

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการของสายการบินไทยสมายล์

Factors Influencing the Service Quality of Thai Smile Airways

วัชรวิวัฒน์ คำเขียว*

Watcharawin Kamkiew*

Received : October 22, 2021 Revised : January 31, 2022 Accepted : February 22, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methods Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ เพื่อศึกษาสภาพปัญหาคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์และเพื่อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นผู้โดยสารของสายการบินไทยสมายล์ จำนวน 400 คน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้แก่ ผู้โดยสารและบุคลากรของสายการบินไทยสมายล์ จำนวน 30 คน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ ซึ่งพบว่า สิ่งที่ต้องได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ การเอาใจใส่ และความปลอดภัย ส่วนสภาพปัญหาคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ พบว่า ที่นั่งไม่มีจอ Personal Television (PTV) Touch Screen เที่ยวบินระหว่างประเทศและภายในประเทศมีจำนวนเที่ยวบินไม่มากนัก ที่นั่งชั้น Smile Plus มีขนาดเล็กและไม่สะดวกสบาย คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มไม่ทัดเทียมกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ แนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าวซึ่งได้แก่ สายการบินไทยสมายล์ควรพิจารณาปรับปรุงที่นั่งให้มีหน้าจอ PTV Touch Screen ควรเพิ่มจุดหมายปลายทางใหม่ ๆ ปรับปรุงที่นั่งชั้น Smile Plus ให้มีขนาดใหญ่ขึ้น เปรียบเทียบคุณภาพการบริการกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ (PG) มีกลยุทธ์การให้บริการใหม่ ๆ รวมถึงมีการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (TQM) และมีมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทั้งภายในสนามบินและบนเครื่องบิน

คำสำคัญ : ปัจจัย คุณภาพบริการ สายการบินไทยสมายล์

* อาจารย์ประจำคณะรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

* Lecture, Faculty of Public Administration, Dhurakij Pundit University

Abstract

This research is a mixed-methods research that aiming to study the factors influencing the service quality of Thai Smile Airways. The research objectives also are to study the condition of the problems and how to suggest to solve the problems of service quality of Thai Smile Airways. The sample in the quantitative research consisted of 400 passengers of Thai Smile Airways and the 30 interviewees are for the qualitative research. Factors influencing the service quality of Thai Smile Airways found that tangibles; reliability; responsiveness; assurance; empathy; safety. The problems of service quality of Thai Smile Airways found that all seats without Personal Television Touch screens, international and domestic flights were limited, Smile Plus seats were not comfortable, and the cuisines and beverages quality was not on par are Bangkok Airways (PG). The solutions to these problems include: all seats should have a PTV Touch Screen, it should have the new destinations, Smile Plus seats should be improved to be larger, should compare the services quality with Bangkok Airways, there always have the new service quality strategies, utilize total quality management (TQM) in the organization and measures prevent the Coronavirus COVID-19 spread at the airports and onboard.

Keywords : factors, service quality, Thai Smile Airways

1. บทนำ

การแข่งขันทางธุรกิจสายการบินในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งสายการบินให้บริการอย่างเต็มรูปแบบ (Full-service airlines) ที่มีอัตราการแข่งขันการให้บริการที่เป็นเลิศทั้งภายในสนามบิน บนเครื่องบิน ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงเส้นทางการบินให้ครอบคลุมไปยังจุดหมายปลายทางทั่วโลกเพื่อให้ผู้โดยสารได้รับความสะดวกสบายตลอดการเดินทาง ดังนั้น สายการบินต่าง ๆ จึงได้มีการตั้งสายการบินลูกเพื่อสนับสนุนให้มีเส้นทางการบินอันหลากหลายเพื่อที่สายการบินจะสามารถบริการผู้โดยสารไปยังจุดหมายปลายทางให้ครอบคลุมเพิ่มมากยิ่งขึ้นเช่นเดียวกับสายการบินไทย (TG) ซึ่งเป็นสายการบินแห่งชาติของประเทศไทยที่ให้บริการผู้โดยสารมานานหลายทศวรรษ Thai Airways (2017; 2018; 2019) ได้จัดตั้งสายการบินไทยสมายล์แอร์เวย์ (WE) ซึ่งเป็นสายการบินลูกที่อยู่ภายในบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยการบินไทยเป็นผู้ถือหุ้นอยู่ 100 เปอร์เซ็นต์ที่เน้นการให้บริการผู้โดยสารในเส้นทางการบินภูมิภาคเอเชีย เอเชียตะวันออกเฉียงใต้และภายในประเทศไทยเป็นหลัก Thai Airways (2013) รายงานว่าสายการบินไทยสมายล์เริ่มทำการบินนับตั้งแต่ พ.ศ.2555 ด้วยเครื่องบินแบบแอร์บัส A320-200 จำนวน 20 ลำจนถึงปัจจุบันโดยเป็นสายการบินที่มีภาพลักษณ์ของความสดใส ทันสมัย (Trendy) ให้บริการด้วยความเป็นมิตร ใส่ใจในรายละเอียด (Friendly) และมีความคุ้มค่า (Worthy) Thai Smile Airways (2021) ก็ได้กล่าวถึงในปัจจุบันมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ซึ่งได้ส่งผลกระทบทำให้สายการบินไทยสมายล์และการบินไทยจึงต้องยกเลิกเที่ยวบินไปเป็นจำนวนมากทั้งเส้นทางการบินภายในประเทศและระหว่างประเทศ เนื่องจากจำนวนผู้โดยสารลดลงเป็นจำนวนมาก นอกจากนั้นสายการบินไทยสมายล์ก็ยังประสบปัญหาในการบริหารและการบริการผู้โดยสารจึงทำให้ประสิทธิภาพในการบริการและศักยภาพในการแข่งขันลดลง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วัชรวิทย์ คำเชื้อ (2015) ได้ศึกษาสายการบินไทยสมายล์ซึ่งก็พบว่า ตำแหน่งทางการตลาดของสายการบินไทยสมายล์

ยังไม่ชัดเจนสำหรับการเปิดตัวครั้งแรก สอดคล้องกับงานวิจัยของ Meesangprol และ Keodsamod (2018) ได้ศึกษาสายการบินไทยสมายล์ซึ่งก็พบว่า ผู้โดยสารของสายการบินไทยสมายล์มีความพึงพอใจการบริการอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้นเนื่องจากเครื่องบินของสายการบินไทยสมายล์มีขนาดค่อนข้างเล็กจึงทำให้ผู้โดยสารรู้สึกไม่ค่อยสะดวกสบายในการเดินทาง จำนวนเที่ยวบินและตารางการบินไม่ตรงกับความต้องการของผู้โดยสาร ช่องทางการซื้อตั๋วโดยสารมีขั้นตอนมาก ซึ่งถ้าหากพิจารณาตำแหน่งทางการตลาดของสายการบินไทยสมายล์จะพบว่า มีตำแหน่งทางการตลาดซึ่งใกล้เคียงกันกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ (PG) มากซึ่งเป็นสายการบินที่มีเส้นทางการบินภายในภูมิภาคเอเชียและอาเซียนเป็นหลักอันมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพบริการมาโดยตลอด Skytrax (2021) ได้ประกาศว่าสายการบินบางกอกแอร์เวย์ได้รับรางวัลสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลก (World's Best Regional Airlines) และสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในเอเชีย (Best Regional Airlines in Asia) จากการจัดอันดับของ Skytrax ติดต่อกันนับตั้งแต่ปี.ศ. 2016-2019 และ 2021 จากการโหวตของผู้โดยสารทั่วโลก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Siriborwonpitak และ Pathumporn (2014) พบว่าสายการบินไทยสมายล์และสายการบินบางกอกแอร์เวย์นั้น มีความแตกต่างกันในการให้บริการโดยสายการบินไทยสมายล์จะให้บริการห้องรับรองสนามบิน (Lounges) ของผู้โดยสารชั้นธุรกิจหรือชั้นสมายล์พลัสเท่านั้น แต่ในขณะที่สายการบินบางกอกแอร์เวย์ ผู้โดยสารทุกคนสามารถเข้าไปใช้บริการยังห้องรับรองสนามบินที่ให้บริการทั้งผู้โดยสารชั้นประหยัดและชั้นธุรกิจด้วย นอกจากนั้นลูกค้ายังต้องทำให้สายการบินไทยสมายล์ปรับปรุงคุณภาพของขบวนที่เสิร์ฟบนเครื่องบินพร้อมทั้งจัดเตรียมห้องรับรองสำหรับลูกค้าภายในสนามบินต่าง ๆ เหมือนกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์อีกด้วย ประกอบกับการวิจัยของ ชนกวร กลิ่นโสมณ (2016) ก็ยังพบว่า สายการบินไทยสมายล์ไม่มีเส้นทางการบินที่หลากหลายและยังความถี่ของเที่ยวบินไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ การวางแผนทางยังจัดอยู่ระดับกลางซึ่งผู้โดยสารมักจะเปรียบเทียบคุณภาพการบริการกับสายการบินต้นทุนต่ำ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ช่องทางน้อยเกินไปและราคาตั๋วโดยสารยังสูงกว่าสายการบินคู่แข่งอีกด้วยซึ่งส่งผลทำให้ประสบปัญหาการขาดทุน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กิตติ กิ่งไทร และ กฤษณา ไวก้าว (2560) ได้รายงานว่าสายการบินไทยสมายล์ประสบปัญหาการขาดทุนมาโดยตลอดนับตั้งแต่เริ่มทำการบินในปี.ศ.2555

นอกจากนั้นสายการบินไทยสมายล์ก็ยังไม่สามารถได้รับการจัดอันดับให้เป็นสายการบินในระดับ 5 ดาว และจัดอันดับให้เป็นสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกและสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในเอเชียจากการจัดอันดับของ Skytrax โดยที่ Skytrax (2021) และ Kamkiew (2021) ได้กล่าวถึงสายการบินในระดับ 5 ดาวซึ่งมีจำนวนทั้งหมดเพียงแค่ 11 สายการบินเท่านั้นซึ่งสายการบินไทยสมายล์ก็มีเป้าหมายในให้บริการแก่ผู้โดยสารด้วยความเป็นเลิศและผู้โดยสารเกิดความประทับใจในการบริการและกลับมาใช้บริการอีก รวมถึงต้องการได้รับรางวัลสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในเอเชีย สายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลก และการจัดให้เป็นสายการบินในระดับ 5 ดาวจากการจัดอันดับของ Skytrax ดังนั้นจากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ขึ้น

1.1 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1.1.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

2.1 แนวคิดคุณภาพบริการ (Service Quality)

คุณภาพการบริการของสายการบินจึงมีความสำคัญมากต่อสายการบินทั้งในการสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นให้กับผู้โดยสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งสายการบินที่ให้บริการอย่างเต็มรูปแบบที่ให้บริการแก่ผู้โดยสารทั้งใน

