แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย

สิทธิชัย ศรีเจริญประมง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ)
คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
2556

แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย

สิทธิชัย ศรีเจริญประมง

คณะการจัดการการท่องเที่ยว

.....ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ)

.....ประธานกรรมการ

(ดร. จำเนียร ชุณหโสภาค)

.....กรรมการ

(ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง)

.....กรรมการ

(ดร. พัทรียา หลักเพ็ชร)

.....คณบดี

(ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง)

ตุลาคม 2556

บทคัดย่อ

ชื่อวิทยานิพนธ์	แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	นายสิทธิชัย ศรีเจริญประมง
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ)
ปีการศึกษา	2556

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้คือ 1) เพื่อประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย และ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม โดยศึกษาตามแนวทางทฤษฎีการวัดคุณภาพการบริการของ Parasuraman ประกอบไปด้วย 5 มิติหลักได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) การเอาใจใส่ (Empathy) และการสัมผัสได้ (Tangibles) ตามลำดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์สถิติทางสังคมศาสตร์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) หรือสถิติเชิงทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) เพื่อทดสอบสมมติฐานผลการวิจัย ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) หรือสถิติเชิงทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ T-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ใช้สถิติ F-test (One-Way ANOVA) ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปเพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย และใช้สถิติ Least-Significant Different (LSD) ทำการเปรียบเทียบระดับความแตกต่างเป็นรายคู่ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาข้างต้นได้นำไปประยุกต์เป็นข้อเสนอแนะเป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ คือ 1) การบริหารทุนมนุษย์ องค์กรธุรกิจสายการบินควรใช้หลักการให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างคนกับ

กระบวนการ ผ่านกิจกรรมการวางแผนและสรรหาทุนมนุษย์ กิจกรรมการสร้างความผูกพันของทุนมนุษย์, กิจกรรมประเมินสมรรถนะทุนมนุษย์ และกิจกรรมการให้พ้นจากการปฏิบัติหน้าที่ 2) การพัฒนาทุนมนุษย์ในองค์กรธุรกิจสายการบินควรจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้แก่พนักงานเน้นพัฒนาบุคลากรทุกระดับ โดยการพัฒนาปัจเจกบุคคล, การพัฒนาอาชีพ และการพัฒนาองค์กร 3) การพัฒนาองค์กร องค์กรธุรกิจสายการบินในประเทศไทยควรนำแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้เกิด เพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพและปรับปรุงองค์กรให้มีความสามารถในการแข่งขัน

ABSTRACT

Title of Thesis	Service Quality Improvement Guideline of Human Capital of Airlines in Thailand
Author	Mr. Sittichai Sricharoenpramong
Degree	Master of Arts (Integrated Tourism Management)
Year	2013

The objectives of this research are: 1) To evaluate the service quality of airline staffs in Thailand and 2). To guideline how to improve human capital of airlines in Thailand. This study is a field survey study with primary data collection employing quantitative data. The research applies Parasuraman's model which measures the service quality by 5 dimensions; Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy and Tangibles. The questionnaires were collected from 400 passengers who traveled by International flight by one of the national airlines. The descriptive statistics for data analysis included frequency and percentage. In addition, inferential statistics of independent and dependent variations were used to compare the results as *t*–test, F–test (One-Way ANOVA) and Pearson Correlation Coefficient. The result of this study reveals that the service quality of airline staffs in Thailand is in moderate level.

The results of this study lead to recommendations to improve guideline of human capital of airlines in Thailand as follows 1) Human Capital Management: The airlines organizations Thailand should link between employees and process of organization by using 4 main activities; Human Capital Planning and Recruitment, Human Capital Engagement, Human Capital Competency Assessment and Human Capital Separation. 2) Human Capital Development in airlines organization in Thailand should offer learning experience to employees. Emphasis on staff development at all levels by 3 mains activities; Individual Development, Career Development and Organization Development. 3) Organization Development in airlines organization in Thailand should apply the

Leaning Organization theory to enhance performance and improve the capabilities in competitive of organization.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษา ข้อแนะนำ และพิจารณาตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องในด้านต่างๆ ให้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ที่ได้ถ่ายทอดองค์ความรู้และมอบประสบการณ์การเรียนรู้ที่เข้มข้น พร้อมให้ความช่วยเหลือแนะนำแก่ผู้ศึกษาอย่างใกล้ชิด ทำให้เกิดบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้ซึ่งเป็นประโยชน์แก่ผู้ศึกษา และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกด้วยดีตลอดมา

ขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.น้ำเพชร อยู่สกุล ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคลการบริการภาคพื้น บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน), อาจารย์ ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์ ผู้อำนวยการโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (สาขาการจัดการบริการ) มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และอาจารย์ ดร.วลัยพร ริ้วตระกูลไพบูลย์ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ได้สละเวลาตรวจเครื่องมือวิจัยเพื่อหาความเชื่อมั่นและความตรงเชิงเนื้อหา นอกจากนี้ยังให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลและคำแนะนำต่างๆ ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการทำวิจัยครั้งนี้

ขอขอบพระคุณผู้โดยสารทุกท่านที่กรุณาช่วยตอบแบบสอบถาม จนสามารถได้ข้อมูลมาวิเคราะห์และประมวลผล

ขอขอบคุณเพื่อนๆ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ รุ่นที่ 1 (ภาคพิเศษ) ทุกท่าน ที่มีน้ำใจให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้กันเสมอมา

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และสมาชิกในครอบครัวที่คอยสนับสนุนและให้กำลังใจตลอดมา รวมทั้งเป็นผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผู้วิจัยเสมอมา

สิทธิชัย ศรีเจริญประมง

ตุลาคม 2556

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ (3)

ABSTRACT (5)

กิตติกรรมประกาศ (7)

สารบัญ (8)

สารบัญตาราง (10)

สารบัญภาพ (14)

บทที่ 1 บทนำ 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

1.2 คำถามวิจัย 5

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย 5

1.4 ขอบเขตของการศึกษา 6

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 6

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ 7

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 9

2.1 สายการบิน 10

2.2 การบริการ 17

2.3 แนวคิดและทฤษฎีการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ 50

2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 87

บทที่ 3 กรอบแนวคิดและวิธีการวิจัย 92

3.1 กรอบแนวคิด 92

3.2 วิธีการวิจัย 93

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 95

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล 99

บทที่ 4 ผลการศึกษา 102

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 103

4.2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังก่อนรับบริการ การรับรู้หลังรับบริการ และการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม 107

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน 121

4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 147

4.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ 148

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 149

5.1 สรุปผลการวิจัย 150

5.2 อภิปรายผล 156

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย 167

บรรณานุกรม 168

ภาคผนวก 178

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม เรื่อง "แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย" 179

ภาคผนวก ข แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถามในการหาความตรงเชิงเนื้อหา (รายบุคคล) 187

ภาคผนวก ค ค่า IOC ของแบบสอบถาม เรื่อง "แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย" 192

ภาคผนวก ง แบบสอบถามเพื่อคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติตามงานวิจัย เรื่อง "แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย" 195

ภาคผนวก จ หนังสือขออนุญาตแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์ 197

ภาคผนวก ฉ ค่า Reliability ของแบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย 201

ประวัติผู้เขียน 204

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	สถิติเปรียบเทียบจำนวนผู้โดยสารที่ใช้ท่าอากาศยานนานาชาติทั้ง 6 แห่ง ในปี พ.ศ. 2554 และ พ.ศ. 2555	3
2.1	สรุปแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวัดคุณภาพการบริการในสายการบิน	46
2.2	เกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการของพนักงาน	48
2.3	ความแตกต่างของแนวคิดและฐานคติระหว่างศตวรรษที่ 20 และ 21	52
2.4	ความแตกต่างระหว่างการฝึกอบรม (Training) การศึกษา (Education) และการพัฒนา (Development)	77
4.1	ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	103
4.2	ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามช่วงอายุ	103
4.3	ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	104
4.4	ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	104
4.5	ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	105
4.6	ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้	105
4.7	ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้	106
4.8	ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามประสบการณ์การเดินทางในสายการบินอื่น	106
4.9	ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการของสายการบินนี้	107
4.10	ค่าระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการ เที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง	107
4.11	อันดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง	110

4.12 ค่าระดับการรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง 112
4.13 อันดับรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง 114
4.14 ค่าระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง 116
4.15 อันดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง 119
4.16 การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังก่อนรับกับการรับรู้หลังรับบริการ ทั้ง 5 มิติ 122
4.17 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร-เพศ 123
4.18 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร-อายุ 124
4.19 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับอายุแตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม 126
4.20 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับอายุแตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านการตอบสนอง 127
4.21 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับอายุแตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านความมั่นใจ 129

4.22 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับอายุแตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านการเอาใจใส่ 130

4.23 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร-ระดับการศึกษา 131

4.24 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร – อาชีพ 134

4.25 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร-รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 136

4.26 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านความมั่นใจ 139

4.27 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร-จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ 140

4.28 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้แตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านความมั่นใจ 142

4.29 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้แตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านการสัมผัสได้ 143

4.30 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร-ความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้ 144

4.31 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร-ปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการของสายการบินนี้ 146

4.32 การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 147

4.33 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย 148

สารบัญภาพ

ภาพที่ **หน้า**

2.1 โครงสร้างของระบบบริการ 21
2.2 โมเดล Service Quality Gap
2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ 39
2.4 กระบวนการของการรับรู้ 41
2.5 การรับรู้คุณภาพการบริการ 42
2.6 กระบวนการการให้บริการของสายการบินในประเทศไทย 43
2.7 ส่วนผสมของทุนมนุษย์ 54
2.8 หลักการพื้นฐานสำคัญของการบริหารทุนมนุษย์ 56
2.9 ตัวแบบบูรณาการของทุนมนุษย์ 57
2.10 องค์ประกอบของทุนมนุษย์ 60
2.11 กิจกรรมการบริหารทุนมนุษย์ในองค์กร 62
2.12 กระบวนการในการกำหนดกลยุทธ์แบบมุ่งเน้นคนและองค์กร ที่ใช้กลยุทธ์แบบมุ่งเน้นกระบวนการ 64
2.13 ระบบการพัฒนาทุนมนุษย์ในองค์กร 70
2.14 องค์ประกอบกิจกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์ 72
2.15 ขั้นตอนการพัฒนาทุนมนุษย์ 72
2.16 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ 78
2.17 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ 83
3.1 กรอบแนวคิด 92

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยกลายเป็นส่วนหนึ่งของสังคมโลก เนื่องจากมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประเทศต่างๆโดยทางการทูตส่วนหนึ่ง และอีกส่วนหนึ่งคือการติดต่อค้าขายทั้งในด้านการนำเข้าและส่งออกสินค้าหลากหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นสินค้าหัตถกรรม เกษตรกรรม หรือแม้แต่เทคโนโลยีกับประเทศต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมหาศาล นอกจากนี้ยังมีอุตสาหกรรมอีกประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างรายได้ รวมไปถึงสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนเชื้อชาติต่างๆ จนเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมระหว่างกันขึ้น นั่นคือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมบริการขนาดใหญ่ที่สร้างรายได้ให้กับประเทศได้มากที่สุด ในปี พ.ศ. 2553 สามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวให้กับประเทศได้กว่า 6 แสนล้านบาท โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นประกอบไปด้วยธุรกิจมากมายหลายประเภททั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจจัดนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร และธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยทางอ้อม ได้แก่ ธุรกิจด้านการก่อสร้าง ร้านบริการซักรีด ร้านเสริมสวย ธุรกิจโฆษณา เป็นต้น (นิศา ชัชกุล, 2550: 1)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเจริญรุดหน้าไปพร้อมกับการพัฒนาองค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาทรัพยากรหรือสินมรดกทางการท่องเที่ยว และการสร้างสรรค์สิ่งอำนวยความสะดวก (Infrastructure) สิ่งอำนวยความสบาย (Super-Structure) ต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุดและซับซ้อนของนักท่องเที่ยว (นิศา ชัชกุล, 220: 88) การคมนาคมขนส่งทางอากาศนอกจากจะเป็นกิจการสาธารณูปโภคประเภทหนึ่งแล้ว ยังจัดเป็นหนึ่งในโครงสร้างพื้นฐานที่มีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยนับเป็นปัจจัยสำคัญในการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถทำการท่องเที่ยวหรือเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 152) ด้วยเหตุนี้นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จึงเลือกการคมนาคมขนส่งทางอากาศ

นอกจากจะมีความสะดวก ประหยัดเวลา รวดเร็ว แล้วยังมีความปลอดภัยกว่าการคมนาคมขนส่งในรูปแบบอื่นๆ

จากการคาดการณ์ของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transportation Association: IATA) ได้กล่าวถึงปริมาณในการขนส่งผู้โดยสารระหว่างประเทศทางอากาศโดยรวมของโลก ในปี พ.ศ. 2555 จะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.9 (บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน), 2554: 59) ซึ่งสอดคล้องกับการคาดการณ์ของสองบริษัทใหญ่ที่ผลิตเครื่องบินโดยสาร ได้แก่ บริษัท Boeing ได้คาดการณ์ว่าการเดินทางของผู้โดยสารจะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 5 ในปี พ.ศ. 2554-2574 (Boeing Commercial Airplanes, 2011: 4) และบริษัท Airbus An EDs (2012) ได้กล่าวว่าอีก 15 ปีต่อจากนี้การเดินทางของผู้โดยสารจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.7 (Airbus, 2012: 52) นอกจากนี้องค์การการท่องเที่ยวโลกได้คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2556 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเติบโตขึ้นอีก 5-6% (United Nations-The World Tourism Organization Asia-Pacific: UNWTO Asia Pacific, 2013: 10) ในขณะที่สมาคมท่าอากาศยานระหว่างประเทศ (Airport Council International: ACT) คาดการณ์ถึงอัตราการเติบโตของจำนวนผู้โดยสารทั่วโลกในอีก 20 ปี ข้างหน้า (ปี พ.ศ. 2551-2570) จะเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 4.2 ต่อปี และอัตราการเติบโตของผู้โดยสารในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ร้อยละ 6.3 ซึ่งถือว่าเป็นอัตราการเติบโตที่สูงกว่าทุกภูมิภาคในโลก (บริษัท การท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2555: 35) สำหรับการคมนาคมขนส่งทางอากาศในประเทศไทย โดยสำรวจจากการใช้ท่าอากาศยานนานาชาติทั้ง 6 แห่ง ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ, ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง, ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่, ท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่, ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต และท่าอากาศยานนานาชาติเชียงรายในปี พ.ศ. 2555 พบว่ามีผู้ใช้บริการ 76.13 ล้านคน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2554 แล้ว จำนวนผู้โดยสารเพิ่มสูงขึ้น 14.71% (AOT Summary Report, 2012 : 1) จากตารางที่ 1.1 สถิติเปรียบเทียบจำนวนผู้โดยสารที่ใช้ท่าอากาศยานทั้ง 6 แห่ง ในประเทศไทย

ตารางที่ 1.1 สถิติเปรียบเทียบจำนวนผู้โดยสารที่ใช้ท่าอากาศยานนานาชาติทั้ง 6 แห่ง ในปี พ.ศ. 2554 และ พ.ศ. 2555.

	จำนวนผู้โดยสาร		
ท่าอากาศยานนานาชาติ	**ปี พ.ศ. 2554**	**ปี พ.ศ. 2555**	**เปลี่ยนแปลง (%)**
สุวรรณภูมิ	47,910,904	53,002,328	10.63%
ดอนเมือง	3,424,915	5,983,141	74.69%
เชียงใหม่	3,880,037	4,491,331	15.75%
หาดใหญ่	1,869,113	2,127,483	13.82%
ภูเก็ต	8,467,995	9,541,552	12.68%
เชียงราย	818,163	986,436	20.57%
รวม	66,371,127	76,132,271	14.71%

ถึงแม้ว่าการคมนาคมขนส่งทางอากาศจะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก แต่เนื่องด้วยธุรกิจสายการบินเป็นธุรกิจที่มีความอ่อนไหวต่อสภาพแวดล้อม อันได้แก่ ปัญหาความไม่สงบทางการเมืองที่เกิดขึ้นในหลายๆ จุดที่สำคัญของโลก สงครามกลางเมือง ซึ่งอาจทำให้มีการกำหนดเงื่อนไขข้อบังคับการเคลื่อนย้ายคนระหว่างเมืองต่างๆ ขึ้นมา และไม่เพียงแต่ปัจจัยทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมภายในประเทศเท่านั้น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมระหว่างประเทศก็มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการขนส่งทางอากาศเช่นกัน เช่น การก่อการร้ายข้ามชาติอย่างเหตุการณ์วินาศภัยตึกเวิร์ดเทรดถล่มที่เมืองนิวยอร์กประเทศสหรัฐอเมริกาวันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2544 สงครามระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกากับอิรักในช่วงปี พ.ศ. 2546 รวมถึงปัญหาทางด้านวิกฤตพลังงานก่อให้เกิดปัญหาด้านการควบคุมต้นทุน ปัญหาด้านภัยพิบัติทางธรรมชาติ โรคระบาดต่างๆ เช่น การระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (SARS) โรคไข้หวัดนก เป็นต้น จะเห็นได้ว่าธุรกิจการขนส่งทางอากาศนั้นมีความอ่อนไหวมากกว่าธุรกิจการขนส่งอื่นๆ ซึ่งจากปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้โดยสาร และเป็นอุปสรรคซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจสายการบินทั้งสิ้น ก่อให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใต้อิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งทำให้ภาคเศรษฐกิจต่างๆ ของโลกมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์กรธุรกิจสายการบินทั่วโลกรวมทั้งองค์กรธุรกิจสายการบินในประเทศไทยต้องสร้างกลไกและปรับเปลี่ยนวิธีการในการบริหารงาน

และการบริหารบุคลากร เพื่อให้องค์กรและธุรกิจมีความคล่องตัว มีความสามารถในการปรับตัว มีความเข้มแข็ง ตลอดจนมีความพร้อมที่จะให้บริการและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นกับธุรกิจโดยการสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นทางด้านคุณค่า และคุณภาพการบริการที่ประทับใจ

เมื่อกล่าวถึงองค์กร จะเห็นได้ว่าองค์กรต่างๆ ขับเคลื่อนด้วยมนุษย์ โดยการสร้างมนุษย์ให้เป็นจุดแข็งขององค์กร ใช้มนุษย์เป็นแรงผลักดันองค์กรไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ เพื่อผลักดันให้องค์กรเกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) และเป็นองค์กรชั้นนำเป็นที่ยอมรับในระดับโลก โดยมองมนุษย์เป็น “ทุน” ที่สำคัญขององค์กร ซึ่งความรู้ความสามารถ ทักษะ พลังความคิดสร้างสรรค์ คุณลักษณะ และประสบการณ์ในตัวบุคคลสามารถนำมาพัฒนาเพื่อสร้างผลประโยชน์ให้แก่องค์กรได้ กลยุทธ์การดำเนินการด้านทุนมนุษย์ในองค์กรซึ่งประกอบด้วย การบริหารทุนมนุษย์ การพัฒนาทุนมนุษย์ และการพัฒนาองค์กรจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญ เพื่อที่จะเน้นให้มนุษย์ในองค์กรมีความรู้ความสามารถ และดึงศักยภาพของมนุษย์ในองค์กรมาใช้เพื่อพัฒนาองค์กรได้อย่างเต็มที่ องค์กรธุรกิจสายการบินเป็นธุรกิจบริการ นอกเหนือจากสิ่งอำนวยความสะดวกและเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่นำมาช่วยให้การบริการมีประสิทธิภาพมากขึ้นแล้ว ทุนมนุษย์ขององค์กรหรือพนักงานที่ปฏิบัติงานให้บริการ (Front Line Staff) ในทุกจุดสัมผัสของการบริการก็ถือเป็นหัวใจสำคัญในการส่งมอบบริการ ให้ผู้โดยสารหรือนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและประทับใจในคุณภาพการบริการ เป็นปัจจัยหลักที่ช่วยสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นความสำเร็จของการให้บริการจึงเป็นหน้าที่ขององค์กรที่จะต้องให้ความสำคัญกับทุนมนุษย์ในฐานะที่เป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดรายได้ในธุรกิจ

การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์โลกในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) เป็นช่วงเวลาของการช่วงชิงความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) เพื่อนำไปสู่การเป็นองค์กรระดับโลก (World Class Organization) สิ่งสำคัญในการสร้างชื่อเสียง และเป็นกลไกแห่งความสำเร็จที่สำคัญขององค์กรธุรกิจสายการบินคือความเป็นเลิศในการบริการ (Service Excellence) โดยหนึ่งในปัจจัยของความเป็นเลิศคือ การที่องค์กรธุรกิจสายการบินมีบุคลากรที่พร้อมตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจที่ดีให้แก่ผู้โดยสารหรือผู้รับบริการ พนักงานต้อนรับภาคพื้นถือเป็นบุคลากรที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นพนักงานกลุ่มแรกที่จะส่งมอบบริการให้แก่ผู้โดยสาร และเป็นพนักงานกลุ่มสุดท้ายที่จะสามารถสร้างความประทับใจในคุณภาพการบริการแก่ผู้โดยสารเมื่อผู้โดยสารเดินทางถึงจุดหมายปลายทาง อย่างไรก็ตามคุณภาพการบริการของพนักงานย่อมมีความแตกต่างกันในหลายๆ ด้าน ทำให้องค์กรไม่สามารถคาดเดาได้ว่า พนักงานแต่ละบุคคลจะสามารถส่งมอบบริการที่ดีที่สุดให้กับผู้รับบริการได้อย่างเป็นมาตรฐานเดียวกัน (น้ำเพชร อยู่สกุล, 2553: 1)

ดังได้กล่าวมาข้างต้นว่าธุรกิจสายการบินเป็นธุรกิจบริการ ดังนั้นคุณภาพการบริการ (Service Quality) จึงเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในความสำเร็จขององค์กร องค์กรธุรกิจสายการบินต่างวางกลยุทธ์และการพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อช่วงชิงรางวัลให้องค์กรของตนเพื่ออยู่แนวหน้าและมีชื่อเสียงในระดับต้นๆ ของโลก ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงจูงใจและเป็นหลักประกันให้ผู้โดยสารมั่นใจว่าคุณภาพการบริการขององค์กรของตนนั้นมีคุณภาพการบริการที่ดีเลิศ นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความพึงพอใจ ความน่าเชื่อถือ ความโดดเด่น ภาพลักษณ์ขององค์กรและสร้างความจงรักภักดีของผู้โดยสารหรือการที่จะมีลูกค้ารายใหม่สนใจที่จะมาใช้บริการอีกด้วย (Heskett, Sasser, and Schlesinger, 1997 อ้างถึงใน Walanchalee Wattanacharoensil and Chanin Yoopetch, 2012: 286)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น การวิจัยศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทยจึงมีความสำคัญเพื่อนำผลของการวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาองค์กรธุรกิจการบินในประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จต่อไป

1.2 คำถามวิจัย

1.2.1 คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยเป็นอย่างไร

1.2.2 แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทยควรเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1.3.1 เพื่อประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย

1.3.2 เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร

ศึกษาเฉพาะผู้โดยสารที่เป็นประชากรไทย ที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง บริเวณเคาน์เตอร์ตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Counter), บริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน (Boarding Gate) และบริเวณสายพานรับสัมภาระ (Baggage Claim Area) ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ

1.4.2 ขอบเขตด้านเวลา

ในการวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลในช่วงระหว่าง วันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2556 ถึง วันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2556

1.4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาการวัดคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย โดยใช้เครื่องมือ SERVEQUAL ซึ่งเป็นเครื่องการวัดคุณภาพการบริการจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังก่อนรับบริการ (Expectation) กับการรับรู้หลังรับบริการ (Perception) จาก 5 มิติหลัก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) การเอาใจใส่ (Empathy) และการสัมผัสได้ (Tangibles) (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1985: 48)

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทำให้องค์กรสายการบินในประเทศไทยทราบถึงประสิทธิภาพของการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการ

1.5.2 ได้ทราบถึงคุณภาพการบริการขององค์กรสายการบินในประเทศไทย

1.5.3 ทำให้ได้แนวทางการดำเนินการพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทยด้วยการดำเนินการด้านทุนมนุษย์

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย ได้มีการนิยามคำศัพท์เฉพาะเพื่อใช้ในการศึกษา ดังนี้

การบริการ (Service) หมายถึง กระบวนการการให้บริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นโดยอำนวยความสะดวกสบาย ช่วยเหลือ ดูแลผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง

คุณภาพการบริการ หมายถึง คุณสมบัติคุณลักษณะที่เกิดจากการรับรู้ของผู้รับบริการโดยมีความโดดเด่นตรงหรือเกินความคาดหวัง ซึ่งต้องไม่มีข้อผิดพลาด หรือสิ่งบกพร่องเกิดขึ้นเลยขณะให้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยผู้รับบริการจะพิจารณาจาก 5 มิติหลัก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance) การเอาใจใส่ (Empathy) และการสัมผัสได้ (Tangibles)

ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ประสิทธิภาพของการบริการที่น่าเชื่อถือเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าจะได้รับ กล่าวคือ การบริการจะต้องทำให้สำเร็จอย่างตรงเวลา มีลักษณะในการให้บริการที่เหมือนกันทุกครั้ง และปราศจากความผิดพลาดทั้งหมดทุกครั้งที่ให้บริการ

การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะช่วยเหลือผู้ใช้บริการและพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลาที่ปฏิบัติหน้าที่

ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง ความรู้และมารยาทที่สุภาพอ่อนโยนของพนักงานสามารถสื่อถึงความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจจากผู้ใช้บริการได้ คำมั่นสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการโดยในมิตินี้สามารถกล่าวรวมไปถึง ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน, ความสุภาพและเคารพผู้ใช้บริการ, การสื่อสารกับผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และกิริยาท่าทางทั่วไปที่มาจากใจของผู้ให้บริการ

การเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การดูแลและความใส่ใจผู้รับบริการเป็นรายบุคคล โดยในมิตินี้อาจรวมไปถึง วิธีการเข้าหาผู้รับบริการ ความรวดเร็วและความพยายามที่จะเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ

การสัมผัสได้ (Tangibles) หมายถึง ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ, เครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการ, บุคคล, ช่องทางในการสื่อสาร รวมไปถึงความสะอาด และเสียงรบกวนจากผู้ใช้บริการท่านอื่น

สายการบิน หมายถึง องค์กรสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีตารางเที่ยวบินประจำมีกำหนด (Scheduled Airline) และให้บริการแบบเต็มรูปแบบ (Full Service Airline)

พนักงานสายการบินในประเทศไทย หมายถึง พนักงานต้อนรับภาคพื้นของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศ บริเวณเคาน์เตอร์ตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Counter), บริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน (Boarding Gate) และบริเวณสายพานรับสัมภาระ (Baggage Claim Area) ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ

ผู้โดยสาร หมายถึง ผู้รับบริการสัญชาติไทยที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ

การดำเนินการด้านทุนมนุษย์ หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทุนมนุษย์ในองค์กรธุรกิจสายการบินในประเทศไทยซึ่งประกอบด้วย การบริหารทุนมนุษย์ การพัฒนาทุนมนุษย์ และการพัฒนาองค์กร

การทุนมนุษย์ (Human Capital Management) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นกระบวนการเพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการและการสนับสนุนให้บุคลากรเหล่านั้นมีบทบาทในการดำเนินกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้องค์กรบรรลุไปตามเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ โดยคำนึงถึงผลกระทบทั้งจากสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกกิจการ โดยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทุนมนุษย์มีดังนี้ กิจกรรมการวางแผนและสรรหาทุนมนุษย์ กิจกรรมการสร้างความผูกพันของทุนมนุษย์ กิจกรรมการประเมินสมรรถนะทุนมนุษย์ และกิจกรรมการให้พ้นจากการปฏิบัติงาน

การพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital Development) หมายถึง ศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในการที่จะเพิ่มความสามารถในการเรียนรู้และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของสมาชิกในองค์กรด้วยรูปแบบและกระบวนการที่เหมาะสมและปรับไปตามสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ โดยการดำเนินกิจกรรมพัฒนาทุนมนุษย์มีขั้นตอนดังนี้ การประเมินความต้องการในการพัฒนาทุนมนุษย์ การออกแบบและดำเนินกิจกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์ การประเมินผลการจัดกิจกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์

การพัฒนาองค์กร (Organization Development) หมายถึง เทคนิคหรือกระบวนการซึ่งช่วยสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลให้เกิดการยกระดับความสามารถและประสิทธิภาพขององค์กรเพื่อนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จที่ยั่งยืนแก่องค์กร

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในเรื่องแนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย ผู้ศึกษาได้ประมวลเอกสารและงานวิจัย โดยแยกเป็นประเด็นหลักได้ดังนี้

2.1 สายการบิน

2.1.1 ความหมายและประเภทของสายการบิน

2.1.2 ประวัติการบินในประเทศไทย

2.2 การบริการ

2.2.1 ความหมายการบริการ

2.2.2 องค์ประกอบของระบบบริการ

2.2.3 ลักษณะของงานบริการ

2.2.4 ประเภทของงานบริการ

2.2.5 ความสำคัญของการบริการ

2.2.6 แนวคิดในเรื่องคุณภาพการบริการ, ทฤษฎีความคาดหวัง และทฤษฎีการรับรู้

2.2.7 กระบวนการการให้บริการของสายการบินในประเทศไทย

2.2.8 แนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการของสายการบิน

2.2.9 พนักงานต้อนรับภาคพื้นของสายการบินในประเทศไทย

2.3 แนวคิดและทฤษฎีการดำเนินการด้านทุนมนุษย์

2.3.1 ความหมายและความสำคัญของทุนมนุษย์

2.3.2 การบริหารทุนมนุษย์

2.3.3 การพัฒนาทุนมนุษย์

2.3.4 การพัฒนาองค์กร

2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 สายการบิน

2.1.1 ความหมายและประเภทของสายการบิน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 250-257) ได้กล่าวไว้ว่า ธุรกิจการบิน (Airline Business) เป็นกิจการสาธารณูปโภค (Public Utility) ประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เป็นส่วนประกอบหนึ่งของอุตสาหกรรมการบิน (Aviation Industry) ที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทางอากาศจากที่หนึ่งไปยังที่หมายตามความต้องการของผู้โดยสาร ด้วยความสะดวกรวดเร็ว จึงเป็นที่นิยมของผู้ใช้บริการกันมากในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังให้ความหมายของคำว่า “ธุรกิจการบิน” ไว้ว่า หมายถึง บุคคลหรือนิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทางอากาศด้วยเครื่องบิน ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของธุรกิจการบินออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ได้แก่ การแบ่งประเภทสายการบินตามลักษณะการเป็นเจ้าของ และการแบ่งประเภทสายการบินตามลักษณะการให้บริการ

2.1.1.1 การแบ่งประเภทธุรกิจการบินตามลักษณะการเป็นเจ้าของ อาจแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทย่อยคือ

1) สายการบินของรัฐ (State Air Carriers) เป็นสายการบินที่รัฐเข้าไปลงทุนเอง หรือรัฐเป็นเจ้าของกิจการเอง

2) สายการบินของเอกชน (Private Air Carriers) เป็นสายการบินที่เอกชนเป็นเจ้าของกิจการ แต่อยู่ภายใต้การควบคุมด้านเศรษฐกิจและความปลอดภัยของรัฐบาล

2.1.1.2 การแบ่งประเภทธุรกิจการบินตามลักษณะการให้บริการ อาจแบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ

1) สายการบินประจำมีกำหนด (Scheduled Airline) หมายถึง สายการบินให้บริการประจำเส้นทางที่กำหนดทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อสินจ้างตามตารางการบินที่แน่นอน อันเป็นการบริการที่สม่ำเสมอและเปิดบริการแก่สาธารณชน ซึ่งสายการบินประจำมีกำหนด อาจแบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย ดังนี้

(1) สายการบินหลัก เป็นผู้ประกอบการบินที่ได้รับมอบอำนาจเพื่อจัดบริการอย่างประจำมีกำหนดแก่สาธารณชนในเส้นทางระยะไกลที่มีผู้ใช้บริการหนาแน่น

(2) สายการบินท้องถิ่น เป็นผู้ประกอบการบินในเส้นทางระหว่างชุมชนของเมืองที่มีผู้ใช้บริการน้อยในเส้นทางระยะใกล้

2) สายการบินไม่ประจำ (Non-scheduled Airline) หมายถึง บริษัทการบินที่ให้บริการทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศที่มีลักษณะเป็นการบินเช่าเหมาหรือการบิน

พิเศษอื่นๆ ไม่อยู่ในลักษณะของการบินประจำมีกำหนด โดยดำเนินการเพื่อสินจ้าง แต่ไม่มีการกำหนดเวลาที่แน่นอน สายการบินไม่ประจำนี้ให้บริการใน 3 ลักษณะคือ

(1) สายการบินบริการเช่าเหมา (Charter Service Airline) หมายถึง สายการบินที่ให้เช่าทั้งหมดของอากาศยานสำหรับการบินเฉพาะเที่ยวหนึ่ง หรือหลายเที่ยวเพื่อประโยชน์ของผู้เช่าเอง (อาจจะเป็นคนเดียวหรือหมู่คณะก็ได้) สำหรับขนส่งผู้โดยสารหรือสินค้าจำนวนมากด้วยอากาศยานขนาดใหญ่ ภายใต้สัญญาระยะยาวกับเอกชนหรือรัฐบาล เพื่อให้บุคคลในคณะนั้นได้ใช้ที่นั่ง หรือระวางบรรทุกในเที่ยวบินที่เช่า โดยไม่นำที่นั่งหรือระวางที่ตนมิได้ใช้ออกจำหน่ายต่อให้แก่ประชาชนทั่วไป

(2) สายการบินบริการแท็กซี่อากาศ (Air Taxi Service Airline) หมายถึง สายการบินที่ให้เช่าอากาศยานเหมือนเช่าเหมา เพียงแต่ดำเนินการบินด้วยอากาศยานขนาดเล็กที่มีความจุน้อย ประมาณ 4-18 ที่นั่ง และจะดำเนินการบินเฉพาะเมื่อมีผู้เช่ามาขอให้ทำการบินเท่านั้น โดยผู้เช่าเองจะเป็นผู้กำหนดจุดหมายปลายทางและวันเวลาทำการบิน ซึ่งประเทศต่างๆ ได้มีการกำหนดข้อบังคับในการควบคุมการบริการแท็กซี่ทางอากาศเช่นเดียวกับการบริการบินเช่าเหมา

(3) สายการบินบริการเฮลิคอปเตอร์ หมายถึง สายการบินที่ให้เช่าอากาศยานประเภทเฮลิคอปเตอร์ มักจะให้บริการรับส่งคนไข้ฉุกเฉิน

นอกจากนี้ องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization: ICAO) ได้แบ่งประเภทและให้คำจำกัดความของสายการบิน ไว้ในวาระการประชุม ณ เมือง Montreal เมื่อวันที่ 23-27 พฤศจิกายน 2552 ไว้ดังนี้ 1) สายการบินที่ทำการขนส่งเชิงพาณิชย์ (Commercial Air Transport Operation) หมายถึง การดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งผู้โดยสาร (Passengers) สินค้า (Cargo) หรือไปรษณีย์ (Mail) เพื่อสร้างรายได้หรือการเช่า 2) เที่ยวบิน (Flight) หมายถึง การดำเนินการของอากาศยาน โดยมีการระบุเที่ยวบินหรือระบุเลขเที่ยวบิน ด้วยเลขของเที่ยวบินที่เหมือนเดิม

3) เที่ยวบิน (Flight) สายการบินที่ทำการขนส่งเชิงพาณิชย์ (Commercial Air Transport Operation) หมายถึง การดำเนินการของอากาศยานในระยะการบินหนึ่งหรือมากกว่า โดยมีการกำหนดตารางการบินหรือไม่กำหนดตารางการบินเพื่อบริการประชาชน ทั้งนี้เป็นเพื่อการสร้างรายได้หรือการให้เช่า สายการบินที่ทำการขนส่งเชิงพาณิชย์สามารถจำแนกเป็นเที่ยวบินที่บินตามตารางการบิน และเที่ยวบินที่บินไม่ตามตารางการบินเที่ยวบินที่ทำการบินระหว่างประเทศตามตารางเป็นชุดของเที่ยวบินที่มีลักษณะดังนี้ 1) เป็นเที่ยวบินที่บินผ่านน่านฟ้าในอาณาเขตของรัฐมากกว่า 1 รัฐ 2) ทำการบินด้วยเครื่องบินสำหรับขนส่งผู้โดยสาร ไปรษณีย์หรือสินค้าเพื่อค่าตอบแทนหรือค่าจ้าง โดยในแต่ละเที่ยวบินมีลักษณะเปิดให้บริการประชาชนหรือสาธารณะ 3) ทำการดำเนินการ

บิน เพื่อบริการการคมนาคมระหว่างสองจุดบินเดิม หรือมากกว่า โดยทำการบินตามตารางและเวลาที่เผยแพร่ หรือ ทำการบินด้วยเที่ยวบินปกติและมีความถี่ในการบินเป็นประจำ

4) เที่ยวบินที่บริการตามตารางการบินเพื่อการพาณิชย์ Scheduled Services (Revenue) คือ เที่ยวบินที่ทำการบินตามตารางและดำเนินการเพื่อค่าตอบแทนตามตารางเวลาที่เผยแพร่ หรือทำการบินด้วยเที่ยวบินปกติมีความถี่ในการบินเป็นประจำ ซึ่งเปิดบริการให้สาธารณชนสามารถทำการจองเที่ยวบิน หรือเที่ยวบินพิเศษอันเนื่องมาจากการจราจรที่ล้นมาจากเที่ยวบินตามตารางที่กำหนด

5) เที่ยวบินที่บริการไม่ตามตารางบิน (Non-Scheduled Air Service) เป็นการบริการการบินเชิงพาณิชย์ โดยดำเนินการขนส่งที่นอกเหนือการบริการเที่ยวบินที่บินตามตารางการบิน (Scheduled Air Service) เที่ยวบินเช่าเหมาลำ (Charter Flight) เป็นการดำเนินการบินไม่ตามตารางบินโดยใช้เครื่องบินที่เช่าเหมาลำผ่านเงื่อนไข ในการทำสัญญาระหว่างสายการบินกับนิติบุคคลเพื่อจ้างหรือเช่าเครื่องบิน แต่ไม่ได้หมายความว่าเที่ยวบินเชิงพาณิชย์ที่บริการไม่ตามตารางบินทั้งหมดจะเป็นเที่ยวบินเช่าเหมาลำ โดยเที่ยวบินที่บริการไม่ตามตารางบินสามารถจำแนกได้ 4 ประเภท คือ เที่ยวบินเช่าเหมาลำขนส่งผู้โดยสาร (Passenger Charter Flights), เที่ยวบินเช่าเหมาลำขนส่งสินค้า (Cargo Charter Flights), เที่ยวบินเช่าเหมาลำขนส่งผู้โดยสารและสินค้า (Combined Passenger-Cargo Flights) และเที่ยวบินที่ไม่บินตามตารางบินและไม่ใช่เที่ยวบินเช่าเหมาลำ (Non-scheduled Non-charter Flights) ทำการบินขนส่งผู้โดยสารที่เป็นรายบุคคลหรือเอกสารสำหรับการขนส่งทางอากาศที่เป็นรายบุคคล บางครั้งการขนส่งในลักษณะนี้ถูกเรียกว่า On-Demand Air Taxi Service ซึ่งเที่ยวบินเหล่านี้จะไม่ทำการบินตามตารางการบินที่ถูกเผยแพร่ แต่จะขายให้แก่สมาชิกเป็นรายบุคคล เช่น ผู้จัดส่งสินค้า (Freight Shipper) โดยทำการบินตามเส้นทางบินที่ได้รับอนุญาต และหยุดพักตามจุดเส้นทางบินที่ได้กำหนดไว้แล้ว

6) เที่ยวบินแท็กซี่เชิงพาณิชย์ (Air Taxi Revenue Flights) เป็นเที่ยวบินที่บริการไม่ตามตาราง (Non-Scheduled Flights) และเป็นเที่ยวบินตามความต้องการของลูกค้า (On-Demand Flights) โดยทำการขนส่งผู้โดยสาร สินค้า หรือไปรษณีย์เพื่อสร้างรายได้หรือค่าตอบแทน ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้เครื่องบินขนาดเล็กโดยรวมไปถึงเฮลิคอปเตอร์ด้วย (จำนวนที่นั่งไม่เกิน 30 ที่นั่ง)

ดังนั้น สามารถสรุปความหมายของธุรกิจการบินได้ว่า เป็นกิจการการคมนาคมขนส่งประเภทหนึ่งซึ่งถือว่าเป็นสาธารณูปโภคอำนวยความสะดวกในการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าทางอากาศเพื่อการพาณิชย์ สามารถแบ่งได้ออกเป็นลักษณะ คือ ธุรกิจการบินที่มีตาราง

เที่ยวบินประจำมีกำหนด (Scheduled Airline) และธุรกิจการบินที่ไม่มีตารางเที่ยวบินประจำ (Non-scheduled Airline)

2.1.2 ประวัติการบินในประเทศไทย

สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (2538: 235-237) บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด (2526: 17-41) และกรมการบินพาณิชย์ (2541: 19-21) ได้กล่าวถึงประวัติการบินในประเทศไทยว่าการบินเริ่มเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยตั้งแต่สมัยที่ประเทศไทยยังใช้ช้างเป็นพาหนะสำคัญในการขนส่งทางบก และมีเรือพายเรือแจวแล่นลอยเต็มลำน้ำลำคลอง ซึ่งตรงกับรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6) โดยมีนักบินชาวเบลเยี่ยมคือ นายวัลเดน เบอร์น (Vanden Born) ได้นำเครื่องบินแบบออร์วิลล์ ไรท์ (Orwille Wright) มาสาธิตการบินถวายให้ทอดพระเนตร และให้ประชาชนในกรุงเทพฯ ชม เมื่อวันที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2454 ณ สนามราชกรีฑาสโมสร ปทุมวัน นับเป็นเครื่องบินลำแรกที่บินเข้ามาในราชอาณาจักร โดยนายพลตรีพระเจ้าน้องยาเธอ กรมหมื่นกำแพงเพชรอัครโยธิน (พลเอก พระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน) ผู้บัญชาการกองพลที่ 1 รักษาพระองค์และจเรทหารช่างแห่งกองทัพบก ได้ทรงเป็นผู้โดยสารที่ขึ้นบินทดลองชุดแรก เมื่อเสร็จการแสดงแล้วได้ทรงซื้อเครื่องบินนั้นไว้เพื่อประโยชน์แก่การศึกษา และในปี พ.ศ. 2454 นั้นเอง พลเอก สมเด็จพระเจ้าน้องยาเธอ เจ้าฟ้ากรมหลวงพิษณุโลกประชานาถ เสนาธิการทหารบก ได้ดำริจัดตั้งหน่วยบินขึ้น เพื่อป้องกันประเทศไทยตามความจำเป็น กระทรวงกลาโหมจึงได้ส่งนายทหารไทย 3 นาย ได้แก่ นายพันตรีหลวงศักดิ์ ศัลยาวุธ (นายสุณี สุวรรณประทีป) นายร้อยเอกหลวงอาวุธสิขิกร (นายหลง สิน-ศุข) และนายร้อยโททิพย์ เกตุทัต ไปศึกษาวิชาการบิน ณ ประเทศฝรั่งเศส เมื่องวันที่ 28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2454

เมื่อสำเร็จการศึกษา นักบินไทยทั้ง 3 นายซึ่งเป็น "มนุษย์อากาศไทยชุดแรก" ทดลองบินด้วยเครื่องแบบนิเออปอร์ตเป็นครั้งแรก ที่สนามม้าสระปทุม เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2456 ในการนี้พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 6) ทรงให้จัดซื้อเครื่องบินบรรทุกเรือกลับมาประเทศไทย จำนวน 8 ลำ เป็นเครื่องบินที่ทางราชการซื้อ 7 ลำ และเจ้าพระยาอภัยภูเบศร์ (ชุ่ม อภัยวงศ์) ซื้อให้ทางราชการ 1 ลำ เมื่อทดลองบินในครั้งนั้นแล้วปรากฏว่าสนามม้าสระปทุมไม่สะดวก เพราะแคบไปและเป็นที่ลุ่มน้ำท่วมในฤดูฝน พระยาเฉลิมอากาศจึงเสาะแสวงหาพื้นที่อื่นรอบๆ พระนคร ในที่สุดท่านก็เลือกดอนเมือง ซึ่งไม่ไกลนักและตามปกตินำ้ก็ไม่ท่วมสามารถใช้ทำการบินได้สะดวกตลอดปีเพื่อเป็นสนามบินที่ใช้ในกิจการทหาร ต่อมาในวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2457 เครื่องบินของกองบินไทยก็ร่อนลงเป็นปฐมฤกษ์ เปิดสนามบินดอนเมือง

เมื่อเกิดสงครามโลกครั้งที่ 1 ขึ้น และใน พ.ศ. 2461 ไทยได้ส่งทหารอาสาเข้าร่วมการรบด้วย 300 คน ทหารอาสาของไทยได้มีโอกาสเรียนรู้เรื่อการขับเครื่องบินและเลยไปถึงการสร้างเครื่องบินจากทหารฝรั่งเศสเมื่อสิ้นสงครามโลกปรากฏว่าไทยมีนักบินที่มีคุณสมบัติครบถ้วนมากกว่า 100 คน ประชาชน ชาวไทยต่างพร้อมในกันบริจาคเงินซื้อเครื่องบินให้กับทางราชการ (กระทรวงกลาโหม) ได้รับเงินบริจาคเป็นจำนวนมากจากจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ โดยใช้ชื่อของจังหวัดที่บริจาคเงินเป็นชื่อของเครื่องบินได้เป็นจำนวนมากถึง 31 ลำ เวลาต่อมาในปี พ.ศ. 2462 กรมอากาศยานหรือกองทัพอากาศในปัจจุบันได้มีการทดลองทำการบินรับส่งไปรษณีย์ระหว่างกรุงเทพฯ กับจันทบุรี เพราะได้พิจารณาเห็นว่าการสื่อสาร และคมนาคมสมัยนั้นต้องอาศัยเรือแต่เพียงอย่างเดียว และการเดินเรือในเส้นทางกรุงเทพฯ-จันทบุรีต้องแวะส่งผู้โดยสาร สินค้า และไปรษณีย์ตามหัวเมืองที่เส้นทางเดินเรือผ่าน ซึ่งใช้เวลานานหลายวัน หากใช้เครื่องบินจะใช้เวลาเพียงชั่วโมงเศษเท่านั้น โดยใช้เครื่องบินเบรเกต์ (Breguet XIV) ซึ่งเป็นเครื่องบินทหารที่ได้ดัดแปลงมาใช้งานขนส่งทางอากาศ ซึ่งผลจากการทดลองบินนั้นทำให้รัฐบาลตระหนักถึงความสำคัญและคุณประโยชน์ของการบินพลเรือน นับว่าประเทศไทยได้ก้าวเข้ามาสู่การบินก่อนหน้าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคนี้ การทดลองทำการบินได้ผลเป็นที่น่าพอใจ ต่อมาจึงได้มีการขนส่งผู้โดยสารในเส้นทางนี้ด้วย

เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2463 กรมอากาศยานทหารบกได้เปิดการบินรับส่งไปรษณีย์ระหว่างจังหวัดนครราชสีมากับจังหวัดอุบลราชธานีขึ้น เพราะในเวลานั้นจังหวัดทั้ง 2 ยังมิได้มีการติดต่อกันโดยทางรถไฟ เส้นทางบินได้ขยายออกไปยังจังหวัดอุดรธานี และหนองคาย มีเส้นทางบินอีกสายหนึ่งไปยังจังหวัดพิษณุโลก และเพชรบูรณ์ แม้จะมีการขนส่งผู้โดยสารบ้าง แต่บริการหลักก็ยังคงเป็นไปรษณีย์และเป็นการขนส่งไปยังจังหวัดที่ยังไม่มีรถไฟเชื่อมถึง การเปิดทำการบินพลเรือนขึ้นดังกล่าว นอกจากจะรับส่งผู้โดยสารและไปรษณียภัณฑ์แล้ว เมื่อมีโรคระบาดขึ้นในจังหวัดที่ห่างไกลก็อาศัยใช้เครื่องบินนำแพทย์และเวชภัณฑ์ต่างๆ ส่งไปช่วยเหลือได้รวดเร็วอีกด้วย ต่อมาในปี พ.ศ. 2468 ประเทศไทยได้จัดตั้งกองบินพลเรือน กรมบัญชาการกระทรวงพาณิชย์และคมนาคม และจากนั้นการบินพลเรือนของประเทศได้มีหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบมาโดยตลอด

ในปี พ.ศ. 2472 พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 7) ได้พระราชทานทุนให้ น.อ.เลื่อน พงษ์โสภณ ซึ่งเป็นผู้ชำนาญการจักรกลอยู่แล้ว ไปศึกษาวิชาการบินและวิศวกรรมช่างกลต่อที่สหรัฐอเมริกา เป็นเวลา 3 ปี เมื่อสำเร็จการศึกษาในปี 2475 ก่อนเดินทางกลับเมืองไทย น.อ.เลื่อน พงษ์โสภณ ได้ไปรับจ้างแสดงการบินผาดโผน เป็นที่ชื่นชอบของผู้ชม จึงได้เดินทางไปแสดงในรัฐต่างๆ หลายแห่ง จนกระทั่งมีเงินเหลือเก็บจึงขอซื้อเครื่องบินจากบริษัท TRAVEL AIR ในแบบเครื่องยนต์ CURTISS OX-5 90 แรงม้า ในราคา 6,000 บาท และใช้เครื่องบินนั้นบินกลับมา

ยังประเทศไทย โดยให้ชื่อเป็นภาษาไทยว่า “นางสาวสยาม” และเป็นภาษาอังกฤษว่า “MISS SIAM” นับเป็นเครื่องบินพลเรือนลำแรกของประเทศไทย และในปีเดียวกันนั้นเอง น.อ. เลื่อน พงษ์โสภณ ได้ทำการบินเดี่ยวจากประเทศไทยไปยังประเทศจีนและกลับในความอุปถัมภ์จากสมาชิกสโมสรสามัคคีจีนสยาม (ชาวจีนในไทย) ได้ช่วยกันเรี่ยไรเงิน นับว่าประเทศไทยได้มีการคมนาคมทางอากาศกับประเทศจีนเป็นครั้งแรก เพราะขณะนั้นสายการบินระหว่างประเทศทั้ง 2 ยังมิได้เปิด

ในเวลาต่อมามีการจัดตั้งบริษัท เดินอากาศ จำกัด (Aerial Transport of Siam Co., Ltd.) ขึ้น ในวันที่ 13 กรกฎาคม พ.ศ. 2473 มีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ดำเนินการขนส่งทางอากาศภายในประเทศ การดำเนินงานในระยะแรกได้รับสัมปทานการขนส่งทางอากาศ 25 ปี ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2475 และได้ขยายเส้นทางบินรับส่งผู้โดยสารและไปรษณียภัณฑ์ไปยังจังหวัดต่างๆ ดังนี้

