นการช่วยสร้างความแตกต่างในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์จากสายการบินราคาประหยัดเดิมที่มีอยู่ และนอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของมนสิณี เลิศชชสีห์ (2558) โดยระบุไว้ว่า สำหรับการให้บริการสายการบินภายในประเทศควรมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น ทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น รวมถึงการส่งเสริมการขายต่างๆ เพื่อให้ผู้โดยสารเกิดการรับรู้ สามารถจดจำ และต้องการเลือกใช้บริการมากที่สุด นอกจากนี้ในกระบวนการให้บริการควรที่ให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกรวดเร็ว การบริการที่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ใช้บริการ ความถูกต้อง และความรวดเร็วในทุกขั้นตอนเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันที่มีความค่อนข้างเร่งรีบ

ดังนั้นจากการสัมภาษณ์ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 30 คน ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการเซ็คอินจากสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ได้ดังภาพ 5.1 มุมมองที่ผู้ใช้บริการเซ็คอินสายการบินต้นทุนต่ำให้ความสำคัญจากการบริการเซ็คอิน



ภาพ 5.1 มุมมองที่ผู้ให้บริการเซคอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งให้ความสำคัญจากการบริการเซคอิน

5.2 ข้อเสนอแนะทางธุรกิจ

1. จากการวิจัยพบว่าการบริหารจัดการประสบการณ์ของผู้ที่มาใช้บริการเช็คอิน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความคุ้มค่าจากการบริการที่ได้รับ โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 30 คน รู้สึกพึงพอใจการบริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำ ในขั้นตอนการจองบัตรโดยสารผ่านทั้งตัวแทนจำหน่าย (Travel agency) และผ่านเว็บไซต์ของสายการบิน แต่อย่างไรก็ดี ยังมีข้อเสนอแนะจากผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ว่าสายการบินควรนำเอาระบบสารสนเทศต่างๆ มาช่วยในการประมวลผลในการให้บริการกับผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง เช่น การนำเอาระบบปัญญา ประชิตฐ์ (Artificial Intelligence) มาช่วยในการประมวลผลในการจัดการบริการต่างๆ ให้เหมาะสมกับผู้ให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง แต่ละรายบุคคล หรือการเอาข้อมูลมหัต (Big data) มาช่วยในการออกโปรโมทชั้นในการจำหน่ายบัตรโดยสาร เป็นต้น

2. นอกจากนี้ในขั้นตอนของการจ่ายชำระค่าบริการสายการบินและการยื่นยื่นการจองบัตรโดยสารทั้งผ่านรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 30 คน รู้สึกเฉยๆกับขั้นตอนการบริการดังกล่าว ซึ่งสายการบินต้นทุนต่ำควรมีการเพิ่มช่องทางการจ่ายชำระค่าบริการให้เพิ่มมากขึ้น เช่น การนำเทคโนโลยี Blockchain มาใช้ในการจ่ายชำระค่าบริการ (Cryptocurrency) การให้บริการแจ้งเตือนและการจ่ายชำระค่าบริการผ่าน Wallet เช่น การจ่ายผ่าน Rabbit Line pay หรือแม้กระทั่งการให้สินเชื่อสำหรับผู้ให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ (Payment late or loan) ในการให้ผู้ให้บริการมาใช้บริการก่อนและจ่ายชำระคือในภายหลัง เป็นต้น

3. จากการวิจัยยังพบว่าในขั้นตอนการเช็คอินทั้งรูปแบบ การเช็คอินออนไลน์ การเช็คอินผ่านเคาน์เตอร์เช็คอิน และผ่านตู้คีออส กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้สึกไม่พึงพอใจในขั้นตอนการเช็คอิน จากผลวิจัยที่ได้พบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ให้ความสำคัญต่อการบริการที่ผู้โดยสารได้รับแล้วการประชาสัมพันธ์มีส่วนที่สำคัญที่ทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย โดยที่การประชาสัมพันธ์ต้องมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอและการให้ข้อมูลข่าวสารต้องมีประสิทธิภาพด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Millet ที่กล่าวไว้ว่า การให้บริการอย่างเพียงพอ คือการให้บริการสาธารณะที่ดูจากการบริการที่ต้องจำนวนในการให้บริการที่เหมาะสม และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังกล่าวอีกว่าการเพิ่มประสิทธิภาพคือความสามารถในการปฏิบัติงานให้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม (Millet, 2012 อ้างอิงใน เบญจภา แจ่มเวชฉาย, 2559, น.15-16) ดังนั้นสายการบินควรมีการประชาสัมพันธ์ให้เพิ่มมากขึ้นให้ผู้ที่มาใช้บริการสามารถรับรู้ข่าวสารมากขึ้นผ่านการปรับปรุงรูปแบบช่องทางการประชาสัมพันธ์ เช่น การสื่อผ่านผ่านโซเชียลมีเดียต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นแอปพลิเคชัน line และ Facebook เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ให้บริการของสายการบิน ยังให้ความสำคัญเกี่ยวกับความคุ้มค่าจากการบริการที่ได้รับสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งจึงควร