เที่ยวบินภายในประเทศ (Domestic Flights) และเที่ยวบินระหว่างประเทศ (International Flights) ซึ่งจะต้องมีการบริการอันเป็นเลิศให้เหนือกว่าคู่แข่งด้วยกันเพื่อให้ผู้โดยสารประทับใจในการบริการของสายการบินถ้าหากจะศึกษาแนวคิดในคุณภาพบริการ (Service Quality) ก็จะได้เห็นว่าแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1985) ได้กล่าวถึงความสำเร็จในการบริการนั้นผู้ให้บริการจะต้องมีทั้งมารยาท มีความสุภาพและอ่อนโยน (Courtesy) ในการต้อนรับลูกค้ารวมถึงมีบุคลิกภาพที่ดีด้วย ดังนั้น Parasuraman, Berry และ Zeithaml (1988), Parasuraman, Berry และ Zeithaml (1990) และ Parasuraman และ Berry (1991) จึงได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) จึงพบว่าประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ 1. สิ่งจับต้องได้ (Tangibles) 2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 3. การตอบสนอง (Responsiveness) 4. การรับประกัน (Assurance) และ 5. ความเอาใจใส่ (Empathy) ว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการประเมินคุณภาพการบริการจากลูกค้าที่ได้ใช้บริการองค์กรโดยมีรายละเอียดดังนี้ 1. สิ่งจับต้องได้ คือ ลักษณะทางกายภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ บุคลากร และการสื่อสาร 2. ความน่าเชื่อถือ คือ ความสามารถในการให้บริการตามสัญญาที่ให้ไว้เชื่อถือได้และมีความถูกต้องแก่ลูกค้า 3. การตอบสนอง คือ ความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการอย่างรวดเร็ว 4. การรับประกัน คือ ความรู้ ความสุภาพของพนักงานและความสามารถในการบริการจนกระทั่งลูกค้าไว้วางใจและมีความเชื่อมั่นในบริการ 5. การเอาใจใส่ซึ่งก็เป็นการให้การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล ซึ่งในธุรกิจบริการหรือสายการบินคุณภาพการบริการจึงถือได้ว่าเป็นหนึ่งในหัวใจที่สำคัญของความสำเร็จในธุรกิจอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ Thai Airways (2019) ซึ่งได้ตั้งเป้าหมายให้สายการบินไทยสมายล์เป็นองค์กรที่มีความแข็งแกร่งและยั่งยืน สร้างผลกำไรสูงสุด (Strong and Sustainable Growth with High Profitability) มุ่งเน้นลูกค้า (Customer Oriented) มีขีดความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) และคล่องตัวสูง (Dynamic) สอดคล้องกับการศึกษาของ Sandada และ Matibiri (2016) ได้เสนอแนะเอาไว้ว่าลูกเรือของสายการบินในแอฟริกาใต้และพนักงานทุกคนที่ทำงานในทุกจุดสัมผัสบริการให้กับลูกค้าจึงควรได้รับการฝึกอบรมพิเศษเป็นประจำและมีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้แน่ใจว่าจะสามารถส่งมอบคุณภาพการบริการที่โดดเด่นให้กับลูกค้า นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการวิจัยของ Chilembwe (2014) ซึ่งพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า และพฤติกรรมของผู้โดยสารส่งผลต่อสายการบิน ดังนั้น สายการบินจึงควรปรับปรุงคุณภาพบริการให้ลูกค้ามีความน่าเชื่อถือ เกิดความมั่นใจ จับต้องได้ การเอาใจใส่ลูกค้า และการตอบสนองที่รวดเร็วเพื่อแข่งขันในธุรกิจสายการบิน อีกทั้งจากการศึกษาของ Khuong และ Uyen (2014) ได้ทำการสำรวจการประเมินตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของสายการบิน Vietnam Airlines (VN) ซึ่งก็พบว่า การบริการของพนักงาน ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การตรงต่อเวลาในการทำการบิน การบริการภาคพื้น บริการสัมภาระที่สนามบิน ภาพลักษณ์และคุณภาพการบริการส่งผลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินเวียดนามแอร์ไลน์ที่มอบให้กับผู้โดยสาร และสอดคล้องกับการศึกษาของ Kamkiew (2021) ซึ่งก็พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยในเที่ยวบินระหว่างประเทศ ได้แก่ สิ่งจับต้องได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้โดยสารอย่างรวดเร็ว ความมั่นใจในการบริการ การเอาใจใส่ผู้โดยสาร เทคโนโลยีและนวัตกรรมอันทันสมัย มาตรฐานความปลอดภัยของการบินไทยตามมาตรฐานขององค์กรระหว่างประเทศและองค์กรทางการบินภายในประเทศไทย พันธมิตรสายการบินสตาร์อัลไลแอนซ์ รวมถึงการบินไทยมีกลยุทธ์คุณภาพการบริการใหม่ ๆ เช่น เมนูอาหาร เครื่องดื่มใหม่ ห้องรับรอง ระบบความบันเทิงบนเครื่องบินและการยึดหลักบรรษัทภิบาลในการบริหารภายในของการบินไทยเนื่องจากเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอีกด้วย

2.2 แนวคิดความปลอดภัยของสายการบิน (Airlines Safety)

นอกจากนั้นผู้วิจัยยังได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสายการบินทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศซึ่งจะพบว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพบริการของทุกสายการบิน ๆ จะต้องปฏิบัติตามนั้นก็คือกฎระเบียบ ข้อบังคับทางด้านความปลอดภัย (Safety) ทางการบินขององค์การทางการบินระหว่างประเทศที่จะบังคับหรือเข้มงวดให้ทุกสายการบินพาณิชย์จะต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ประกอบกับสายการบินที่มีสัญชาติไทยหรือสายการบินต่างชาติที่จะทำการบินเข้ามารับ-ส่งผู้โดยสารมายังประเทศไทยหรืออาจจะขอทำการบินผ่านน่านฟ้าของประเทศไทยเพื่อไปยังจุดหมายปลายทางต่าง ๆ ก็จะต้องปฏิบัติตามหรือขออนุญาตจากสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (Civil Aviation Authority of Thailand : CAAT) ซึ่งจะทำให้การตรวจสอบหรืออนุญาตให้สายการบินสามารถทำการบินผ่านน่านฟ้าของประเทศไทยและทำการบินขึ้น-ลงสนามบินต่าง ๆ ของประเทศไทยให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลซึ่งองค์การด้านความปลอดภัยทางการบินต่าง ๆ ทั่วโลกจะปฏิบัติงานประสานซึ่งกันและกันไปทั่วโลก ดังนั้น ความปลอดภัยของสายการบินจึงถือได้ว่ามีความสำคัญต่อสายการบินมากที่สุดที่ต้องคำนึงถึงชีวิตของผู้โดยสาร นักบิน ลูกเรือและประชาชนบนภาคพื้นถ้าหากเครื่องบินประสบอุบัติเหตุก็จะเกิดความสูญเสียอย่างรุนแรง

ความปลอดภัย (Safety) ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อสายการบินเป็นอย่างมากในการรับประกันให้กับลูกค้าหรือผู้โดยสารให้สามารถรับรู้สายการบินนั้น ๆ ได้ปฏิบัติตามกฎทางการบินว่าจะมีอันตรายหรือไม่อย่างไรและได้มีการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยทางการบินจากองค์การทั้งในประเทศไทยหรือต่างประเทศเพื่อใช้ประกอบในการเลือกใช้บริการสายการบินซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Emmanuel (2019) ได้ทำการศึกษายสายการบิน Virgin Atlantic Airlines, British Airways และ Med-view Airlines ก็พบว่า คุณภาพการบริการที่สำคัญที่สุดของสายการบินนั้นก็คือ ความปลอดภัย (Safety) และมาตรการรักษาความปลอดภัยของสายการบิน การมีภาพลักษณ์ที่น่าดึงดูดใจสำหรับลูกค้า ทัศนคติของพนักงาน เครื่องแต่งกายของบุคลากร ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน พฤติกรรมของพนักงานที่ทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ การมีเครือข่ายทางการบินเพื่อให้มีคุณภาพการบริการที่ดีและพนักงานมีทักษะในการสื่อสารที่ดีอีกด้วย และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กนกพร สุดประไพ (2560) ได้ศึกษาโมเดลคุณภาพการบริการและประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจของสายการบินไทยซึ่งได้แก่ มาตรฐานความปลอดภัย การตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร ลักษณะทางกายภาพ มารยาทของพนักงานต้อนรับ ความสะอาดของสายการบินในการเข้าถึงการบริการและมีทักษะในการสื่อสารที่ดีกับลูกค้า

2.3 แนวคิดสายการบินระดับ 5 ดาว (A 5-star airline)

สายการบินที่จะได้รับการยอมรับในคุณภาพมาตรฐานในด้านการบริการระดับสากลนั้นซึ่งองค์กรที่จัดอันดับสายการบินที่มีคุณภาพการบริการและชื่อเสียงที่สุดในโลกซึ่งตั้งอยู่ในประเทศอังกฤษ Skytrax (2021) จึงได้ทำการจัดอันดับสายการบิน Skytrax Star Ratings อันเป็นที่ยอมรับมากที่สุดในการวัดมาตรฐานคุณภาพการบริการในระดับสากลของสายการบินทั่วโลกซึ่ง Skytrax Organization มีการวัดคุณภาพการบริการของสายการบินนับตั้งแต่สายการบินระดับ 1 ดาวไปจนถึงสายการบินในระดับ 5 ดาวเช่นเดียวกับการวัดระดับของโรงแรม การจัดอันดับนี้ได้พิจารณาจากการประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการที่มีมาตรฐานอยู่ในระดับสูงสำหรับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ บนเครื่องบินและภายในสนามบินซึ่งสายการบินในระดับ 5 ดาวที่จัดโดย Skytrax จึงเป็นสายการบินที่มีผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีคุณภาพสูง บริการดีเยี่ยม มีความสะอาด การบริการสม่ำเสมอและมีความปลอดภัยสูงจึงทำให้สายการบินระดับ 5 ดาวได้รับความนิยมอย่างมากของลูกค้าที่จะได้รับประสบการณ์ที่ดีเมื่อใช้บริการบินไปกับสายการบินระดับ 5 ดาว ซึ่งการจัดอันดับสายการบินโดย Skytrax นี้ยังเป็นยอมรับหรือรับรองสายการบินระดับโลกโดยการวิเคราะห์มาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการอันเป็นเลิศโดยมีรายละเอียดดังนี้

2.3.1 สายการบินระดับ 1 ดาว

สายการบินมีคุณภาพผลิตภัณฑ์ไม่ดี มาตรฐานการบริการของสนามบินและภาคพื้นดินไม่ดีหรือไม่สอดคล้องกัน และการประเมินการบริการบนเครื่องบินก็ไม่ค่อยดีนัก

2.3.2 สายการบินระดับ 2 ดาว

สายการบินมีประสิทธิภาพคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยรวมต่ำกว่าค่าเฉลี่ยดังนั้น การให้คะแนนสายการบินระดับ 2 ดาวจึงมีผลิตภัณฑ์หรือบริการคุณภาพที่ค่อนข้างต่ำทั้งในส่วนของสนามบิน ภาคพื้นและสภาพแวดล้อมบนเครื่องบินไม่สอดคล้องกันหรือมีคุณภาพค่อนข้างต่ำ

2.3.3 สายการบินระดับ 3 ดาว

สายการบินที่มีคุณภาพเพียงพอเมื่อเทียบกับมาตรฐานสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการอันเป็นที่ยอมรับโดยเฉลี่ย สายการบินระดับ 3 ดาวจะมีคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่น่าพอใจในห้องโดยสารแต่ต่ำกว่าสายการบินในระดับ 4 ดาวเนื่องจากความไม่สอดคล้องกันระหว่างผลิตภัณฑ์และบริการภาคพื้นทีสนามบินรวมถึงสภาพแวดล้อมบนเครื่องบินในเวลาทำการบิน

2.3.4 สายการบินระดับ 4 ดาว

สายการบินระดับ 4 ดาวเป็นการรับประกันคุณภาพของสายการบินที่ให้บริการด้วยสภาพแวดล้อมที่ดีสายการบินยังมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ดีทั้งภายในห้องผู้โดยสารและพนักงานบริการที่ดีทั้งบนเครื่องบินและภายในสนามบินอีกด้วย

2.3.5 สายการบินระดับ 5 ดาว

สายการบินที่มีคุณภาพโดยรวมสูงมากด้วยมาตรฐานระดับสูงสุดทั้งในส่วนของการบริการภายในสนามบินและผลิตภัณฑ์บนเครื่องบิน นอกจากนี้ยังมีความสม่ำเสมอและการบริการของพนักงานที่ยอดเยี่ยมในสนามบินและสภาพแวดล้อมภายในห้องผู้โดยสารอีกด้วยจึงทำให้ผู้โดยสารมีความพึงพอใจสูงมาก

