

คุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

Service Quality of the Ground Service Staff of Thai Airways International Public Company Limited

ระพีพร แชมช้อย¹, เจนจิรา รัตนเพียร²

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจด้านการบิน

มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

Rapeeporn Chamchoy¹, Janejira Rattanapian²

Bachelor of Business Administration Program

in Aviation Business Management,

Rattana Bundit University

E-mail: rapeepornpuy3@gmail.com¹

E-mail: jane_rbac@hotmail.com²

Received: July 25, 2018; Revised: November 28, 2018; Accepted: November 30, 2018

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการ และเพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติทดสอบที่แบบกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระกัน ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ด้วยการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ อยู่ในระดับสูง คือ ระดับความสำคัญของความคาดหวังอยู่ในระดับสูง และการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการสูงกว่ามาตรฐาน แสดงว่า มีความสอดคล้องระหว่างความคาดหวังของผู้โดยสารกับความสามารถในการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสาร ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความ

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีระดับการรับรู้ของผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมสูงกว่าระดับความคาดหวังของผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) นั่นคือพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีการให้บริการในระดับที่ดี และควรจะรักษามาตรฐานการบริการนี้ต่อไป

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ ความคาดหวัง การรับรู้ พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ABSTRACT

The objectives of this research were to study the quality of service and to compare the expectations and perception of passenger with the quality of service provided by the ground service staff of Thai Airways International Public Company Limited. The sample size is 400 people. The research instrument was the questionnaire. The statistical method used in this study were percentage, mean, standard deviation. Present the results of comparison the expectations and perception of passengers with the quality of service and statistics used to test hypotheses with test statistic that the sample was not independent. The results of the research showed that expectation and perception of passenger with the quality of service was at a high level in overall. When comparing of expectation and the perception, It was found that there was is a balance between the passengers anticipation and of the service quality of the ground service staff of Thai Airways International Public Company Limited. There was a significant difference between the expectation and the perception of passengers with the quality of services at the significant level of 0.05. The comparison of expectation and perception of passengers on the quality of service provided by the ground service staff, including reaction, confidence attention and the sense of touch. Perception gained higher than expectations.

KEYWORDS: Quality of Service, Expectations, Perception, Ground Staff, Thai Airways International Public Company Limited

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยกลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคมโลกเนื่องจากมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประเทศต่างๆ โดยทางการทูตส่วนหนึ่งและอีกส่วนหนึ่ง คือ การติดต่อค้าขายทั้งในด้านการนำเข้าและส่งออกสินค้าหลากหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นสินค้า

หัตถกรรม เกษตรกรรมหรือแม้แต่เทคโนโลยีกับประเทศต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ ยังมีอุตสาหกรรมอีกประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างรายได้รวมไปถึงสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนเชื้อชาติต่างๆ จนเกิดการแลกเปลี่ยน

เรียนรู้วัฒนธรรมระหว่างกันขึ้น (สิทธิชัย ศรีเจริญประมง, 2556) นั่นคือ ธุรกิจในการการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจบริการที่สร้างรายได้ให้กับประเทศได้มาก ซึ่งในปี พ.ศ. 2559 สามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวให้กับประเทศไทยโดยภาพรวมรายได้ 2,510,779 ล้านบาท (“ภาคท่องเที่ยวปี 59”, 2560) โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบไปด้วยธุรกิจมากมายหลายประเภทซึ่งเกิดขึ้นเพื่อรองรับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจบริการอาหารและบันเทิง ธุรกิจสินค้าที่ระลึก เป็นต้น รวมถึงธุรกิจใดๆ ก็ตามที่ใช้เป็นฐานรองรับกิจกรรมการเดินทางท่องเที่ยวจะเรียกโดยรวมว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญทั้งการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศ ยังช่วยสร้างอาชีพ เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ขณะที่ด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียด พร้อมสร้างความเข้าใจอันดีกับนักท่องเที่ยวอีกด้วย นอกจากนี้ ด้านคุณภาพการจัดการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยก็นับว่ามีศักยภาพและความสามารถที่สูงติดอันดับแนวหน้าของเอเชียและเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วโลกจนภาครัฐได้กำหนดเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศเพื่อสร้างความเป็นเลิศด้านการท่องเที่ยวในตลาดโลก โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาให้ประเทศไทย เป็นมหานครท่องเที่ยวแห่งเอเชีย (กาญจนา สุคันธสิริกุล, 2558)

ดังนั้น การขับเคลื่อนขององค์กรต่างๆ ขับเคลื่อนด้วยมนุษย์ โดยการสร้างมนุษย์ให้เป็นจุดแข็งขององค์กร ใช้มนุษย์เป็นแรงผลักดันองค์กรไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งจะเน้นการพัฒนาไปที่ทรัพยากรบุคคลอย่างสูงสุด จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่