ให้ความสำคัญในเรื่องของความคุ้มค่าซึ่งทั้งพนักงานและเครื่องมืออุปกรณ์ที่นำมาใช้ในการบริการ เชื้อคอินต้องมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน สามารถมอบการบริการที่สะดวกรวดเร็วได้ เช่น การปรับช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ การเพิ่มจำนวนพนักงานในการ ให้บริการ การเพิ่มบริการช่องเชื้อคอินผู้โดยสารและสัมภาระ เป็นต้น

4. ในขั้นตอนการโหลดสัมภาระโดยทำการโหลดสัมภาระ ณ เคาน์เตอร์เชื้อคอิน กลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 30 คน รู้สึกไม่พึงพอใจกับขั้นตอนดังกล่าว ดังนั้นจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่งได้เสนอข้อแนะนำในการปรับปรุงการให้บริการ ดังกล่าวไว้ว่า สายการบินควรเพิ่มจำนวนจุดเสกสัมภาระให้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังควรมีบริการ ยกกระเป๋าสัมภาระให้หรือการปรับระดับสายพาน ณ จุดเคาน์เตอร์เชื้อคอิน เพื่อให้เกิดความ สะดวกสบายมากขึ้น และควรมีการให้คำแนะนำขั้นตอนและตำแหน่งของจุดบริการสำหรับการ โหลดสัมภาระผ่านระบบออนไลน์ให้เพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้พบว่า หากสายการบินต้นทุนต่ำจากกรณีศึกษาได้มีการปรับปรุงการ ให้บริการเชื้อคอินแก่ผู้โดยสารที่มาใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมืองเรียบร้อยแล้ว ยังคงมีประเด็น ในการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในด้านของประสิทธิผลของการให้บริการเชื้อคอิน ดังนี้

1. ในงานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการให้บริการเชื้อคอินของสายการบินต้นทุนต่ำ จาก กรณีศึกษาซึ่งเป็นรูปแบบการให้บริการเชื้อคอินมีความแตกต่างจากสายการบินอื่นๆที่ให้บริการ ณ ท่า อากาศยานดอนเมือง เพราะฉะนั้น ในงานวิจัยครั้งต่อไป ทางผู้วิจัยแนะนำให้มีการทำวิจัยในสาย อื่นๆที่ให้บริการที่ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง เช่นสายการบินนกแอร์ สายการบิน ไทย ไลอ้อนแอร์ เป็นต้น เพื่อนำผลวิจัยที่ได้มาออกแบบรูปแบบการให้บริการได้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ของสายการบินนั้นๆ

5.4 ข้อจำกัดในการทำวิจัย

1. ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ดังนั้นรูปแบบ การบริการเชื้อคอินของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำจากกรณีศึกษา ในขณะนี้อาจจะเปลี่ยนแปลง ได้จากการให้บริการเชื้อคอินในสถานการณ์ปกติ ซึ่งอาจจะส่งผลต่อการรับรู้และประสบการณ์ด้าน

การให้บริการเชิงคอินของกลุ่มตัวอย่างอาจจะทำให้ความเข้าใจและรูปแบบในการให้บริการแตกต่างไปจากเดิม