2.4 แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

สายการบินต่าง ๆ ทั่วโลกมีเป้าหมายในการทำให้ลูกค้าหรือผู้โดยสารพึงพอใจในการบริการของสายการบิน ซึ่งจะสามารถทำให้สายการบินมีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นและจงรักภักดีต่อสายการบินดังนั้นถ้าหากลูกค้ามีปัญหาหรือไม่ได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางสายการบินจะมีการแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างรวดเร็ว Althaqafi, Bashammakh, Albarmawi และ Khan (2019) ได้ศึกษาสายการบินชาอุดีอาระเบียซึ่งก็พบว่าผู้โดยสารในประเทศและระหว่างประเทศของสายการบินชาอุดีอาระเบียไม่พึงพอใจกับการบริการของสายการบินประกอบไปด้วย การจัดการสัมภาระ การปฏิบัติต่อผู้โดยสารที่สนามบินในกรณีที่ไม่ว่างใจการบริการ คุณภาพของอาหาร และระบบความบันเทิงบนเครื่องบิน จากการศึกษาของ Ahmed et al. (2020) ได้ศึกษาความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าและการจัดการกับข้อร้องเรียนของสายการบินซึ่งก็พบว่าการแก้ไขข้อร้องเรียนโดยทันทีและการตอบสนองต่อข้อร้องเรียนของสายการบินมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าสายการบินในเที่ยวบินระหว่างประเทศ นอกจากนั้นจากการศึกษาของ SimSek และ Demirbag (2017) ก็ยังพบว่าคุณภาพบริการของสายการบินในประเทศตุรกีซึ่งผู้โดยสารที่บินโดยสายการบินแห่งชาติของตุรกีนั้นภาพลักษณ์เป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจกับสายการบินเช่นเดียวกันกับ Jahmani (2017) ได้ศึกษาผลกระทบของคุณภาพการบริการของสายการบิน Royal Jordanian ที่มีต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร ก็ยังพบว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความเอาใจใส่ ความมั่นใจ และสิ่งที่จับต้องได้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบิน Royal Jordanian สูงมาก เช่นเดียวกันกับ ภัทรพร จิรมหาโชค (2563) ได้ศึกษาสายการบินไทยสมายล์

โดยได้ให้ข้อเสนอแนะสายการบินไทยสมายล์เอาไว้ว่าสายการบินไทยสมายล์ควรใช้กลยุทธ์แบบผสมผสานในการประกอบธุรกิจด้วยกลยุทธ์ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost-Leadership Strategy) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการ (Differentiation Strategy) และกลยุทธ์การมุ่งจุดสนใจเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy) ซึ่งจะช่วยให้สายการบินไทยสมายล์สามารถออกแบบสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอีกทั้งยังจะช่วยให้สามารถพัฒนาและเจริญเติบโตอยู่อย่างต่อเนื่องจนสามารถบรรลุเป้าหมายในการสร้างกำไรอย่างยั่งยืนและมีความเป็นเลิศในด้านการบริการอีกด้วย

2.5 แนวคิดรางวัลสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลก (World's Best Regional Airlines) และสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในเอเชีย (Best Regional Airlines in Asia)

รางวัลสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกและรางวัลสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในเอเชียถือได้ว่าเป็นรางวัลอันทรงเกียรติที่จะสามารถทำให้ผู้โดยสารของสายการบินภายในภูมิภาคต่าง ๆ ในทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกา แอฟริกาและออสเตรเลียได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพด้วยมาตรฐานสายการบินในระดับโลกซึ่งผู้โดยสารหรือลูกค้าจะตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่คิดว่าดีที่สุดด้วยตนเองในการโหวต (Passenger's Choice) สายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกหรือดีที่สุดในทวีปโดยใช้ประสบการณ์ในการเคยใช้บริการสายการบินต่าง ๆ โดยพิจารณาถึงคุณภาพการบริการต่าง ๆ Skytrax (2021) และ Bangkok Airways (2021) ดังต่อไปนี้

2.5.1. การบริการภายในห้องผู้โดยสารบนเครื่องบิน (Cabin Service) ได้แก่ ความช่วยเหลือในการขึ้นเครื่อง ความเป็นมิตรในการบริการ การต้อนรับของพนักงาน ความใส่ใจในการบริการที่มีประสิทธิภาพ ทักษะทางภาษาของพนักงานในการสื่อสารกับผู้โดยสาร ประสิทธิภาพในการเสิร์ฟอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องโดยสาร การประกาศของพนักงานต้อนรับ การแจ้งข้อมูลต่าง ๆ ภายในห้องผู้โดยสาร การประกาศให้ผู้โดยสารได้รับทราบถึงข้อมูลการเดินทางของนักบิน การช่วยเหลือผู้โดยสารเมื่อประสบปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนทักษะในการแก้ไขปัญหาทัศนคติที่ดีของพนักงาน ความสม่ำเสมอในการให้บริการ และการดูแลผู้โดยสารของพนักงานอย่างทั่วถึง

2.5.2. การบริการบนภาคพื้น (Ground/Airport) ผู้โดยสารจะพิจารณาถึงเว็บไซต์ของสายการบิน นับตั้งแต่ขั้นตอนในการจองตั๋วโดยสารออนไลน์ ระบบเช็คอินออนไลน์ นโยบายเกี่ยวกับการจำกัดน้ำหนักสัมภาระและการถือสัมภาระขึ้นเครื่อง ราคาตั๋วเครื่องบิน ระบบการเช็คอินภายในสนามบิน ระยะเวลาในการรอเช็คอิน มาตรฐานการบริการเช็คอินด้วยตนเองภายในสนามบิน ขั้นตอนก่อนขึ้นเครื่อง ประสิทธิภาพการบริการในการขึ้นเครื่องของพนักงานภายในสนามบิน ความเป็นกันเองของพนักงาน ณ สนามบิน ห้องรับรองของสายการบิน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ผลិតภัณฑ์ภายในห้องรับรองของสายการบิน ความรวดเร็วในการบริการของพนักงานภายในห้องรับรองของสายการบิน การต้อนรับของพนักงาน บริการรับส่งผู้โดยสารทั้งขาเข้าและการจัดส่งสัมภาระตกค้างไปยังผู้โดยสาร

2.5.3. ผลิตภัณฑ์บนเครื่อง (Onboard Product) ก็จะมีตัวชี้วัดทั้งในด้านความสะดวกสบายของที่นั่ง ความสะดวกภายในห้องโดยสาร ความสะดวกของห้องน้ำและการปรับแสงสว่างภายในห้องผู้โดยสาร บรรยากาศอุณหภูมิของห้องโดยสาร ความสะดวกสบายและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในห้องโดยสาร นิตยสารของสายการบิน หน้าจอและอินเทอร์เน็ต In-Flight Entertainment (IFE) Wi-Fi ในห้องโดยสารและการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็ว คุณภาพของอาหาร ปริมาณอาหารและการเลือกเมนูอาหารหรือเครื่องดื่มบนเครื่องที่มีความหลากหลาย

สายการบินบางกอกแอร์เวย์ซึ่งเป็นสายการบินเอกชนของประเทศไทยนับตั้งแต่ปีค.ศ. 2016-2021 (ปี 2020 Skytrax ยกเลิกการประกาศรางวัลสายการบินยอดเยี่ยมเนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19) ก็ได้รับเลือกให้เป็นสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกและสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในเอเชียอย่างต่อเนื่องจาก Skytrax ด้วยการบริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐานและมีเอกลักษณ์ที่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่งอันโดดเด่นซึ่งจะมี

กลยุทธ์การบริการที่แตกต่างไม่เหมือนกับสายการบินไทยสมายล์ Skytrax (2021) ได้กล่าวถึงสายการบินบางกอกแอร์เวย์เอาไว้ว่า เป็นสายการบินให้บริการอย่างเต็มรูปแบบที่มีคุณภาพบริการเนื่องจากสายการบินบางกอกแอร์เวย์มีการบริการห้องรับรอง (Lounges) ภายในสนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินเชียงใหม่ สนามบินภูเก็ต สนามบินสมุย สนามบินสุโขทัย สนามบินตราด และสนามบินอื่น ๆ ให้กับผู้โดยสารชั้นประหยัด (Economy class) และชั้นธุรกิจ (Business class) ที่มีความโดดเด่นทั้งในด้านการบริการอาหารว่าง ขนมหวานและเครื่องดื่มต่าง ๆ ภายในห้องรับรอง และการบริการบนเครื่องบินที่ดี ดังนั้นสายการบินบางกอกแอร์เวย์ จึงได้รับรางวัลสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกและสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในเอเชียจาก Skytrax โดยการโหวตจากผู้โดยสารทั่วโลกที่เคยใช้บริการสายการบินบางกอกแอร์เวย์และสายการบินอื่น ๆ ทั่วโลกที่มีตำแหน่งทางการตลาดเป็นสายการบินภูมิภาคในทวีปเอเชีย ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลียและแอฟริกาโดยทำการเปรียบเทียบคุณภาพบริการที่ผู้โดยสารได้รับจากสายการบินต่าง ๆ ว่าสายการบินไหนให้บริการได้ดีที่สุดทั้งบนภาคพื้น บนเครื่องบินและมีผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ดีเลิศ

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Kamkiew (2021) ทำการวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพบริการในเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินไทย (TG) ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการในเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินไทยประกอบด้วย ปัจจัยหลักในด้านสิ่งที่จับต้องได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความเชื่อมั่น ด้านการเอาใจใส่ ด้านความปลอดภัย ด้านพันธมิตรสายการบินสมาชิกสตาร์อัลไลแอนซ์ซึ่งเป็นพันธมิตรสายการบินที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกด้วยจำนวนสมาชิกมากถึง 26 สายการบิน ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ด้านกลยุทธ์คุณภาพการบริการใหม่ ๆ และด้านการยึดหลักบรรษัทภิบาลในการบริหารภายในองค์กรอีกด้วย

Meesangprol และ Keodsamod (2018) ได้ศึกษาสายการบินไทยสมายล์ซึ่งก็พบว่าสายการบินไทยสมายล์ในด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งควรปรับปรุงทั้งในเรื่องขนาดของเครื่องบิน ปรับเปลี่ยนที่นั่งให้สะดวกสบายหรือมีขนาดใหญ่ขึ้น ควรเพิ่มหมอนอิง อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ส่วนช่องทางจัดจำหน่ายควรมีอุปกรณ์สื่อสารที่สะดวกและรวดเร็ว มีเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการจองตั๋วโดยสารและระบบเช็คอินที่ทันสมัย

Kasuwar และ Gambo (2016) ได้ทำการวิจัยคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้โดยสารทางอากาศภายในประเทศไนจีเรียซึ่งก็พบว่าบริการบนเครื่องบิน ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และการจัดการสัมภาระมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างกระบวนการเช็คอินและความพึงพอใจของลูกค้าของสายการบินในประเทศไนจีเรีย