ทรัพยากรมนุษย์จะต้องมีทั้งความสามารถ (Ability) ความเชี่ยวชาญ (Competence) และความเป็นมืออาชีพอย่างแท้จริง การพัฒนาทุนมนุษย์จึงเข้ามา มีบทบาทสำคัญเพื่อที่จะเน้นให้มนุษย์ในองค์กรมีความรู้ความสามารถและดึงศักยภาพของมนุษย์ในองค์กรมาใช้เพื่อพัฒนาองค์กรได้อย่างเต็มที่ (จำนงค์ อติวัฒน์สิทธิ์ และ สาคร ธรรมะ, 2555) ซึ่งองค์กรธุรกิจการบินเป็นธุรกิจบริการ นอกจากสิ่งอำนวยความสะดวกและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่น่าสนใจนำมาใช้ในการบริการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด พนักงานที่ปฏิบัติงานให้บริการในทุกจุดสัมผัสของการบริการก็ถือเป็นหัวใจสำคัญในการส่งมอบบริการให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจและประทับใจในคุณภาพการบริการ นอกจากนี้ คุณภาพในการให้บริการยังเป็นส่วนหนึ่งที่ธุรกิจการบินให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ของบุคลากรให้ดูดี ตลอดจนการพัฒนาการทำงานให้มีคุณภาพมากขึ้น เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดยพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน (Passenger Service Agent) ซึ่งเป็นผู้ที่ต้องปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับผู้โดยสารโดยตรง เพื่ออำนวยความสะดวกและดำเนินการลงทะเบียนผู้โดยสาร (Check-in) การตรวจหรือลงทะเบียนสัมภาระของผู้โดยสาร (Baggage Acceptance) รวมถึงการจัดเอกสารที่เกี่ยวข้องกับพิธีการบิน (Flight Documentation) ดังนั้น จึงเป็นเสมือนหน้าตาของธุรกิจสายการบิน และเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการกับสายการบินนั้นๆ

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยในครั้งนี้จะศึกษาแนวคิดสำคัญ 2 ด้าน คือ ด้านการให้บริการและด้านคุณภาพการให้บริการ

1. ด้านการให้บริการ

รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2551) กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม กระบวนการหรือการดำเนินใดๆ ที่บุคคลหนึ่งหรือหน่วยงานหนึ่งได้อำนวย

ความสะดวก ช่วยเหลือและ/หรือตอบสนองความจำเป็นและต้องการให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่น โดยมีวัตถุประสงค์ให้ได้รับความพึงพอใจ และสมิตส์ชฌกร (2556) กล่าวว่า การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้นจะต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติมิใช่ว่าการให้ความช่วยเหลือ หรือการทำให้ประโยชน์ต่อผู้อื่นจะเป็นไปตามใจเราผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการ ผู้วิจัยจึงขอสรุปการให้บริการ คือ การปฏิบัติรับใช้หรือการให้ความสะดวกต่างๆ ที่คนกลุ่มหนึ่งจะเสนอให้คนอีกกลุ่มหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งจะต้องประกอบด้วย ความตั้งใจและความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการต่อการบริการนั้นๆ รวมถึงการให้บริการที่ได้รับการปรับปรุงให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

2. ด้านคุณภาพการให้บริการ

ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง สิ่งชี้วัดระดับความแตกต่างระหว่างความคาดหวังที่ผู้รับบริการคาดหวังก่อนที่จะเข้าใช้บริการ และการรับรู้ที่ผู้รับบริการได้รับการส่งมอบจากผู้ให้บริการว่ามีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด หากการบริการนั้นสามารถตอบสนองความต้องการได้ตรงหรือมากกว่าความคาดหวัง แสดงว่า การบริการนั้นมีคุณภาพ หากสามารถตอบสนองความต้องการได้น้อยกว่าความคาดหวัง แสดงว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพ ส่วนชัชวาล ทัดศิวิชัย (2554) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าของธุรกิจบริการ คุณภาพของบริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งขั้นได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำ ผู้รับบริการจะพึงพอใจถ้าได้รับสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความ

ต้องการ ณ สถานที่ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ และการวัดคุณภาพในการบริการ มีนักวิชาการได้เสนอความคิด และสรุปได้ว่า การวัดคุณภาพการบริการประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ (ธนพล อินประเสริฐกุล, 2557) ดังนี้ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ความคาดหวังของผู้รับบริการ ความพร้อมในการให้บริการ ความมีคุณค่า ความสนใจต่อการรับบริการ ความมีเมตตริจิตในการบริการ และประสิทธิภาพในการให้บริการ (เกิดจากการบริการอย่างมีระบบและมีขั้นตอนที่ชัดเจน)

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาคุณภาพของการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน อีกทั้งเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

สมมติฐานการวิจัย

ความคาดหวังของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการมีความแตกต่างกับการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของพนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้วยการดำเนินการด้านทรัพยากรมนุษย์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้โดยสารที่เป็นประชากรไทย ที่ใช้บริการสายการบินบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ขนาดกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน จากการคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (1953) และกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 มีตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการและความถี่ในการใช้บริการ ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ คุณภาพการให้บริการของพนักงาน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ และด้านการสัมผัส

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้ (1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 10 ข้อ (2) ข้อคำถามเกี่ยวกับการคุณภาพในการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 25 ข้อ (3) คำถามเกี่ยวกับ