บรรณานุกรม

- กัมรภัทร์ เนื่อนวล. (2561). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเช่าคิอิน
ผู้โดยสารด้วยอัตโนมัติ กรณีศึกษาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต).
สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2564, จากเว็บไซต์: http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_5502037244_10257_9788.pdf
- ชุตินา จันทร์มณี. (2559). การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักและวิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ. สืบค้นเมื่อ 5
สิงหาคม 2564, จากเว็บไซต์: https://www.ubu.ac.th/web/files_up/08f2016052609460061
- ชัยรัตน์ รัตโนภาส. (2558). การพัฒนางานออกแบบการบริการท่องเที่ยวเพื่อการปั่นจักรยาน (วิทยา
ศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2564, จาก
เว็บไซต์: http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5223033019_2815_1958.pdf
- ตรีเพชรย์ อ่าเมือง. (2555). คู่มือ-เทคนิคการให้บริการด้วยใจ “Service Mind” มหาวิทยาลัยมหิดล.
สืบค้นเมื่อ 28 พฤศจิกายน, จากเว็บไซต์: <https://odl.mod.go.th/mid-pic/รับสมัครพนักงานราชการ/เอกสารประกอบการสอบพนักงานบริการ/คู่มือการให้บริการ-งานบริหารและธุรการ-service-mind.aspx>
- เบญชภา แจ็งเวชฉาย. (2559). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า
BTS ในกรุงเทพมหานคร (บริหารมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นเมื่อ 15
กรกฎาคม 2564, จากเว็บไซต์: http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2844/1/benchapa_chan.pdf
- ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์ และประสพชัย พสุนนท์. (2559). กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัย
เชิงคุณภาพ. สืบค้นเมื่อ 5 สิงหาคม 2564, จากเว็บไซต์: <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal/article/view/69461/56396>

บรรณานุกรม (ต่อ)

index.php/parichartjournal/article/view/69461/56396

- พัชรี อนุสิทธิ. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2564, จากเว็บไซต์: https://mis.krirk.ac.th/librarytext/MBA/2561/F_Patcharee_Anusit.pdf
- ภาณุเดช เพ็ชรความสุข และคณะ. (2558). ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2564, จากเว็บไซต์: <http://www.apr.ubru.ac.th/images/stories/documents/publication/005/2558.pdf>
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นเมื่อ 3 กรกฎาคม 2564, จากเว็บไซต์: http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_5502037244_10257_9788.pdf
- วันทนา ถิ่นกาญจน์. (2558). การตรวจสอบเชิงสามเส้า. สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2564, จากเว็บไซต์: <http://sutir.sut.ac.th:8080/sutir/handle/123456789/5866>
- วลัญจรัช เตชะวงศ์วัฒนา. (2562). ความพึงพอใจในการใช้บริการร้านสตาร์บัคส์ที่สาขา ซีคอนบางแค. สืบค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2564, จากเว็บไซต์: <https://e-research.siam.edu/kb/satisfaction-towards-the-service-of-starbucks-coffee-shop-at-seacon-bangkae/>
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. (2557). คู่มือการออกแบบบริการ. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2564, จากเว็บไซต์: https://web.tcdc.or.th/upload/Service_Design_Workbook_by_TCDC.pdf
- ศิริประภา ศรีวิโรจน์. (2562). การบริหารประสบการณ์ลูกค้าสามารถสร้างความพึงพอใจและความภักดีต่อธุรกิจได้จริงหรือ. สืบค้นเมื่อ 3 กรกฎาคม 2564, จากเว็บไซต์: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/EAUHJSocSci/article/view/193999/144061>
- สิทธิชัย ศรีเจริญประมง และเปรมปรีดา ทองลา. (2559). แนวทางการออกแบบบริการของท่าอากาศยานนานาชาติอุตะเถาสู่ความเป็นเลิศ. สืบค้นเมื่อ 2 กรกฎาคม 2564,

บรรณานุกรม (ต่อ)

- จากเว็บไซต์: <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/wms/article/download/110646/86724/>
- สุธรรม นันทมงคลชัย. (2561). การวิเคราะห์และการเขียนงานวิจัยเชิงคุณภาพ. สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2564, จากเว็บไซต์: <http://www.spko.moph.go.th/>
- อัศวิน ศรีทองพิมพ์. (2558). ประสบการณ์สนามบินของผู้ใช้บริการชาวต่างชาติที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2564, จากเว็บไซต์: <http://gscm.nida.ac.th/uploads/files/1598595478.pdf>
- เอี่ยมพร หลินเจริญ. (2562). การวิเคราะห์และนำเสนอผลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. สืบค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2564, จากเว็บไซต์: <http://edu.tsu.ac.th/major/eva/files/journal/DataAnalysis.pdf>
- Airasia group. (2019). AirAsia unveils AI chatbot with website and mobile app facelift. Retrieved October, 27 2021, from <https://newsroom.airasia.com/news/airasia-unveils-ai-chatbot-with-website-and-mobile-app-facelift>
- Anas, S. A. (2019). The effect of customer satisfaction on service quality: The case of Iraqi banks. Retrieved June, 14 2021, from https://www.researchgate.net/publication/330385389_The_effect_of_customer_satisfaction_on_service_quality_The_case_of_Iraqi_banks
- Forbes. (2018). AirAsia Considering Its Own Cryptocurrency In Push For Cashless System. Retrieved Mar, 21 2018, from <https://www.forbes.com/sites/daniellekeetonolsen/2018/03/21/airasia-considering-its-own-cryptocurrency-in-push-for-cashless-system/?sh=35454e364373>