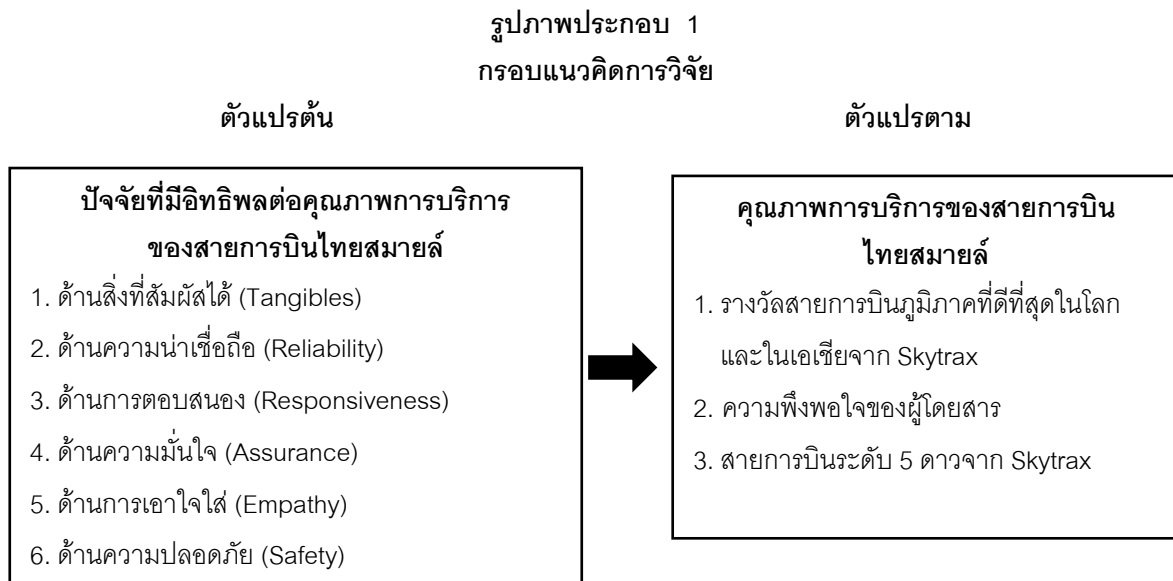
Akpyomare, Adeosun และ Ganiyu (2016) ได้ศึกษาคุณภาพบริการของสายการบินตามมุมมองของผู้โดยสารพบว่า คุณภาพการบริการในด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน การปรับปรุงคุณภาพบริการ พนักงานและสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีของลูกค้าหรือผู้โดยสารของสายการบิน

สุทธา สรรพพิชญพานิชย์ และ สุรพิชญ พรหมสิทธิ (2557) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพการบริการในชั้นธุรกิจของสายการบินชั้นนำระหว่างประเทศที่ให้บริการสู่ประเทศไทยซึ่งค้นพบว่ากลยุทธ์ AIRSERVE ซึ่งมีอยู่ทั้งหมด 8 ด้าน ประกอบด้วย A = Global Air Network สายการบินมีเครือข่ายการบินที่ครอบคลุมทั่วโลก I = Premium In-flight Products มีผลิตภัณฑ์การบริการบนเครื่องบินชั้นเยี่ยม R = Reliable High Safety Standard ผู้โดยสารมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยที่มีมาตรฐานสูง S = Superior Service Promises มาตรฐานการบริการที่เป็นเลิศ E = Exclusive Personal Touch การให้บริการเฉพาะบุคคล R = Effective Recovery Guarantee การรับประกันข้อผิดพลาดที่มีประสิทธิภาพ V = Valuable Privileges and Benefits สิทธิประโยชน์ในการบริการที่มีความคุ้มค่า

E= Express Connectivity ความสะดวกรวดเร็วในการเชื่อมต่อเที่ยวบิน ซึ่งสายการบินชั้นนำสามารถนำกลยุทธ์นี้ไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพ การบริการให้สอดคล้องต่อความต้องการของผู้โดยสารและดึงดูดผู้โดยสารให้มาใช้บริการ นอกจากนั้น ยังจะเป็นการเตรียมความพร้อมในการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันระหว่างสายการบินชั้นนำ ทั้งนี้การนำกลยุทธ์ไปใช้ให้ประสบความสำเร็จของสายการบินนั้นก็จะต้องแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัว ความพร้อมขององค์กร การบริหารจัดการและสถานการณ์ของแต่ละสายการบินเพื่อสนองตอบต่อพฤติกรรมในการเดินทาง และความต้องการในการเดินทางของผู้โดยสารที่มีความต้องการเดินทางที่สะดวกสบาย รวดเร็ว ปลอดภัย ประหยัด คุ่มค่า ครอบคลุม ครบวงจร รู้ใจ มั่นใจและมีระดับซึ่งคุณภาพการบริการของสายการบินสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้โดยสารมีความพึงพอใจต่อสายการบิน มีความจงรักภักดีและกลับมาใช้บริการอีกในเที่ยวบินต่อ ๆ ไป

2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม (Literature Review) ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการและการกำหนดวัตถุประสงค์ข้างต้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดสำหรับงานวิจัยดังในรูปภาพประกอบ 1 ดังนี้



2.9 สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ ซึ่งได้แก่ สิ่งสัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ การเอาใจใส่ และความปลอดภัย

3. วิธีการศึกษาวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ซึ่งเป็นงานวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methods) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methods) ผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการวิเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณแล้วสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณด้วยงานวิจัยเชิงคุณภาพและทำการตีความผลการศึกษา (Creswell, 2014) ในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์

3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณได้แก่ ผู้โดยสารภายในประเทศและผู้โดยสารระหว่างประเทศของสายการบินไทยสมายล์ในปีพ.ศ. 2563 สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (2563) ได้รายงานจำนวนผู้โดยสารของสายการบินไทยสมายล์เอาไว้ว่ามีจำนวนทั้งสิ้น 4,423,720 คน จึงทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างของสายการบินไทยสมายล์ จำนวน 400 คนโดยการเปิดตารางเลขสุ่มตามแนวคิดของยามาเน่ (Yamane, 1973) ซึ่งวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็นผู้โดยสารของสายการบินไทยสมายล์ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิด้วยระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และก็ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างคิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือนมิถุนายน - กรกฎาคม พ.ศ. 2564

3.2 เกณฑ์การคัดเข้า (Inclusion Criteria)

ผู้โดยสารที่ทำการบินไปกับสายการบินไทยสมายล์ในเที่ยวบินภายในประเทศและระหว่างประเทศที่สามารถให้ข้อมูลและมีเวลาสำหรับการตอบแบบสอบถามและให้ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกได้อย่างถูกต้องครบถ้วนและมีความชัดเจนสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ

3.3 เกณฑ์การคัดออก (Exclusion Criteria)

ผู้โดยสารของสายการบินไทยสมายล์ในเที่ยวบินภายในประเทศและระหว่างประเทศที่ไม่สามารถให้ข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ได้และไม่มีเวลาเพียงพอสำหรับการตอบแบบสอบถามหรือปฏิเสธการให้ข้อมูลกับผู้วิจัย

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close Ended Questions) และปลายเปิด (Open Ended Question) ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ตอนที่ 2 ข้อมูลแบบสอบถามในการวัดระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ ตอนที่ 3 ระดับคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ และตอนที่ 4 แบบสอบถามแบบปลายเปิดเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ ซึ่งแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำเอาไปเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่านเพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริงเพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องหรือ IOC (Index of Item-Objective Congruence) ซึ่งได้ค่า IOC สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้มีค่าเท่ากับ 1.00

3.5 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

แบบสอบถามเชิงปริมาณประกอบไปด้วยเนื้อหาอยู่ 4 ส่วน ได้แก่ (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์จำนวน 60 ข้อคำถามซึ่งปรับปรุงมาจากแบบวัดปัจจัยคุณภาพการบริการของ Parasuraman, Berry และ Zeithaml (1988); Parasuraman, Berry และ Zeithaml (1990) และ Parasuraman และ Berry (1991) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยคุณภาพการบริการ (SERVQUAL Model) ได้แก่ ปัจจัย (2.1) สิ่งที่ต้องได้ (2.2) ความน่าเชื่อถือ (2.3) การตอบสนอง (2.4) การรับประกัน (2.5) ความการเอาใจใส่ และ (2.6) มาตรฐานความปลอดภัยของสายการบินพาณิชย์ตามแนวคิดของ European Aviation Safety Agency: EASA (2020), Federal Aviation Administration (2020), International Air Transport Association (2020), International Civil Aviation Organization (2020) และ The Civil Aviation Authority of Thailand: CAAT (2019) (3) คุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ มีจำนวน 15 ข้อคำถามตามตัวชี้วัดคุณภาพบริการของสายการบินของ Skytrax (2020) ได้แก่ (3.1) รางวัลสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกและในเอเชีย (3.2) สายการบิน

ระดับ 5 ดาว และ (4) ความพึงพอใจของผู้โดยสารตามแนวคิดของ Thai Airways (2019) ที่ได้มุ่งเน้นให้ผู้โดยสารของสายการบินไทยสมายล์มีความพึงพอใจในการบริการซึ่งข้อคำถามเป็นลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Likert scale) 5 ระดับ (5) ข้อคำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นและสามารถให้เสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ได้

3.6 ค่าความเชื่อมั่นและเที่ยงตรง

แบบสอบถามเมื่อผ่านผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่านทำการตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้วเพื่อความถูกต้องสมบูรณ์ก่อนที่จะนำไปแจกกับผู้โดยสารของสายการบินไทยสมายล์จริงซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้นำเอาไปทดลองแจกกับผู้โดยสารของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อทำการทดสอบความถูกต้องเที่ยงตรงของเครื่องมือจำนวน 30 ชุดเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการของ Cronbach's Alpha Coefficient ซึ่งแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .976 ของข้อคำถามทั้งหมดและหากพิจารณาเป็นรายข้อคำถามทั้งหมดซึ่งทุกข้อก็มีค่าความเชื่อมั่นเกิน 0.70 ทุก ๆ ข้อคำถามซึ่งผู้วิจัยได้ยึดตามแนวคิดของ กัลยา วาณิชย์ปัญญา (2550) และ Nunnally (1978) ได้กำหนดค่า Cronbach's Alpha Coefficient เอาไว้ว่าควรจะมากกว่า 0.70 ขึ้นไปถึงจะใช้ได้เมื่อข้อคำถามผ่านตามเงื่อนไขที่กำหนดในด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้วผู้วิจัยจึงได้นำเอาไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณจริงต่อไป

3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.7.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.7.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ได้แก่ Multiple Regression Analysis

3.8 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

เมื่อผู้วิจัยได้ผลการวิจัยเชิงปริมาณเรียบร้อยแล้วหลังจากนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บรวบรวมงานวิจัยเชิงคุณภาพจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจริง จำนวน 30 คน ซึ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ซึ่ง ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยจำนวน 5 คน และชาวต่างชาติจำนวน 5 คนที่มีประสบการณ์ทำการบินไปกับสายการบินไทยสมายล์ทั้งเที่ยวบินภายในประเทศ และผู้โดยสารระหว่างประเทศซึ่งเป็นผู้โดยสารชาวไทย จำนวน 5 คน และชาวต่างชาติ จำนวน 5 คน นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของสายการบินไทยสมายล์ จำนวน 5 คน พนักงานบนภาคพื้นอีก จำนวน 5 คน รวมทั้งหมด 30 คนด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือนสิงหาคม - กันยายน พ.ศ. 2564 เพื่อทำการยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณและให้ข้อเสนอแนะในประเด็นคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ต่าง ๆ ด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ทำการตรวจสอบข้อคำถามของแบบสัมภาษณ์เชิงลึกก่อนและจึงนำเอาไปทดลองสัมภาษณ์ผู้โดยสารและบุคลากรของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ก่อนที่จะนำเอาไปสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจริงสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

หลังจากได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญครบหมดทุกคน ผู้วิจัยก็นำข้อมูลที่ได้รับมาทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ตามแนวคิดของ Denzin (1970) และ Miles และ Huberman (1994) ได้แก่ 1) แหล่งเวลา (Time) 2) แหล่งสถานที่ (Space) และ 3) แหล่งบุคคล (Person) ให้ครบทั้ง 3 ด้านว่าข้อมูลที่ได้รับได้มีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร แล้วจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพซึ่งผู้วิจัยได้ยึดตามแนวคิดการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพของ Miles และ Huberman (1994) ซึ่งจะมีองค์ประกอบหลักอยู่ 3 ประการด้วยกัน ได้แก่ (1) การลดทอนข้อมูลที่ได้รับมา (Data Reduction) (2) การจัดระเบียบข้อมูลที่มีการกระจายรวมไว้ให้เป็น

หมวดหมู่ (Data Display) (3) สรุปผลการวิจัย ที่ความและการตรวจสอบความถูกต้องของผลการวิจัย (Conclusion Drawing and Verification) ในเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ผลการศึกษา