ขอนแก่น-อุดรธานี-หนองคาย-เวียงจันทน์
ขอนแก่น-สกลนคร-นครพนม-มุกดาหาร
พิษณุโลก-ตาก-แม่สอด
เชียงใหม่-แม่ฮ่องสอน-แม่สะเรียง
ดอนเมือง-หัวหิน-ชุมพร-บ้านดอน-ภูเก็ต

ในปลายปี พ.ศ. 2484 เกิดสงครามโลกครั้งที่สองขึ้นจึงเป็นอุปสรรคเกิดการขาดแคลนอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ และอะไหล่ไประยะหนึ่ง เป็นเหตุให้เหลือเครื่องบินพอใช้ทำการบินเพียง 3 เส้นทาง เท่านั้น คือ

เชียงใหม่-แม่ฮ่องสอน-แม่สะเรียง
พิษณุโลก-เลย-อุดรธานี
พิษณุโลก-ตาก-แม่สอด

เมื่อสงครามทวีความรุนแรงขึ้นทำให้ต้องหยุดกิจการชั่วคราวเมื่อวันที่ 5 เมษายน 2488 ต่อมาในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2489 หลังจากสงครามยุติลง รัฐบาลจึงฟื้นฟูกิจการการบินพาณิชย์ขึ้นอีกครั้ง โดยรัฐบาลไทยให้กองทัพอากาศรับดำเนินการไปก่อน ต่อมาในวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2490 คณะรัฐมนตรีขณะนั้น มีมติอนุมัติแผนงานการบินพาณิชย์ของกระทรวงคมนาคม ให้ดำเนินงานโดยจัดตั้งในรูปของ บริษัท เดินอากาศ จำกัด (Siamese Airways Co., Ltd.) โดยรับโอนกิจการบินพาณิชย์ จากกองทัพอากาศมาดำเนินงานต่อเพื่อบริการประชาชนในการขนส่งทางอากาศทั่วประเทศ

ในระหว่างที่ดำเนินจัดตั้งบริษัท เดินอากาศ จำกัด อยู่นั้น ได้มีบริษัทการบินจากต่างประเทศเสนอรัฐบาลจัดตั้งบริษัทขึ้นในนามของไทย โดยรัฐบาลและประชาชนคนไทยมีหุ้นด้วย มีวัตถุประสงค์

เพื่อทำการบินระหว่างประเทศ ซึ่งรัฐบาลได้พิจารณาเห็นว่า บริษัทการบินที่มอบหมายให้กระทรวงคมนาคมจัดตั้งนั้น เพื่อทำการบินภายในประเทศ เมื่อบริษัทการบินต่างประเทศมาขอตั้งบริษัทการบินร่วมกับไทยเพื่อทำการบินระหว่างประเทศ จึงตกลงและเป็นผลให้เกิดบริษัทการของไทยขึ้นอีกสายหนึ่งคือ Pacific Overseas Airlines (Siam) Limited หรือ POAS ผู้ก่อตั้งคือ บริษัทการบินแปซิฟิคโอเวอร์ซีส์ แอร์ไลน์ แห่งอเมริกา โดยทำการบินระหว่างกรุงเทพฯ-สิงคโปร์ และ กรุงเทพฯ-ฮ่องกง โดยใช้นักบินและช่างส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ค่าใช้จ่ายและเงินเดือนค่าจ้างจึงมีอัตราสูง ทำให้การดำเนินการในปีแรกจึงขาดทุนเป็นจำนวนมาก เมื่อมีการประชุมผู้ถือหุ้นเลือกตั้งคณะกรรมการใหม่ พันเอกพระอร่ามมรณชิต เจ้าหน้าที่ของกระทรวงคมนาคมในสมัยนั้นเป็นประธานกรรมการและคณะคนไทยผู้ถือหุ้น 25% จึงเสนอขายหุ้นให้รัฐบาล รัฐบาลให้บริษัท เดินอากาศ จำกัด รับซื้อหุ้นไว้ ดังนั้น บริษัท เดินอากาศ จำกัด จึงเป็นผู้ถือหุ้นในบริษัท POAS แทนรัฐบาล 51% โดยคณะกรรมการชุดใหม่ได้เข้าปรับปรุงแก้ไขวิธีการบริหารงานและวางระเบียบต่างๆ ให้รัดกุมขึ้น ดังนั้นในปลายปี พ.ศ. 2492 จึงมีผลกำไรเพิ่มมากขึ้น

ในวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2494 คณะรัฐมนตรีขณะนั้น มีมติให้ควบรวมบริษัท สายการบินแปซิฟิกโพ้นทะเล (สยาม) จำกัด (Pacific Overseas Airline (Siam) Limited) ซึ่งรัฐบาลไทยร่วมทุนกับเอกชนของสหรัฐอเมริกา เข้ากับบริษัท เดินอากาศ จำกัด เพื่อยุติการแข่งขันกันเอง โดยใช้ชื่อใหม่ว่าบริษัท เดินอากาศไทย จำกัด ต่อมาในปี พ.ศ. 2479 บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด ได้มีโครงการเปิดทำการบินระหว่างประเทศระยะไกลออกไปตามนโยบายของรัฐบาลจึงได้สั่งซื้อเครื่องบินแบบใหม่เพิ่มอีก 2 ลำ

ในปี พ.ศ. 2499 บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด พิจารณาว่าในการดำเนินกิจการบินด้วยเครื่องบินแบบใหม่ หากได้ร่วมกับบริษัทการบินอื่นที่ใช้เครื่องบินแบบนี้อยู่แล้วย่อมจะเกิดผลดี ซึ่งมีความชำนาญมาก่อนแล้วทั้งทางด้านการบินและการช่าง จึงเห็นควรให้ขอความร่วมมือจากบริษัท TWA เพื่อรับผู้โดยสารจากบริษัทดังกล่าวมายังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งเครื่องบินของบริษัทนี้ยังบินมาไม่ถึง ในขณะเดียวกันบริษัท เดินอากาศไทย จำกัด ก็นำผู้โดยสารไปส่ง TWA เช่นกัน ทั้งสองฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกันโดยไม่มีการแข่งขัน ในระยะนั้น จอมพล ป. พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรี ได้รับเชิญเป็นแขกของรัฐบาลอเมริกันไปเยือนอเมริกา ซึ่งเดินทางโดยเครื่องบินของบริษัท Pan American World Airways Co., Ltd. (PAA) เจ้าหน้าที่ชั้นสูงของ PAA ได้ทราบอยู่แล้วว่ารัฐบาลไทยจะขอความช่วยเหลือในด้านการบินพาณิชย์จากอเมริกา จึงได้เสนอแผนงานในการช่วยปรับปรุงการบินพาณิชย์ให้ประเทศไทย เป็นผลให้รัฐบาลไทยกับอเมริกันตกลงส่งคณะผู้เชี่ยวชาญด้านการบินมาช่วยประเทศไทย มีชื่อเรียกว่า Technical Assistance Program (TAP) โดยคณะผู้เชี่ยวชาญดังกล่าวได้เข้ามาศึกษาการดำเนินการของ บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด ระยะหนึ่ง

จึงได้วางแผนกำหนดวิธีการแก้ไขปรับปรุงกิจการให้ดีขึ้น โดยเสนอให้สั่งซื้อเครื่องบิน Super G. Constellation ขึ้นเพิ่มเติมอีก 1 ลำ รวมเป็น 3 ลำ เพื่อให้เพียงพอต่อการดำเนินกิจการ

ปี พ.ศ. 2500 ได้ส่งนักบินและช่างออกไปศึกษาและฝึกบินแล้วจึงรับเครื่องบิน Super G. Constellation มา การดำเนินการตามแผนและคำแนะนำช่วยเหลือของคณะผู้เชี่ยวชาญนั้น ได้ประมาณการไว้ว่าจะมีกำไร แต่เมื่อนำเครื่องบิน Super G. Constellation มาใช้จริงปรากฏว่า บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด ต้องประสบปัญหาขาดทุนเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเครื่องบินแบบนี้เป็นเครื่องบินขนาดใหญ่ ค่าใช้จ่ายและการบำรุงรักษาสูงมาก ประกอบกับสภาพเศรษฐกิจโดยทั่วไปในขณะนั้นตกต่ำ ดังนั้นในปลายปีคณะกรรมการบริษัท เดินอากาศไทย จำกัด จึงมีมติให้ระงับการใช้เครื่องบิน Super G. Constellation พร้อมบอกเลิกสัญญาที่ได้ตกลงกับคณะผู้เชี่ยวชาญ TAP หลังจากนั้น บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด ได้เลิกจ้างนักบินต่างชาติทั้งหมด ลดจำนวนเที่ยวบิน และเส้นทางบินที่ไม่คุ้มค่าใช้จ่ายตลอดจนปรับปรุงกำหนดการบินใหม่ ในเวลาต่อมาได้บอกขายเครื่องบิน Super G. Constellation จำนวน 3 ลำนั้นโดยได้ความช่วยเหลือจาก บริษัท Scandinavian Airlines System (SAS) ดังนั้น บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด จึงได้ตกลงร่วมมือกับ SAS เพื่อจัดตั้งบริษัทการบินขึ้นใหม่เพื่อทำการบินขนส่งระหว่างประเทศตามเส้นทางบินที่ บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด มีสิทธิอยู่ ด้วยเหตุนี้จึงเกิด บริษัท การบินไทย จำกัด ขึ้นมา

2.2 การบริการ

2.2.1 ความหมายของการบริการ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การบริการ” ไว้อย่างมากมาย ดังนี้

การบริการ มีความหมายตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546: 607) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การบริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่างๆ เช่น ให้บริการ ใช้บริการ หมายถึงกระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการไปยังผู้รับบริการหรือผู้ใช้บริการนั้นๆ

สมิต สัชฌุกร (2554: 11) และอเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2548: 18) ได้กล่าวว่า การบริการคือ การให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547: 18) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า กิจกรรมของกระบวนการที่ส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ยาก

ศุภนิตย์ โชครัตนชัย (2536: 13) ได้นิยามว่า การบริการเป็นการปฏิบัติที่เกิดมาจากจิตใจเปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดี ช่วยเหลือ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความมีน้ำใจไมตรี ให้ความสะดวกรวดเร็ว ให้ความเสมอภาคในการบริการ

Gronroos (2000: 192-193) ได้กล่าวว่า การบริการเป็นความปรารถนาขององค์กรที่จะส่งมอบบริการแก่ลูกค้า มีความพร้อมที่จะช่วยเหลือแก้ไขปัญหาต่างๆ โดยผ่านการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานผู้ให้บริการกับลูกค้า

Hans, Piet and Wouter (1999 อ้างถึงใน ผุดผ่อง ตรีบุบผา, 2547: 15) ได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า สิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้นั้นเป็นสิ่งเฉพาะตัวของการบริการ เป็นสิ่งที่สูญสลายได้รวดเร็ว ไม่สามารถกักตุนได้ และก็ไม่สามารถครอบครองการบริการได้ เป้าหมายของการบริการคือ การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Customer Satisfaction)

Lovelock (อ้างถึงใน ผุดผ่อง ตรีบุบผา, 2547: 13) ได้กล่าวไว้ว่าบริการสามารถให้ความหมายได้เป็น 2 อย่างดังนี้

1) บริการเป็นศิลปะ หรือการปฏิบัติงานโดยฝ่ายหนึ่งเสมอให้กับฝ่ายอื่น ถึงแม้ว่ากระบวนการอาจจะผูกพันกับตัวสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ก็ตาม แต่ปฏิบัติการต่างๆ นั้นไม่สามารถมองเห็น จับต้องไม่ได้ และไม่สามารถครอบครองได้เหมือนสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

2) บริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าและเตรียมผลประโยชน์ให้กับลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง ซึ่งจะเป็นผลมาจากผู้ให้บริการหรือผู้แทนได้นำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

การบริการ (Services) เป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า ตัวอย่าง เช่น โรงเรียน โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ฯลฯ

การจัดประเภทของธุรกิจบริการ สามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภท คือ

1) ผู้ซื้อเป็นเจ้าของสินค้า และนำสินค้าไปขอรับบริการจากผู้ขาย เช่น บริการซ่อมรถ

2) ผู้ขายเป็นเจ้าของสินค้าและขายบริการให้กับผู้ซื้อ เช่น บริการเครื่องถ่ายเอกสาร

3) เป็นการซื้อบริการและมีสินค้าควบมาด้วย เช่น ร้านอาหาร

4) เป็นการซื้อบริการโดยไม่มีตัวสินค้าเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ธนาคาร สถาบันนวดแผนโบราณ คลินิกทำฟัน จิตแพทย์ สถาบันลดน้ำหนัก (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546: 431)

รัชยา กุลวานิชไชยนันท์ (2533: 13) กล่าวว่า บริการเป็นงานที่มีการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมกัน ไม่อาจกำหนดความต้องการที่แน่นอนได้เป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้าไม่มีผลผลิตไม่อาจกำหนดปริมาณล่วงหน้าได้เป็นงานที่ต้องตอบสนองทันทีผู้ให้บริการต้องพร้อมที่จะตอบสนอง

อยู่ตลอดเวลาและสิ่งที่ผู้รับบริการจะได้รับคือความพึงพอใจความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้น คุณภาพของงานจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก

สุจิตรา ชำนิวิกย์กรณ์ (2533: 1-2) ได้ให้ความหมายว่า บริการหมายถึงการกระทำหรือการปฏิบัติอันแสดงออกในรูปของความสะดวกสบายความปลอดภัยคุณสมบัติที่สำคัญของบริการได้แก่ ผู้รับบริการที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการให้บริการหลายๆ อย่าง บริการไม่มีบริการคงคลัง ไม่สามารถจัดเก็บตลอดจนขนส่งบริการได้บริการไม่ได้เหมือนกันสนิทหมดทุกอย่างหรือทุกกรณีและการกำหนดมาตรฐานบริการเป็นไปอย่างยากยิ่ง

จากแนวความคิดดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปความหมายของการให้บริการได้ว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการและกิจกรรมของมนุษย์ที่เกิดมาจากใจของผู้ให้บริการ ซึ่งเปี่ยมไปด้วยความปรารถนาดี ความมีน้ำใจดี ต้องการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกแก่ผู้รับบริการเพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย ซึ่งกระบวนการหรือกิจกรรมนั้นๆ ไม่สามารถจับต้องได้แต่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับได้และสามารถทำให้เกิดความประทับใจหรือความพึงพอใจกับผู้รับบริการได้

2.2.2 องค์ประกอบของระบบบริการ

อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2548: 28-31) ได้กล่าวว่า การบริการต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญ 5 ด้าน ดังนี้

2.2.2.1 ผู้รับบริการ เนื่องจากความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นเป้าหมายหลักของการบริการ และทำให้ผู้รับบริการกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในภายหลัง แต่การบริการใดๆ จะได้ผลตรงก็ต่อเมื่อต้องได้รับความสนใจจากผู้รับบริการ ดังนั้นการรับรู้การบริการที่ผู้รับบริการพึงพอใจ จึงเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้เพื่อจะได้บริการได้อย่างถูกต้อง

2.2.2.2 ผู้ปฏิบัติงานบริการ เป็นผู้ดำเนินงานบริการ ซึ่งต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการในแบบใดแบบหนึ่ง และมุ่งปฏิบัติงานอย่างเต็มประสิทธิภาพเพื่อภาพพจน์ที่ดีของการบริการนั้นๆ (Cowell, 1986 อ้างถึงใน อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ, 2548: 29) โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1) ประเภทที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์และปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานประชาสัมพันธ์

2) ประเภทที่ไม่ต้องมีปฏิสัมพันธ์แต่ต้องปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น พนักงานจัดเครื่องดื่ม

3) ประเภทที่ต้องปฏิสัมพันธ์แต่ไม่ต้องปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น นักบิน

4) ประเภทที่ไม่ต้องปฏิสัมพันธ์และไม่ต้องปรากฏตัวกับผู้รับบริการ เช่น นักบัญชี

2.2.2.3 องค์กรธุรกิจบริการ มุ่งที่จะสนใจความต้องการของผู้รับบริการเสมอ ผลิตบริการที่ผู้ซื้อเกิดความพึงพอใจ ผู้ประกอบการเป็นผู้วางนโยบายการบริการ และควบคุมการดำเนินงานขององค์กรให้อยู่รอดและมีกำไร ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายด้าน ได้แก่

1) นโยบายบริการต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจน โดยแจ้งต่อพนักงานทุกคนให้ปฏิบัติตามโดยพร้อมเพรียงและคอยควบคุมให้พนักงานปฏิบัติตามนโยบายที่ตั้งไว้

2) การบริหารการบริการ เป็นการกำหนดโครงสร้างและกลยุทธ์การบริหารการบริการที่ดี ให้ความสำคัญแก่ผู้รับบริการและพนักงานบริการทุกระดับ มีแนวทางในการปรับแผนกลยุทธ์ ฝึกอบรมพนักงานและพัฒนาทักษะในการบริการเสมอ

3) วัฒนธรรมการบริการ เสริมสร้างความร่วมมือร่วมใจ ความเชื่อถือและความจริงใจต่อกัน ระหว่างหน่วยงานภายในองค์กรและระหว่างพนักงานด้วยกัน

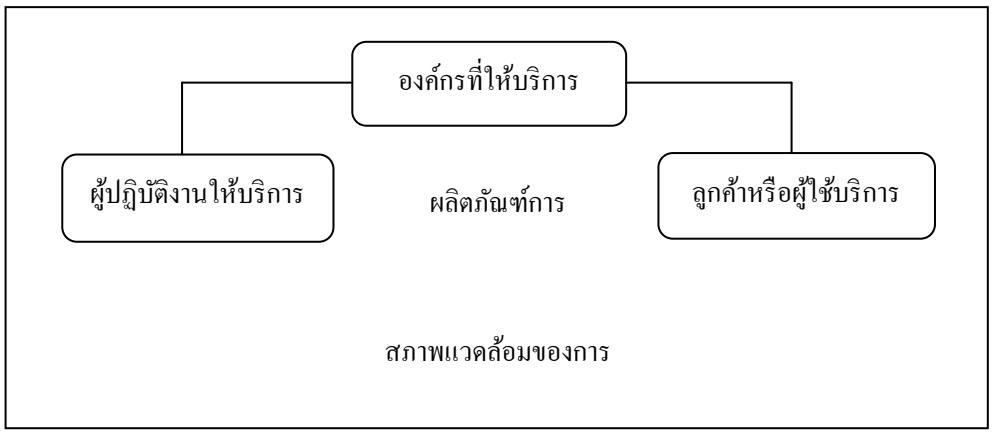
4) รูปแบบการบริการ องค์กรต้องมีการพิจารณารูปแบบและวิธีการนำเสนอที่ดี สอดคล้องกับนโยบายการบริการ นำเทคโนโลยีต่างๆ มาประยุกต์ใช้

5) คุณภาพของการบริการ มีการควบคุมมาตรฐานคุณภาพการบริการอย่างจริงจัง มีการตรวจสอบและประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการ มุ่งหาข้อบกพร่องของการบริการเป็นระยะๆ

2.2.2.4 ผลิตภัณฑ์บริการ การนำเสนอวิธีการ และการปฏิบัติต่อผู้รับบริการจะต้องเป็นไปตามนโยบายการบริการ และมุ่งสู่เป้าหมายของการบริการที่มีคุณภาพ สนองตอบต่อความต้องการของผู้รับบริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อผู้รับบริการ องค์กรจะต้องนำเสนอรูปแบบการบริการ (Service Offer) ให้แก่ผู้รับบริการ โดยคำนึงถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์บริการ รูปแบบการให้บริการและภาพลักษณ์ของการบริการ

2.2.2.5 สภาพแวดล้อมในการบริการ มีส่วนเอื้อต่อการให้บริการและการปฏิบัติงานของบุคลากร เป็นภาพลักษณ์ขององค์กร ได้แก่ อาคารสถานที่ เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ และรวมไปถึงบรรยากาศของการบริการ เช่น การจัดแบ่งสถานที่ การประดับตกแต่ง การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรในองค์กร

นอกจากนี้โกรนรูส Gronroos (1990: 193) ได้กล่าวว่าการจัดวางแผนการดำเนินการต่างๆ ที่จะทำให้การบริการตอบสนองความต้องการของบุคคลที่มาใช้บริการ ต้องคำนึงถึงโครงสร้างของระบบการบริการ ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบสำคัญ 5 ส่วนดังนี้คือ ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ผู้ปฏิบัติงานให้บริการ องค์กรที่ให้บริการ ผลิตภัณฑ์การบริการ และสภาพแวดล้อมของการบริการ โดยองค์ประกอบทั้งหมดนี้มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และจะต้องดำเนินการพัฒนาไปพร้อมๆ กัน ดังภาพที่ 2.1 โครงสร้างของระบบบริการ



ภาพที่ 2.1 โครงสร้างของระบบบริการ
แหล่งที่มา: Gronross, 1990: 193.

2.2.3 ลักษณะงานบริการ

การบริการมีลักษณะสำคัญ 4 ลักษณะ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภรเสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช, 2546: 432-433) ดังนี้

2.2.3.1 ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) เป็นลักษณะที่สำคัญของบริการ ซึ่งไม่สามารถมองเห็นรับรู้รสชาติ รู้สึก ได้ยิน หรือได้กลิ่นก่อนที่จะทำการซื้อ ตัวอย่างเช่น คนไข้ที่ไปหาจิตแพทย์ไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าตนจะได้รับบริการในรูปแบบใด

2.2.3.2 ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) เป็นลักษณะที่สำคัญของบริการ ซึ่งมีการผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน และไม่สามารถแบ่งแยกบริการจากผู้ให้บริการได้ ไม่ว่าผู้ให้บริการจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักรก็ตาม

2.2.3.3 ไม่แน่นอน (Variability หรือ Service Variability) เป็นลักษณะที่สำคัญของบริการ ซึ่งคุณภาพจะผันแปรไปโดยขึ้นกับผู้ให้บริการและขึ้นกับว่าเป็นการให้บริการเมื่อไหร่ที่ไหน และอย่างไร ตัวอย่างเช่น หมอผ่าตัดหัวใจ คุณภาพในการผ่าตัดขึ้นอยู่กับสภาพจิตใจและ

ความพร้อมในการผ่าตัดแต่ละรอบ อาจารย์ผู้สอน ในชั่วโมงที่อารมณ์ดีมีการเตรียมตัวดีจะสอนดี ในชั่วโมงที่อารมณ์ไม่ปกติและขาดการเตรียมตัว คุณภาพในการสอนจะต่ำ ดังนั้นผู้ซื้อบริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ

2.2.3.4 ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) เป็นลักษณะของบริการซึ่งจะมีอยู่ในช่วงสั้นๆ และไม่สามารถเก็บไว้ได้ หรือเป็นลักษณะที่สำคัญของบริการ ซึ่งไม่สามารถเก็บเพื่อขายหรือใช้ในภายหลังได้ บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือ ให้บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

นอกจากนี้ Albrecht (อ้างถึงใน นิสดารก์ เวชยานนท์, 2549: 170) ได้กล่าวถึงลักษณะของงานบริการที่เรียกว่า Service Product ว่ามีลักษณะดังนี้คือ

1) งานบริการเป็นงานที่ผลิตขึ้นในทันทีทันใด ไม่อาจกำหนดไว้ล่วงหน้าได้

2) งานบริการไม่สามารถจะผลิตและเก็บกักตุนไว้เหมือนสินค้าชนิดอื่น การบริการจะเกิดขึ้นเมื่อมีความต้องการจากลูกค้า

3) งานบริการไม่มีสินค้าตัวอย่าง เหมือนสินค้าชนิดอื่นที่อาจส่งไปให้ลูกค้าได้ทดลองใช้ก่อนล่วงหน้า

4) งานบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวตน จับต้องไม่ได้ และคุณค่าของการบริการก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของลูกค้าแต่ละราย

5) การบริการที่ไม่เป็นที่พึงพอใจจะไม่ได้รับการเรียกใช้อีก การขอโทษลูกค้าจึงเป็นวิธีทางหนึ่งที่จะช่วยเรียกศรัทธาคืนกลับมาได้บ้าง

6) ประสบการณ์ของลูกค้าเป็นเรื่องเฉพาะตัวของลูกค้าแต่ละคน ซึ่งไม่สามารถที่จะผ่านไปยังผู้อื่นได้

7) คุณภาพหรือการรับประกันคุณภาพของการบริการมักจะเกิดขึ้นก่อนการได้รับบริการนั้น

8) การส่งมอบบริการมักจะผ่านทางพนักงานบุคลากรของหน่วยงาน คือต้องมีการพบปะสัมพันธ์ ไม่ทางใดก็ทางหนึ่งระหว่างลูกค้าและพนักงาน

9) ความคาดหวังของลูกค้าขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในสินค้าและบริการที่ลูกค้าได้รับ และคุณภาพของการบริการจะเป็นเรื่องความพึงพอใจของแต่ละบุคคล

10) ยิ่งลูกค้าต้องพบกับขั้นตอน หรือกระบวนการ หรือพนักงานขายหลายขั้นตอน หลายคน กว่าจะได้รับการบริการ ก็จะยิ่งให้ความพึงพอใจของลูกค้าลดลง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549: 27) ได้กล่าวถึง การบริการมีลักษณะเฉพาะ 5 ประการ ดังนี้

1) ความไม่มีตัวตน (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นจับต้อง และสัมผัสไม่ได้ (Abstract) โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า ไม่ว่าจะเป็นตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง บริการไม่สามารถแบ่งแยกเป็นชิ้นเหมือนสินค้าได้ เช่น หากจะซื้อน้ำหอม ผู้ซื้อย่อมจับขวดน้ำหอมมาทดลองฉีดได้ดมกลิ่นได้ หรือซื้อเป็นขวดได้