บรรณานุกรม (ต่อ)

Natthida J. (2018). Customer perceptions of service failure, service recovery and loyalty recovery: an investigation into the airline industry (Doctoral Philosophy) Brunel University. Retrieved June, 13 2021, from <https://bura.brunel.ac.uk/bitstream/2438/17131/1/FulltextThesis.pdf>

Wattanacharoensil, Schuckert, and Graham. (2015). An Airport Experience Framework from a Tourism Perspective. Retrieved June, 30 2021, from https://www.researchgate.net/publication/280318121_An_Airport_Experience_Framework_from_a_Tourism_Perspective





ภาคผนวก ก



วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

งานวิจัยเรื่อง

“การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่ต้องการได้รับการให้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง”

ผู้วิจัย: นายธนภูมิ โอวาทจรัส

นักศึกษาปริญญา สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นแนวทางสำหรับใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ที่มาใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการออกแบบบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยมีวัตถุประสงค์

- เพื่อศึกษาความพึงพอใจด้านการให้บริการเช็คอินของผู้ที่มาใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร
- เพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านการให้บริการเช็คอินของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร
- เพื่อออกแบบบริการที่ผู้บริการต้องการรับจากบริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

ข้อมูลที่ได้รับจะถูกเก็บรักษาไว้เป็นความลับและจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ขอพระคุณอย่างสูง

รหัส.....

แบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก

เรื่อง การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่ต้องการ
 ได้รับจากการให้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. เพศ :
2. สถานภาพ :
3. อายุ (ปี) :
4. ระดับการศึกษา :
5. รายได้ส่วนตัว (บาท) :
6. อาชีพปัจจุบัน :

ส่วนที่ 2 คำถามทั่วไปของการบริการเช็คอิน

1. ระยะเวลาที่ใช้บริการเช็คอินต่อครั้ง โดยเฉลี่ยเป็นเท่าใด
2. ความถี่ในการใช้บริการสายการบิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง
3. ท่านใช้บริการเช็คอินของสายการบินด้วยช่องทางใดบ้าง
4. ท่านพบปัญหาใดบ้างในการใช้บริการเช็คอินของสายการบิน
5. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารของผู้ให้บริการเช็คอินผ่านช่องทางใดบ้าง
6. ท่านติดต่อกับผู้ให้บริการของสายการบินผ่านช่องทางใดบ้าง
7. ท่านชำระค่าบริการของสายการบินผ่านช่องทางใด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการเช็คอิน

3.1 สถานที่ให้บริการ

1. ภาพรวมของสถานที่ให้บริการเช็คอินเป็นอย่างไร
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการให้บริการเช็คอินจากหลายช่องทาง เช่น การ

รหัส.....

ให้บริการเช็คอินผ่านค่าน์เตอร์เช็คอิน การให้บริการเช็คอินออนไลน์ การเช็คอินผ่านตู้เช็คอินอัตโนมัติ (Kiosk) เป็นต้น

3. ท่านมีความรู้สึกร้อย่างไรกับภาพลักษณ์และการตกแต่งสถานที่ให้บริการเช็คอิน
4. ท่านคิดว่าสถานที่ให้บริการมีความเพียงพอต่อจำนวนผู้โดยสารที่มาใช้บริการหรือไม่อย่างไร
5. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในด้านสถานที่ให้บริการเช็คอินอย่างไร

3.2 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ

1. อธิบายของผู้ให้บริการโดยรวมเป็นอย่างไร
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการให้บริการเช็คอินของผู้ให้บริการ
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อเครื่องแต่งกาย และบุคลิกภาพของผู้ให้บริการ
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการบริการตามลำดับคิว
5. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในด้านอธยาศัยของผู้ให้บริการอย่างไร

3.3 ความกังวลของผู้ใช้บริการ

1. ท่านมีความกังวลเกี่ยวกับการใช้บริการเช็คอินหรือไม่อย่างไร
2. ท่านมาถึงสนามบินโดยเฉลี่ยประมาณกี่นาทีก่อนเครื่องบินออก
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการเช็คอินก่อนเวลา

3.4 ความคุ้มค่าจากบริการที่ได้รับ

1. ภาพรวมของราคาหรือค่าใช้จ่ายในการใช้บริการสายการบินเป็นอย่างไร
2. ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการโดยเฉลี่ยต่อครั้ง
3. ท่านมีความรู้สึกร้อย่างไรเกี่ยวกับราคาหรือค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นหลังการให้บริการ

รหัส.....