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ทั้งนี้ ในการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากนักวิชาการที่มีความรู้ความสามารถในแขนงวิชา และจากผู้ที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งประกอบด้วย ขั้นตอน 2 ขั้นตอน ได้แก่ การหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา เครื่องมือได้ครอบคลุมเนื้อหาหรือประเด็นที่ต้องการวัดได้ครบถ้วนมากน้อยเพียงใด และหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ด้วยการใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบเพื่อแสดงความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ซึ่งผลการวิเคราะห์แบบสอบถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92

3) สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติทดสอบที่แบบกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระต่อกัน (Paired sample t-test)

4) การเปรียบเทียบคะแนนความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน (Importance Performance Analysis technique : IPA) วิธีวิเคราะห์จะใช้กราฟช่วยในการวิเคราะห์ โดยแกนตั้งจะบอกระดับความสำคัญของความคาดหวังของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ และแกนนอน

จะบอกระดับการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพ การให้บริการ ซึ่งภายในกราฟจะแบ่งการวัดเป็น 2 ระดับ คือ ระดับสูงและระดับต่ำ การแบ่งแกน สำหรับการวิจัยใช้ค่า 3.40 มาวัดการกำหนดให้ ค่าเฉลี่ยระดับของความคาดหวังหรือการรับรู้ ตั้งแต่ มากถึงมากที่สุด การแบ่งแกนระดับของความ คาดหวังและการรับรู้ในกราฟจะแบ่งการวิเคราะห์ เป็น 4 ส่วน (Choi & Chu, 2000; วราภรณ์ สุขแสนขนานันท์, 2559) อธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 (Quadrant 1) หมายถึง ระดับ ความสำคัญของความคาดหวังอยู่ในระดับสูง แต่การ รับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการต่ำกว่ามาตรฐาน ซึ่ง คะแนนเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับ 3.41 – 5.00 และคะแนนการรับรู้อยู่ในระดับ 1.00 – 3.39

ส่วนที่ 2 (Quadrant 2) หมายถึง ระดับ ความสำคัญของความคาดหวังอยู่ในระดับสูง และ การรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการสูงกว่ามาตรฐาน ซึ่งคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับ 3.41 – 5.00 และคะแนนการรับรู้อยู่ในระดับ 3.41 – 5.00

ส่วนที่ 3 (Quadrant 3) หมายถึง ระดับ ความสำคัญของความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำ และ การรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการต่ำกว่ามาตรฐาน ซึ่งคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับ 1.00 – 3.39 และคะแนนการรับรู้อยู่ในระดับ 1.00 – 3.39

ส่วนที่ 4 (Quadrant 4) หมายถึง ระดับ ความสำคัญของความคาดหวังอยู่ในระดับต่ำ และ การรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการสูงกว่ามาตรฐาน

ซึ่งคะแนนเฉลี่ยความคาดหวังอยู่ในระดับ 1.00 – 3.39 และคะแนนการรับรู้อยู่ในระดับ 3.41 – 5.00

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล กลุ่ม ตัวอย่างที่ทำการศึกษาคือส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง คิดเป็น ร้อยละ 56.70 มีช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็น ร้อยละ 34.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็น ร้อยละ 50.00 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 70.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.00 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 37.00 มีจุดประสงค์ของการ ใช้บริการ คือ เดินทางเพื่อไปทำงาน คิดเป็นร้อยละ 44.70 ความถี่ในการใช้บริการสายการบินภายในประเทศ คือ 6 – 10 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 32.80 ผู้โดยสาร ส่วนใหญ่เคยใช้บริการสายการบินอื่นที่มีใช้ สายการบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) คิดเป็นร้อยละ 94.30 และปัจจัยที่ส่งผลให้เลือกใช้ บริการสายการบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ ที่ภาพลักษณ์องค์กร คิดเป็นร้อยละ 61.30

2. ผลการวิเคราะห์การประเมินคุณภาพ การให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จากการคาดหวังและ การรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ผลการวิจัยพบว่า

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับการคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวม

| คุณภาพการให้บริการ | ความคาดหวัง | | | การรับรู้ | | |
|---------------------|-------------|--------------|------------|-------------|--------------|------------|
| | \bar{X} | S.D. | ระดับ | \bar{X} | S.D. | ระดับ |
| ด้านความน่าเชื่อถือ | 3.78 | 0.544 | มาก | 3.90 | 0.595 | มาก |
| ด้านการตอบสนอง | 3.78 | 0.516 | มาก | 3.81 | 0.516 | มาก |
| ด้านความมั่นใจ | 3.87 | 0.476 | มาก | 3.89 | 0.481 | มาก |
| ด้านการเอาใจใส่ | 3.86 | 0.606 | มาก | 3.90 | 0.513 | มาก |
| ด้านการสัมผัส | 3.78 | 0.608 | มาก | 3.88 | 0.609 | มาก |
| รวม | 3.82 | 0.550 | มาก | 3.88 | 0.543 | มาก |