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์โดยภาพรวม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการ ของสายการบินไทยสมายล์	ค่า ต่ำสุดของ Mean	ค่ามากที่สุด ของ Mean	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	2.20	5.00	4.91	0.41
ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ	2.20	5.00	4.82	0.57
ปัจจัยด้านการตอบสนอง	2.00	5.00	4.83	0.57
ปัจจัยด้านความมั่นใจ	2.20	5.00	4.86	0.53
ปัจจัยด้านการเอาใจใส่	2.30	5.00	4.84	0.54
ปัจจัยด้านความปลอดภัย	2.00	5.00	4.80	0.67
รวม	2.15	5.00	4.85	0.50

จากตาราง 1 พบว่า ระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.85$, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านก็พบว่าปัจจัยทั้ง 6 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกันโดยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.91$, S.D. = 0.41) มีระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความมั่นใจ ($\bar{X} = 4.86$, S.D. = 0.53) ด้านการเอาใจใส่ ($\bar{X} = 4.84$, S.D. = 0.54) ด้านการตอบสนอง ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.57) ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.82$, S.D. = 0.57) และด้านความปลอดภัย (Safety) ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.67) ตามลำดับ

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ โดยภาพรวม

คุณภาพการบริการของ สายการบินไทยสมายล์	ค่า ต่ำสุดของ Mean	ค่ามากที่สุด ของ Mean	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน
รางวัลสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกและในเอเชียจาก Skytrax	2.50	5.00	4.78	0.69
ความพึงพอใจของผู้โดยสาร	2.30	5.00	4.82	0.61
สายการบินระดับ 5 ดาว จาก Skytrax	2.50	5.00	4.82	0.60
รวม	2.67	5.00	4.81	0.62

จากตาราง 2 พบว่า ระดับคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.81$, S.D. = 0.62) หากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านก็ยังพบว่าในทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน

โดยด้านความพึงพอใจของผู้โดยสาร ($\bar{X} = 4.82$, S.D. = 0.61) มีระดับคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านสายการบินระดับ 5 ดาว จาก Skytrax ($\bar{X} = 4.82$, S.D. = 0.60) และด้านรางวัลสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกและในเอเชียจาก Skytrax ($\bar{X} = 4.78$, S.D. = 0.69) ตามลำดับ

ตาราง 3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการของสายการบินไทยสมายล์

ตัวแปร	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	Tolerance	VIF
Y	1	.315**	.816**	.842**	.846**	.676**	.160**		
X ₁ (Tangibles)		1	.197**	.115*	.393**	.353**	.093*	.795	1.26
X ₂ (Reliability)			1	.876**	.720**	.584**	.260**	.164	6.10
X ₃ (Responsiveness)				1	.620**	.514**	.120*	.216	4.62
X ₄ (Assurance)					1	.667**	.161**	.357	2.80
X ₅ (Empathy)						1	.210**	.512	1.95
X ₆ (Safety)							1	.870	1.15

ตาราง 3 ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการของสายการบินไทยสมายล์ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษาโดยใช้เมทริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและค่าขยายตัวของความแปรปรวน (Variance Inflation Factor : VIF) ซึ่งก็พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรทั้งหมด (r) มีค่าอยู่ระหว่าง .093 ถึง .876 ซึ่งสูงกว่า 0.80 แต่ไม่เป็นปัญหาในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยยึดตามแนวคิดของ ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน (2551), Hair et al. (2010) และ Tabachnick และ Fidell (2007) ซึ่งได้กล่าวเอาไว้ว่า การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระถ้าหากตัวแปรใดที่มีค่า r_{xy} ตั้งแต่ 0.80 หรือ 0.90 ขึ้นไปถึงจะเกิดปัญหา Multicollinearity ได้ ซึ่งก็สอดคล้องกับแนวคิดของ นัจรีรณ สิมมารุณ (2561) ได้กล่าวถึง Multiple Regression Analysis เอาไว้ว่าถ้าหากค่า VIF และค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระทุกตัวแปรยังคงอยู่ในเกณฑ์ตามที่กำหนดจึงอาจไม่จำเป็นที่จะต้องตัดตัวแปรอิสระตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งออกถ้าหากค่า r สูงเกิด 0.80 ก็ได้ โดยการวิจัยในครั้งนี้ก็พบว่า ค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.15 ถึง 6.10 ซึ่งมีค่าต่ำกว่า 10 จึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2551; Hair, et al., 2010) นอกจากนั้น ดังจะเห็นได้ว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระดังกล่าวข้างต้นก็ยังไม่สูงกว่าปกติและค่า Tolerance ของตัวแปรก็ยังไม่เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเป็นอิสระจากกันและมีค่าไม่ได้เข้าใกล้ 0 แสดงว่าจะไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ของตัวแปรอิสระทั้งหมดโดยมีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง .164 ถึง .870 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กัลยา วานิชย์บัญชา (2550) และ Hair et al. (2010) ซึ่งได้กำหนดค่า Tolerance เอาไว้ว่าจะต้องมากกว่า 0.10 ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงไม่ได้เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นพหุหรือ Multicollinearity แสดงว่าตัวแปรทั้งหมดเป็นอิสระต่อกันจึงสามารถทำการวิเคราะห์

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการของสายการบินไทยสมายล์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ดังแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการของสายการบินไทยสมายล์

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	Std. Error	Beta		
(ค่าคงที่)	1.107	.128		8.676**	.000
ด้านสิ่งสัมผัสได้ (Tangibles)	.074	.023	.049	3.233**	.001
ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	.549	.037	.499	14.981**	.000
ด้านการตอบสนอง (Responsiveness)	.184	.032	.167	5.761**	.000
ด้านความมั่นใจ (Assurance)	.378	.027	.320	14.167**	.000
ด้านการเอาใจใส่ (Empathy)	.096	.022	.082	4.374**	.000
ด้านความปลอดภัย (Safety)	.060	.014	.063	4.366**	.000

$R = .964^a$, $R^2 = .929$, Adj. $R^2 = .928$; $F = 852.186$; $p\text{-value} = .000$; $SE_{est} = \pm .08$; Durbin Watson = .1751

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 4 ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการของสายการบินไทยสมายล์มี จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านความมั่นใจ (Assurance) ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) และ ด้านความปลอดภัย (Safety) มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ โดยภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($F = 852.186$ และค่า $p = .000$) ซึ่งผู้วิจัยจึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งเอาไว้ข้างต้น

จากการพิจารณาค่า Durbin - Watson ในตาราง 4 ซึ่งก็ยังพบว่า ค่า Durbin - Watson เท่ากับ 1.751 ซึ่งอยู่ระหว่าง 1.5 – 2.5 (กลยา วาณิชบัญชา, 2550) แสดงว่า ตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเองด้วยจึงไม่เกิดปัญหาเช่นเดียวกันโดยตัวแปรพยากรณ์ในด้านสิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) ด้านความมั่นใจ (Assurance) ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) และด้านความปลอดภัย (Safety) มีอิทธิพลทางบวกต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อนำมาสร้างเป็นสมการถดถอยเชิงเส้นในรูปแบบการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression) ก็จะสามารถอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ได้ประมาณร้อยละ 92.90 (Adj. $R^2 = .929$) ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรพยากรณ์สามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.107 + .074X_1 (\text{สิ่งสัมผัสได้}) + .549X_2 (\text{ความน่าเชื่อถือ}) + .184X_3 (\text{การตอบสนอง}) + .378X_4 (\text{ความมั่นใจ}) + .096X_5 (\text{การเอาใจใส่}) + .060X_6 (\text{ความปลอดภัย})$$

$$\hat{Z} = 1.107 + .049X_1(\text{สิ่งที่สัมผัสได้}) + .499X_2(\text{ความน่าเชื่อถือ}) + .167X_3(\text{การตอบสนอง}) + .320X_4(\text{ความมั่นใจ}) + .082X_5(\text{การเอาใจใส่}) + .063X_6(\text{ความปลอดภัย})$$

ดังนั้น ปัจจัยในด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ และด้านความปลอดภัยจึงมีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการของสายการบินไทยสมายล์ซึ่งปัจจัยทั้งหมดก็จะช่วยให้ผู้โดยสารหรือลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการของสายการบินไทยสมายล์ ซึ่งจากผลการวิจัยข้างต้นความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีระดับคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์มากที่สุดเช่นเดียวกัน รองลงมาได้แก่ด้านสายการบินระดับ 5 ดาว จาก Skytrax และด้านรางวัลสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกและในเอเชียจาก Skytrax ตามลำดับ นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในงานวิจัยเชิงคุณภาพกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดได้ยืนยันตรงกันว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ ได้แก่ สิ่งที่จับต้องได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ ความเอาใจใส่ ความปลอดภัยตามผลการวิจัยเชิงปริมาณนอกจากนั้นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในงานวิจัยเชิงคุณภาพทั้งหมดยังได้ยืนยันตรงกันอีกว่ายังมีอีก 3 ปัจจัยหลักที่สำคัญที่จะมีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านกลยุทธ์คุณภาพการบริการใหม่ ๆ ซึ่งสายการบินไทยสมายล์ควรจะต้องมีกลยุทธ์อื่นจะสามารถดึงดูดลูกค้าและสามารถแข่งขันกับสายการบินชั้นนำอื่น ๆ ได้ เช่น มีโปรแกรมการสะสมไมล์ การเดินทาง เมนูอาหารและเครื่องดื่มใหม่ ๆ ที่ให้บริการภายในห้องรับรองสนามบินหรือระบบความบันเทิงบนเครื่องบิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเที่ยวบินระหว่างประเทศที่ต้องใช้เวลาทำการบินมากกว่า 2 ชั่วโมงขึ้นไป (2) ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมซึ่งก็ถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญเช่นเดียวกันที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสารสายการบินไทยสมายล์สามารถค้นหาเที่ยวบิน จองตั๋วโดยสาร เช็किनได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ตลอดจนมีระบบความบันเทิงต่าง ๆ (Inflight Entertainment) เช่น การชมภาพยนตร์ ฟังเพลง เล่นเกมส์ ก็จะช่วยให้ผู้โดยสารมีความเพลิดเพลินและผ่อนคลายได้ทั้งภายในสนามบินหรือบนเที่ยวบินโดยเฉพาะอย่างยิ่งเที่ยวบินระหว่างประเทศที่ต้องใช้เวลาทำการบินนาน (3) ปัจจัยด้านการเป็นสายการบินพันธมิตรสตาร์อัลไลแอนซ์ซึ่งสายการบินการบินไทยก็เป็นหนึ่งในห้าสมาชิกผู้ก่อตั้งสตาร์อัลไลแอนซ์ (Star Alliance, 2020) และสายการบินไทยสมายล์ก็ได้เข้ามาเป็นพันธมิตรในการรับ-ส่งผู้โดยสารต่อจากการบินไทย และสายการบินพันธมิตรสตาร์อัลไลแอนซ์ไปยังจุดหมายปลายทางทั้งภายในประเทศไทย เอเชียหรือในเอเชียก็ถือได้ว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์เช่นเดียวกันที่จะทำให้ผู้โดยสารสามารถเชื่อมต่อเที่ยวบินได้สะดวก รวดเร็วและมีเที่ยวบินให้เลือกอันหลากหลายมากยิ่งขึ้นดังบทสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้โดยสารท่านหนึ่ง

“ไทยสมายล์เป็นสายการบินลูกของการบินไทยก็จะต้องมีคุณภาพบริการที่สูง มีกลยุทธ์การบริการใหม่ ๆ เช่น อาหาร เครื่องดื่มที่โดนใจลูกค้า ต้องใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ ที่จะช่วยให้ผู้โดยสารสามารถค้นหาเที่ยวบิน จองตั๋วโดยสาร เช็किनได้ง่าย รวดเร็ว ขั้นตอนอย่าเยะเยะและต้องใช้รหัสบินร่วมกับการบินไทยและสายการบินพันธมิตรสตาร์อัลไลแอนซ์จะดีมากเลยคะผู้โดยสารจะต่อเครื่องไปยังสนามบินต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น”

สภาพปัญหาและอุปสรรคในคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมด การวิจัยเอกสารซึ่งเป็นรายงานประจำปีของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และจากข้อเสนอแนะในข้อคำถามแบบปลายเปิดในงานวิจัยเชิงปริมาณซึ่งก็พบว่า สายการบินไทยสมายล์ทุกที่นั่งไม่มีจอ Personal Television Touch Screen เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถดูภาพยนตร์ เล่นเกม ฟังเพลง หรือดูข่าวออนไลน์บนเที่ยวบินได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งเที่ยวบินระหว่างประเทศที่ใช้เวลาก่อนขึ้นยาวนาน เช่น กรุงเทพฯ-จีนและอินเดีย นอกจากนี้ เที่ยวบินภายในประเทศและระหว่างประเทศยังมีจำนวนเที่ยวบินตามตารางการบินหรือความถี่ในการบิน

ให้ลูกค้าเลือกเที่ยวบินยังไม่มากมายนัก ที่นั่งชั้น Smile Plus หรือชั้นธุรกิจแคบและไม่สะดวกสบายสำหรับผู้โดยสาร ซึ่งต้องการที่นั่งที่มีขนาดใหญ่กว่าในปัจจุบัน รวมถึงคุณภาพหรือปริมาณของอาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร ไม่ทัดเทียมกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์อีกด้วยถ้าหากเปรียบเทียบกับผู้โดยสารในชั้นประหยัด (Economy Class) ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์สามารถเข้าไปใช้บริการยังห้องรับรองภายในสนามบิน (Lounges) ได้แต่ในขณะเดียวกัน สายการบินไทยสมายล์จะมีเพียงห้องรับรองของการบินไทยเอาเอาไว้บริการสำหรับผู้โดยสารชั้น Smile Plus หรือ ชั้นธุรกิจเพียงเท่านั้น ดังบทสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้โดยสารท่านหนึ่ง

“ที่นั่งชั้น Smile Plus ยังกับ Economy Class เบาะแคบมาก ๆ ขาดตัวก็มีราคาค่อนข้างแพงเท่ากับ Business Class แต่การบริการก็ผู้โดยสารบางกอกแอร์เวย์ในชั้น Economy Class ไม่ได้เลยทั้งภายในสนามบิน และบนเครื่อง อาหาร ขนมที่เสิร์ฟก็มีปริมาณน้อยเกินไปถ้าหากเป็นผู้โดยสารผู้ชายตัวใหญ่คงทานไม่อิ่มแน่ ๆ อย่าง ปาท่องโก๋ สังขยา มันม่วงเสิร์ฟสำหรับผู้โดยสารตอนเช้าให้มาน้อยมากไม่อิ่มและไม่คุ้มค่าโดยสาร”

ดังการศึกษาของ กฤษดา เขียววัฒนสุข และ ปิยวรรณ ไกรเลิศ (2559) ซึ่งก็ได้ให้ข้อเสนอแนะสายการบินไทยสมายล์เอาไว้เช่นเดียวกันว่า สายการบินไทยสมายล์ควรมีการศึกษาคุณภาพในการให้บริการ ความพึงพอใจในการใช้บริการของลูกค้า นอกจากนั้น ผู้ให้บริการหรือลูกค้าของสายการบินไทยสมายล์ยังได้ร่วมกันให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอีกด้วยว่าสายการบินไทยสมายล์ควรมีการฝึกอบรมพนักงานและศูนย์บริการลูกค้าในด้านการอำนวยความสะดวก การให้คำแนะนำแก่ลูกค้า การให้บริการข้อมูลทางการบินอย่างครบถ้วนและควรให้บริการแก่ผู้โดยสารอย่างเท่าเทียมกันด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี สุภาพ เป็นมิตร รองลงมาคือการจัดโปรโมชั่นทั้งในด้านราคาให้มีความหลากหลายและเพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้นควรเพิ่มเที่ยวบินให้เพียงพอต่อความต้องการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลและควรปรับลดราคาตั๋วโดยสารลงในบางช่วงเวลาอีกด้วย

ส่วนแนวทางในการแก้ไขปัญหาของสายการบินไทยสมายล์ดังกล่าวข้างต้นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในงานวิจัยเชิงคุณภาพทุกคนทุกกลุ่มและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเชิงปริมาณได้ให้ข้อเสนอแนะร่วมกันเอาไว้ว่าสายการบินไทยสมายล์ก็ควรพิจารณาปรับปรุงที่นั่งให้มีหน้าจอ Personal Television Touch Screen ทั้งในที่นั่งชั้นประหยัดและชั้นธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเที่ยวบินระหว่างประเทศเพื่อให้ผู้โดยสารได้เพลิดเพลินตลอดการเดินทาง ควรเพิ่มจุดหมายปลายทางใหม่ ๆ ให้มากขึ้น เช่น ประเทศจีน อินเดีย และภายในภูมิภาคอาเซียน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซียหรือเวียดนามเนื่องจากมีจำนวนผู้โดยสารค่อนข้างสูงซึ่งเครื่องบินแบบ Airbus A320-200 ของสายการบินไทยสมายล์ก็มีพิสัยทำการบินได้ไม่เกิน 4 ชั่วโมง นอกจากนั้นก็ควรเพิ่มความถี่ของเที่ยวบินทั้งภายในประเทศในบางเส้นทางการบินหลักที่มีจำนวนผู้โดยสารสูง เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต หาดใหญ่ กระบี่ ควรปรับปรุงที่นั่งชั้น Smile Plus ให้มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความสบายให้กับผู้โดยสารตลอดการเดินทางเหมือนกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์หรือการบินไทย ควรเปรียบเทียบคุณภาพการบริการกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ เนื่องจากมีความเป็นเลิศด้านการบริการจากการจัดอันดับสายการบินของ Skytrax อีกทั้งยังได้รับรางวัลสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกและในเอเชียจาก Skytraxเป็นประจำทุก ๆ ปี (2016-2021) ประกอบกับสายการบินไทยสมายล์ควรมีกลยุทธ์ในการให้บริการใหม่ ๆ ให้เหนือกว่าคู่แข่งก็จะไม่ทำให้ผู้โดยสารรู้สึกเบื่อ เช่น การเพิ่มเมนูอาหารและเครื่องดื่มที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ควรมีการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management) มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมอันทันสมัยที่จะสามารถช่วยทำให้ผู้โดยสารสามารถทำการค้นหาเที่ยวบิน จองตั๋วโดยสาร จองอาหารด้วยตนเองและสามารถเช็คอินได้สะดวกรวดเร็วขึ้นทั้งในส่วนของการเช็คอินภายในสนามบิน Self Check-In หรือบน Application ตลอดจนมีมาตรการในการป้องกันแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทั้งภายในสนามบินและบนเครื่องเพื่อให้ผู้โดยสาร

มีความมั่นใจในคุณภาพบริการของสายการบินไทยสมายล์ว่ามีความปลอดภัยสูงสุดดังบทสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้โดยสารท่านหนึ่ง

“สายการบินไทยสมายล์ควรจะต้องปรับปรุงคุณภาพการบริการอย่างเช่นอาหารและเครื่องดื่มเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะปริมาณอาหารให้เท่ากับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ที่สามารถบริการผู้โดยสารชั้น Economy Class ใช้ lounges ได้ที่สนามบินซึ่งมันดีมาก ๆ ยังไม่มีสายการบินไหนทำได้เท่าเลย ที่นั่งชั้นธุรกิจก็ใหญ่กว่านะครับเขาถึงได้รางวัลสายการบินภูมิภาคระดับโลกติดต่อกันมาหลายปีแล้ว เพื่อนฝูงผมชอบมาก ๆ เวลามาเที่ยวเมืองไทยก็ใช้บริการสายการบินบางกอกแอร์เวย์ตลอด”

4.2 การอภิปรายผลการศึกษา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ประกอบไปด้วย ปัจจัยในด้านสิ่งที่จับต้องได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ ความเอาใจใส่ ความปลอดภัย กลยุทธ์คุณภาพการบริการใหม่ ๆ เทคโนโลยีและนวัตกรรมและปัจจัยด้านสายการบินพันธมิตรสตาร์อัลไลแอนซ์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kasuwar และ Gambo (2016) ได้ศึกษาสายการบินในไนจีเรียซึ่งก็พบว่าบริการบนเครื่องบิน ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และการจัดการสัมภาระมีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยสำคัญระหว่างกระบวนการเช็คอินและความพึงพอใจของลูกค้าของสายการบินในไนจีเรีย นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Akpoyomare, Adeosun และ Ganiyu (2016) ซึ่งก็พบว่าคุณภาพการบริการทั้งในด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การรับประกัน การปรับปรุงคุณภาพบริการ พนักงานและสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสำคัญทางสถิติและมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีของลูกค้า เช่นเดียวกันกับงานวิจัยของ Jahmani (2017) ได้ศึกษาผลกระทบของคุณภาพการบริการของสายการบิน Royal Jordanian ที่มีต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารซึ่งก็พบว่าปัจจัยในด้านความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความเอาใจใส่ ความมั่นใจของลูกค้า และสิ่งที่จับต้องได้มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kamkiew (2021) ซึ่งก็พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการในเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินไทยซึ่งเป็นสายการบินแห่งชาติของประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยในด้านสิ่งที่จับต้องได้ ความน่าเชื่อถือของการบินไทย การตอบสนองอย่างรวดเร็ว ลูกค้ามีความเชื่อมั่น การเอาใจใส่ผู้โดยสาร มาตรฐานในด้านความปลอดภัยทางการบิน สายการบินพันธมิตรสตาร์อัลไลแอนซ์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ และกลยุทธ์คุณภาพการบริการใหม่ ๆ ที่จะทำให้ผู้โดยสารมีความประทับใจการบริการของสายการบินไทยในเที่ยวบินระหว่างประเทศและจะกลับมาใช้บริการอีกในอนาคตซึ่งก็จะทำให้การบินไทยมีชื่อเสียงในระดับโลกและเป็นที่ยอมรับของลูกค้าชาวไทยและต่างชาติ

ปัญหาคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ซึ่งก็พบว่า ทุกที่นั่งบนเครื่องบินแบบ Airbus A320-200ไม่มีจอ PTV เที่ยวบินระหว่างประเทศและภายในประเทศก็ยังมีจำนวนเที่ยวบินหรือตารางการบินไม่มากมายนักสำหรับให้ผู้โดยสารเลือกบินได้ตามความต้องการ ที่นั่งชั้น Smile Plus หรือชั้นธุรกิจก็ไม่ได้สะดวกสบายเนื่องจากมีขนาดเล็กจนเกินไปถ้าหากเปรียบเทียบกับมาตรฐานของที่นั่งชั้นธุรกิจในสายการบินชั้นนำ คุณภาพหรือปริมาณของอาหารและเครื่องดื่มสำหรับบริการผู้โดยสารบนเครื่องบินไม่เท่าเทียมกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ที่มีปริมาณและคุณภาพที่ดีกว่าอีกด้วยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Althaqafi, Bashammakh, Albarmawi และ Khan (2019) ซึ่งพบว่าผู้โดยสารภายในประเทศและระหว่างประเทศของสายการบินซาอุดีอาระเบียไม่พึงพอใจกับคุณภาพการบริการของสายการบินซาอุดีอาระเบียทั้งในด้านการจัดการสัมภาระ การปฏิบัติต่อผู้โดยสารที่สนามบินในกรณีที่ไม่เข้าใจการบริการ มีปัญหาในด้านคุณภาพของอาหารและระบบความบันเทิงบนเครื่องบินอีกด้วย

ส่วนแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวข้างต้นสายการบินไทยสมายล์จึงควรที่จะพิจารณาปรับปรุงที่นั่งให้มีหน้าจอ PTV Touch Screen ควรเพิ่มจุดหมายปลายทางใหม่ ๆ ให้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิมทั้งเส้นทางการบินภายในประเทศ