4. ท่านยินดีที่จ่ายเพื่อมาใช้บริการของสายการบินเท่าไร
5. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอะไรบ้างเกี่ยวกับความคุ้มค่าจากการบริการ

3.5 ประสบการณ์ในอดีต

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการใช้บริการเช็คอินในอดีต
2. ท่านเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เพราะเหตุใด
3. ท่านคิดว่าการบริการเช็คอินจากประสบการณ์ที่ใช้ในอดีต เป็นอย่างไร
4. จากประสบการณ์ในอดีต ท่านคิดว่าควรปรับปรุงการให้บริการอย่างไร

3.6 การบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ

1. ภาพรวมคุณภาพการให้บริการที่ได้รับเป็นอย่างไร
2. ท่านคิดว่าคุณภาพของการบริการที่ท่านได้รับเป็นอย่างไร
3. ท่านมีความต้องการการบริการแบบไหนอย่างไร
4. ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมเกี่ยวกับการบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ

3.7 ภูมิทัศน์การบริการ

1. ภาพรวมของบรรยากาศโดยรวมของสถานที่เช็คอินเป็นอย่างไร
2. ป้ายหรือสัญลักษณ์ เช่นป้ายบอกสถานที่เช็คอิน ป้ายบอกเที่ยวบิน เพียงพอหรือไม่อย่างไร
3. สภาพแวดล้อมโดยรวมของสถานที่เช็คอินทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่อย่างไร
4. ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมในด้านภูมิทัศน์การให้บริการ

รหัส.....

3.8 ประสบการณ์ของพนักงาน

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการบริการของผู้ให้บริการเซ็คอิน
2. ท่านคิดอย่างไรเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของผู้ให้บริการเซ็คอิน
3. ท่านได้รับการประสานงาน ดูแล และจัดการการเซ็คอินเพียงพอ หรือไม่อย่างไร
4. ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมเกี่ยวกับประสิทธิภาพการทำงานของผู้ให้บริการ

3.9 สิ่งอำนวยความสะดวก

1. ความสะดวกสบายโดยรวมจากการใช้บริการเซ็คอินเป็นอย่างไร
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกของการเซ็คอิน
3. ท่านคิดว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อย่างเพียงพอหรือไม่อย่างไร
4. ท่านได้รับการดูแลจากผู้ให้บริการอยู่เสมอหรือไม่อย่างไร
5. ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมในด้านการอำนวยความสะดวกที่ได้รับจากการบริการเซ็คอิน

3.10 การประชาสัมพันธ์

1. ข้อมูลข่าวสารโดยภาพรวมในการบริการเซ็คอินเป็นอย่างไร
2. ข้อมูลและข่าวสารที่ท่านได้รับจากการบริการมีความถูกต้องและครบถ้วนหรือไม่อย่างไร
3. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารการบริการเซ็คอินผ่านทางช่องทางใดบ้าง
4. ท่านรู้สึกอย่างไรต่อรายละเอียด ข่าวสารที่ได้รับจากการบริการเซ็คอิน
5. ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรเพิ่มเติมเกี่ยวกับข่าวสารด้านการบริการเซ็คอินที่ได้รับ

ส่วนที่ 4 ความต้องการเกี่ยวกับการรับบริการเซ็คอินจากสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง

1. หากมีการออกแบบบริการเซ็คอินรูปแบบใหม่ ท่านคิดว่าการบริการด้านใดที่ควรมีการปรับปรุง เพราะเหตุใด
2. การบริการเซ็คอินเรื่องใดเป็นเรื่องที่ท่านคิดว่าสำคัญ เพราะเหตุใด

3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในการนำระบบเช็คคืนด้วยตัวเองมาให้บริการ
4. ท่านคิดว่าราคาที่เหมาะสมกับการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ควรเป็นเท่าไร
5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการใช้ระบบเช็คคืนทางออนไลน์มาให้บริการ
6. ท่านคิดว่าช่องทางไหนมีความเหมาะสมที่สุดสำหรับท่านในการรับข้อมูลด้านการบริการเช็คคืน
7. ท่านคิดเห็นอย่างไรกับจำนวนเคาน์เตอร์เช็คคืนที่สนามบิน
8. โปรดเรียงลำดับรูปแบบการบริการเช็คคืนที่ท่านให้ความสำคัญ ให้เรียงจาก 1 (สำคัญมากที่สุด) ถึง 10 (สำคัญน้อยที่สุด)

() สถานที่ให้บริการเช็คคืน	() ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ
() ความคุ้มค่าจากบริการที่ได้รับ	() การบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับ
() สิ่งอำนวยความสะดวก	() การประชาสัมพันธ์
() ภูมิทัศน์การบริการ	() ประสพการณ์ในอดีต
() ประสพการณ์ของพนักงาน	() ความกังวลของผู้ใช้บริการ

.....ขอบคุณท่านที่ให้ความร่วมมือ.....