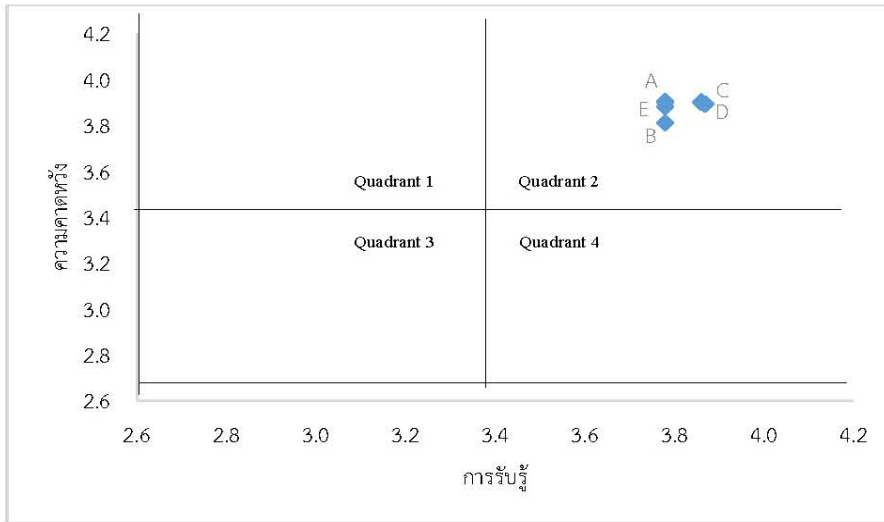
จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของระดับความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านความมั่นใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการเอาใจใส่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) รองลงมา ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือด้านการตอบสนอง และด้านการสัมผัส อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.78$) ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้คุณภาพในการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ และความเอาใจใส่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) รองลงมา ได้แก่ ด้านความมั่นใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการสัมผัส อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการตอบสนอง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) ตามลำดับ

สรุปได้ว่าคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จากการคาดหวังก่อนใช้บริการและการรับรู้หลัง

ใช้บริการ พบว่า ในภาพรวมผู้ใช้บริการมีการรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการสูงกว่าการคาดหวังในการให้บริการ และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การรับรู้ถึงคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน สูงกว่าการคาดหวังในการให้บริการ ในด้าน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ การเอาใจใส่ และการสัมผัส

1) ผลการเปรียบเทียบในภาพรวม พบว่า คะแนนความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับสูง สามารถเรียงลำดับคะแนนความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารมีต่อคุณภาพการให้บริการ จากสูงที่สุดไปต่ำที่สุดด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการปฏิบัติงาน สำหรับด้านที่มีคะแนนความคาดหวังและการรับรู้ในกลุ่มสูงสุด คือ ด้านการเอาใจใส่ รองลงมา คือ ด้านความมั่นใจ ส่วนด้านที่มีความคาดหวังและการรับรู้ต่ำที่สุด คือ ด้านการตอบสนอง ดังภาพที่ 1

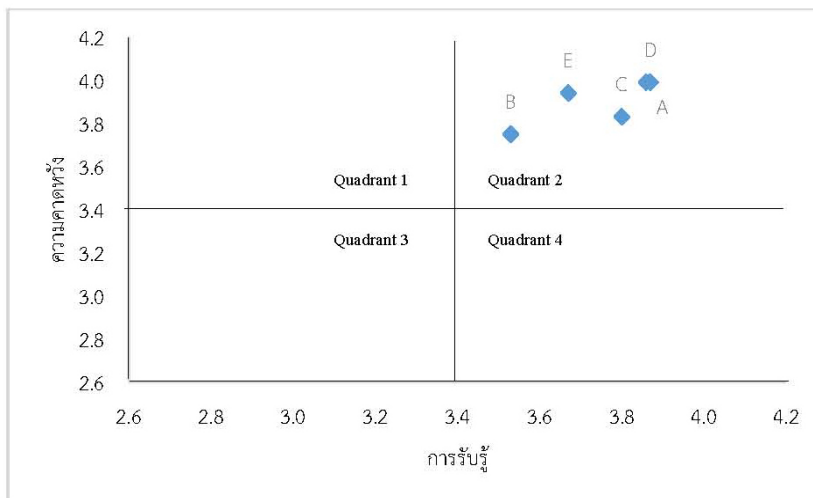


ภาพที่ 1 การเปรียบเทียบคะแนนความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารมีต่อคุณภาพการให้บริการ
ในภาพรวม

ที่มา: ผลงานวิจัย

2) เมื่อทำการเปรียบเทียบด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า คะแนนความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน อยู่ในระดับสูง สำหรับด้านที่มีคะแนนความคาดหวังและการรับรู้อยู่ในกลุ่มสูงสุด คือ พนักงานให้บริการอย่างมืออาชีพ

รองลงมา คือ พนักงานให้บริการสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและคล่องตัว และคะแนนความคาดหวังและการรับรู้ที่อยู่ในกลุ่มต่ำสุด คือ พนักงานให้คำแนะนำและให้บริการไม่ผิดพลาด ดังภาพที่ 2