และระหว่างประเทศ ควรปรับปรุงที่นั้งขึ้น Smile Plus ให้มีขนาดใหญ่ขึ้นกว่าที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบัน ควรทำการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ควรมียกยู่ให้บริการใหม่ ๆ เสมอ ๆ เพื่อไม่ให้ผู้โดยสารรู้สึกเบื่อหน่าย ควรมีการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร มีการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมอันทันสมัยเข้ามาบริการซึ่งจะช่วยให้ผู้โดยสารผ่อนคลายในการเดินทาง ตลอดจนขั้นตอนสามารถทำการค้นหาเที่ยวบินรวมถึงการจองตั๋วโดยสารได้ง่ายขึ้น มีระบบเช็คอินได้สะดวกรวดเร็วที่สามารถลดขั้นตอนลงได้ ตลอดจนมีมาตรการป้องกันแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ตามมาตรฐานในระดับสากลเพื่อให้ผู้โดยสารเกิดความมั่นใจในความปลอดภัยได้เพิ่มมากยิ่งขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Al-Hashimi และ Fuad (2018) ซึ่งพบว่า เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการบินต่าง ๆ จะช่วยให้สายการบินสามารถให้บริการที่มีประสิทธิภาพด้วยนวัตกรรมแบบพกพาจึงมีความสำคัญมากสำหรับสายการบินที่จะได้รับความจงรักภักดีจากลูกค้าและมีความพึงพอใจสูงสุดกับการบริการที่จะช่วยให้ลูกค้าสามารถเลือกที่นั่งรวมถึงบริการจัดสรรที่นั่งหรือแม้แต่ติดตามสัมภาระที่สูญหายและล่าช้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Meesangprol และ Keodsamod (2018) ได้เสนอแนะสายการบินไทยสมายล์เอาไว้ว่าสายการบินไทยสมายล์ควรปรับปรุงขนาดของเครื่องบิน ที่นั่งให้มีความสะดวกสบายและมีขนาดใหญ่ขึ้นกว่าเดิม ควรเพิ่มหมอนอิง อุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมถึงช่องทางจัดจำหน่ายควรมีอุปกรณ์ในการสื่อสารกับลูกค้าที่สะดวก มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในขั้นตอนการจองตั๋วโดยสารและระบบเช็คอินด้วย

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

จากผลการวิจัยซึ่งพบว่า สายการบินไทยสมายล์จึงควรปรับปรุงคุณภาพการบริการต่าง ๆ และเปรียบเทียบคุณภาพการบริการกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ เนื่องจากมีตำแหน่งทางการตลาดเหมือนกันที่เป็นสายการบินบริการอย่างเต็มรูปแบบ (Full Service Airlines) และให้บริการภายในประเทศไทย ภูมิภาคอาเซียนหรือเอเชียเป็นหลัก ดังสายการบินบางกอกแอร์เวย์ (2017) ได้กล่าวเอาไว้ว่า สายการบินบางกอกแอร์เวย์ต้องแข่งขันกับสายการบินอื่น ๆ ทั้งในเส้นทางการบินหลักภายในประเทศโดยมีคู่แข่งที่สำคัญ เช่น การบินไทย ไทยแอร์เอเชีย นกแอร์ ไทยไลอ้อนแอร์ และสายการบินไทยสมายล์แต่ในขณะเดียวกันสายการบินบางกอกแอร์เวย์ก็มีเอกลักษณ์ของความเป็น Asia's Boutique Airlines โดยได้รับรางวัลสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกและสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในเอเชียจาก Skytrax อยู่อย่างต่อเนื่องทุก ๆ ปี นอกจากนี้ลูกค้ายังมีความพึงพอใจและประทับใจในห้องพักบริการภายในสนามบินของสายการบินบางกอกแอร์เวย์อีกด้วย

ดังนั้น สายการบินไทยสมายล์จึงควรที่จะพิจารณาปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงที่นั้งในชั้นไทยสมายล์พลัสบนเครื่องบินแอร์บัส A320-200 ให้มีขนาดใหญ่ ทันสมัยขึ้นเช่นเดียวกับสายการบินไทยหรือสายการบินบางกอกแอร์เวย์ และมี Personal Television Touch Screen ทุกที่นั่งด้วย ควรเพิ่มปริมาณอาหารและเครื่องดื่มให้มีปริมาณให้เหมาะสมหรือมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม นอกจากนั้นยังควรมีการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการบินต่าง ๆ เข้ามาใช้ในการบริหารหรือการบริการลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามีความประทับใจและเลือกใช้บริการสายการบินไทยสมายล์ในครั้งต่อไป รวมถึงลูกค้าจะได้ช่วยกันโหวตเลือกสายการบินไทยสมายล์ได้รับรางวัลสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกและสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในเอเชียจาก Skytrax เหมือนกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ นอกจากนั้นก็จะช่วยให้สายการบินไทยสมายล์กลายเป็นสายการบินระดับ 5 ดาวได้ง่ายขึ้นอีกด้วยซึ่งก็จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ (Image) ที่ดีให้กับสายการบินไทยสมายล์ได้อีกช่องทางหนึ่งด้วย

5.1 ข้อจำกัดในการวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญสำหรับงานวิจัยนี้ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อย่างไรก็ตามเจ้าหน้าที่สนามบินและเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยภายในสนามบินได้มีความเข้มงวดเป็นอย่างมากในการแจกแบบสอบถามกับผู้ตอบแบบสอบถามและทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญนอกจากนี้เอกสารและข้อมูลต่าง ๆ ของสายการบินไทยสมายล์ยังหาได้ค่อนข้างยากลำบากเนื่องจากเป็นสายการบินลูกที่อยู่ภายใต้การบริหารของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และยังไม่มียางานประจำปีเป็นของตนเองเพราะยังไม่ได้จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจึงต้องรอรายงานประจำปีของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) อีกด้วย

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

งานวิจัยนี้จะสามารถช่วยทำให้สายการบินไทยสมายล์ (WE) สามารถนำเอาผลการวิจัยไปใช้พัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการให้แก่ผู้โดยสารและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจสายการบิน ผู้โดยสารมีความพึงพอใจในคุณภาพบริการของสายการบินไทยสมายล์ทั้งเส้นทางการบินภายในประเทศและระหว่างประเทศ นอกจากนั้นยังจะช่วยให้สายการบินไทยสมายล์สามารถได้รับการจัดอันดับให้เป็นสายการบินในระดับ 5 ดาว เหมือนกับ 11 สายการบิน เป็นสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในเอเชียและสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกจากการจัดอันดับของสกายแทร็กซ์เหมือนกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ที่ได้รับรางวัลติดต่อกันมาหลายปีได้ง่ายขึ้นซึ่งก็จะช่วยสร้างภาพลักษณ์ของสายการบินไทยสมายล์ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังจะทำให้มีจำนวนผู้โดยสารมาใช้บริการเพิ่มขึ้น ช่วยการบินไทยหรือสายการบินพันธมิตรสตาร์อัลไลแอนซ์ในการรับ-ส่งผู้โดยสารไปยังจุดหมายปลายทางต่าง ๆ ให้ครอบคลุมและสามารถทำกำไรได้ทุก ๆ ปีได้ในอนาคต

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ผู้วิจัยควรเน้นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักโดยใช้เทคนิคเดลฟิหรือสโนว์บอลนอกจากนี้ควรทำการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการในด้านต่าง ๆ กับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ (PG) ซึ่งมีตำแหน่งทางการตลาดเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมากทั้งในด้านจำนวนเที่ยวบิน กลุ่มผู้โดยสารและเส้นทางการบินที่ใกล้เคียงกันอีกด้วย รวมถึงการศึกษาแนวทางในปรับปรุงคุณภาพการบริการเพื่อให้ลูกค้าหรือผู้โดยสารพึงพอใจการบริการของสายการบินไทยสมายล์ซึ่งในอนาคตสายการบินไทยสมายล์ก็จะได้กลายเป็นสายการบินในระดับ 5 ดาว สายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลก และสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในเอเชียโดยการจัดอันดับของ Skytrax

6. สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ เพื่อศึกษาสภาพปัญหาคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์และให้เสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ ผลการศึกษาสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาในระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ซึ่งก็พบว่าระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านถ้าหากพิจารณาเป็นรายด้านก็จะพบว่าในทั้ง 6 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกันโดยด้านสิ่งที่ได้มีระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์มากที่สุด รองลงมาคือในด้านความมั่นใจ ด้านการเอาใจใส่ ด้านการตอบสนอง ด้านความน่าเชื่อถือและด้านความปลอดภัยตามลำดับ ส่วนระดับคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ โดยภาพรวมก็อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน หากเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านก็ยังพบว่าทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด

ที่สุดโดยในด้านความพึงพอใจของผู้โดยสารมีระดับคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ด้านสายการบินระดับ 5 ดาว จาก Skytrax และด้านรางวัลสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกและในเอเชียจาก Skytrax ตามลำดับ

ดังนั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ จึงประกอบไปด้วย ปัจจัยในด้านสิ่งที่จับต้องได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ ความเอาใจใส่ ความปลอดภัย กลยุทธ์คุณภาพการบริการใหม่ ๆ เทคโนโลยีและนวัตกรรมและสายการบินพันธมิตรสตาร์อัลไลแอนซ์ซึ่งเป็นงานวิจัยแบบผสมดังบทสัมภาษณ์เชิงลึกของบุคลากรของสายการบินไทยสมายล์ท่านหนึ่ง

“สายการบินไทยสมายล์ซึ่งเป็นบริษัทลูกของการบินไทยในฐานะสายการบินแห่งชาติของประเทศไทย คุณภาพการบริการถือว่าสำคัญมากเพราะเป็นสายการบินที่ให้บริการอย่างเต็มรูปแบบแล้วซึ่งจะต้องแข่งขันในการบริการกับสายการบินชั้นนำทั้งภายในและภายนอกประเทศดังนั้นปัจจัยในด้านสิ่งที่จับต้องได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อลูกค้าที่รวดเร็ว ลูกค้ามีความมั่นใจในการบริการ ความเอาใจใส่ผู้โดยสาร สายการบินมีความปลอดภัยตามมาตรฐานทางการบิน การที่กลยุทธ์คุณภาพการบริการใหม่ ๆ เทคโนโลยีและนวัตกรรมจึงมีความสำคัญต่อคุณภาพการบริการรวมถึงปัจจัยในด้านสายการบินพันธมิตรสตาร์อัลไลแอนซ์ซึ่งก็จะช่วยให้ WE สามารถบรรลุเป้าหมายได้”

ปัญหาคุณภาพการบริการของสายการบินไทยสมายล์ซึ่งก็พบว่า ทุกที่นั่งบนเครื่องบินแบบแอร์บัส A320-200 ของสายการบินไทยสมายล์ไม่มีจอ PTV ทำให้ผู้โดยสารไม่สามารถชมภาพยนตร์ ฟังเพลงหรือเล่นเกมสลับเที่ยวบินได้ นอกจากนั้นเที่ยวบินระหว่างประเทศและภายในประเทศมีจำนวนความถี่ของเที่ยวบินไม่มากนักทำให้ผู้โดยสารเลือกบินได้ตรงกับความต้องการ ที่นั่งชั้น Smile Plus ก็แคบจนเกินไปซึ่งสายการบินไทยสมายล์ได้ใช้ที่นั่งของชั้นประหยัดมาเป็นที่นั่งของชั้น Smile Plus ถึงแม้ว่าจะเว้นที่นั่งตรงกลางเอาไว้ก็ตามจึงทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความไม่คุ้มค่าทั้งในด้านราคา คุณภาพบริการ ปริมาณของอาหารและเครื่องดื่มเมื่อเปรียบเทียบกับค่าตัวโดยสารเนื่องจากในการบินครั้งแรกสายการบินไทยสมายล์ไม่ได้วางตำแหน่งทางการตลาดเป็นสายการบินที่ให้บริการอย่างเต็มรูปแบบ (Full-Service Airlines) เหมือนกับการบินไทยแต่เป็นสายการบินที่ให้บริการแบบกลาง ๆ โดยมีการบริการที่เหนือกว่าสายการบินต้นทุนต่ำ (Low-Cost Airlines) แต่ก็ด้อยกว่าสายการบินที่ให้บริการอย่างเต็มรูปแบบอย่างการบินไทยหรือสายการบินบางกอกแอร์เวย์ จึงทำให้การเลือกที่นั่ง ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกบนเครื่อง Airbus A320-200 จึงมีลักษณะค่อนข้างจะเหมือนกับสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการ ในขณะที่การบริการของที่นั่งชั้นประหยัด (Economy Class) ให้กับผู้โดยสารก็ไม่แตกต่างกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ซึ่งจะให้บริการที่ดีกว่าสายการบินไทยสมายล์ทั้งการบริการในสนามบินที่ผู้โดยสารสามารถเข้าไปรับประทานอาหาร ขนม เครื่องดื่มในห้องรับรองภายในสนามบินต่าง ๆ ได้หรือบนเครื่องบินที่ผู้โดยสารก็จะได้รับประทานอาหารในปริมาณที่เหมาะสมมากกว่าซึ่งเป็นข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดได้ยืนยันตรงกันดังบทสัมภาษณ์เชิงลึกของบุคลากรของสายการบินไทยสมายล์ท่านหนึ่ง