ภาคผนวก ข



วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

งานวิจัยเรื่อง

“การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่ต้องการได้รับการให้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง”

ผู้วิจัย: นายธนภูมิ โอวาทจรัส

นักศึกษาปริญญา สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นแนวทางสำหรับใช้ในการสัมภาษณ์พนักงานระดับปฏิบัติการ ฝ่ายการปฏิบัติการภาคพื้นของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการออกแบบบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

- รูปแบบของการให้บริการเช็คอินของระดับปฏิบัติการ ฝ่ายการปฏิบัติการภาคพื้นสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ในด้านการบริการเช็คอินผู้โดยสาร
- การบริการเช็คอินของผู้โดยสารและปัญหาที่พบเจอของระดับปฏิบัติการ ฝ่ายการปฏิบัติการภาคพื้นของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง

ข้อมูลที่ได้รับจะถูกเก็บรักษาไว้เป็นความลับและจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ขอพระคุณอย่างสูง

รหัส.....

แบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก
เรื่อง การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่ต้องการ
ได้รับจากการให้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง

ความคิดเห็นของท่านที่มีต่อการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการเช็คอิน

ส่วนที่ 1 การให้บริการทั่วไป

1. ปัจจุบันการบริการเช็คอินผู้โดยสารมีขั้นตอนการบริการอย่างไรบ้าง
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรบ้างกับขั้นตอนการบริการเช็คอินผู้โดยสาร
3. ท่านคิดว่าการบริการเช็คอินผู้โดยสารมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร
4. ท่านคิดว่าการบริการเช็คอินที่เหมาะสมกับผู้ที่ใช้บริการควรมีรูปแบบเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 2 การให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจ

1. ท่านคิดว่าสายการบินจะได้รับประโยชน์อย่างไร หากมีการบริการเช็คอินที่เหมาะสมกับผู้ที่ใช้บริการ
2. ท่านคิดว่ารูปแบบการบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ที่ใช้บริการควรเป็นอย่างไร
3. ท่านคิดว่ารูปแบบการให้บริการที่สายการบินสามารถส่งมอบให้ผู้โดยสารมีอะไรบ้าง
4. เพื่อการบริการที่เหมาะสมกับผู้ที่ใช้บริการ ท่านคิดว่าควรมีการลงทุนเพิ่มหรือไม่อย่างไร
5. หากมีความจำเป็นต้องลงทุนเพิ่ม ท่านคิดว่าการบริการที่สร้างความพึงพอใจมีความคุ้มค่าหรือไม่อย่างไร
6. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอะไรบ้างในการปรับปรุงรูปแบบการให้บริการเช็คอินผู้โดยสาร

.....ขอบคุณท่านที่ให้ความร่วมมือ.....

ภาคผนวก ค



วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

งานวิจัยเรื่อง

“การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการสายการบินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่ต้องการ
 ได้รับความรู้และบริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง”

ผู้วิจัย: นายธนภูมิ โอวาทจรัส

นักศึกษาปริญญา สาขาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
 สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นแนวทางสำหรับใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ที่มาใช้บริการ
 เช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นและข้อเสนอของการ
 ออกบริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยมีวัตถุประสงค์

- เพื่อศึกษาความพึงพอใจด้านการให้บริการเช็คอินของผู้ที่มาใช้บริการของสายการบิน
 ต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร
- เพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านการให้บริการเช็คอินของผู้ใช้บริการของสาย
 การบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร
- เพื่อออกแบบบริการที่ผู้บริการต้องการรับจากบริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่ง
 หนึ่ง ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร

~*~

ข้อมูลที่ได้รับจะถูกเก็บรักษาไว้เป็นความลับและจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น ขอพระคุณอย่างสูง

แบบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก

เรื่อง การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่ต้องการ
ได้รับจากการให้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง หลังจากการออกแบบบริการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. เพศ :
2. สถานภาพ :
3. อายุ (ปี) :
4. ระดับการศึกษา :
5. รายได้ส่วนตัว (บาท) :
6. อาชีพปัจจุบัน :