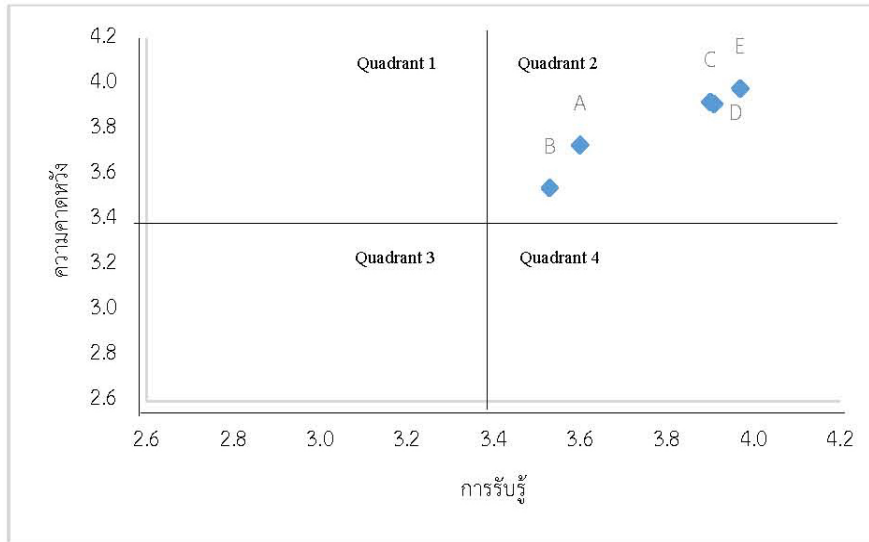


ภาพที่ 2 การเปรียบเทียบคะแนนความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารมีต่อคุณภาพการให้บริการ
ด้านความน่าเชื่อถือ

ที่มา: ผลงานวิจัย

3) เมื่อทำการเปรียบเทียบด้านการตอบสนอง พบว่า คะแนนความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน อยู่ในระดับสูง สำหรับด้านที่มีคะแนนความคาดหวังและการรับรู้สูงสุดในกลุ่มสูงสุดคือ พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วและมี

ประสิทธิภาพรองลงมา คือ พนักงานมีความเต็มใจช่วยเหลือผู้ใช้บริการ พนักงานใช้เวลาเพียงพอในการตอบคำถามแก่ผู้ใช้บริการและคะแนนความคาดหวังและการรับรู้ที่อยู่ในกลุ่มต่ำสุด คือ พนักงานให้ความจริงใจและข้อมูลทุกอย่างเกี่ยวกับเงื่อนไขการให้บริการ ดังภาพที่ 3



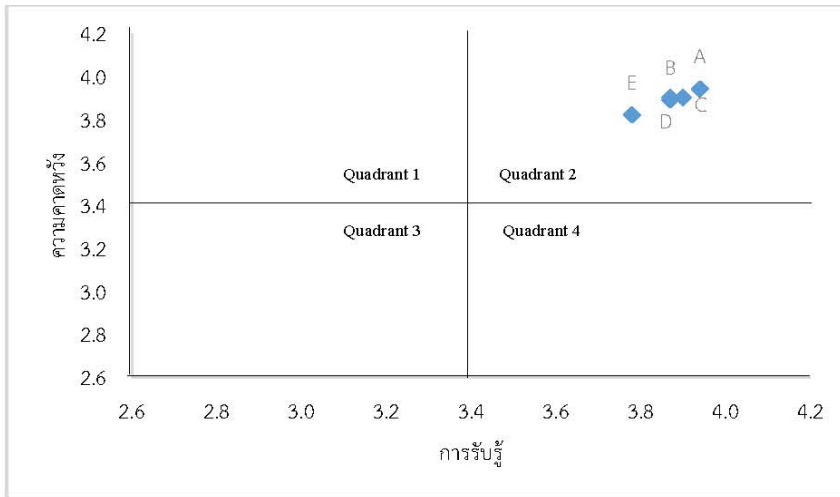
A=จำนวนพนักงานมีเพียงพอสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างทั่วถึง
 B=พนักงานให้ความจริงใจและข้อมูลทุกอย่างเกี่ยวกับเงื่อนไขการให้บริการ
 C=พนักงานใช้เวลาเพียงพอในการตอบคำถามแก่ผู้ใช้บริการ
 D=พนักงานมีความเต็มใจช่วยเหลือผู้ใช้บริการ
 E=พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ภาพที่ 3 การเปรียบเทียบคะแนนความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง

ที่มา : ผลงานวิจัย

4) เมื่อทำการเปรียบเทียบด้านความมั่นใจพบว่า คะแนนความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน อยู่ในระดับสูง สำหรับด้านที่มีคะแนนความคาดหวังและการรับรู้สูงสุดในกลุ่มสูงสุดคือพนักงานมีความรู้ทักษะเกี่ยวกับหน้าที่ของตนเอง

เป็นอย่างดี รองลงมา คือ พนักงานมีความพร้อมและความเต็มใจให้บริการแก่ลูกค้าอยู่ตลอด พนักงานมีความสุขและเป็นมิตรกับผู้ใช้บริการและคะแนนความคาดหวังและการรับรู้ที่อยู่ในกลุ่มต่ำสุด คือ พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและน่าเชื่อถือรวดเร็วและคล่องตัว ดังภาพที่ 4