2) ความแยกจากกันไม่ได้ ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ (Inseparability) ในช่วงเวลาการให้บริการนั้น เช่น บริการนวดแผนโบราณ ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ ในการตรวจรักษาแพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถ แยกจากกันได้ในช่วงเวลาที่ให้บริการนั้น

3) เก็บรักษาไม่ได้ (Perish Ability) การบริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้นหากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง พนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงาน (Idle) เกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ ไม่ก่อให้เกิดรายได้ใดๆ

4) ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand) ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ การให้บริการลูกค้านั้นจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกันขึ้นกับช่วงเวลาเช่น ที่สาขาของธนาคาร ช่วงพักกลางวันจะมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าช่วงบ่าย ช่วงวันจันทร์และวันศุกร์จะมีลูกค้าฝากถอนเงินมากกว่าช่วงวันอื่นๆ ในสัปดาห์

5) ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง (Variability or Heterogeneity) ความแตกต่างในด้านคุณภาพในการให้บริการ เนื่องจากบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ (Labor Intensive) ซึ่งการที่พนักงานจะยิ้มหรือไม่ จะให้บริการด้วยจิตใจอย่างแท้จริงหรือไม่ ต้องขึ้นกับองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ เช่น พนักงานคนหนึ่ง เมื่อวันวานนี้ให้บริการดีมาก ยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทายลูกค้าเป็นอย่างดี แต่วันรุ่งขึ้นพนักงานคนเดียวกันอาจถูกร้องเรียนว่าบริการไม่ดี ไม่ยิ้มแย้ม พูดจาไม่ไพเราะ สาเหตุเนื่องมาจากพนักงานคนนั้นไม่ได้นอนหลับอย่างเต็มอิ่มเพราะต้องดูแลลูกสาววัยหนึ่งปีที่ป่วยเป็นไข้หวัดตลอดคืนที่ผ่านมา เป็นต้น

เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2548: 25-26) ได้กล่าวถึงลักษณะของการบริการว่ามีคุณลักษณะที่แตกต่างกับการผลิตสินค้าทั่วไป โดยการบริการมีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1) ความไว้วางใจ (Trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการในขณะที่กระบวนการบริการเกิดขึ้น ผู้รับบริการไม่ทราบล่วงหน้าว่าจะได้รับการปฏิบัติเช่นไร ดังนั้นการตัดสินใจซื้อบริการจึงเป็นสิ่งที่ต้องเกิดจากความไว้วางใจ ซึ่งต่างจากสินค้าที่สามารถเห็นรูปลักษณ์หรือเลือกคุณภาพได้

2) สิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และไม่อาจสัมผัสได้ก่อนซื้อ ดังนั้นการตัดสินใจซื้อบริการต้องอาศัยความคิดเห็น เจตคติ และประสบการณ์เดิมที่ได้รับจากการตัดสินใจซื้อบริการนั้นในครั้งก่อน

3) ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถแยกตัวบุคคลหรืออุปกรณ์ที่ทำหน้าที่ให้บริการได้ การผลิต การบริโภคและการบริการเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันกับการขายบริการนั้นๆ ซึ่งแตกต่างกับสินค้าซึ่งต้องมีการผลิตและการขาย แล้วจึงมีการบริโภคในภายหลัง

4) ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity) การบริการมีลักษณะไม่คงที่ และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ การบริการขึ้นอยู่กับแต่ละแบบของผู้ให้บริการซึ่งมีวิธีการให้บริการเป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ทั้งนี้การบริการขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ช่วงเวลาของการบริการและสภาพแวดล้อมขณะบริการ

5) ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาได้ (Perish Ability) เมื่อไม่มีความต้องการใช้บริการจะเกิดเป็นความสูญเปล่าที่ไม่อาจเรียกกลับคืนมาใช้ประโยชน์ใหม่ได้ การบริการจึงมีการสูญเสียค่อนข้างสูง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการใช้บริการในแต่ละช่วงเวลา

6) ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-ownership) การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของเมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้น

นิติพล ภูตะโชติ (2549: 170-171) ได้กล่าวถึง ลักษณะของงานบริการ (Characteristics of Service) มีความแตกต่างจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพราะงานบริการมีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งลักษณะเฉพาะของงานบริการแบ่งได้ดังนี้

1) จับต้องไม่ได้และมองไม่เห็น (Intangibility) งานบริการมีลักษณะเป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ มองไม่เห็น และไม่มีรูปร่าง แต่สิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นสามารถรับรู้ได้จากความรู้สึก หรือการแสดงออกบางอย่างของลูกค้า เช่น ความชอบ ความเกลียด ความพอใจ ความไม่พอใจความโกรธ เป็นต้น

2) ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) งานบริการบางชนิดไม่สามารถแบ่งแยกได้อย่างชัดเจน เพราะนอกจากเรื่องบริการแล้ว ยังมีสิ่งอื่นๆ ที่ได้รับจากบริการ เช่น ถ้าเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปประเทศเวียดนามโดยเครื่องบิน บริการที่ได้รับคือได้เดินทางถึง

จุดหมายปลายทางและในระหว่างการเดินทาง พนักงานบริการบนเครื่องบินยังเสิร์ฟอาหาร เครื่องดื่มและอื่นๆ ซึ่งสิ่งที่ได้รับไม่ใช่แค่เพียงการเดินทางถึงจุดหมายปลายทางเท่านั้น แต่ยังได้รับบริการอื่นๆ อีกด้วย ดังนั้น บริการ สินค้า และผลิตภัณฑ์บางอย่างจึงไม่สามารถแบ่งแยกกันได้อย่างชัดเจน

3) สูญเสียง่ายหรือเสียหายง่าย (Perish Ability) บริการต่างๆ ไม่สามารถกักตุนจัดเก็บเอาไว้ได้เหมือนกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะงานบริการมีเงื่อนไขเรื่องเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงไม่สามารถเก็บบริการเอาไว้ขายได้ เช่น ในฤดูการท่องเที่ยว ห้องพักของโรงแรมจะมีลูกค้าเข้าพักเต็ม และยังมีลูกค้าอีกจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถจองห้องพักในเวลานั้นได้ แต่ในช่วงฤดูฝน ห้องพักของโรงแรมว่างเป็นจำนวนมาก ซึ่งห้องพักที่ว่างจำนวนมากเหล่านี้ก็ไม่สามารถนำไปขายในฤดูกาลท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้ เพราะมีเงื่อนไขของเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง

4) งานบริการมีลักษณะทำซ้ำๆ (Repetitiveness) งานบริการจะมีลักษณะเป็นการทำงานซ้ำๆ หลายครั้ง เช่น พนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารมีหน้าที่ต้อนรับลูกค้า รับคำสั่งจากลูกค้า นำคำสั่งไปสั่งอาหารและเครื่องดื่ม นำอาหารและเครื่องดื่มมาเสิร์ฟลูกค้า คอยดูแลความเรียบร้อย เก็บเงินเมื่อลูกค้าต้องการจะกลับ จัดโต๊ะอาหารเพื่อเตรียมต้อนรับลูกค้าคนใหม่ การทำงานของพนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารจะทำงานในลักษณะเช่นนี้ซ้ำแล้วซ้ำอีกหลายๆ ครั้ง จนกว่าจะถึงเวลาเลิกงาน จะเห็นได้ว่าลักษณะของงานบริการจะปฏิบัติงานซ้ำแล้วซ้ำอีกหลายๆ ครั้ง ซึ่งอาจจะมีความแตกต่างจากงานอื่นๆ

5) ความเข้มข้นรุนแรงต่อความรู้สึกของพนักงาน (Labor Intensiveness) เนื่องจากลักษณะงานของการให้บริการพนักงานจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ลูกค้ามีความต้องการที่แตกต่าง อุปนิสัยที่ไม่เหมือนกัน อารมณ์ของลูกค้าอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมหรือปัจจัยอื่น ๆ การให้บริการไม่ใช่เรื่องง่ายที่ลูกค้าทุกคนจะได้รับความพึงพอใจเหมือนกัน พนักงานอาจจะพบกับลูกค้าที่มีอารมณ์ร้ายหรือลูกค้าที่จู้จี้จุกจิกสร้างปัญหา พนักงานให้บริการจะต้องเข้าใจในลักษณะงานให้บริการเป็นอย่างดีจึงจะสามารถทำงานในอาชีพนี้ได้

6) ความไว้วางใจ (Trust) เนื่องจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ ว่าจะได้รับบริการที่ดีจากสถานบริการหรือไม่ ดังนั้นผู้ใช้บริการต้องอาศัยความเชื่อถือหรือความไว้วางใจในสถานบริการเหล่านั้น เช่น อาจจะได้รับการบอกต่อถึงบริการจากเพื่อนหรือคนใกล้ชิดหรืออาจจะได้รับรู้จากประสบการณ์โดยตรง หรืออาจจะได้รับข่าวสารข้อมูลจากแหล่งอื่นจนเกิดความไว้วางใจและตัดสินใจไปใช้บริการ ลูกค้าก็คาดหวังว่าจะได้รับบริการที่ดี เพราะเกิดความเชื่อถือไว้ใจในสถานบริการดังกล่าว

สุจิตรา ชำนิวิกย์กรณ์ (2533: 1-2) ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับลักษณะการบริการว่า ถ้าเราอุปมาอุปไมยว่าสินค้าคือรูปธรรม บริการนั้นก็คือนามธรรม ด้วยสาเหตุที่ว่า บริการหมายถึง การกระทำหรือการปฏิบัติ (Performance) อันแสดงออกในรูปของความสะดวกสบายความปลอดภัย เช่นการคมนาคม การสื่อสารการประกันภัย ซึ่งแน่นอนว่าไม่มีผู้ใดสามารถจับต้องได้ ซึ่งคุณสมบัติที่สำคัญของบริการมี 2 ประการคือ

1) ผู้ใช้บริการมักมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการให้บริการหลายๆ อย่างเช่น โรงแรม สถานเสริมความงาม โรงพยาบาล เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลถึงคุณภาพบริการที่ให้

2) บริการไม่มีบริการคงคลังอันเนื่องมาจากลักษณะที่จับต้องไม่ได้

2.2.4 ประเภทของงานบริการ

สมิต สัชฌุกร (2554: 28) ได้แบ่งประเภทของบริการออกเป็น 2 ประเภทดังนี้

1) การบริการโดยตรง เป็นการให้ความช่วยเหลือหรือดำเนินการที่เป็นประโยชน์แก่ผู้รับบริการเฉพาะหน้า เช่น ขายของให้ หิบห่อให้ จัดส่งให้ เป็นต้น

2) การบริการทางอ้อม เป็นการดำเนินการที่เป็นประโยชน์โดยไม่ได้สัมผัสเกี่ยวข้องกับผู้รับบริการโดยตรง แต่ผู้รับบริการได้รับประโยชน์โดยอาจไม่เคยพบเห็นผู้ให้บริการเลย

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2548: 33) ได้กล่าวถึง ธุรกิจบริการสามารถจัดประเภทได้ 4 ประเภทดังนี้

ประเภทที่ 1 การบริการต่อร่างกายลูกค้า (People Processing Service) ประเภทนี้เป็นบริการที่มีการถูกเนื้อต้องตัวลูกค้าโดยตรง เช่น ตัดผม นวดแผนโบราณ หรือไม่ก็เป็นบริการทางกายภาพ เช่น บริการขนส่งมวลชน โดยเคลื่อนย้ายตัวลูกค้าไปที่จุดหมายปลายทาง ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการตลอดทั้งกระบวนการให้บริการ จนกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตามที่ต้องการจากบริการนั้น

ประเภทที่ 2 การบริการต่อจิตใจลูกค้า (Mental Stimulus Processing Service) ประเภทนี้เป็นการให้บริการ โดยไม่จำเป็นต้องถูกเนื้อต้องตัวลูกค้า แต่เป็นการให้บริการต่อจิตใจอารมณ์หรือความ รู้สึกของลูกค้า เช่น โรงภาพยนตร์ โรงเรียน วัด โบสถ์ เป็นต้น ซึ่งลูกค้าเป็นต้องอยู่ในสถานที่ให้บริการตลอดทั้งกระบวนการให้บริการจนกว่าจะได้รับผลประโยชน์ตามที่ต้องการจากบริการนั้น แต่สถานบริการในที่นี้ อาจจะหมายถึง สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ที่เฉพาะเจาะจงในการให้บริการนั้น เช่น โรงละคร โรงภาพยนตร์ หรืออาจจะอยู่ในสถานที่ที่ไกลออกไป แต่ลูกค้ากับผู้ให้บริการสามารถติดต่อกันได้ โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศหรือระบบโทรคมนาคม

ประเภทที่ 3 การบริการต่อสิ่งของของลูกค้า (Procession Processing Service) ในหลายๆ ครั้งของการซื้อบริการ เราไม่ได้ซื้อให้กับตัวเราเอง แต่เราซื้อบริการให้กับสิ่งของของเรา เช่น บริการ ซัก อบ รีด เป็นการซื้อบริการให้กับเสื้อผ้าของเรา เป็นต้น ดังนั้น บริการในกลุ่มนี้จะเป็นบริการที่ให้บริการโดยการถูกเนื้อต้องตัวสิ่งของสัตว์เลี้ยง หรือสิ่งของอย่างใดอย่างหนึ่งของลูกค้า ซึ่งลูกค้าจำเป็นต้องเอาสิ่งของหรือสัตว์เลี้ยงมาไว้ในสถานที่ให้บริการ โดยตัวลูกค้าไม่จำเป็นต้องอยู่ในสถานบริการในระหว่างที่เกิดการให้บริการก็ได้

ประเภทที่ 4 การบริการต่อสารสนเทศของลูกค้า (Information Processing Service) บริการในกลุ่มนี้เป็นบริการที่ทำต่อสิ่งของของลูกค้าเช่นเดียวกับบริการประเภทที่ 3 แต่ต่างกันตรงที่ลักษณะของ “สิ่งของของลูกค้า” โดย “สิ่งของของลูกค้า” ในบริการประเภทที่ 3 จะเป็นของที่มีตัวตน แต่สิ่งของในประเภทที่ 4 จะเป็นของที่ไม่มีตัวตน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลสารสนเทศของลูกค้า บริการประเภทนี้ ได้แก่ ธนาคาร บริการที่ปรึกษาทางธุรกิจ บริการวิจัยการตลาด เป็นต้น

2.2.5 ความสำคัญของการบริการ

สมชาติ กิจยรรยง (2537: 15) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการบริการว่า เป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อองค์กรหรือหน่วยงาน เกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือการใช้บริการอื่นๆ ในโอกาสครั้งต่อไป ซึ่งการบริการที่ดีจะส่งผลให้ให้ผู้รับบริการมีทัศนคติที่ดีต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการในทางบวก โดยผู้ใช้บริการจะเกิดความชื่นชม นิยมและประทับใจในตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการ ซึ่งส่งผลให้เกิดความจงรักภักดีและมีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นและแนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น (สมิต สัชฌุกร, 2550: 20) นอกจากนี้ความสำคัญของการบริการ ยังสามารถแบ่งเป็นประเด็นได้ดังนี้ (จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2538: 9)

1) ความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการ โดยการบริการมีส่วนช่วยเพิ่มผลกำไรระยะยาวให้ธุรกิจ เนื่องจากผู้รับบริการสมัยใหม่ให้ความสำคัญต่อการบริการมากขึ้นในการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ คุณภาพการบริการจึงบอกถึงความแตกต่างจากคู่แข่ง ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสในการขายได้มากขึ้น ซึ่งก็คือผลกำไรของธุรกิจนั่นเอง

2) ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อธุรกิจ การบริการจะเข้ามาเกี่ยวข้องในทุกขั้นตอนระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ การแสดงออกถึงความเอาใจใส่และเห็นความสำคัญของผู้ใช้บริการตลอดจนการที่เสนอบริการที่ตรงกับหรือเกินความคาดหวัง ย่อมสร้างความพึงพอใจและประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ มีส่วนทำให้ผู้ใช้บริการติดใจและพูดต่อๆ กันไปในกลุ่มผู้ใช้บริการนั้น (Word of Mouth) เป็นการประชาสัมพันธ์ภาพพจน์ของธุรกิจให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น

3) ช่วยลดความเปลี่ยนใจของผู้ใช้บริการไปจากธุรกิจ กล่าวคือ ธุรกิจที่คำนึงถึงความสำคัญและส่งเสริมการบริการที่ดีมีคุณภาพ ย่อมส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ทำให้ผู้ใช้บริการแน่ใจและตัดสินใจเลือกซื้อบริการได้โดยง่าย โดยเฉพาะผู้ใช้บริการรายเก่าจะมีการซื้อซ้ำแลการซื้อเพิ่มขึ้นโดยไม่ลังเลใจ รวมทั้งจะแนะนำผู้ใช้บริการรายใหม่อีกด้วย

4) ช่วยรักษาพนักงานให้ปฏิบัติงานกับธุรกิจนั้น การหมุนเวียนเข้าออกของพนักงานพบว่า มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการเป็นอย่างมาก การบริการที่ดีทำให้ผู้ใช้บริการประทับใจและเกิดความผูกพันกับธุรกิจ ส่งผลให้เกิดกำไรสูงสามารถที่จะจ่ายค่าตอบแทนให้พนักงานได้ในอัตราที่สูง พนักงานจะเกิดความพอใจในองค์กรไม่ต้องการไปทำงานที่อื่น

5) ช่วยสร้างอาชีพและรายได้ ธุรกิจบริการตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานผู้ให้บริการในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ ทำให้เกิดการฝึกอบรมเพื่อให้ได้คุณภาพการบริการที่ดีมีคุณภาพ ส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรและจ่ายค่าตอบแทนให้พนักงานได้อย่างเหมาะสม

2.2.6 แนวคิดในเรื่องคุณภาพการบริการ

การศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพการบริการในปัจจุบันได้กลายมาเป็นหัวข้อในการศึกษาวิจัยที่สำคัญอีกประเด็นหนึ่ง โดยจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าคุณภาพการบริการมีความเกี่ยวข้องกับการทำกำไรให้แก่องค์กร (Profitability) (Zahorik and Rust, 1992: 49-64) สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า (Customer Satisfaction) (Boulding, Kalra, Staulin and Zeithaml, 1993: 7-27) เป็นส่วนช่วยให้องค์กรสามารถเก็บรักษาลูกค้าไว้ได้ (Customer Retention) (Reichheld and Sasser, 1990: 105) นอกจากนี้ คุณภาพการบริการยังสามารถช่วยให้องค์กรมีส่วนแบ่งทางการตลาด (Morash and Ozment, 1994 อ้างถึงใน Woo, Park, Robertson and Wu, 2006: 363) คุณภาพการบริการจึงถือได้ว่าเป็นตัวขับเคลื่อนให้องค์กรมีขีดความสามารถในการแข่งขัน และมีประสิทธิภาพทางด้านการตลาดและการเงินอีกด้วย

สำหรับองค์กรธุรกิจการบินภายใต้สภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน ผู้โดยสารสามารถตัดสินใจ เปรียบเทียบและเลือกที่จะใช้บริการในองค์กรที่ตนคิดว่าดีและเหมาะสมที่สุดสำหรับตนเอง ดังนั้นความพึงพอใจในคุณภาพการบริการของลูกค้าหรือผู้โดยสารนั้นมีความสำคัญมาก ซึ่งคุณภาพการบริการจะส่งผลกระทบต่อการอยู่รอดขององค์กรธุรกิจการบินในระยะยาว (Rhea and Shrock 1987 อ้างถึงใน Park, Robertson and Wu, 2006: 363) องค์กรธุรกิจการบินควรจะศึกษาและทราบถึงคุณภาพการบริการว่า การบริการระดับใดที่ตรงกับความต้องการของผู้โดยสาร ซึ่งความประทับใจของผู้โดยสารจะเป็นตัวสื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพขององค์กรที่ให้บริการ

Parasuraman (1991: 39-48) ได้กล่าวว่า สิ่งที่จะทำให้เกิดคุณภาพการบริการที่ดีนั้น จะต้องเป็นการบริการที่ตรงกับ หรือเกินความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยเสนอว่า ผู้นำในเรื่องการให้บริการสมควรที่จะมีลักษณะดังต่อไปนี้

1) วิสัยทัศน์ในการบริการ (Service Vision) มีความเชื่อว่าเรื่องการบริการจะเป็นส่วนหนึ่งในอนาคตขององค์กร หากมีคุณภาพสูง จะเป็นกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่ความเป็นผู้ชนะในธุรกิจและผลกำไรอีกด้วย

2) มาตรฐานสูง (High Standard) มีความเชื่อว่า การบริการที่ดีเป็นสิ่งดี แต่ไม่เพียงพอที่จะแตกต่างจากองค์กรอื่นๆ องค์กรที่เป็นผู้นำในธุรกิจบริการจะต้องใส่ใจในรายละเอียด มองเห็นโอกาสจากสิ่งที่คู่แข่งขันมองข้ามไป

3) มีลักษณะความเป็นผู้นำในการปฏิบัติ (In-the-field Leadership Style) จะต้องเน้นการปฏิบัติอย่างจริงจังมากกว่าการเน้นทางทฤษฎี ต้องเน้นการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบสองทาง เพื่อรับทราบข้อมูลและแก่นสารจริง รวมถึงรู้ว่ามีสิ่งใดกำลังเกิดขึ้นในการปฏิบัติจริง

4) ความเป็นหนึ่งเดียว (Integrity) ต้องสร้างทัศนคติเรื่องการบริการให้อยู่ในจิตใจของบุคลากรในองค์กรทุกคน สร้างความภาคภูมิใจที่ได้ให้บริการให้เกิดขึ้น

จากพื้นฐานในการบริการมาสู่ความเป็นผู้นำในการบริการ อาจจะยังไม่เพียงพอที่จะมีความแตกต่างจากองค์กรอื่น การสร้างคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้นไปอีกจะสามารถช่วยยกระดับการบริการขององค์กรนั้นให้สูงขึ้น และสร้างความแตกต่างอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นกลยุทธ์ประการหนึ่งขององค์กรที่จะสามารถกระทำได้เพื่อให้การบริการนั้นตรงกับความคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการ อันเป็นการนำมาซึ่งผู้ใช้บริการที่แท้จริงขององค์กรต่อไป

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2548: 271) กล่าวว่า เมื่อคุณภาพ คือการให้บริการได้ตรงตามที่ลูกค้าคาดหวัง ดังนั้น คุณภาพการบริการจึงขึ้นอยู่กับผลผลิตที่ลูกค้าได้รับจากบริการ และกระบวนการที่ทำให้ได้มาซึ่งผลผลิตดังกล่าวจากการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการบริการทั้งหมด 10 ปัจจัย คือ

1) ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานคุณภาพการบริการเกี่ยวข้องกับผลงาน และความพร้อมให้บริการอยู่อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ กล่าวคือองค์กรจะต้องให้บริการอย่างถูกต้องเหมาะสมตั้งแต่เริ่มต้น และองค์กรยังต้องรักษาสัญญาที่รับปากกับลูกค้าไว้ เช่น การเรียกเก็บเงินถูกต้อง การเก็บข้อมูลถูกต้อง และการให้บริการตามเวลาที่กำหนด เป็นต้น

2) การตอบสนองเกี่ยวข้องกับความเต็มใจหรือความพร้อมในการบริการของพนักงาน และยังเกี่ยวข้องกับการให้บริการอย่างทันอกทันใจ เช่น การส่งสำเนาใบโอนทันที โทรศัพท์กลับหาลูกค้าอย่างรวดเร็วให้บริการรวดเร็วทันใจ เป็นต้น

3) บริการอย่างมีความสามารถ หมายถึง มีทักษะและความรู้ที่จะทำงานบริการนั้นๆ อย่างที่ควรจะเป็น เช่น ความรู้และความชำนาญของคนที่ต้องติดต่อกับลูกค้าความรู้ความชำนาญของคนที่จะสนับสนุนงานบริการ เป็นต้น

4) การเข้าถึง เกี่ยวข้องกับการติดต่อต่างๆ ที่สามารถทำได้ง่ายและมีความคล่องตัว เช่น ช่วงเวลารอรับบริการไม่นานเกินไป มีเวลาเปิดหรือปิดให้บริการที่อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า

5) อัธยาศัยไมตรี เกี่ยวข้องกับความสุภาพ การให้เกียรติ การคำนึงถึงความรู้สึกของลูกค้า มิตรภาพที่ได้จากการติดต่อกับพนักงานให้บริการ เช่น การดูแลและคำนึงถึงทรัพย์สินของลูกค้า ความเป็นมิตรของพนักงานให้บริการความเอาใจใส่และความเกรงใจ เป็นต้น

6) การติดต่อสื่อสาร หมายถึงการหมั่นให้ข้อมูลแก่ลูกค้าด้วยภาษาที่ลูกค้าเข้าใจได้ พร้อมทั้งยินดีรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าและอาจหมายถึงองค์กรจำเป็นต้องปรับภาษาที่ใช้กับผู้บริโภคต่างกลุ่ม เช่น เพิ่มระดับความรู้ที่ลึกซึ้งและซับซ้อนมากขึ้น เมื่อติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่รอบรู้ในบริการนั้นอย่างดีและใช้ภาษาที่ง่ายต่อความเข้าใจ เป็นต้น นอกจากนั้นยังเกี่ยวข้องกับการอธิบายรายละเอียดวิธีการใช้บริการการชี้แจงคำใช้จ่ายสำหรับงานบริการนั้น การให้ความมั่นใจกับผู้บริโภคว่าความต้องการของเขาต้องได้รับการตอบสนอง เป็นต้น