ส่วนที่ 2 คำถามทั่วไปของการบริการเช็คอิน

1. ท่านใช้บริการเช็คอินในผ่านช่องทางใดบ่อยที่สุด
2. ความถี่ในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง
3. ท่านคิดว่าระยะเวลาในการเช็คอินผ่านเคาน์เตอร์เช็คอินที่เหมาะสม โดยเฉลี่ยเป็นเท่าใด
4. ท่านคิดว่าการบริการที่สามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้ใช้บริการมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการใช้บริการของสายการบินอย่างไร
5. ท่านคิดว่าการบริการเช็คอินที่เหมาะสมควรเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรูปแบบการให้บริการเช็คอิน

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับการบริการเช็คอินในรูปแบบใหม่
2. ท่านคิดว่ารูปแบบการบริการที่ผู้ทำวิจัยนำเสนอท่าน สามารถตอบสนองความต้องการของท่านได้หรือไม่เพราะเหตุใด
3. จากเครื่องมือการสร้างประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ (Customer Journey map) ที่ผู้วิจัยนำเสนอท่าน ท่านคิดว่าควรมีส่วนใดของการให้บริการที่ต้องปรับปรุงเพื่อให้ตอบสนองกับความต้องการของท่านหรือไม่ เพราะเหตุใด

รหัส.....

4. จากเครื่องมือการสร้างประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ (Customer Journey map) ที่ผู้วิจัยนำเสนอท่าน ท่านคิดว่า การให้บริการส่วนใดที่สามารถตอบสนองความต้องการของท่าน เพราะเหตุใด
5. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการปรับปรุงการให้บริการในอนาคตหรือไม่อย่างไรบ้าง

.....ขอบคุณท่านที่ให้ความร่วมมือ.....



ภาคผนวก ง



การตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (CVI)

งานวิจัยเรื่อง

“การศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ที่ต้องการได้รับการให้บริการเช็คอิน ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง”

คำชี้แจง : แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า

- 1) ศึกษาความพึงพอใจด้านการให้บริการเช็คอินของผู้ที่มาใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง
- 2) เพื่อออกแบบการบริการที่ผู้ใช้บริการต้องการรับจากบริการเช็คอินของสายการบินไทยแอร์เอเชีย

โดยแบบสัมภาษณ์ มีทั้งหมด 3 ชุด ได้แก่

- 1) แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มาใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ก่อนการออกแบบบริการเช็คอินรูปแบบใหม่
- 2) แบบสัมภาษณ์พนักงานระดับปฏิบัติการ ฝ่ายการปฏิบัติการภาคพื้นของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง
- 3) แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มาใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง หลังการออกแบบบริการเช็คอินรูปแบบใหม่

การกำหนดระดับความเห็น แบ่งเป็น 4 ระดับ

- ระดับ 4 หมายถึง สอดคล้องอย่างยิ่ง
- ระดับ 3 หมายถึง สอดคล้อง
- ระดับ 2 หมายถึง ไม่สอดคล้อง
- ระดับ 1 หมายถึง ไม่สอดคล้องอย่างยิ่ง

$$\text{ดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (CVI)} = \frac{\text{จำนวนข้อคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คนเห็นว่าสอดคล้องกัน}}{\text{จำนวนข้อคำถามทั้งหมด}}$$

ผลการคำนวณ CVI แบบสัมพัทธ์ชุดที่ 1

แบบสัมพัทธ์ผู้ที่มาใช้บริการเช่าคอนกรีตของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง ก่อนการออกแบบบริการเช่าคอนกรีตรูปแบบใหม่

ระดับความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

ข้อ	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2	ระดับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3	คะแนน
1	4	4	4	1
2	4	4	4	1
3	4	4	4	1
4	4	4	4	1
5	4	4	4	1
6	4	4	4	1
7	4	4	4	1
8	4	4	4	1
9	4	4	4	1
10	4	4	4	1
11	4	4	4	1
12	4	4	4	1
13	4	4	4	1
14	4	4	4	1
15	4	4	4	1
16	4	4	4	1
17	4	4	4	1
18	4	4	4	1
19	4	4	4	1
20	4	4	4	1
21	4	4	4	1