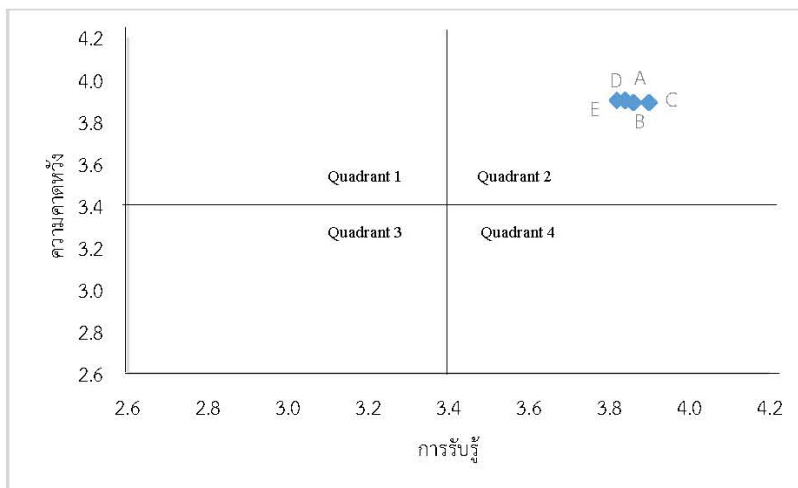
A=พนักงานมีความรู้ทักษะเกี่ยวกับหน้าที่ของตนเองเป็นอย่างดี
 B=พนักงานที่ให้บริการสามารถตอบสนองข้อสงสัยของลูกค้าได้อย่างถูกต้องครบถ้วน
 C=พนักงานมีความพร้อมและความเต็มใจให้บริการแก่ลูกค้าอยู่ตลอด
 D=พนักงานมีความสุภาพและเป็นมิตรกับผู้ใช้บริการ
 E=พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดีและน่าเชื่อถือรวดเร็วและคล่องตัว

ภาพที่ 4 การเปรียบเทียบคะแนนความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารมีต่อคุณภาพการให้บริการด้านความมั่นใจ

ที่มา: ผลงานวิจัย

5) เมื่อทำการเปรียบเทียบด้านการเอาใจใส่พบว่า คะแนนความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน อยู่ในระดับสูง สำหรับด้านที่มีคะแนนความคาดหวังอยู่ในกลุ่มสูงสุด คือ พนักงานให้คำแนะนำและให้บริการไม่ผิดพลาด แต่คะแนน

การรับรู้ที่อยู่ในกลุ่มสูงสุด คือ พนักงานได้มีการติดตามผลการแก้ไขปัญหาของผู้ใช้บริการแต่ละรายอย่างใกล้ชิด และพนักงานค้นหาทางเลือกที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการ และในขณะที่คะแนนความคาดหวังที่อยู่ในกลุ่มต่ำสุด คือ พนักงานค้นหาทางเลือกที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการ ดังภาพที่ 5



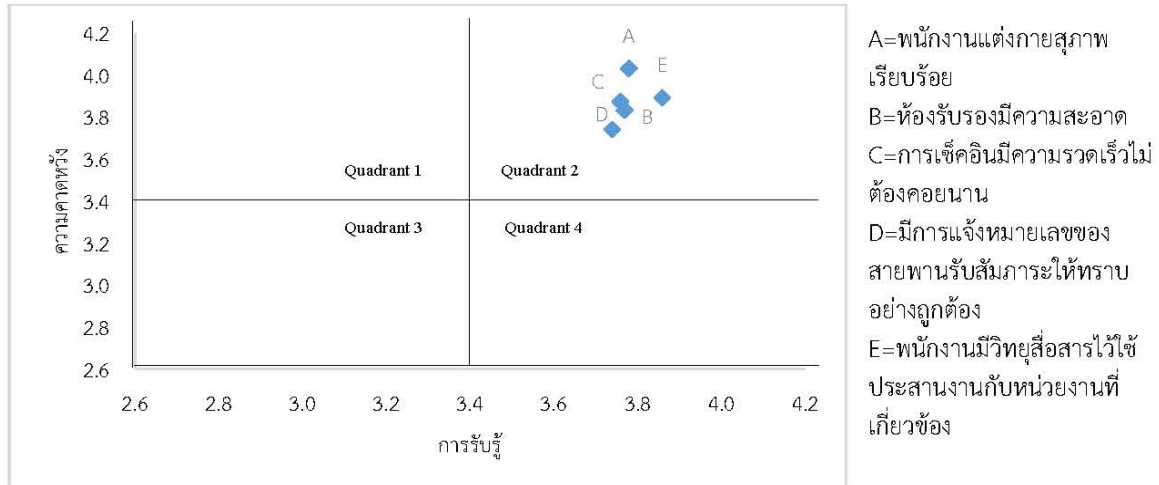
A=พนักงานเอาใจใส่ต่อความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี
 B=พนักงานให้คำแนะนำและให้บริการไม่ผิดพลาด
 C=พนักงานสามารถรับรู้ความสามารถของลูกค้าที่มีความแตกต่างกันได้ดี
 D=พนักงานได้มีการติดตามผลการแก้ไขปัญหาของผู้ใช้บริการแต่ละรายอย่างใกล้ชิด
 E=พนักงานค้นหาทางเลือกที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการ

ภาพที่ 5 การเปรียบเทียบคะแนนความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารมีต่อคุณภาพการให้บริการด้านการเอาใจใส่

ที่มา: ผลงานวิจัย

6) เมื่อทำการเปรียบเทียบด้านการสัมผัสพบว่า คะแนนความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน อยู่ในระดับสูง สำหรับด้านที่มีคะแนนความคาดหวังและการรับรู้อยู่ในกลุ่มสูงสุดคือ พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย รองลงมา คือ