7) ความเชื่อถือไว้ใจได้เกี่ยวกับความมีคุณค่า น่าเชื่อถือและความซื่อสัตย์ทั้งนี้ความเชื่อถือไว้วางใจ มีความสัมพันธ์กับการคำนึงถึงประโยชน์สูงสุดของลูกค้า สิ่งที่เอื้อประโยชน์ต่อการมีความเชื่อถือไว้ใจได้ เช่น ชื่อเสียงขององค์กร บุคลิกภาพส่วนตัวของคนที่ติดต่อกับลูกค้าและความซื่อสัตย์จริงใจของผู้ให้บริการ เป็นต้น

8) ความปลอดภัยคือ ปลอดภัยจากอันตรายความเสี่ยง หรือความเคลือบแคลงสงสัยโดยมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับ ความปลอดภัยด้านร่างกายความมั่นคงด้านการเงิน และการเก็บรักษาเป็นความลับ เป็นต้น

9) ความเข้าใจและรู้จักลูกค้าจริง เกี่ยวข้องกับความพยายามเข้าใจความต้องการของลูกค้า เช่น ศึกษาความคาดหวังและความต้องการของลูกค้า เอาใจใส่และให้ความสนใจลูกค้าเป็นรายบุคคลและการจดจำลูกค้าประจำได้ เป็นต้น

10) บริการที่เป็นรูปธรรม เป็นปัจจัยเดียวที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้ในปัจจัยทั้งหมดที่ลูกค้าใช้ประเมินคุณภาพการบริการ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกการตกแต่งภายในภายนอกการแต่งตัวของบุคลากรผู้ให้บริการ เครื่องมือเครื่องใช้หรืออุปกรณ์ที่ต้องใช้ประกอบเพื่อให้บริการ ตัวแทนบริการในเชิงภายภาพลักษณะและพฤติกรรมของลูกค้าคนอื่นที่เข้ามาใช้บริการพร้อมกันในสถานบริการ

การวัดคุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้วิจัยและองค์กรต่างๆ เนื่องจากคุณลักษณะของการบริการเองที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Tiernan et al., 2008: 212-224; Parasuraman et al., 1985: 41-50; Johnson et al., 1995: 6-19) แตกต่างจากการวัดคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ ข้อบกพร่องลักษณะทางกายภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เราสามารถเห็นตัวสินค้า สัมผัสจับต้องได้ พิจารณาได้ก่อนว่าควรจะซื้อหรือบริโภคหรือไม่ แต่การวัดคุณภาพบริการเป็นการวัดสิ่งที่จับต้องไม่ได้ โดยการบริการเป็นกระบวนการการผลิตและการบริโภคไปพร้อมๆ กัน (Tiernan et al., 2008: 212-224) นอกจากนี้คุณภาพการบริการยังไม่สามารถประเมินได้จากผลลัพธ์ (Outcomes) ของกระบวนการการบริการอย่างเดียวเท่านั้น (Johnson et al., 1995: 6-19) หากแต่ยังต้องพิจารณาไปถึงกระบวนการการผลิตบริการนั้นๆ อีกด้วย ยกตัวอย่างเช่น การฝึกและให้ความรู้พนักงาน หรือการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการวัดคุณภาพการบริการโดยพิจารณาในทุกๆ แง่มุมของกระบวนการการผลิตการบริการนั้นเป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่จะทำให้เข้าใจถึงคุณภาพการบริการอย่างแท้จริง นักวิจัยและนักวิชาการหลายท่านได้พัฒนาเครื่องมือในการวัดคุณภาพการบริการต่างๆ มากมาย โดยเครื่องมือที่ได้รับความนิยมใช้เพื่อวัดคุณภาพการบริการคือ โมเดล SERVQUAL (Parasuraman et al., 1985: 48) โดยได้กล่าวไว้ว่าคุณภาพ (Quality) เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวัง (Expectation) กับการรับรู้ของผู้รับบริการ (Perception)

โมเดล SERVQUAL เป็นเครื่องมือวัดความคลาดเคลื่อน หรือความไม่ตรงกันระหว่างคำถามที่ว่า “ลูกค้าคาดหวังอะไรจากการบริการ?” กับ “ลูกค้ารับรู้ถึงการบริการนั้นอย่างไร?” ซึ่ง Parasuraman et al. (1985 อ้างถึงใน Fitzsimmons et al., 2011: 119) ได้เสนอ Service Quality Gap Model ขึ้นมา ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 2.2 เพื่อให้องค์กรที่เป็นผู้ให้บริการได้เข้าใจถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการ ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

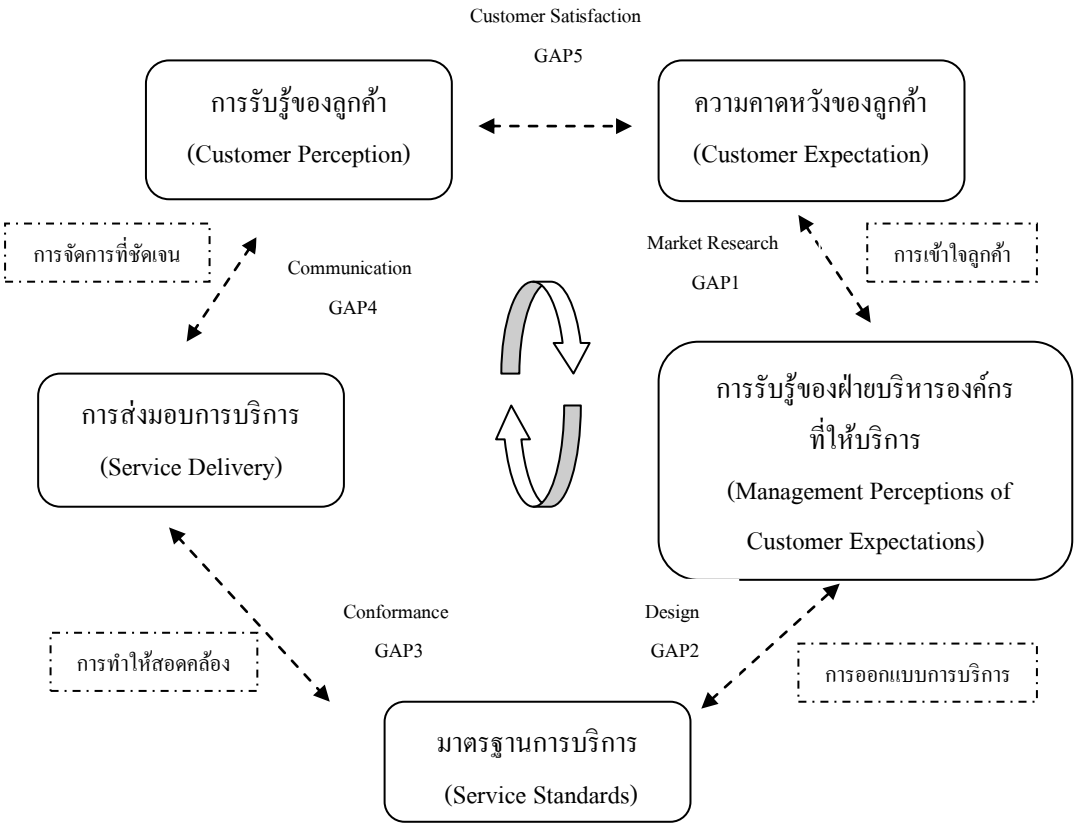
GAP1: ช่องว่างระหว่างความคาดหวังของลูกค้า กับการรับรู้ของฝ่ายบริหารองค์กรที่ให้บริการ

GAP2: ช่องว่างระหว่างการรับรู้ของฝ่ายบริหารองค์กรที่ให้บริการกับมาตรฐานการบริการ

GAP3: ช่องว่างระหว่างมาตรฐานการบริการ กับการส่งมอบการบริการ

GAP4: ช่องว่างระหว่างการส่งมอบการบริการ กับการสื่อสารภายนอก

GAP5: ช่องว่างระหว่างความคาดหวังการบริการ กับการรับรู้บริการ



ภาพที่ 2.2 โมเดล Service Quality Gap

แหล่งที่มา: Fitzsimmons et al., 2011: 119.

จากโมเดล Service Quality Gap จะเห็นได้ว่าตั้งแต่ GAP1 ไล่เรียงไปจนถึง GAP5 เป็นขั้นตอนการดำเนินการการออกแบบการบริการ ซึ่งคุณภาพการบริการสามารถวัดหรือประเมินได้จากขนาดความกว้างของ GAP5 กล่าวคือคุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่ได้รับหรือเกิดขึ้นจริง เมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่ตนเองมีต่อการบริการนั้น โดยผู้ใช้บริการจะตัดสินคุณภาพการบริการจาก 5 มิติหลัก (Parasuraman et al., 1985 อ้างถึงใน Fitzsimmons et al., 2011: 116-117) ดังนี้

1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ ความสามารถในการปฏิบัติตามสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ประสิทธิภาพของการบริการที่น่าเชื่อถือเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าจะได้รับ กล่าวคือ การบริการจะต้องทำให้สำเร็จอย่างตรงเวลา มีลักษณะในการให้บริการที่เหมือนกันทุกครั้ง และปราศจากความผิดพลาดทั้งหมดทุกครั้งที่ให้บริการ

2) การตอบสนอง (Responsiveness) คือ ความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะช่วยเหลือผู้ใช้บริการ และพร้อมที่จะให้บริการตลอดเวลาที่ปฏิบัติหน้าที่

3) ความมั่นใจ (Assurance) คือ ความรู้และมารยาทที่สุภาพอ่อนโยนของพนักงานสามารถสื่อถึงความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจจากผู้ใช้บริการได้ คำมั่นสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ โดยในมิตินี้สามารถกล่าวรวมไปถึง ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน, ความสุภาพและเคารพผู้ใช้บริการ การสื่อสารกับผู้ใช้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และกิริยาท่าทางทั่วไปที่มาจากใจของผู้ให้บริการ

4) การเอาใจใส่ (Empathy) คือ การดูแลและความใส่ใจผู้รับบริการเป็นรายบุคคล โดยในมิตินี้อาจรวมไปถึง วิธีการเข้าหาผู้รับบริการ ความรวดเร็วและความพยายามที่จะเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ

5) การสัมผัสได้ (Tangibles) คือ ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ เครื่องมืออุปกรณ์ในการให้บริการ บุคคล ช่องทางในการสื่อสาร รวมไปถึงความสะอาด และเสียงรบกวนจากผู้ใช้บริการท่านอื่น

เมื่อการวัดคุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับการรับรู้ของผู้ใช้บริการที่ได้รับหรือเกิดขึ้นจริง เมื่อเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่ตนเองมีต่อการบริการนั้น มีนักทฤษฎีและนักวิชาการได้กล่าวถึงความหมายและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและทฤษฎีการรับรู้ไว้มากมาย โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

2.2.6.1 ความคาดหวัง (Expectation)

ความหมายของความคาดหวัง ความคาดหวัง (Expectation Theory) เป็นความเชื่อหรือความคิดอย่างมีเหตุผลในแนวทางที่เป็นไปได้หรือเป็นความหวังที่คาดการณ์ว่าต้องการจะได้ในอนาคตของบุคคล ความคาดหวังจึงเป็นสภาวะทางจิตที่บุคคลคาดคะเนล่วงหน้าบางสิ่งบางอย่างว่า ควรจะมีควรจะเป็นหรือควรจะเกิดขึ้นตามความเหมาะสม ในเรื่องของความคาดหวังจึงมีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน ได้แก่

สกาวเดือน ปธนสมิทธิ์ (2540: 64) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่าเป็นแนวคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดแล้วแสดงออกมาโดยการพูด การเขียน และการแสดงออกดังกล่าวนั้นขึ้นอยู่กับภูมิหลังทางสังคม ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้นๆ ซึ่งบุคคลอื่นอาจไม่เห็นด้วยก็ได้หรือ ความคาดหวังคือการแสดงออกทางทัศนคติอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบและเป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก ทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงออกโต้ตอบสิ่งต่างๆ ในรูปของการยอมรับหรอปฏิเสธจึงควรพิจารณาในด้านองค์ประกอบของทัศนคติควบคู่ไปด้วย

พิสิฐ มหามงคล (2546: 17-20) กล่าวว่า ความคาดหวังในความหมายที่เป็นลักษณะทางจิตวิทยา มิได้เจาะจงที่การกระทำอย่างเดียว แต่รวมถึงแรงจูงใจ ความเชื่อ ความรู้สึก ทัศนคติ และค่านิยมด้วย

สุรางค์ จันทร์เอม (2524: 126) กล่าวว่าความคาดหวัง คือ อันดับของจุดหมายที่บุคคลตั้งไว้ เป็นความคาดหวังที่น่าจะเป็นไปได้ ชีวิตของคนเราทุกคนย่อมขึ้นอยู่กับความคาดหวังด้วยกันทั้งสิ้น พฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกในปัจจุบันย่อมคาดหวังผลในอนาคต ฉะนั้นความคาดหวังจึงเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีตของบุคคล

เต็มดวง เจริญสุข (2532: 14) ได้นิยามว่า เป็นความคิด ความรู้สึก ความต้องการหรือความมุ่งหวังของบุคคลที่มีต่อบางอย่าง ซึ่งจะเป็นบุคคล เหตุการณ์ การกระทำ ฯลฯ เป็นการคิดไว้ล่วงหน้า และความคาดหวังจะเป็นไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

Oxford's dictionary (1989: 281) ได้ให้ความหมายว่า เป็นสภาวะทางจิต ซึ่งเป็นความรู้สึกนึกคิด หรือเป็นความคิดเห็นอย่างมีวิจารณญาณของบุคคลที่คาดคะเนหรือคาดการณ์ล่วงหน้าต่อบางสิ่งบางอย่างว่าควรจะมี ควรจะเป็น หรือควรจะเกิดขึ้น

Clay (1988: 252) ได้กล่าวถึงความคาดหวังต่อการกระทำหรือสถานการณ์ว่า เป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดี หรือเป็นความมุ่งหวังที่ดีงาม เป็นระดับหรือความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มุ่งหวังไว้

Finn (1921: 15-16) ได้กล่าวว่า ความคาดหวัง หมายถึง การประเมินค่าบุคคลหรือตนเองด้านจิตรู้สำนึก และใช้ความคาดหวังนั้นเป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมที่จะมีต่อบุคคลที่ตนคาดหวังหรือตนเองในลักษณะที่ตนคิดว่าถูกต้อง

Parasuraman et al., (1988: 16) ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังหมายถึงทัศนคติที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภคที่พวกเขาคาดหมายว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้นๆ ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และลูกค้าประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ ความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานะภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการ พวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง

จากการศึกษาความหมายของความคาดหวังข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปความหมายของความคาดหวังว่า "ความคาดหวังเป็นสภาวะทางจิตที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งอาศัยประสบการณ์ในอดีต ความเข้าใจ ทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ความต้องการ ความมุ่งหวัง และความรู้สึกของตนมาตัดสินใจบางสิ่งบางอย่างเพื่อต้องการให้เป็นไปตามความต้องการของตน ทั้งนี้ความคาดหวังของบุคคลจะขึ้นอยู่กับความต้องการและเป็นไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล"

2.6.6.2 ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectation Theory)

รักชนก โสภาพิศ (2542: 68-69) กล่าวว่า ทฤษฎีความคาดหวังมีนักวิชาการได้ให้แนวคิดต่างๆ ไว้มากมาย ซึ่งแต่ละท่านนำเสนอโดยมีเนื้อหาสาระต่างกันเล็กน้อย โดยทฤษฎีที่เป็นที่รู้จักและนิยมนำมาศึกษากันอย่างแพร่หลายคือ ทฤษฎีของ Vroom (1970: 9-103)

ทฤษฎีความคาดหวังถูกนำเสนอโดย Vroom (1970) ได้เสนอรูปแบบของความคาดหวังในการทำงานซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในการอธิบายกระบวนการจูงใจของมนุษย์ในการทำงานโดย Vroom (1970) มีความเห็นว่าการที่จะจูงใจให้พนักงานทำงานเพิ่มขึ้นนั้นจะต้องเข้าใจกระบวนการทางความคิดและการรับรู้ของบุคคลก่อนโดยปกติเมื่อคนจะทำงานเพิ่มขึ้นจากระดับปกติเขาจะคิดว่าเขาจะได้อะไรจากการกระทำนั้นหรือการคาดคิดว่าอะไรจะเกิดขึ้นเมื่อเขาได้แสดงพฤติกรรมบางอย่าง ในกรณีของการทำงานพนักงานจะเพิ่มความพยายามมากขึ้นเมื่อเขาคิดว่าการกระทำนั้นนำไปสู่ผลลัพธ์บางประการที่เขามีความพึงพอใจ เช่น เมื่อทำงานหนักขึ้นผลการปฏิบัติงานของเขาอยู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้นทำให้เขาได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง และได้ค่าจ้างเพิ่มขึ้น ค่าจ้างกับตำแหน่งเป็นผลของการทำงานหนัก และเป็นรางวัลที่เขาต้องการเพราะทำให้เขารู้สึกว่าได้รับการยกย่องจากผู้อื่นมากขึ้น แต่ถ้าเขาคิดว่าแม้เขาจะทำงานหนักขึ้นเท่าไรก็ตามหัวหน้าของเขาก็ไม่เคยสนใจดูแลยกย่องเขา จึงเป็นไปไม่ได้ที่เขาจะได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง เขาก็ไม่เห็นความจำเป็นของการทำงานเพิ่มขึ้น ความรุนแรงของพฤติกรรมที่จะทำงานขึ้นอยู่กับการคาดหวังที่จะกระทำตามความคาดหวังนั้น รวมถึงความดึงดูดใจของผลลัพธ์ที่จะได้รับ ซึ่งจะมีเรื่องของการดึงดูดใจ การเชื่อมโยงรางวัลกับผลงานและการเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับความพยายามโดยทฤษฎีนี้จะเน้นเรื่องของการจ่ายและการให้รางวัลตอบแทน เน้นในเรื่องพฤติกรรมที่คาดหวังเอาไว้ต่อเรื่องผลงานผลรางวัลและผลลัพธ์ของความพึงพอใจต่อเป้าหมายจะเป็นตัวกำหนดระดับของความพยายามของพนักงาน

Vroom (1970) ได้เสนอรูปแบบของความคาดหวังในการทำงาน เรียกว่า VIE Theory ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในการอธิบายกระบวนการจูงใจของมนุษย์ในการทำงาน โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1. V มาจากคำว่า Valence หมายถึง ความพึงพอใจของมนุษย์ที่มีต่อผลลัพธ์ของการกระทำ ซึ่งเป็นลักษณะที่สำคัญที่สุดของความพึงพอใจของมนุษย์ ระดับของความพึงพอใจที่มนุษย์คาดหวังว่าจะได้จากผลลัพธ์นั้นๆ ไม่ใช่เกิดจากการเห็นคุณค่าที่แท้จริงของผลลัพธ์นั้นเสมอไป ค่าของผลลัพธ์เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจ เช่น การยอมรับ การยกย่อง หรือคำสรรเสริญจากผู้อื่น

2. I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง ความเชื่อถือ วิธีการในการเชื่อมโยงผลลัพธ์อย่างหนึ่งไปสู้ผลลัพธ์อีกอย่างหนึ่ง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

3. E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความเป็นไปได้ถึงความพยายามที่ทำให้เกิดการกระทำที่บรรลุผล

2.2.6.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความคาดหวัง

Lovelock (1996: 123-125) ได้กล่าวว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความคาดหวังของผู้ใช้ บริการมีดังนี้

1) ความคาดหวังของผู้ใช้บริการจะมีความผันแปรในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน และความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อผู้ให้บริการแต่ละรายในอุตสาหกรรมเดียวกันยังมีความแตกต่างกันอีกด้วย เช่น ผู้โดยสารคาดหวังว่าจะไม่มีการบริการอาหารในเที่ยวบินในประเทศ แต่ผู้โดยสารคาดหวังว่าจะต้องมีบริการอาหารในเที่ยวบินระหว่างประเทศ เป็นต้น

2) ความคาดหวังของผู้ใช้บริการจะมีความผันแปรในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ชายกับผู้หญิง กลุ่มคนหนุ่มสาวกับกลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มพนักงานที่ทำงานในโรงงานกับกลุ่มพนักงานที่ทำงานในสำนักงาน เป็นต้น นอกจากนั้นยังพบว่าความคาดหวังของผู้บริโภคยังแตกต่างกันในแต่ละประเทศอีกด้วย

3) ความคาดหวังของผู้ใช้บริการจะได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์จากการรับบริการจากผู้ให้บริการรายต่าง ๆ ซึ่งแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือจากผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกัน

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2547: 64-67) ได้กล่าวว่า ผู้บริโภคจะมีความคาดหวังต่อการบริการแต่ละประเภทแตกต่างกัน ปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริโภคประกอบด้วย

1) ความต้องการของลูกค้าแต่ละราย (Personal Need) ลูกค้าแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะตัว มีพฤติกรรมและสถานภาพที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้ลูกค้าแต่ละรายมีอาจความต้องการพื้นฐานที่แตกต่างกัน ซึ่งความต้องการพื้นฐานนี้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำหน้าที่กำหนดระดับความคาดหวังของลูกค้า

2) ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท คือ

(1) ประสบการณ์ในอดีตของลูกค้าเก่าที่เคยมาใช้บริการ กล่าวคือ แต่ก่อนลูกค้าเคยได้รับบริการอย่างไร ปัจจุบันและอนาคตลูกค้าก็คาดหวังว่าจะต้องได้รับบริการอย่างนั้น

(2) ประสบการณ์จากการใช้บริการของคู่แข่ง กล่าวคือ ลูกค้าบางรายอาจเคยใช้บริการจากผู้ให้บริการรายอื่นมาก่อน ลูกค้าก็จะนำระดับการบริการนั้นมาตั้งเป็นความคาดหวังต่อผู้ให้บริการรายใหม่ที่ตนจะไปใช้บริการ

(3) การสื่อสารกับลูกค้าในรูปแบบต่างๆ (Communication) เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การขายโดยพนักงานขาย รวมถึงการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบอื่นๆ ที่ไปถึงตัวผู้บริโภค ทำให้เกิดการสร้างความคาดหวังขึ้นในใจของผู้บริโภค

(4) ลูกค้าบอกกันแบบปากต่อปาก (Word of mouth Communication) การที่ลูกค้าสื่อสารระหว่างกันเองเกี่ยวกับการบริการทั้งทางที่ดีและไม่ดี เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความคาดหวัง

ความคาดหวังของบุคคลนั้น อาจเกิดได้จากปัจจัยหลายๆ ด้าน (Hurlock, 1974: 187-191 อ้างถึงใน นิยดา ภู่อนุสาสน์, 2531: 18-20) โดยปัจจัยที่สำคัญก็คือวัฒนธรรมจารีตประเพณี (Cultural Traditions) และค่านิยม

2.2.6.4 การรับรู้ (Perception)

การรับรู้เป็นกระบวนการทางความคิดและจิตใจมนุษย์ที่แสดงออกมาถึงความรู้สึกนึกคิดความเข้าใจต่อสิ่งเร้าที่ผ่านเข้ามาทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้เห็น การได้ยิน การสัมผัส การลิ้มรส และการได้กลิ่น แล้วมีการแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างมีจุดมุ่งหมายโดยมีแรงผลักดันจากความรู้และประสบการณ์ เดิม เพื่อความเข้าใจในความหมายการรับรู้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการรวบรวมนิยามของการรับรู้ของนักวิชาการและนักจิตวิทยาไว้หลายท่าน ดังนี้

ชัยพร วิชชาวุธ (2525: 207) ให้ความหมายการรับรู้ว่า เป็นกระบวนการตีความสิ่งที่ได้เห็น ได้ยินหรือได้รู้สึกด้วยประสาทสัมผัสได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง ผลจากการตีความจะเป็นความรู้ ความเข้าใจ ทั้งนี้การตีความจะต้องอาศัยประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ในระบบความจำระยะยาว

ณัฐพรหม อินทุยศ (2553: 15) ได้กล่าวว่า การรับรู้หมายถึง การแปลความหมายหรือการให้ความหมายแก่สิ่งเร้า ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากที่อวัยวะรับสัมผัสรับสัมผัสจากสิ่งที่เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ลิ้มรส ฯลฯ แล้วแปลงการกระตุ้นจากสิ่งเร้านั้นๆ เป็นกระแสประสาทส่งต่อโดยเซลล์ประสาทไปสู่ไขสันหลังและสู่สมอง จากนั้นสมองก็จะทำการรับรู้ด้วยการรวบรวมข้อมูลที่มีอยู่ในสมองเกี่ยวกับสิ่งเร้านั้น และแปลความหมายของสิ่งเร้านั้นว่าคืออะไร เป็นอย่างไร ทั้งนี้การรับรู้จะอาศัยประสบการณ์เดิมและความรู้เดิมเป็นอย่างมาก โดยถ้าเราเคยรู้จัก เคยเห็น เคยพบ ฯลฯ กับสิ่งเร้านั้นๆ มาก่อน ก็จะรับรู้หรือแปลความหมายของสิ่งนั้นได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง

สุวลี มิลินทางกูร (2538: 8) อธิบายว่าการรับรู้คือการแปลความหรือให้ความหมายกับสิ่งที่บุคคลได้รับโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง5 เมื่อเกิดการรับรู้ในตัวบุคคลแล้ว จึงนำไปสู่การกระทำต่างๆ ของบุคคล โดยอาศัยความรู้ดั้งเดิมและประสบการณ์เป็นเครื่องช่วย โดยการรับรู้ที่เกิดขึ้นนี้จะต้องผ่านกระบวนการรับรู้ภายในตัวบุคคลทุกครั้ง

Garrison and Magoon (1972: 109) ได้กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่สมองตีความหรือแปลความหมายที่ได้จากการสัมผัสของประสามสัมผัสต่างๆ ของร่างกายกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นสิ่งเร้า ทำให้ทราบว่าสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นอะไร มีความหมายและลักษณะอย่างไร