“สายการบินไทยสมายล์ควรจะต้องพิจารณาปรับปรุงคุณภาพบริการให้เทียบเท่ากับสายการบินชั้นนำอย่างสายการบินบางกอกแอร์เวย์ของประเทศไทยให้ได้ซึ่ง PG เป็นสายการบินภูมิภาคยอดเยี่ยมของโลกและของภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านผลิตภัณฑ์ที่นั่งชั้น Smile Plus และปริมาณของอาหารร้อน เครื่องดื่ม ของว่างให้มีปริมาณเพิ่มขึ้นกว่าที่เสิร์ฟผู้โดยสาร แต่ Lounges ของการบินไทยที่ผู้โดยสาร Smile Plus ก็ OK อยู่โดยเฉพาะ Spa ที่คู่แข่งไม่มี”

แนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวเพื่อให้สายการบินไทยสมายล์มีความโดดเด่น ลูกค้ายินดีพอใจ เป็นสายการบินระดับ 5 ดาวหรือได้รับรางวัลสายการบินยอดเยี่ยมจาก Skytrax และสามารถทำกำไรได้ในอนาคตจึงควรทำการปรับปรุงทุกที่หนึ่งทุกระดับโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่นั้งชั้น Smile Plus ให้เหมือนกับชั้นธุรกิจของการบินไทยหรือบางกอกแอร์เวย์ที่เป็นสายการบินแบบ Full Service ควรพิจารณาเพิ่มเส้นทางการบินใหม่ ๆ และให้มีจำนวนเที่ยวบินมากยิ่งขึ้นไม่ว่าจะเป็นเที่ยวบินเที่ยวบินระหว่างประเทศ (International Flights) และภายในประเทศ (Domestic Flights) สายการบินไทยสมายล์ควรมีการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์แบบด้านต่อต้าน (Benchmarking) มีกลยุทธ์ให้บริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ ๆ เช่น เมนูอาหารใหม่ การบริการอาหารร้อนในปริมาณที่เหมาะสมก็ควรต้องพิจารณาตลอดจนมีการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร อีกทั้งมีการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ ที่ทันสมัยเหมือนกับสายการบินชั้นนำของโลกก็จะช่วยทำให้ผู้โดยสารประทับใจรวมถึงมีมาตรการทำความสะอาดเครื่องบินห้องรับรองโดยมีมาตรการป้องกันแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทั้งภายในสนามบินและบนเครื่องบินเพื่อให้ผู้โดยสารรู้สึกถึงความปลอดภัยและเกิดความมั่นใจในการจะไม่ติดเชื้อไวรัส COVID-19 เมื่อใช้บริการกับสายการบินไทยสมายล์ดังบทสัมภาษณ์เชิงลึกผู้โดยสารของสายการบินไทยสมายล์ท่านหนึ่ง

“สายการบินไทยสมายล์ควรนำเอา TQM มาพัฒนาปรับปรุงคุณภาพทั่วทั้งองค์กรเพื่อผู้โดยสารพึงพอใจมากที่สุดแล้วจะได้กลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป สายการบินไทยสมายล์ก็จะได้เป็นสายการบินในระดับ 5 ดาว ลูกค้ายิ่งจะได้ช่วยกันโหวตให้สายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกและสายการบินภูมิภาคที่ดีที่สุดในเอเชียโดยการจัดอันดับของ Skytrax เหมือนกับสายการบินบางกอกแอร์เวย์ของหมอประเสริฐ รวมถึงมีกำไรด้วยเนื่องจากเห็นในข่าวว่าขาดทุนมาโดยตลอด”

เอกสารอ้างอิง

- กิตติ กิ่งไทร และกฤษณา ไวสารวัจ. (2560). การปรับโครงสร้างการบริหารของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในภาวะวิกฤติ. *วารสารธรรมศาสตร์*, 36(3), 183-214.
- กนกธ สดประไพ. (2560). รูปแบบคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). *วารสารบัณฑิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 15(1), 68-81.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับบริหารและวิจัย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษดา เขียววัฒนสุข และปิยวรรณ ไกรเลิศ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการสายการบินศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสายการบินไทยสมายล์และสายการบินไทยแอร์เอเชียเส้นทางกรุงเทพฯ-กระบี่. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 8(1), 11-24.
- ชนกพร กลิ่นโสมณ. (2016). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์การจัดการความสัมพันธ์ลูกค้ากรณีศึกษาสายการบินไทยสมายล์*. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. (2551). *การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ*. มหาสารคาม : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นัจริภรณ์ สิมมาภรณ์. (2561). ภาวะ Multicollinearity กับกรณีศึกษาการถดถอยพหุคูณ. *วารสารการวัดผลการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 16, 23-29.

- ภัทรกร จิรมหาโกศ. (2563). กลยุทธ์การประกอบธุรกิจของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 15(1), 111-119.
- วัชรวิทย์ คำเชียว. (2558). องค์ประกอบแห่งความเป็นเลิศทางธุรกิจการบินของประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ*, 6(2), 1-19.
- สุทธา สรรพพิชญพานิชย์ และ สุรพิชญ์ พรหมสิทธิ. (2557). กลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพการบริการในชั้นธุรกิจของสายการบินชั้นนำระหว่างประเทศที่ให้บริการสู่ประเทศไทย. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต*, 10(1), 231-238.
- สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2563). *รายงานอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย พ.ศ. 2563*. กรุงเทพฯ : สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย.
- สายการบินบางกอกแอร์เวย์. (2017). *ปัจจัยเสี่ยง*. กรุงเทพฯ : บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน).
- Ahmed, R. R., Vveinhardt, J., Warraich, U. A., Hasan, S. S. U., & Akhtar Baloc, A. (2020). Customer Satisfaction & Loyalty and Organizational Complaint Handling: Economic Aspects of Business Operation of Airline Industry. *Engineering Economics Journal*, 31(1), 114-125.
- Akpoyomare, O. B., Adeosun, L. P. K., & Ganiyu, R. A. (2016). Airline service quality dimensions and customer loyalty: Empirical evidence from air passengers' in Lagos State. *Czech Journal of Tourism*, 5(2), 155-171.
- Althaqafi, S., Bashammakh, H. A., Albarmawi, Y., & Khan, K. (2019). A study of airlines customer satisfaction in the Kingdom of Saudi Arabia. *European Scientific Journal*, 15(4), 224-234.
- Bangkok Airways. (2021). *World's Best Regional Airlines*. Bangkok : Bangkok Airways.
- Chilembwe, J. M. (2014). Evaluation of service quality, value and satisfaction of Air Transportation in Malawi: Case Study of Air Malawi. *International Journal of Social Sciences and Entrepreneurship*, 1(11), 1-19.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design qualitative quantitative and mixed methods Approaches*. Los Angeles : SAGE.
- Emmanuel, A. (2019). A study of passenger satisfaction and service quality of selected airlines in Nigeria. *Discovery Journals*, 55(282), 235-242.
- European Aviation Safety Agency. (2020). *European Plan for Aviation Safety (EPAS) 2020-2024*. Europe : European Aviation Safety Agency.
- Denzin, N. K. (1970). *The research act in sociology*. Chicago : Aldine.
- Federal Aviation Administration. (2020). *About FAA and aircraft safety*. Washington, DC. : Federal Aviation Administration.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Andersen, R. E. (2010). *Multivariate data analysis (Seventh edition)*. New Jersey : Pearson.
- International Air Transport Association. (2020). *Cabin safety and aviation security*. Montreal : TATA.
- International Civil Aviation Organization. (2020). *Aviation safety*. Montreal : International Civil Aviation Organization.

- Jahmani, A. (2017). The effect of Royal Jordanian service quality on passengers' satisfaction. *International Journal of Business and Society*, 18(3), 519-530.
- Kamkiew, W. (2021). *Factors influencing the service quality of Thai Airways International Flights*. Bangkok Thesis of Master of Public Administration (English Program). National Institute of Development Administration (NIDA).
- Kasuwar, M. & Gambo, K. (2016). Service quality and customer satisfaction among domestic air passengers in Nigeria. *International journal of business and management studies*, 8(2), 32-43.
- Khuong, M., N. & Uyen, L., T., M. (2014). The Factors Affecting Vietnam Airlines Service Quality and Passenger Satisfaction – A Mediation Analysis of Service Quality. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 5(5), 327-332.
- Meesangprol, S. & Keodsamod, P. (2018). Satisfaction of customers toward the services of the Thai Smile Airways. *Southeast Bangkok Journal*, 1(2), 23-36.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. (2nd ed.). London : SAGE.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York : McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL : A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 6(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Berry, L., L., & Zeithaml, V. A. (1990). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- Parasuraman, A. & Berry, L. L. (1991). *Marketing services: Competing through quality*. New York : The Free Press.
- Sandada, N. & Matibiri, B. (2016). An Investigation into the Impact of Service Quality, Frequent Flier Programs and Safety Perception on Satisfaction and Customer Loyalty in the Airline Industry in Southern Africa. *South East European Journal of Economics and Business*, 11(1), 41-53.
- SimSek, K. & Demirbag, O. (2017). Modeling service quality, customer satisfaction and behavioral intentions in Airline Industry: A SEM approach. *The Journal of International Scientific Researches*, 2(6), 11-29.
- Siriborwonpitak, C. & Pathumporn, J. (2014). Marketing Strategies Affecting Passengers' Decision Making towards Thai Smile Airways: a case study Northeastern Thailand Routes. *Journal of Management Science, Ubonratchatani University (JMS-UBU)*, 3(5), 94.
- Skytrax . (2020). *World's Best airlines*. England : Skytraxratings.
- Skytrax. (2021). *World's 5- star airlines*. England : Skytraxratings.
- Skytrax. (2021). *World's Best Regional airlines by Skytrax*. England : Skytraxratings.
- Star Alliance. (2020). *Fly to more than 1,300 destinations worldwide with the Star Alliance network*. Frankfurt : Star Alliance.

- Tabachnick, B. G. & Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics*. California : Peason.
- Thai Airways. (2019). *Annual report Thai Airways International Public Company Limited*. Bangkok : Ministry of Transport.
- Thai Airways. (2018). *Annual report Thai Airways International Public Company Limited*. Bangkok : Ministry of Transport.
- Thai Airways. (2017). *Annual report Thai Airways International Public Company Limited*. Bangkok : Ministry of Transport.
- Thai Airways. (2013). *Thai Smile Airways*. Bangkok : Ministry of Transport.
- Thai Smile Airways. (2021). *News update*. Bangkok : Thai Smile Airways.
- The Civil Aviation Authority of Thailand. (2019). *Airworthiness standards in Thailand and aircraft licensing*. Bangkok : The Civil Aviation Authority of Thailand.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York : Harper & Row.