พนักงานมีวิทยุสื่อสารไว้ใช้ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การเช็คอินมีความรวดเร็วไม่ต้องคอยนาน และคะแนนความคาดหวังและการรับรู้ที่อยู่ในกลุ่มต่ำสุด คือ มีการแจ้งหมายเลขของสายพานรับสัมภาระให้ทราบอย่างถูกต้อง ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 การเปรียบเทียบคะแนนความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการด้านการสัมผัส

ที่มา: ผลงานวิจัย

3. การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการ พบว่า

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

| คุณภาพการให้บริการ | ความคาดหวัง | | การรับรู้ | | t | P-value |
|---------------------|-------------|-------|-----------|-------|-------|---------|
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| ด้านความน่าเชื่อถือ | 3.78 | 0.544 | 3.90 | 0.595 | 1.411 | 0.098 |
| ด้านการตอบสนอง | 3.78 | 0.516 | 3.81 | 0.516 | 0.281 | 0.393 |
| ด้านความมั่นใจ | 3.87 | 0.476 | 3.89 | 0.481 | 0.549 | 0.299 |

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) (ต่อ)

| คุณภาพการให้บริการ | ความคาดหวัง | | การรับรู้ | | t | P-value |
|--------------------|-------------|-------|-----------|-------|-------|---------|
| | \bar{X} | S.D. | \bar{X} | S.D. | | |
| ด้านการเอาใจใส่ | 3.86 | 0.606 | 3.90 | 0.513 | 2.817 | 0.024* |
| ด้านการสัมผัส | 3.78 | 0.608 | 3.88 | 0.609 | 1.749 | 0.059 |
| รวม | 3.82 | 0.550 | 3.88 | 0.543 | 2.307 | 0.025* |

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้วยค่าสถิติทดสอบกรณีแบบกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระจากกัน (Dependent Samples t-test) พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับสมมติฐานที่ระบุว่า “ความคาดหวังของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการมีความแตกต่างกับการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)” โดยมีระดับการรับรู้ของผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการสูงกว่าระดับความคาดหวังของผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในทุกด้าน

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยมีการอภิปรายผลประเด็นที่น่าสนใจสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้ จากผลการวิจัย คุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

พบว่า ความคาดหวังของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.88) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ผู้โดยสารของสายการบิน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความมั่นใจ รองลงมา ด้านการเอาใจใส่ ส่วนคุณภาพการให้บริการที่มีความคาดหวังน้อยที่สุด มี 3 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง และด้านการสัมผัส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีรัตน์ รัตนพันธ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง การคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ผลการศึกษาพบว่า ระดับความคาดหวังของผู้รับบริการสายการบินไทยแอร์เอเชียในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ส่วนการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.82) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ผู้โดยสารของสายการบิน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มี 2 ด้าน คือ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการเอาใจใส่ รองลงมา คือ ด้านความมั่นใจ ส่วนคุณภาพการให้บริการที่มีการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ ด้านการตอบสนอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณภัทร กันแก้ว (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความ

คาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารกับการบริการสายการบิน: กรณีศึกษาสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าระดับความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับอยู่ในระดับที่มาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวัต วรรณพิน (2554) ได้ศึกษาเรื่อง การประเมินคุณภาพบริการของร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัย ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการสูงสุด และมีระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงสูงสุดเช่นกัน และเมื่อเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพบริการผลที่ได้ คือ ระดับการรับรู้จริงต่อคุณภาพบริการมีค่าเฉลี่ยมากกว่าค่าเฉลี่ยคะแนนของความคาดหวัง จึงสรุปว่าลูกค้ามีความพอใจต่อคุณภาพการบริการของร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัย ระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ การเอาใจใส่ และการสัมผัส มีคะแนนการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินสูงกว่าคะแนนความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน นั่นคือพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีการให้บริการในระดับที่ดี และควรจะรักษามาตรฐานการบริการนี้ต่อไป และเมื่อนำคะแนนความคาดหวังและคะแนนการรับรู้ของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินภายในประเทศมาวิเคราะห์ด้วย

เทคนิค IPA พบว่า คะแนนความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน อยู่ในระดับสูงตกอยู่ใน Quadrant 2 มีความสมดุลระหว่างความคาดหวังของผู้โดยสารกับความสามารถให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสาร แต่ผู้โดยสารให้ความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินแต่ละด้านไม่เท่ากัน กล่าวคือผู้โดยสารให้ความคาดหวังด้านความมั่นใจ ในขณะที่ผู้โดยสารมีการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือกับด้านการเอาใจใส่มากที่สุด สามารถอธิบายได้ว่า คุณภาพการให้บริการพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ทั้ง 5 ด้าน สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้โดยสารได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วราพัฒน์ ธีระภิมยไชย (2555) ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการให้บริการของท่าอากาศยานดอนเมือง ผลการศึกษาพบว่า ด้านความคาดหวังของลูกค้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และลูกค้ามีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวัง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการให้บริการของท่าอากาศยานดอนเมืองมีการให้บริการดูแล การจัดระเบียบในการให้บริการตามลำดับก่อน-หลัง มีการอำนวยความสะดวกสบายในการให้บริการรับฟังความคิดเห็นอีกทั้งยังให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นอย่างมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลธิชา ศรีบำรุง (2557) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความตั้งใจที่จะให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย

สูงสุด รองลงมา คือ ด้านการทำให้ผู้มาใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้มาใช้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือของธนาคาร และด้านลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภลักษณ์ สุริยะ (2556) ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา โรงแรมบูติก กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ความคาดหวังในคุณภาพด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการสูงสุด และมีการรับรู้ในคุณลักษณะคุณภาพการบริการด้านเห็นอกเห็นใจสูงสุด และคุณลักษณะตามหลักคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมบูติกในกรุงเทพมหานครสูงกว่าการรับรู้ในทุกด้าน

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีระดับการรับรู้ของผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมสูงกว่าระดับความคาดหวังของผู้โดยสารต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) นั่นคือ พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีการให้บริการในระดับที่ดี และควรจะรักษามาตรฐานการบริการนี้ต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อินทรีา จันทรัฐ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ ผลการศึกษาพบว่า ลูกคามีความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการบริหารในด้านทัศนคติความมั่นใจ ทัศนคติการตอบสนองที่รวดเร็ว ทัศนคติความเชื่อถือได้ ทัศนคติการเข้าถึงจิตใจลูกค้า

และด้านทัศนคติลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากผลการศึกษาระดับความคาดหวังของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน ที่แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากทั้งหมด ดังนั้น ผู้ประกอบการสายการบินจึงควรรักษาระดับมาตรฐานของการให้บริการอยู่ในระดับปัจจุบันหรือดีกว่าเดิม เพื่อรักษาสมาดุลระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารให้คงอยู่นานที่สุด

2. จากผลการศึกษาระดับการรับรู้ของผู้โดยสารที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ และด้านการสัมผัส ซึ่งจากข้อมูลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารมีการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินในด้าน การเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือ เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมา คือ ด้านความมั่นใจ กล่าวคือ การที่ผู้โดยสารได้รับการดูแลเอาใจใส่และการให้บริการอย่างมืออาชีพจากพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินได้เป็นอย่างดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถทำให้ผู้โดยสารเกิดความประทับใจและพึงพอใจต่อสายการบิน ดังนั้น ผู้ประกอบการสายการบินควรมีการจัดอบรมให้พนักงานในการสร้างความไว้วางใจและการดูแลเอาใจใส่ผู้โดยสารที่ดี เพื่อให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น และทำให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจจากการเข้ามาใช้บริการกับสายการบินสูงสุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาระดับความคาดหวัง และการรับรู้ของผู้โดยสารชาวต่างชาติในการรับบริการจากพนักงานของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

2. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบกับองค์การธุรกิจอื่นๆ ที่ทำธุรกิจให้บริการ

เอกสารอ้างอิง

กรรณภัทร กันแก้ว. 2555. ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารกับการบริการสายการบิน: กรณีศึกษาสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

กาญจนา สุคันธสิริกุล. 2558. การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา. นครราชสีมา: สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

จำนงค์ อติวัฒน์สิทธิ์, และ นายสาคร ธรรมะที. 2555. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

ชลธิชา ศรีบำรุง. 2557. คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ สาขาดอนหัวฬ่อ จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยบูรพา.

ชัชวาล ทัดศิวัช. 2554. ทฤษฎีของคุณภาพการบริการ. สืบค้นเมื่อ 19 กันยายน 2561, จาก http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=4&bookID=1285

ชนพล อินประเสริฐกุล. 2557. ความเข้าใจและการยอมรับต่อความต่างทางวัฒนธรรมของผู้โดยสารที่มีผลต่อขีดความสามารถในการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ภวัต วรรณพิณ. 2554. การประเมินคุณภาพบริการของร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัย. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ภาคท่องเที่ยวปี 59 ดันรายได้ 17% ของจีดีพี. กรุงเทพธุรกิจ. 2560. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2560, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/740824>

มณีรัตน์ รัตนพันธ์. 2558. การคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. รวีวรรณ โปยรุ่งโรจน์. 2551. จิตวิทยาการบริการ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

วราพัฒน์ ธีระภิมย์ไชย. 2555. ความคาดหวังและการรับรู้ของลูกค้าต่อการให้บริการของท่าอากาศยานดอนเมือง. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

วราภรณ์ สุขแสนชนานันท์. 2559. ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการโฮมสเตย์ในเกาะยอ. วารสารการจัดการ, 5(1): 60-73.

- ศุภลักษณ์ สุริยะะ. 2556. แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการของแผนกต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวอาเซียน กรณีศึกษา โรงแรมบูติก กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมิต สัจฉกร. 2556. ศิลปะการให้บริการ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สายธาร.
- สิทธิชัย ศรีเจริญประมง. 2556. แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- อินทิรา จันทร์รัฐ. 2552. ความคาดหวังและการรับรู้จริงต่อคุณภาพการบริการสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศ. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Chu, R. K. S., & Choi, T. 2000. An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Ong Kong hotel industry: A comparison of business and leisure travelers. *Tourism Management*, 21(4): 363-377.
- Cochran, W. G. 1953. *Sampling techniques*. New York: John Wiley & Sons.