Benjamin et al., (1994: 131) นิยามความหมายของการรับรู้ว่าเป็นกระบวนการจัดระบบ แปลความหมาย และการกลั่นกรองข่าวสารด้วยความพินิจพิจารณาโดยมีความรู้สึกเข้ามาเกี่ยวข้อง

โดยสรุปแล้ว การรับรู้ คือ กระบวนการการตีความหรือการให้ความหมายต่อสิ่งเร้าผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 แล้วแสดงออกมาเป็นความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ และความเข้าใจในเรื่องต่างๆ ที่ได้สัมผัสเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลเกิดขึ้นภายในตัวของบุคคลและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่บุคคลนั้นแสดงออกมา

2.2.6.5 ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้

อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ (2548: 69) ได้แบ่งปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของบุคคลไว้ 6 ด้าน ดังนี้

1) ภาวะทางกายภาพและกายวิภาค (Physiological and Anatomical Condition) เป็นสิ่งที่ร่างกายนั้นเป็นอยู่ในด้านรูปร่าง การทำงานของร่างกายซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละเชื้อชาติ

2) อิทธิพลทางครอบครัว (Family Influence) เป็นพื้นฐานของบุคคลในการให้ความสนใจและตีความหมายในสิ่งต่างๆ ที่เข้ามาในชีวิต

3) อิทธิพลทางวัฒนธรรม (Cultural Influence) เป็นพื้นฐานของการดำรงชีวิตในสังคม การอยู่ร่วมกัน การทำงานและวิถีชีวิต

4) สิ่งจูงใจ ความต้องการ และเป้าหมาย (Motives, Needs, and Goals) เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาหนึ่งๆ ของชีวิตอันเกิดจากการเรียนรู้ ประสบการณ์ และทัศนคติของบุคคลนั้นต่อชีวิต

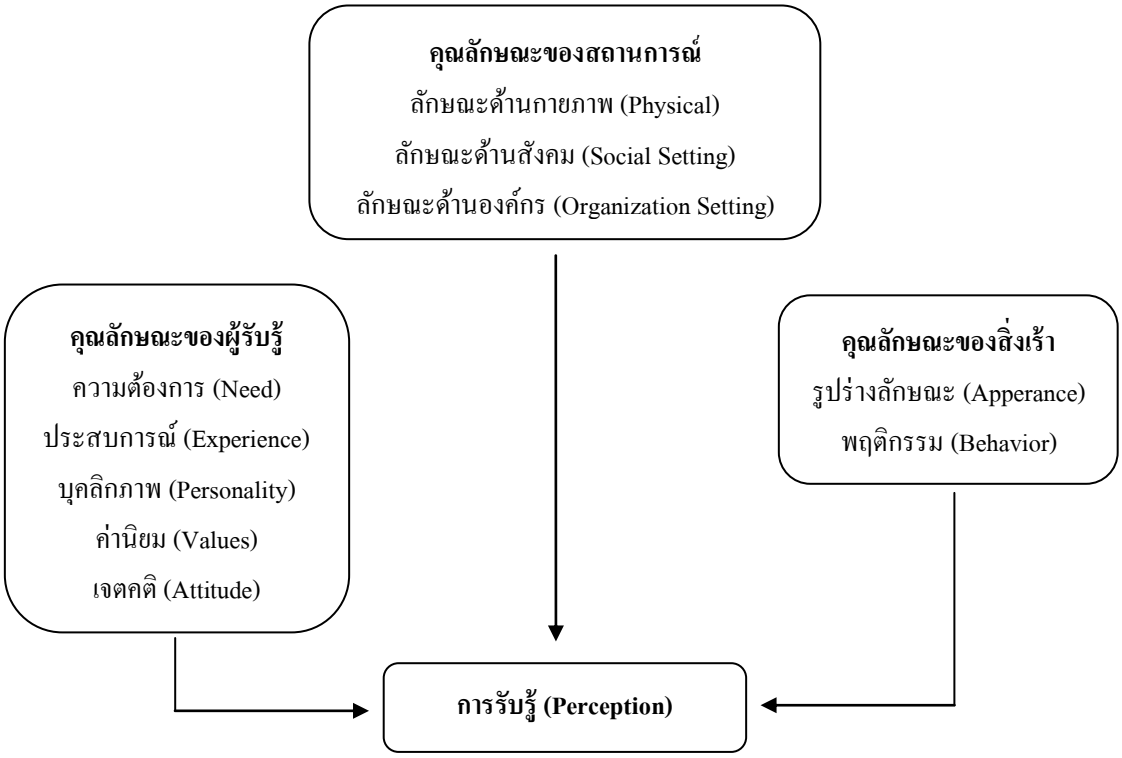
5) ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) เป็นพื้นฐานในการเปรียบเทียบประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ และให้ความหมายต่อสิ่งนั้นว่าดีหรือเลวกว่าเดิม

6) ลักษณะบุคลิกภาพ (Personality Characteristics) เป็นพื้นฐานลักษณะนิสัยของบุคคลที่ส่งผลต่อการรับรู้ที่แตกต่างกันไป

กันยา สุวรรณแสง (2540: 129) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของมนุษย์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ

1) ลักษณะของผู้รับรู้ ได้แก่ ด้านกายภาพ หมายถึงอวัยวะสัมผัสต่างๆ เช่น หู ตา จมูก และด้านจิตวิทยา เช่น ความจำ อารมณ์ความพร้อม สติปัญญา การสังเกตพิจารณา ความสนใจ ตั้งใจ ทักษะ ค่านิยม เจตคติวัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ อันเป็นผลจากการเรียนรู้เดิม

2) ลักษณะของสิ่งเร้า การที่บุคคลรับรู้เรื่องใดๆ แตกต่างกันขึ้นอยู่กับสิ่งเร้านั้นดึงดูดความสนใจเพียงใด (Schermerhorn, Hunt and Osborn n.d. อ้างถึงใน วิมลมาศ สมใจ, 2542) กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคล ดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้
แหล่งที่มา: วิมลมาศ สมใจ, 2542.

2.2.6.6 ธรรมชาติของการรับรู้

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2548: 161) ได้กล่าวว่า ธรรมชาติของการรับรู้ของมนุษย์โดยทั่ว ไป มีลักษณะดังนี้

1) เลือกสิ่งที่จะรับรู้ มนุษย์มีแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งเร้าที่มีลักษณะดังนี้

(1) สิ่งที่ตนเองสนใจหรือที่ต้องการในขณะนั้น โดยปกติเมื่อบุคคลกำลังสนใจในเรื่องใด ก็จะเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งนั้น

(2) สิ่งที่แปลกและเด่นสะดุดตา ซึ่งจะดึงดูดความสนใจให้อยากรู้อยากเห็น

2) จัดหมวดหมู่ของส่งที่จะรับรู้ เมื่อคนเราพบกับสิ่งเร้าหลายๆ อย่างในขณะเดียวกัน เรามีแนวโน้มที่จะจัดสิ่งเร้าเหล่านั้นออกเป็นกลุ่มก้อน และเป็นหมวดหมู่โดยแบ่งออกได้ดังนี้

(1) ความใกล้ชิด (Proximity) มนุษย์มีแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งที่ใกล้ชิดกันให้เป็นภาพเดียวกัน

(2) ความคล้ายคลึงหรือเหมือนกัน (Similarity) มนุษย์จะรับรู้ว่าสิ่งเร้าที่เหมือนกันหรือคล้ายกันว่าเป็นพวกเดียวกัน

(3) ความต่อเนื่อง (Continuity) สิ่งเร้าที่มีทิศทางในแนวเดียวกัน มนุษย์จะรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน เป็นการเชื่อมต่อสิ่งที่ขาดหายไปของสิ่งที่นำเสนอ

(4) ความสมบูรณ์แบบ (Closure) สิ่งเร้าที่ขาดหายไปบางส่วนมักจะรับรู้รูปร่างที่สมบูรณ์ได้ เป็นการเติมเต็มสิ่งที่ขาดอยู่ให้เกิดเป็นรูปร่างสมบูรณ์ตามประสบการณ์เดิมของผู้นั้น

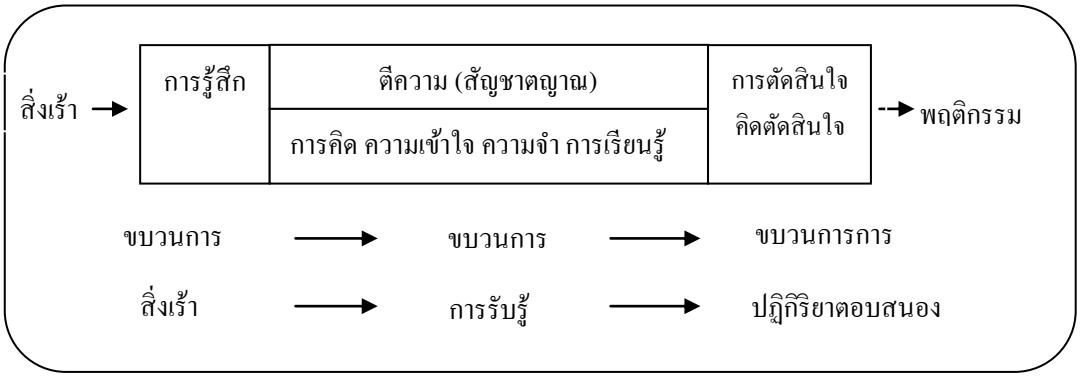
3) ภาพและพื้น (Figure and Ground) การรับรู้ภาพทำนองนี้ มนุษย์จะมองเห็นส่วนที่เด่นชัด หรือส่วนที่อยู่ในความสนใจของภาพ และมองส่วนที่อยู่เบื้องหลังไกลออกไปหรือส่วนที่ให้ความสนใจน้อยเป็นพื้น

4) ความคลาดเคลื่อนของการรับรู้ ซึ่งสามารถแบ่งได้ ดังนี้

(1) ความคงที่ของการรับรู้ การรับรู้วัตถุหรือสิ่งของบางอย่างที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน จะทำให้การรับรู้ของคนเราต่างไปจากภาพที่เห็นในขณะนั้น เช่น วัตถุขนาดเท่ากันวางเรียงกันเป็นแถว ตาเราจะมองเห็นภาพที่อยู่ไกลเล็กกว่าภาพที่อยู่ใกล้ แต่เราก็ยังรับรู้ว่าเท่ากัน

(2) ภาพลวงตา (Illusion) เป็นการรับรู้ที่ผิดพลาดจากความเป็นจริง เนื่องมาจากอิทธิพลของสิ่งเร้าที่แวดล้อมอยู่ภายนอกนั้น

กระบวนการรับรู้จะเกิดขึ้นได้ต้องมีครบทั้ง 3 องค์ประกอบ คือ สิ่งเร้า (Stimulus) ประสาทสัมผัส (Sense Organs) และประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิมเกี่ยวกับสิ่งเร้าที่ได้สัมผัส กระบวนการของการรับรู้เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความเข้าใจ ความคิด ความจำ การรู้สึก การเรียนรู้ การตัดสินใจ การแสดงพฤติกรรม การรับรู้แทรกอยู่ระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนองสิ่งเร้า ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 กระบวนการของการรับรู้
แหล่งที่มา: กันยา สุวรรณแสง, 2540.

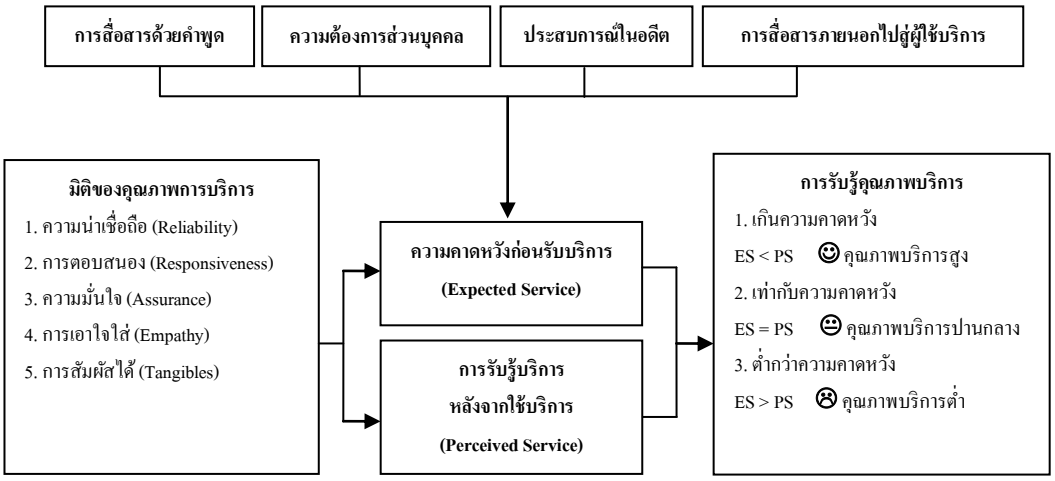
นอกจาก 5 มิติหลัก ที่ผู้ใช้บริการจะนำมาตัดสินคุณภาพบริการแล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ อีกที่ส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความคาดหวัง และนำความคาดหวังนั้นมาเปรียบเทียบกับการรับรู้บริการที่ได้รับ ซึ่งภาพที่ 2.5 ได้แสดงถึงการรับรู้คุณภาพการบริการ โดยปัจจัยที่มีผลต่อความคาดหวังสามารถแบ่งได้ดังต่อไปนี้

1) การสื่อสารด้วยคำพูด (Word-of-Mouth) ซึ่งคือการได้รับข้อมูลจากคนอื่น การสื่อสารด้วยคำพูดซึ่งกันและกัน

2) ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) ซึ่งขึ้นอยู่กับความคาดหวังของแต่ละตัวบุคคลเอง

3) ประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) เป็นประสบการณ์ในอดีตของแต่ละบุคคล

4) การสื่อสารภายนอกไปสู่ผู้ใช้บริการ (External Communications to Customers) เป็นการสื่อสารขององค์กรผู้ให้บริการไปสู่ผู้ใช้บริการด้วยสื่อต่างๆ



ภาพที่ 2.5 การรับรู้คุณภาพการบริการ

แหล่งที่มา: Fitzsimmons and Fitzsimmons, 2011.

สรุปได้ว่าคุณภาพการบริการ หมายถึง คุณสมบัติคุณลักษณะที่เกิดจากการรับรู้ของผู้รับบริการ โดยมีความโดดเด่นตรงหรือเกินความคาดหวัง ซึ่งต้องไม่มีข้อผิดพลาด หรือสิ่งบกพร่องเกิดขึ้นเลยขณะให้บริการ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยผู้ใช้บริการจะตัดสินคุณภาพการบริการโดย 5 มิติหลัก ดังนี้คือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนอง (Responsiveness) ความมั่นใจ (Assurance), การเอาใจใส่ (Empathy) และการสัมผัสได้ (Tangibles) โดยระดับคุณภาพการบริการสามารถสรุปได้ดังนี้

หากความคาดหวังก่อนรับบริการมีค่าน้อยกว่าการรับรู้หลังรับบริการ แสดงว่าคุณภาพการบริการอยู่ในระดับสูง

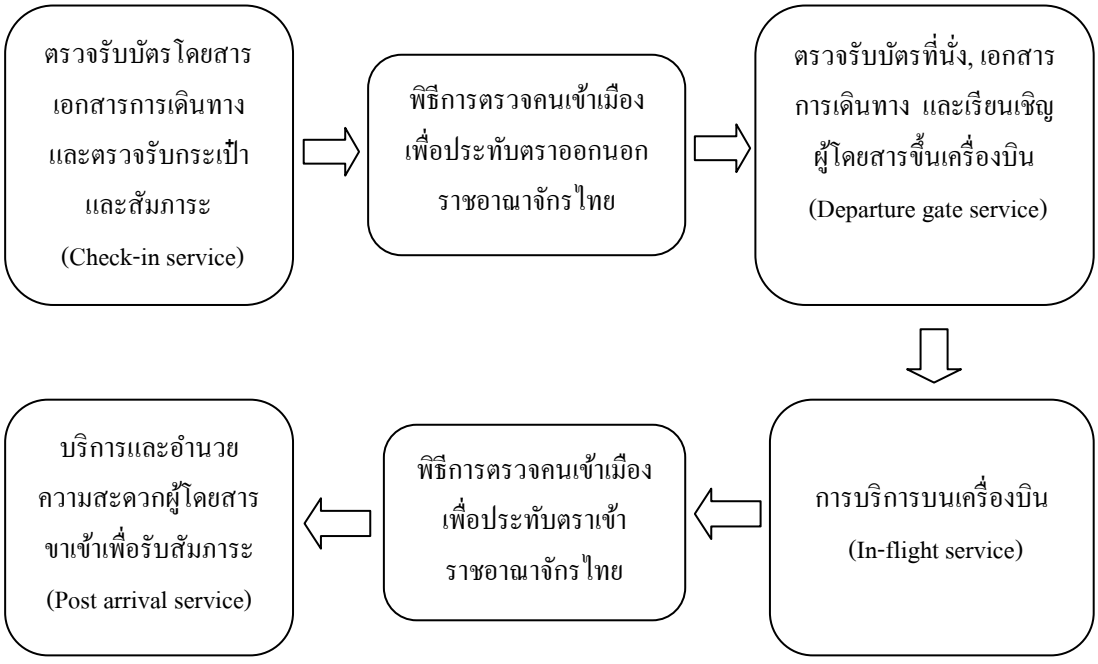
หากความคาดหวังก่อนรับบริการมีค่าเท่ากับการรับรู้หลังรับบริการ แสดงว่าคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

หากความคาดหวังก่อนรับบริการมีค่าน้อยกว่าการรับรู้หลังรับบริการ แสดงว่าคุณภาพการบริการอยู่ในระดับต่ำ

2.2.7 กระบวนการการให้บริการของสายการบินในประเทศไทย

ผู้โดยสารจะเข้าสู่กระบวนการการให้บริการของสายการบินด้วยความคาดหวัง โดยผ่านทางการสื่อสารด้วยคำพูดของผู้อื่น ความต้องการส่วนบุคคลของตัวผู้โดยสารเอง ประสบการณ์ในอดีตของผู้โดยสาร หรือจากการที่ได้ทราบถึงโปรโมชั่นต่างๆ ของสายการบิน (Parasuraman et al.,

1985: 48) โดยความคาดหวังการบริการของผู้โดยสารจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการการให้บริการ เช่น การรับรู้การบริการของผู้โดยสารที่มีต่อพนักงาน เป็นต้น ซึ่งกระบวนการการให้บริการของสายการบิน เมื่อผู้โดยสารเดินทางมาถึงท่าอากาศยาน สายการบินจะมีเคาน์เตอร์บริการ (Check-in Service) ตรวจบัตรโดยสาร ตรวจเอกสารการเดินทาง ตรวจรับกระเป๋าและสัมภาระ เพื่อออกบัตรที่นั่งให้แก่ผู้โดยสาร เมื่อผู้โดยสารรับบัตรที่นั่งเรียบร้อยแล้ว ผู้โดยสารจะต้องทำการผ่านพิธีการตรวจคนเข้าเมืองเพื่อประทับตราออกนอกราชอาณาจักรไทย หลังจากนั้นผู้โดยสารต้องเดินไปยังประตูทางออกเพื่อขึ้นเครื่องบิน โดยทางสายการบินจะมีพนักงานคอยให้บริการบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน (Departure Gate Service) ซึ่งพนักงานที่ประจำบริเวณนี้ทำหน้าที่ตรวจรับบัตรที่นั่งของผู้โดยสารให้ถูกต้องตามเที่ยวบินที่ผู้โดยสารจะเดินทางไป อำนวยความสะดวกในการเรียนเชิญผู้โดยสารขึ้นเครื่องบิน เมื่อผู้โดยสารเดินทางกลับ ผู้โดยสารจะต้องผ่านพิธีการตรวจคนเข้าเมืองเพื่อประทับตราเข้าราชอาณาจักรประเทศไทย หลังจากนั้นผู้โดยสารจะมารอรับสัมภาระที่ตนเองเช็คอินมาตั้งแต่ต้นทาง บริเวณสายพานรับสัมภาระจะมีเจ้าหน้าที่สายการบินคอยให้บริการและอำนวยความสะดวก (Post Arrival Service) ซึ่งถือเป็นกระบวนการสุดท้ายในการให้บริการของสายการบิน ดังภาพที่ 2.6 แสดงกระบวนการการให้บริการของสายการบินในประเทศไทย



ภาพที่ 2.6 กระบวนการการให้บริการของสายการบินในประเทศไทย

2.2.8 แนวคิดเรื่องคุณภาพการบริการของสายการบิน

ปัจจุบันได้มีการศึกษาเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินคุณภาพการบริการในธุรกิจสายการบินอย่างมากมาย โดยมุ่งเป้าและให้ความสำคัญไปที่มุมมองของลูกค้าหรือผู้โดยสารเป็นหลัก องค์กรธุรกิจบริการต่างๆ ได้นำเครื่องมือในการประเมินคุณภาพบริการอย่าง SERVQUAL มาประยุกต์ใช้เป็นเกณฑ์ในการวัด Clifford, Cunningham and Moonkyu (1994 อ้างถึงใน Walanchalee Wattanacharoensil and Chanin Yoopetch, 2012: 286) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบในการวัดคุณภาพการบริการในธุรกิจสายการบิน โดยพบว่า ความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีบทบาทสำคัญที่จะช่วยคาดการณ์หรือทำนายความพึงพอใจของลูกค้า นอกจากนี้ยังพบว่า ความน่าเชื่อถือ (Reliability) และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy) มีอิทธิพลต่อการเก็บรักษาลูกค้าไว้ได้อีกด้วย

การส่งมอบคุณภาพการบริการแก่ผู้โดยสารด้วยความเข้าใจความต้องการของผู้โดยสารถือเป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่จะช่วยสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจสายการบิน เพื่อความอยู่รอดและความสำเร็จขององค์กร (Gilbert and Wong, 2003 อ้างถึงใน Chen and Chang, 2005: 79-87) ในปัจจุบันการมุ่งเน้นถึงความสำคัญของความพึงพอใจและการจงรักภักดีของผู้โดยสารที่มีต่อองค์กรสายการบิน ได้นำไปสู่การปรับเปลี่ยนคุณภาพการบริการของสายการบินต่างๆ โดยการนำเสนอให้เห็นถึงคุณภาพการบริการที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากขึ้น ซึ่งผู้โดยสารสามารถนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการตัดสินใจเลือกรับบริการ (Rhoades and Waguespack, 1999 อ้างถึงใน Tolpa, 2012: 33) ซึ่ง Gilbert and Wong (2003: 519-532) ได้วิเคราะห์และกล่าวถึงมิติของคุณภาพการบริการในสายการบินว่าผู้โดยสารจะพิจารณา 6 ปัจจัยหลัก ซึ่งถือว่าเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของคุณภาพการบริการที่เหนือระดับของสายการบิน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การทำให้เกิดความมั่นใจ (Reassurance) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) พนักงาน (Employees) รูปแบบของเที่ยวบิน (Flight Patterns) และรูปแบบการบริการที่ปรับแต่งได้เพื่อความเหมาะสมตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร (Customization and Responsiveness) ส่วน Pakdil and Aydin (2007: 229-237) ได้กล่าวว่าการวัดคุณภาพการบริการจะขึ้นอยู่กับพนักงาน (Employees) การสัมผัสได้ (Tangible) ตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือและการทำให้เกิดความมั่นใจ ความแน่นอน (Reliability and Assurance) ภาพลักษณ์ (Image) และการเอาใจใส่ (Empathy) นอกจากนี้ Carlzon (1987: 21) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับการมีปฏิสัมพันธ์ครั้งแรกระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ และเน้นถึงบทบาทของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า (Front Line Employees) ว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างและหล่อหลอมประสบการณ์และการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการของลูกค้า ส่วนแนวคิดของ Babbar and Koufteros (2008: 804-830) ได้กล่าวว่าการบริการลูกค้าที่เด่นชัดที่สุด คือ การบริการที่มีการติดต่อกับพนักงานผู้ให้บริการโดยตรง ระดับของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่าง

พนักงานผู้ให้บริการกับผู้โดยสารเป็นสิ่งสำคัญ เช่น การรับฟังและเข้าใจผู้โดยสาร สนใจผู้โดยสารเป็นรายบุคคล เป็นมิตร มีมารยาทที่ดี เป็นต้น

นอกเหนือจากการนำเครื่องมือวัดคุณภาพการบริการ SERVEQUAL มาประยุกต์ใช้เพื่อวัดคุณภาพการบริการของสายการบินแล้ว ยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านรวมทั้งองค์กรต่างๆ ที่เป็นผู้จัดอันดับสายการบินยังได้เสนอเกณฑ์ในการวัดคุณภาพบริการของสายการบินอีกมากมาย ดังนี้ Elliott and Roach (1993 อ้างถึงใน Walanchalee Wattanacharoensil and Chanin Yoopetch, 2012: 286) ได้ค้นพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการในอุตสาหกรรมสายการบินกับปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ ได้แก่ การตรงต่อเวลา (On Time Performance) การจัดการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Handling) คุณภาพของอาหาร (Food Quality) ความสะดวกสบายของที่นั่งบนเครื่องบิน (Seat Comfort) การบริการตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Service) และการบริการในเที่ยวบิน (In-flight Service)