ข้อ	ระดับความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	ระดับความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2	ระดับความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3	คะแนน
22	4	4	4	1
23	4	4	4	1
24	4	4	4	1
25	4	4	4	1
26	4	4	4	1
27	4	4	4	1
28	4	4	4	1
29	4	4	4	1
30	4	4	4	1
31	4	4	4	1
32	4	4	4	1
33	4	4	4	1
34	4	4	4	1
35	4	4	4	1
36	4	4	4	1
37	4	4	4	1
38	4	4	4	1
39	4	4	4	1
40	4	4	4	1
41	4	4	4	1
42	4	4	4	1
43	4	4	4	1
44	4	4	4	1
45	4	4	4	1
46	4	4	4	1
47	4	4	4	1
48	4	4	4	1
49	4	4	4	1

ข้อ	ระดับความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	ระดับความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2	ระดับความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3	คะแนน
50	4	4	4	1
51	4	4	4	1
52	4	4	4	1
53	4	4	4	1
54	4	4	4	1
55	4	4	4	1
56	4	4	4	1
57	4	4	4	1
58	4	4	4	1
59	4	4	4	1
60	4	4	4	1
61	4	4	4	1
62	4	4	4	1
63	4	4	4	1
64	4	4	4	1
65	4	4	4	1
รวม				65

ค่า CVI สำหรับแบบสัมภาษณ์ชุดที่ 1 = $65/65 = 1$

ผลการคำนวณค่า CVI แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2
แบบสัมภาษณ์สำหรับพนักงานระดับปฏิบัติการ ฝ่ายการปฏิบัติการภาคพื้นของ
สายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง

ระดับความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

ข้อ	ระดับความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	ระดับความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2	ระดับความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3	คะแนน
1	4	4	4	1
2	4	4	4	1
3	4	4	4	1
4	4	4	4	1
5	4	4	4	1
6	4	4	4	1
7	4	4	4	1
8	4	4	4	1
9	4	4	4	1
10	4	4	4	1
รวม				10

ค่า CVI สำหรับแบบสัมภาษณ์ชุดที่ 2 = $10/10 = 1$

ผลการคำนวณค่า CVI แบบสัมภาษณ์ชุดที่ 3

แบบสัมภาษณ์สำหรับที่มาใช้บริการเช็คอินของสายการบินต้นทุนต่ำแห่งหนึ่ง หลังจากการออกแบบ
บริการใหม่

ระดับความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

ข้อ	ระดับความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	ระดับความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2	ระดับความคิดเห็น ของผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3	คะแนน
1	4	4	4	1
2	4	4	4	1
3	4	4	4	1
4	4	4	4	1
5	4	4	4	1
6	4	4	4	1
7	4	4	4	1
8	4	4	4	1
9	4	4	4	1
10	4	4	4	1
11	4	4	4	1
12	4	4	4	1
13	4	4	4	1
14	4	4	4	1
15	4	4	4	1
16	4	4	4	1
รวม				16

ค่า CVI สำหรับแบบสัมภาษณ์ชุดที่ 3 = $16/16 = 1$

ภาคผนวก จ
การประเมินตรวจสอบการคัดลอกผลงาน
ผ่านโปรแกรม Turnitin

The screenshot shows the Turnitin Class Homepage for 'Check Turnitin 2021-2'. It features a navigation bar with 'Class Dashboard', 'My Grades', 'Discussion', and 'Calendar'. A welcome message states: 'Welcome to your new class homepage! From the class homepage you can see all your assignments for your class, view additional assignment information, submit your work, and access feedback for your papers. Hover on any item in the class homepage for more information.' Below this is a 'Class Homepage' section with instructions on how to submit and view assignments. The main content is an 'Assignment Inbox' table with the following data:

Assignment Title	Info	Dates	Similarity	Actions
ChkTurnitin_2021-2-Assignment1	(i)	Start: 01-Jul-2021 12:01AM Due: 31-Dec-2021 11:50PM Post: 03-Jan-2022 12:00AM	15%	Resubmit View Download
ChkTurnitin_2021-2-Assignment2	(i)	Start: 01-Jul-2021 12:01AM Due: 31-Dec-2021 11:50PM Post: 03-Jan-2022 12:00AM		Submit View Download
ChkTurnitin_2021-2-Assignment3	(i)	Start: 01-Jul-2021 12:01AM Due: 31-Dec-2021 11:50PM Post: 03-Jan-2022 12:00AM		Submit View Download
ChkTurnitin_2021-2-Assignment4	(i)	Start: 01-Jul-2021 12:01AM Due: 31-Dec-2021 11:50PM Post: 03-Jan-2022 12:00AM		Submit View Download

จากการประเมินอักษรวิสุทธิ์ผ่านโปรแกรม Turnitin พบว่างานวิจัยฉบับนี้มีค่าที่ได้ คือ 15 % ถือว่ามีค่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ 25 %