Zagat (2010 อ้างถึงใน Walanchalee Wattanacharoensil and Chanin Yoopetch, 2012: 286-287) ได้สร้างแบบสำรวจเพื่อจัดอันดับการบริการของสายการบิน โดยใช้เกณฑ์การวัด 5 ปัจจัย ได้แก่ การดำเนินการทั้งหมด (Overall Performance) ความสะดวกสบาย (Comfort) การบริการ (Service) อาหาร (Food) และเว็บไซต์ (Website) นอกจากนี้ The Airline Quality Rating (AQR) (2011 อ้างถึงใน Walanchalee Wattanacharoensil and Chanin Yoopetch, 2012: 286-287) ได้มุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ ซึ่งพิจารณาได้จาก 4 ปัจจัย ต่อไปนี้คือ การตรงต่อเวลา (On-time Performance) การปฏิเสธรับผู้โดยสารขึ้นเครื่องบินโดยที่ผู้โดยสารไม่เต็มใจ (Involuntary Denied Boarding) ความผิดพลาดในการจัดการกระเป๋าและสัมภาระ (Mishandled Baggage) และการร้องเรียนจากผู้โดยสาร (Consumers Complaints)

ในประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการกำหนดมาตรฐานการบริการของสายการบิน ซึ่ง U.S. Department of Transportation (USDOT) (2010 อ้างถึงใน Walanchalee Wattanacharoensil and Chanin Yoopetch, 2012: 287) ได้ใช้การวัดคุณภาพการบริการของสายการบินผ่านเกณฑ์ต่างๆ ดังนี้ ความล่าช้าของเที่ยวบิน (Flight Delays) ความผิดพลาดในการจัดการกระเป๋าและสัมภาระ (Mishandled Baggage) เที่ยวบินที่สายการบินจำหน่ายบัตรโดยสารเกินจำนวนที่นั่ง (Oversold Flight) และการจัดการกับคำร้องเรียนของผู้โดยสาร (Customer Complaint Handling)

ส่วนสายการบินในยุโรปได้ประยุกต์เกณฑ์การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการของสายการบิน โดยยึดหลักเกณฑ์ของ Association of European Airlines (AEA) ดังนี้คือ การตรงต่อเวลา (Punctuality), การยกเลิกเที่ยวบิน (Flight Cancellation) และสถิติการสูญหายของกระเป๋าและสัมภาระ (Missing Baggage Statistics) (AEA, 2006 อ้างถึงใน Walanchalee Wattanacharoensil and Chanin Yoopetc, 2012: 287) ซึ่งสอดคล้องกับ Tiernan et al., (2008: 212-224) ได้กล่าวว่าในยุโรป

มีการวัดเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการและมีกฎระเบียบต่างๆ เพื่อให้ผู้โดยสารในยุโรปได้รับความเป็นธรรมในกรณีที่เที่ยวบินล่าช้าหรือเกิดการยกเลิกเที่ยวบิน คุณภาพการบริการเป็นตัวแปรสำคัญโดยสามารถดูได้จากความถี่ของเที่ยวบิน (Flight Frequency) จำนวนผู้โดยสารภายในเที่ยวบิน (Load Factor) และประเภทของเครื่องบิน (Aircraft Type)

การวัดคุณภาพการบริการของสายการบินสามารถสรุปเป็นตาราง โดยแบ่งตามเกณฑ์หรือแง่มุมในการวัดคุณภาพการบริการได้ดังตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 สรุปแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวัดคุณภาพการบริการในสายการบิน

เกณฑ์หรือแง่มุมในการวัดคุณภาพบริการ	นักวิชาการหรือผู้วิจัย
ความน่าเชื่อถือ (Reliability), การทำให้เกิดความมั่นใจ (Reassurance) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) พนักงาน (Employees) รูปแบบของเที่ยวบิน (Flight Patterns) รูปแบบการบริการที่ปรับแต่งได้เพื่อความเหมาะสมตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร (Customization and Responsiveness) และการดูแลเอาใจใส่ (Empathy)	Clifford, Cunningham and Moonkyu (1994) และ Gilbert and Wong (2003)
พนักงาน (Employees), การสัมผัสได้ (Tangible) ตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร (Responsiveness) ความน่าเชื่อถือและการทำให้เกิดความมั่นใจ ความแน่นอน (Reliability and Assurance), ภาพลักษณ์ (Image) และการเอาใจใส่ (Empathy)	Pakdil & Aydin (2007)
การมีปฏิสัมพันธ์ครั้งแรกระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ และเน้นถึงบทบาทของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า (Front Line Employees)	Carlzon (1987)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

เกณฑ์หรือแง่มุมในการวัดคุณภาพบริการ	นักวิชาการหรือผู้วิจัย
การบริการที่มีการติดต่อกับพนักงานผู้ให้บริการโดยตรง การรับฟังและเข้าใจผู้โดยสาร สนใจผู้โดยสารเป็นรายบุคคล เป็นมิตร มีมารยาทที่ดี	Babbar and Koufteros (2008)
การตรงต่อเวลา (On time Performance) การจัดการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Handling) คุณภาพของอาหาร (Food Quality) ความสะดวกสบายของที่นั่งบนเครื่องบิน (Seat Comfort), การบริการตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Service) และการบริการในเที่ยวบิน (In-flight Service)	Elliott and Roach (1993)
การดำเนินการทั้งหมด (Overall Performance) ความสะดวกสบาย (Comfort) การบริการ (Service) อาหาร (Food) และเว็บไซต์ (Website)	Zagat (2010)
การตรงต่อเวลา (On-time Performance) การปฏิเสธรับผู้โดยสารขึ้นเครื่องบินโดยที่ผู้โดยสารไม่เต็มใจ (Involuntary Denied Boarding) ความผิดพลาดในการจัดการกระเป๋าและสัมภาระ (Mishandled Baggage) และการร้องเรียนจากผู้โดยสาร (Consumers Complaints)	The Airline Quality Rating (AQR) (2011)
ความล่าช้าของเที่ยวบิน (Flight Delays) ความผิดพลาดในการจัดการกระเป๋าและสัมภาระ (Mishandled Baggage), เที่ยวบินที่สายการบินจำหน่ายบัตรโดยสารเกินจำนวนที่นั่ง (Oversold Flight) และการจัดการกับคำร้องเรียนของผู้โดยสาร (Customer Complaint Handling)	U.S. Department of Transportation (USDOT) (2010) และ Association of European Airlines (AEA) (2006)
ความถี่ของเที่ยวบิน (Flight Frequency) จำนวนผู้โดยสารภายในเที่ยวบิน (Load Factor) และประเภทของเครื่องบิน(Aircraft Type)	Tiernan et al (2008)

จากตารางที่ 2.1 ได้สรุปแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการวัดคุณภาพการบริการในสายการบิน ข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีนักวิจัยและนักวิชาการหลายท่านได้ให้เกณฑ์และแง่มุมในการวัดคุณภาพการบริการในสายการบินแตกต่างกัน โดยหลายท่านได้ใช้คุณภาพการบริการของพนักงานเป็นตัวชี้วัดคุณภาพการบริการ ซึ่งสามารถสรุปเป็นตารางที่ 2.2 ได้ดังนี้

ตารางที่ 2.2 เกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการของพนักงาน

เกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการของพนักงาน	ก	ข	ค	ง	จ	ฉ	ช	ซ
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การตอบสนอง (Responsiveness)		✓	✓	✓	✓		✓	✓
ความมั่นใจ (Assurance)		✓	✓	✓	✓		✓	✓
การเอาใจใส่ (Empathy)	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓
การสัมผัสได้ (Tangibles)			✓	✓			✓	

หมายเหตุ: เครื่องหมาย ✓ หมายถึง เกณฑ์การวัดคุณภาพการบริการของพนักงานที่เสนอโดยนักวิจัยและนักวิชาการที่กล่าวมาข้างต้น

ก: Clifford, Cunningham and Moonkyu (1994)

ข: Gilbert and Wong (2003)

ค: Pakdil and Aydin (2007)

ง: Carlzon (1987)

จ: Babbar and Koufteros (2008)

ฉ: Elliott and Roach (1993)

ช: Zagat (2010)

ซ: The Airline Quality Rating (AQR) (2011)

2.2.9 พนักงานต้อนรับภาคพื้นของสายการบินในประเทศไทย

กระบวนการให้บริการของสายการบินสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การบริการภาคพื้นและการบริการบนเครื่องบินซึ่ง Chen and Chang (2005: 79) ได้เสนอว่า ควรแยกการประเมินคุณภาพการบริการของทั้ง 2 ส่วนที่กล่าวมาข้างต้นนั้นออกจากกัน เนื่องจากลูกค้าหรือผู้โดยสารอาจจะไม่สามารถแยกความแตกต่างของทั้ง 2 ส่วนได้ ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยทำการศึกษาคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นซึ่งเป็นพนักงานต้อนรับส่วนหน้า (Front Line Staff) มีหน้าที่สำคัญที่จะเป็นผู้ส่งมอบการบริการ อำนวยความสะดวกและให้ความช่วยเหลือแก่ผู้โดยสารภายในบริเวณสนามบิน เป็นจุดสัมผัสแรกที่จะส่งมอบบริการเมื่อผู้โดยสารเข้ามาติดต่อเพื่อตรวจบัตรโดยสารก่อนการเดินทาง ในขณะเดียวกันพนักงานต้อนรับภาคพื้นที่ให้บริการบริเวณรอรับกระเป๋าและสัมภาระก็เป็นจุดสัมผัสสุดท้ายที่จะส่งมอบการบริการให้เกิดความประทับใจเมื่อผู้โดยสารเดินทางถึงจุดหมายปลายทางนั้นๆ โดยศึกษาข้อมูลตำแหน่งหน้าที่และลักษณะงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นในแผนกที่ให้บริการผู้โดยสาร ซึ่งจุดสัมผัสในการให้บริการผู้โดยสารและหน้าที่ของพนักงานต้อนรับภาคพื้นของสายการบินในประเทศไทยสามารถแบ่งได้ ดังนี้ (Thai Ground Service, 2012)

1) พนักงานบริการตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) ปฏิบัติหน้าที่บริเวณเคาน์เตอร์เช็คอินภายในห้องโถงผู้โดยสารขาออก โดยมีหน้าที่ดังนี้

(1) บริการตรวจรับบัตรโดยสาร

(2) บริการตรวจเอกสารการเดินทาง เช่น หนังสือเดินทาง วีซ่า ใบรับรองแพทย์ (กรณีผู้โดยสารป่วย) เป็นต้น

(3) บริการตรวจรับกระเป๋าและสัมภาระ

(4) อำนวยความสะดวกในการกำหนดที่นั่งบนเครื่องบินให้แก่ผู้โดยสาร

(5) บริการออกบัตรที่นั่ง โดยให้ตรงกับเที่ยวบิน และสถานีปลายทางที่ผู้โดยสารจะเดินทางไป

(6) ให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ผู้โดยสาร เช่น แจ้งหมายเลขประตูทางออกขึ้นเครื่อง แจ้งเวลาขึ้นเครื่อง เป็นต้น

2) พนักงานบริการตรวจรับบัตรที่นั่ง และต้อนรับผู้โดยสารขาเข้า (Boarding Gate Staff) ปฏิบัติหน้าที่บริเวณประตูทางออกขึ้นเครื่องบิน (Departure Gate) เป็นพนักงานต้อนรับภาคพื้นที่ปฏิบัติหน้าที่ดังนี้

(1) บริการตรวจรับบัตรที่นั่ง

(2) อำนวยความสะดวกในการเชิญผู้โดยสารเข้าเครื่องบิน โดยการประกาศอธิบายถึงขั้นตอนในการเรียนเชิญผู้โดยสารเข้าเครื่องบิน รวมไปถึงการประกาศหมายเลขเที่ยวบิน จุดหมายปลายทาง และเวลาที่จะเริ่มเรียนเชิญผู้โดยสารเข้าเครื่องบินให้ผู้โดยสารทราบ

(3) ให้ข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นแก่ผู้โดยสาร

3) พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage service Staff) ปฏิบัติหน้าที่บริเวณสายพานรับกระเป๋าภายในห้องโถงผู้โดยสารขาเข้า มีหน้าที่ดังนี้

(1) บริการแจ้งหมายเลขสายพานรับกระเป๋าให้ผู้โดยสารทราบ

(2) อำนวยความสะดวก ติดตามกระเป๋าและสัมภาระของผู้โดยสาร

(3) ให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ผู้โดยสาร เช่น ระยะเวลาที่ผู้โดยสารจะได้กระเป๋าหรือสัมภาระคืน การจ่ายค่าชดใช้ในกรณีที่กระเป๋าสูญหาย ประกาศให้ข้อมูลในกรณีที่มีการเปลี่ยนหมายเลขสายพานรับกระเป๋า เป็นต้น

(3) ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกรณีที่กระเป๋าหรือสัมภาระขึ้นมาบนสายพานรับกระเป๋าช้ากว่ากำหนด

2.3 แนวคิดและทฤษฎีการดำเนินการด้านทุนมนุษย์

ปัจจุบันองค์กรเกือบทุกแห่งได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินการด้านทุนมนุษย์มากยิ่งขึ้น เนื่องจากการที่องค์กรจะมีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ และบรรลุเป้าหมายการดำเนินงานตามที่องค์กรตั้งไว้ได้นั้น จะต้องอาศัยบุคลากรในองค์กรเป็นผู้ขับเคลื่อน โดยจะต้องอาศัยความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความชำนาญการ ประสบการณ์และความร่วมมือร่วมใจของบุคลากรในองค์กร มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงความสำคัญของทุนมนุษย์สำหรับองค์กร องค์กรจะต้องหาวิธีการพัฒนาทุนมนุษย์ให้เหมาะสมกับองค์กรนั้นๆ ซึ่งปัจจัยที่สำคัญของทุนมนุษย์ในองค์กรจะช่วยส่งเสริมให้บรรลุเป้าหมายตามกลยุทธ์ที่วางไว้ โดยคนในองค์กรใช้ความรู้ ความสามารถที่เป็นทุนของตนเองมาปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วง และทำงานประสานกับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งต่างคนก็ต่างใช้ทุนที่มีอยู่เพื่อทำให้บรรลุเป้าหมาย ทำให้ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยใช้ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญที่มีอยู่ นำมาใช้เพื่อช่วยสร้างความแตกต่างให้กับองค์กรทำให้เกิดความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง ส่งผลให้องค์กรสามารถอยู่รอดและเติบโตอย่างยั่งยืน โดยแนวคิดของทุนมนุษย์ได้ถูกแยกไว้สองลักษณะคือ ลักษณะเฉพาะ (Specific) ซึ่งเกี่ยวข้องกับทักษะและความรู้ที่มีประโยชน์เฉพาะตัวบุคคลคนหนึ่งๆ เท่านั้น ส่วนอีกลักษณะหนึ่งคือ

ลักษณะทั่วไป (General) ซึ่งมีประโยชน์ต่อทุกคน สาระสำคัญของการดำเนินการด้านทุนมนุษย์คือ การเพิ่มคุณค่านำไปสู่การเพิ่มศักยภาพบุคคล เพื่อเพิ่มคุณค่าทางผลผลิต การลงทุนหรือเพิ่มทุนมนุษย์โดยการศึกษา และการฝึกอบรมจากการให้ความรู้และการดูแลสุขภาพให้เกิดศักยภาพที่มีคุณภาพก่อน จะก่อให้เกิดการเพิ่มผลผลิตแก่องค์กร (กิตติภูมิ วิเศษศักดิ์, 2552: 246)

มุมมองและแนวคิดในการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ได้เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่เป็นการบริหารงานบุคคลแบบเก่า (Traditional Personnel Management) ซึ่งเป็นแนวคิดของ Frederic W. Taylor (1956-1915) หรือที่เรียกว่า Taylorism เป็นการบริหารงานแบบวิทยาศาสตร์ที่เน้นการศึกษาในเรื่องของความเคลื่อนไหวสำหรับงานแต่ละอย่าง (The Study of the Motions) โดยใช้ประโยชน์จากอุปกรณ์และเครื่องมือให้เหมาะสมกับเวลาของงานแต่ละอย่าง ให้ความสำคัญเพียงเล็กน้อยต่อความพึงพอใจของลูกจ้าง นอกจากนี้ยังสร้างระบบการให้ผลตอบแทนตามอัตราชิ้นที่ผลิตแตกต่างกัน (The Differential Price Rate System) ซึ่งคนงานจะได้รับค่าจ้างตามจำนวนชิ้นงานในแต่ละวัน คนงานที่ผลิตชิ้นงานมากกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด ก็จะได้รับการจ่ายเงินแบบจูงใจเพิ่มขึ้น (วีเชียร วิทยอุดม, 2549: 2) โครงสร้างองค์กรเป็นแนวดิ่งโดยมีสายบังคับบัญชา มีการแบ่งงานกันทำตามความชำนาญเฉพาะและใช้กฎระเบียบเพื่อให้เกิดแบบแผนการปฏิบัติแบบเดียวกัน การบริหารคนจะเน้นที่กระบวนการและกิจกรรม ตั้งแต่การสรรหา คัดเลือก บรรจุ การฝึกอบรม การวิเคราะห์งาน จนถึงการประเมินผลการปฏิบัติงาน ซึ่งกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นกิจกรรมแยกส่วนมิได้นำมาเชื่อมโยงกับแผนและวิสัยทัศน์ขององค์กร ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากฐานคติขององค์กรในสมัยก่อนจะมองคนเป็นค่าใช้จ่าย (Cost) ที่ต้องมีการควบคุม (นิสดารก์ เวชยานนท์, 2551: 11-12)

ต่อมาในระหว่างทศวรรษที่ 1930-1940 จุดเน้นของการบริหารได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เป็นการบริหารแบบวิทยาศาสตร์ (Scientific Management) กลายมาเป็นกาบริหารแบบมนุษยสัมพันธ์ (Human Relation) การเปลี่ยนแปลงมาให้ความสนใจในด้านมนุษยสัมพันธ์นั้น เกิดขึ้นจากการที่สหภาพแรงงานในช่วงเวลานั้นเติบโตและแข็งแกร่ง โดยท้าทายความยุติธรรมและความถูกต้องของทฤษฎีการบริหารแบบวิทยาศาสตร์ โดยการศึกษาผลผลิตของพนักงานนั้นไม่ใช่เป็นเพียงรูปแบบของงานที่ได้รับมอบหมาย และการมอบรางวัลให้แก่ลูกจ้างเท่านั้น แต่ยังมีปัจจัยทางด้านสังคมและจิตวิทยาด้วย (Roethlisberger and Dickson, 1939 อ้างถึงใน วิเชียร วิทยอุดม, 2549: 3) การวิจัยที่โรงงาน HawThrone ของ Elton Mayo และ F. J. Roethlisberger ได้เสนอผลการศึกษาใหม่โดยมีความเกี่ยวเนื่องกับการปรับปรุงผลผลิตตามแนวทางของปรัชญาของการบริหารที่เน้นการสื่อสาร ความร่วมมือ และความเกี่ยวข้องกับลูกจ้าง (Parson, 1974 อ้างถึงในวิเชียร วิทยอุดม, 2549: 3) โดยการศึกษาเน้นถึงการปฏิบัติต่อลูกจ้างอย่างให้เกียรติ ทำให้ลูกจ้างเกิดความพึงพอใจ และจะทำให้สามารถเพิ่มผลผลิตได้สูงขึ้น (วิเชียร วิทยอุดม, 2549: 2-3)

เมื่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงไป ในศตวรรษที่ 21 นี้ องค์กรต่างๆ จะมีลักษณะพึ่งพาความรู้ของคนมากขึ้น งานทางด้านบริการมีมากขึ้น ทำให้คนต้องใช้สมองคิดค้นมากขึ้น การใช้แรงกายลดลง การพัฒนาที่รวดเร็วของเทคโนโลยี เครือข่ายการติดต่อสื่อสารช่วยทำให้ข้อมูลต่างๆ ถูกแบ่งปันและสื่อสารไปได้ทั่วโลก การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันขึ้นอยู่การประยุกต์ใช้ความรู้ สติปัญญา ความเฉลียวฉลาด เป้าหมายขององค์กรเปลี่ยนจากการมุ่งเน้นผู้ถือหุ้น (Shareholder) ได้ขยายไปสู่กลุ่มต่างๆ มากขึ้น รวมทั้งประชาชน (Stakeholder) (นิสดารก์ เวชยานนท์, 2551: 12) คนถูกมองเป็นสินทรัพย์ (Asset) ที่มีคุณค่าขององค์กร กล่าวคือ พนักงานเป็นเจ้าของทุน เป็นผู้ลงทุน คนจะเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะทำงานที่ใด เมื่อใด และอย่างไร พนักงานที่เปรียบเสมือนผู้ลงทุนนี้จะนำเอาทุนของตนเองไปทำงานกับองค์กรที่สามารถให้ผลตอบแทนต่อการลงทุนของเขาเหล่านั้นอย่างคุ้มค่าที่สุด (Davenport, 1999 อ้างถึงใน นิสดารก์ เวชยานนท์, 2551: 14) จากตารางที่ 2.3 แสดงถึงความแตกต่างของแนวคิดและฐานคติที่เปลี่ยนแปลงไประหว่างศตวรรษที่ 20 และ 21

ตารางที่ 2.3 ความแตกต่างของแนวคิดและฐานคติระหว่างศตวรรษที่ 20 และ 21

ฐานคติเกี่ยวกับ	ศตวรรษที่ 20	ศตวรรษที่ 21
คน (People)	คนเป็นค่าใช้จ่ายที่ต้องกำกับและควบคุม	คนเป็นสินทรัพย์ที่ควรค่าแก่การรักษาและพัฒนา
งาน (Work)	แบบแยกส่วน ต่างคนต่างทำงานของตนเอง	แบบประสานร่วมมือ อาศัยความรู้เป็นฐานเป็นงานโครงการ
เทคโนโลยี (Technology)	ถูกออกแบบเพื่อควบคุมการทำงาน และลดข้อผิดพลาดให้เหลือน้อยที่สุด	บูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับระบบสังคมเพื่อให้เกิดการทำงานบนฐานความรู้
ภาวะผู้นำ (Leadership)	ผู้จัดการอาวุโส และผู้ชำนาญการเทคนิค	ผู้นำอยู่ในทุกระดับขององค์กร
เป้าหมายขององค์กร (Goals)	มุ่งเน้นผลตอบแทนของผู้ถือหุ้น	มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มขององค์กร

แหล่งที่มา: นิสดารก์ เวชยานนท์, 2551: 13.

2.3.1 ความหมายของทุนมนุษย์

ในปัจจุบันคำว่าทุนมนุษย์เป็นคำที่ใช้กันอย่างกว้างขวาง และมีความซับซ้อนมากขึ้น โดยมีคำจำกัดความที่ค่อนข้างหลากหลาย และบางครั้งดูหมือนว่าจะไม่แจ่มชัดเท่าที่ควร แนวคิดเรื่องทุนมนุษย์ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เพราะการเพิ่มทุนมนุษย์นำไปสู่ผลการผลิตและการบริการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งในปัจจุบันความหมายของคำว่า ทุนมนุษย์ ได้มีผู้นำไปศึกษา และให้ความหมายไว้หลากหลาย ดังนี้

นิสดารก์ เวชยานนท์ (2551: 3) ได้กล่าวว่า ทุนมนุษย์คือ ลักษณะต่างๆ รวมถึงความสามารถที่มีอยู่ในตัวมนุษย์ อันได้แก่ ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดมาพร้อมกับมนุษย์ผู้นั้น หรือใช้เวลาและเงินในการเสริมสร้าง สะสม คงไว้ ทุนมนุษย์ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะการเรียนในโรงเรียนเท่านั้น แต่ทุนมนุษย์ถูกสะสมขึ้นมาหลายทาง เช่น ทางการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน การย้ายถิ่นฐาน ประสบการณ์ชีวิต การรักษาสุขภาพ รวมทั้งการคนคว้าหาข้อมูลต่างๆ

กิตติภูมิ วิเศษศักดิ์ (2552ก: 2) อธิบายว่า ทุนมนุษย์ คือ ความรู้ ทักษะ ความรู้ความสามารถและพฤติกรรมในการทำงานที่สอดคล้อง และเอื้ออำนวยต่อการบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร โดยได้รับความสำคัญในฐานะที่เป็นทรัพย์สินที่สำคัญต่อความสำเร็จขององค์กรที่สำคัญประการหนึ่ง

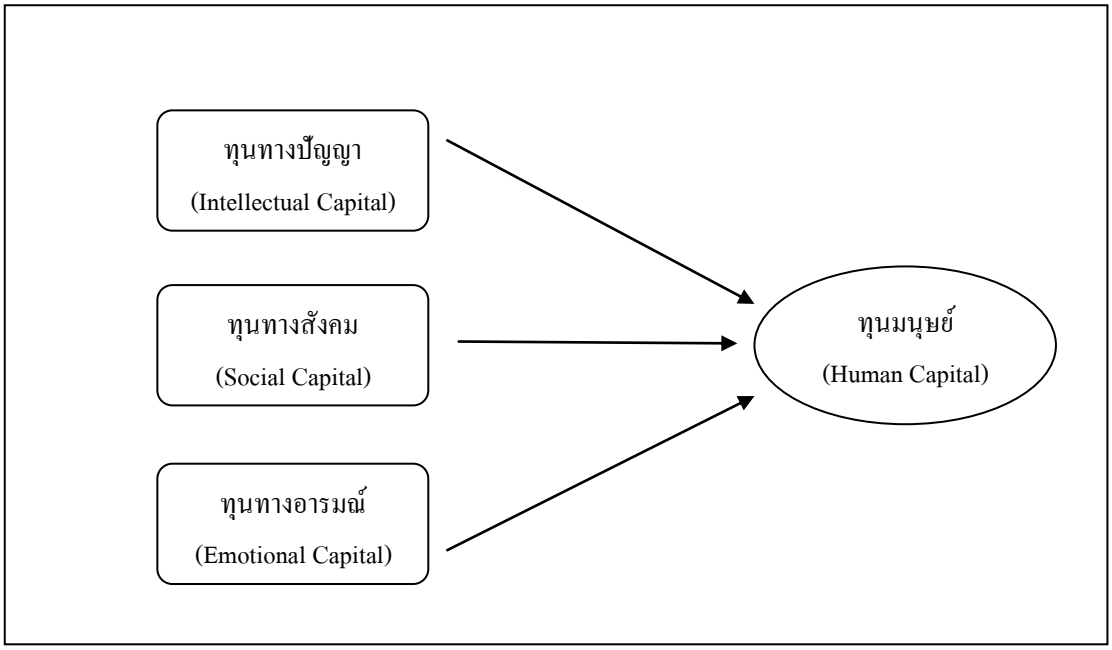
Kaplan, Norton, Koch and Frangos (2003 อ้างถึงใน พิพัฒน์ ก้องกิจกุล, 2548: 39) กล่าวว่า ทุนมนุษย์นั้นเป็นสินทรัพย์ชนิดหนึ่งที่ไม่มีตัวตน (Intangible Asset) ซึ่งตามปกติแล้วไม่สามารถวัดเทียบเป็นมูลค่าทางธุรกิจได้ แต่สามารถแปลงสภาพให้กลายเป็นสินทรัพย์ที่สามารถวัดเทียบมูลค่าออกมาได้ โดยสินทรัพย์นี้จะมีมูลค่าได้เฉพาะในแง่มุมที่เกี่ยวเนื่องกับกลยุทธ์ขององค์กรเท่านั้น

Gratton and Ghoshal (2003: 1-10 อ้างถึงใน นิสดารก์ เวชยานนท์, 2551: 4-5) ได้ให้คำจำกัดความของทุนมนุษย์ ต่างจากนักวิชาการท่านอื่น โดยกล่าวว่าทุนมนุษย์ คือส่วนผสมของ 3 สิ่ง คือ ทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) ทุนทางสังคม (Social Capital) และทุนทางอารมณ์ (Emotional Capital) ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 2.7

1) ทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) ประกอบไปด้วยความรู้ และความสามารถในการเรียนรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะ ทักษะ ประสบการณ์ที่คนสะสมเอาไว้

2) ทุนทางสังคม (Social Capital) ประกอบไปด้วยเครือข่าย ความสัมพันธ์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นทุนมนุษย์ที่สำคัญ โดยช่วยสร้างโอกาสที่จะนำไปสู่การสร้างคุณค่าในรูปแบบต่างๆ เช่น ความไว้วางใจ ความน่าเชื่อถือ เป็นต้น

3) ทุนทางอารมณ์ (Emotional Capital) ประกอบด้วยคุณลักษณะต่างๆ เช่น การรับรู้ตนเอง (Self Awareness) ความมีศักดิ์ศรี (Integrity) การมีความยืดหยุ่น (Resilience)



ภาพที่ 2.7 ส่วนผสมของทุนมนุษย์

จากความหมายต่างๆ ที่กล่าวมาจะเห็นว่า นักวิชาการหลายท่านได้พยายามที่จะให้คำจำกัดความคำว่าทุนมนุษย์ให้ชัดเจน แต่ก็พบว่า คำว่า ทุนมนุษย์ ยังมีความหมายที่หลากหลาย แต่ก็มีใจความหลักที่คล้ายกัน คือ การเป็นส่วนรวมของความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และคุณลักษณะอื่นๆ ที่มีอยู่ในตัวบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่สามารถสร้างผลงานให้แก่องค์กร

สรุปได้ว่า ทุนมนุษย์ หมายถึง ความสามารถของบุคคลที่ต้องใช้ความรู้และทักษะที่เกิดจากการศึกษาเล่าเรียน การฝึกอบรม ประสบการณ์ ทัศนคติ และแรงจูงใจที่จะเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรหรือสังคม และเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กรหรือสังคมนั้นให้บรรลุวัตถุประสงค์ และความกระตือรือร้นอย่างแรงกล้าที่บุคคลเลือกที่จะนำความรู้ ทักษะ ความสามารถมาใช้ในการทำงาน รวมถึง ความสามารถที่จะเรียนรู้ การสร้างสรรค์และนวัตกรรม

2.3.2 การบริหารทุนมนุษย์

ในการบริหารองค์กร มนุษย์นับเป็นทุนสำคัญที่จำเป็นและต้องใช้ทุนมนุษย์จำนวนมากในหลากหลายหน้าที่ เพราะทุนมนุษย์จะเป็นผู้สร้างสรรค์งานบริการและเป็นผู้ให้บริการที่เน้นคุณภาพ มาตรฐาน ความปลอดภัย และคุณธรรมจริยธรรม ซึ่งการที่จะได้มาซึ่งทุนมนุษย์ที่มีคุณภาพ การพัฒนาและการรักษาทุนมนุษย์ให้ทำงานให้กับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ตลอดจนการออกจากองค์กรไปด้วยดีนั้น ล้วนต้องอาศัยการบริหารทุนมนุษย์ที่ดี โดยทุนมนุษย์เป็นการเพิ่มและสร้างคุณค่าให้กับคน และทำให้คนคนนั้นมีคุณค่า เป็นทุนขององค์กรที่มีมูลค่าสูงและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากกว่าสินทรัพย์อื่นใดขององค์กร ดังนั้นการบริหารทุนมนุษย์จึงเน้นไปที่คุณค่าของคน (Value of People) มากกว่าที่จะสนใจเกี่ยวกับตัวกระบวนการหรือหน้าที่ด้านบุคคล (HR Function) (Mayo, 2001 อ้างถึงใน นิสดารก์ เวชยานนท์, 2551: 19) โดยหลักการพื้นฐานสำคัญในการบริหารทุนมนุษย์ ประกอบไปด้วย 4 ปัจจัย ดังนี้คือ (วิเชียร วิทยอุดม, 2549: 3-4)

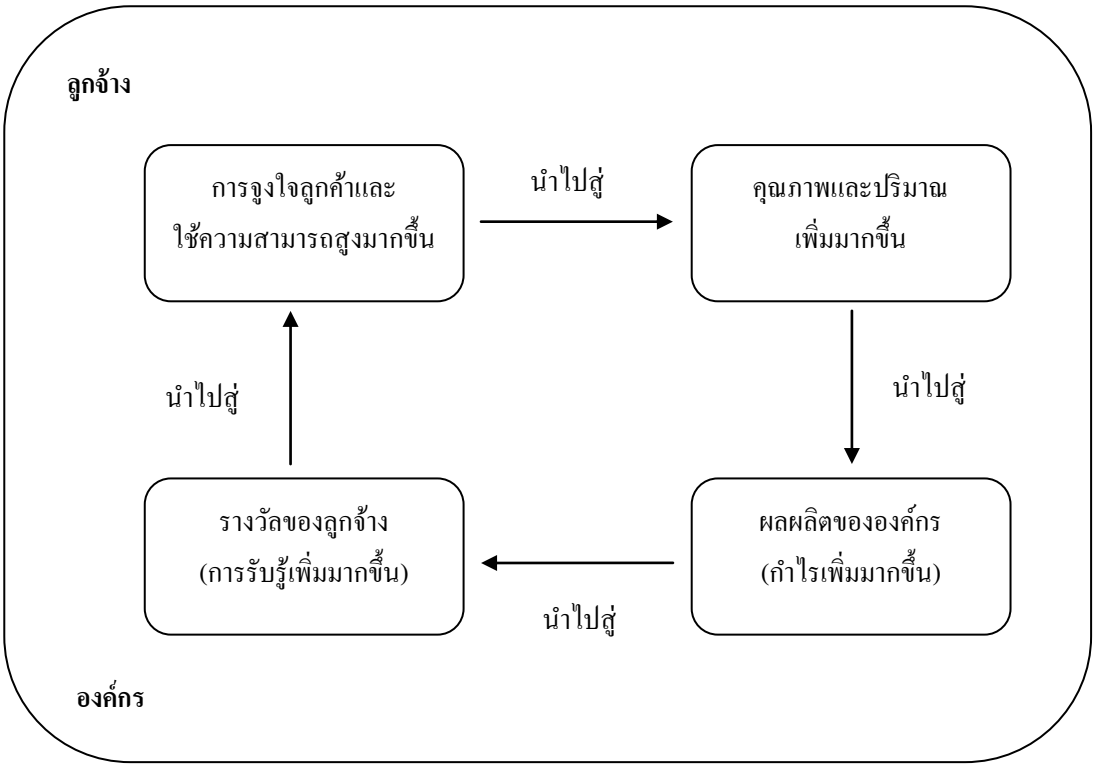
1) ลูกจ้าง คือ การลงทุนที่จะให้ผลตอบแทนในระยะยาวต่อองค์กรในรูปของความสามารถในการผลิตที่เพิ่มขึ้น โดยต้องได้รับการบริการและการพัฒนาที่มีประสิทธิผล

2) นโยบาย โครงการ และการปฏิบัตินั้นต้องได้รับการสร้างสรรค์ทำให้เกิดความพึงพอใจ รวมทั้งความต้องการทางด้านเศรษฐกิจและด้านอารมณ์ของลูกจ้าง

3) สิ่งแวดล้อมในการทำงาน ควรจะกระตุ้นให้เกิดการพัฒนา และใช้ทักษะของลูกจ้างให้เกิดประโยชน์สูงสุดขององค์กร

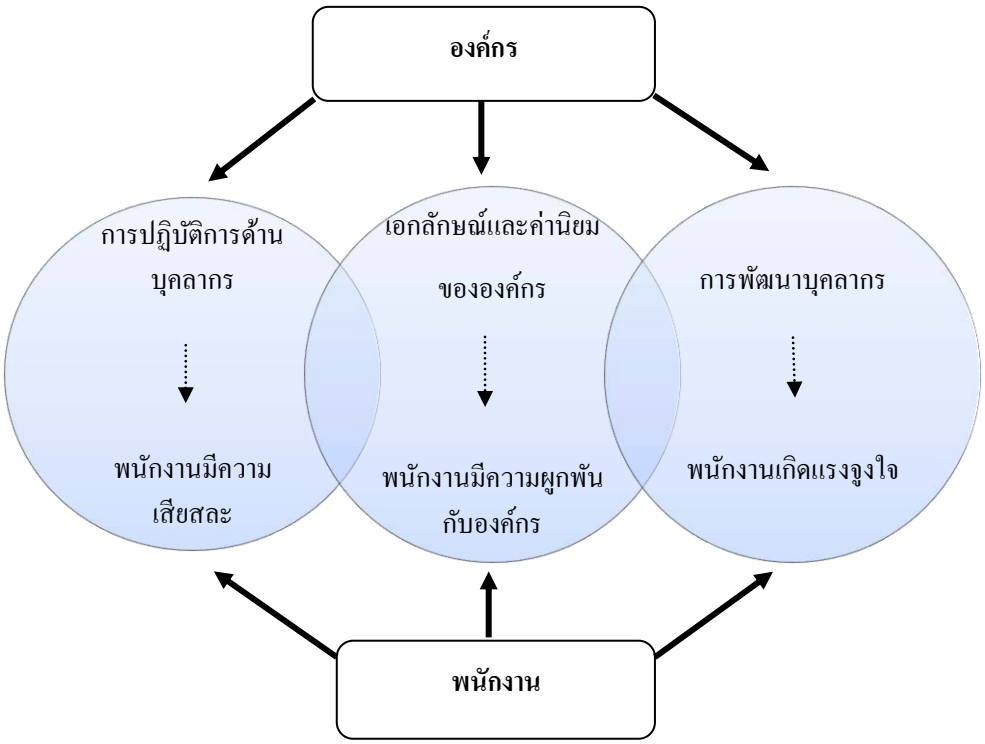
4) โครงการและแนวทางการบริหารทุนมนุษย์นั้นต้องได้รับการปฏิบัติ เพื่อให้เกิดความสมดุลของความต้องการของทั้งองค์กรและลูกจ้าง

จากภาพที่ 2.8 แสดงให้เห็นถึงสิ่งที่ทำให้ได้รับความสำเร็จของทั้งองค์กรและลูกจ้าง โดยสามารถตอบสนองความต้องการของกันและกัน



ภาพที่ 2.8 หลักการพื้นฐานสำคัญของการบริหารทุนมนุษย์
แหล่งที่มา: วิเชียร วิทยอุดม, 2549: 4.

การบริหารทุนมนุษย์ถือได้ว่าเป็นการเชื่อมโยงระหว่างคนกับกระบวนการ ด้วยหลักการสร้างความเกี่ยวพัน (Involvement) โดยเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายในองค์กรได้แสดงความคิดเห็นและเสนอแนะการวางแผนกลยุทธ์ หลักการเชื่อมโยง (Alignment) ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงกลยุทธ์ต่างๆ ที่ทุกฝ่ายร่วมกันกำหนดให้สอดคล้องกับทุกระบบในองค์กร และหลักการมีพันธะผูกพัน (Commitment) เป็นหลักที่จะทำให้บุคลากรในองค์กรมีความผูกพันกับองค์กร เพื่อให้คนเหล่านั้นทุ่มเทต่องานที่ทำอย่างเต็มที่และโอกาสที่แผนกลยุทธ์จะบรรลุผลก็มีมากขึ้น เป็นผลทำให้คนเกิดความสมัครใจที่จะพัฒนาตนเอง เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กรร่วมกัน (นิสดารก์ เวชยานนท์, 2551: 42) โดยการเชื่อมโยงระหว่างองค์กรและพนักงานนั้นประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ เอกลักษณ์และค่านิยมขององค์กร (Corporate Identity and Values) มีเป้าหมายเพื่อให้พนักงานมีความผูกพัน (Commitment) ต่อองค์กร องค์ประกอบที่สองคือ การปฏิบัติการด้านบุคลากร (Human Operation) มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้พนักงานมีความเสียสละ (Dedication) และองค์ประกอบสุดท้ายคือ การพัฒนาบุคลากร (Human Development) เพื่อให้พนักงานเกิดแรงจูงใจ (Motivation) (นิสดารก์ เวชยานนท์, 2551: 19) ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 2.9 ที่แสดงตัวแบบบูรณาการของทุนมนุษย์



ภาพที่ 2.9 ตัวแบบบูรณาการของทุนมนุษย์
แหล่งที่มา: นิสดารก์ เวชยานนท์, 2551: 18.

แนวคิดการบริหารทุนมนุษย์ (Human Capital Management) เป็นการเชื่อมโยงระหว่างตัวองค์กรและพนักงาน ซึ่งจากเดิมในอดีตความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและพนักงานจะมีลักษณะเป็นแบบพ่อปกครองลูก (Paternalistic Model) โดยองค์กรจะดูแลและจ้างงานพนักงานระยะยาว ทำให้พนักงานไม่ต้องออกไปหางานอื่น แต่พนักงานต้องจงรักภักดีและทุ่มเทพละกำลังให้กับองค์กร หลังจากนั้นเมื่อมีแนวคิดซึ่งยกระดับความสำคัญของคนเกิดขึ้น โดยมองว่าพนักงานเป็นผู้ลงทุนเป็นเจ้าของทุน จึงทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและพนักงานกลายมาเป็นแบบสมัครใจ (Volunteer Model) (Gratton and Ghoshal, 2003 อ้างถึงใน นิสดารก์ เวชยานนท์ 2551: 15) โดยความสัมพันธ์แบบสมัครใจ (Volunteer Model) เป็นความสัมพันธ์ที่ต้องอาศัยความเชื่อมโยงความต้องการของทั้งฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง กล่าวคือ ทั้งองค์กรและพนักงานต่างต้องเต็มใจที่จะอยู่ร่วมกันโดยมีการเจราจาต่อรอง ซึ่งความสมพันธ์แบบสมัครใจนี้ก่อให้เกิดการเริ่มต้นของการบริหารทุนมนุษย์ในระดับบุคคล โดยมีหลักการในการบริหารทุนมนุษย์ในระดับบุคคล 4 ประการ (นิสดารก์ เวชยานนท์, 2551: 16-17) ดังนี้

1) ภายใต้ความสัมพันธ์แบบสมัครใจ (Volunteer Model) บุคคลต้องมีอิสระและมีความกล้าที่จะผลักดันและพัฒนาตนเองให้เต็มศักยภาพหรือเต็มสมรรถนะที่ตนมีอยู่ โดยในปัจจุบันองค์กรมีเครื่องมือในการประเมินแบบ 360 องศา ซึ่งช่วยให้พนักงานได้รับผลสะท้อนกลับ (Feedback) จากบุคคลรอบข้าง ซึ่งทำให้ทราบถึงจุดอ่อนหรือจุดแข็งของตัวพนักงานเอง

2) บุคคลต้องก้าวข้ามให้พ้นจากความคิดที่ว่าตนเป็นเพียงสินทรัพย์ (Asset) ขององค์กร โดยต้องมองว่าตนเองคือนักลงทุน (Investor) ซึ่งการที่บุคคลจะลงทุนในการสะสมความรู้และพัฒนาตนเองเป็นการลงทุนล่วงหน้า ผู้ลงทุนต้องมีจิตใจเข้มแข็ง เนื่องจากต้องเสียเงิน เวลาและทรัพยากรอื่น ๆ รวมถึงต้องมีการวางแผนล่วงหน้าอีกด้วย

3) บุคคลต้องพยายามเปิดใจรับรู้และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ การที่บุคคลจะเรียนรู้ได้นั้นทัศนคติเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งถ้าบุคคลคิดว่าตนเองรู้แล้ว ทำดีแล้ว บุคคลนั้นๆ ก็จะไม่พยายามเปิดใจรับรู้สิ่งใหม่ๆ

4) ความรู้ที่ใช้ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันมักจะเกิดจากการบูรณาการองค์ความรู้จากหลากหลายสาขา ซึ่งการจะทำเช่นนั้นได้ เครือข่ายความสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากจากการมีเครือข่ายจะนำไปสู่ความรู้ที่หลากหลายข้ามพรมแดน

นอกจากทุนมนุษย์จะเป็นปัจจัยหลักที่ก่อให้เกิดรายได้ในกิจการแล้ว ทุนมนุษย์ก็เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายมากที่สุดเช่นกัน ดังนั้นการบริหารจัดการทุนมนุษย์อย่างเหมาะสมย่อมส่งผลตอบแทนที่ดีขององค์กร (โชคชัย สุเวชวัฒนกูล และ กนกกานต์ แก้วนุช, 2555: 955) งานด้านการดำเนินการด้านทุนมนุษย์จึงเป็นหน้าที่รับผิดชอบที่มีแรงกดดันสูงและส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร โดยผ่านกระบวนการและแนวปฏิบัติต่างๆ ของฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่จะสนับสนุน เชื่อมโยงและชี้วัดความสามารถของบุคลากรในการทำงานตอบสนองต่อองค์กร (ชัชวาล ทัตศิวัช, 2552: 97) การลงทุนในทรัพยากรมนุษย์จึงเปรียบเสมือนการลงทุนที่ยิ่งใหญ่ที่สุดอย่างหนึ่งขององค์กร (วิเชียร วิทยอุดม, 2549: 1)

2.3.2.1 ความหมาย ของการบริหารทุนมนุษย์

Dessler (2005: 2) ให้ความหมายของ การบริหารทุนมนุษย์ หมายถึง นโยบายและการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับบุคคลในการทำงาน โดยเฉพาะในเรื่องของการสรรหา การฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงาน การให้รางวัล และการเตรียมการในเรื่องความปลอดภัย จริยธรรม และความยุติธรรมให้กับพนักงานขององค์การ ซึ่งนโยบายและการปฏิบัติดังกล่าวจะครอบคลุมในเรื่องดังต่อไปนี้ การวิเคราะห์งาน การวางแผนความต้องการกำลังคนและการสรรหาพนักงาน การคัดเลือกพนักงาน การปฐมนิเทศและฝึกอบรมพนักงานใหม่ การจัดการเกี่ยวกับค่าตอบแทนและเงินเดือน การเตรียมการเรื่องของสิ่งจูงใจและผลประโยชน์เกื้อกูล การประเมินผล

การปฏิบัติงาน การติดต่อสื่อสาร การฝึกอบรมและพัฒนา และการทำให้พนักงานมีค วามผูกพันทุ่มเทกับงาน

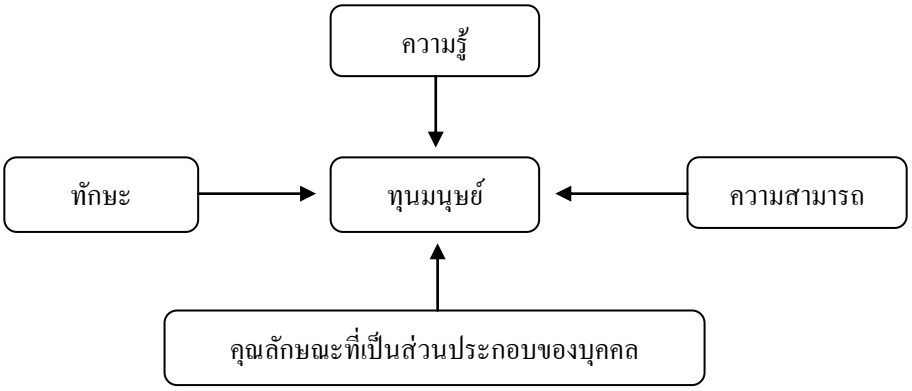
Hall (2008: 3-4)ได้กล่าวว่า การบริหารทุนมนุษย์เป็นระบบที่ได้รับการออกแบบมาเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนขององค์กร โดยมีผลกระทบต่อการบริหารความสามารถหลักขององค์กร

โชคชัย สุเวชวัฒนกูล และ กนกกานต์ แก้วนุช (2555: 952) ได้กล่าวว่า การบริหารทุนมนุษย์ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นกระบวนการ เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการและการสนับสนุนให้บุคลากรเหล่านั้น มีบทบาทในการดำเนินกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้องค์กรบรรลุไปตามเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ โดยคำนึงถึงผลกระทบทั้งจากสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกกิจการ

กล่าวโดยสรุป การบริหารทุนมนุษย์ หมายถึง นโยบายหรือกระบวนการที่เหมาะสมที่เกี่ยวข้องกับบุคคลในองค์กร เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการขององค์กร ตั้งแต่การวางแผน สรรหา คัดเลือกพนักงาน การจัดวางตำแหน่ง การฝึกอบรมและการพัฒนาพนักงาน การจัดการค่าตอบแทนและเงินเดือน การดูแลธำรงรักษา จนกระทั่งการออกจากตำแหน่งงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

2.3.2.2 องค์ประกอบและวัตุประสงค์ที่สำคัญของการบริหารทุนมนุษย์

ในมุมมองทางเศรษฐศาสตร์ ทุนมนุษย์เป็นสินทรัพย์ชนิดหนึ่งและเป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible) ซึ่งตามปกติแล้วไม่สามารถวัดเทียบค่าทางธุรกิจแต่ก็สามารถแปรสภาพให้กลายเป็นสินทรัพย์ที่สามารถวัดเทียบคุณค่าออกมาได้ เมื่อเทียบคุณค่าออกมาได้สามารถวัดได้ และก็สามารถจัดการได้ ในการลงทุนได้ มนุษย์นั้นเป็นผู้ปฏิบัติงานได้รับการฝึกฝนและเรียนรู้จากภายนอกโรงเรียน โดยทักษะจากการทำงานเป็นการเพิ่มประสบการณ์ จึงเป็นการสะสมทุนมนุษย์ ทุนมนุษย์จึงประกอบด้วยทั้งศักยภาพและสุขภาพของมนุษย์ ส่วนองค์การความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจ (OECD) มองว่าทุนมนุษย์ ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ ศักยภาพและคุณสมบัติประจำตัวของแต่ละบุคคล ดังภาพที่ 2.10



ภาพที่ 2.10 องค์ประกอบของทุนมนุษย์

แหล่งที่มา: Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), 2007.

การที่องค์กรยังยึดติดกับต้นทุน คุณภาพ ความเร็วตลอดจนนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์เช่นในอดีตกลายเป็นเรื่องยากในโลกของการแข่งขัน ในปัจจุบันองค์กรต่างๆ ต้องพยายามสร้างกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุประสิทธิผลขององค์กร โดยอาศัยความรู้ ความสามารถและทักษะที่มีอยู่ในตัวบุคคล เป็นองค์ประกอบหลัก ดังนั้นความสนใจใน “ทุนมนุษย์” และความต้องการวิธีในการบริหารทุนมนุษย์ในฐานะกลยุทธ์ที่สำคัญเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรจึงได้รับความสนใจ เพิ่มมากขึ้น (ณัฐวุฒิ โรจน์นิรุตติกุล, 2554: 2) โดยประสิทธิภาพของการบริหารทุนมนุษย์เป็นการพิจารณา หรือตรวจสอบว่า กระบวนการบริหารทุนมนุษย์มีประสิทธิภาพหรือไม่ ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากประเด็นต่างๆ ต่อไปนี้ (ชัชวาลย์ ทัตศิวัช, 2552: 102)

1) กิจกรรมและกระบวนการการบริหารทุนมนุษย์ ได้แก่ การสรรหาคัดเลือก การบรรจุ การพัฒนา การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง การโยกย้าย และกิจกรรมด้านการบริหารทุนมนุษย์อื่นๆ มีความถูกต้องและทันเวลา (Accuracy and Timeliness)

2) องค์กรได้จัดให้มีระบบฐานข้อมูลด้านการบริหารทุนมนุษย์ที่มีความถูกต้องเที่ยงตรง ทันสมัย นำมาใช้ประกอบการตัดสินใจ และการบริหารทุนมนุษย์ขององค์กรได้จริง

3) สัดส่วนค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมและกระบวนการการบริหารทุนมนุษย์ต่องบประมาณรายจ่ายขององค์กรในภาพรวม และอาจจะรวมถึงจำแนกตามหน่วยงาน มีความเหมาะสมและสะท้อนผลิตภาพของบุคลากร (HR Productivity) ตลอดจนความคุ้มค่า (Value of Money) เทียบเคียงกับคู่แข่งในตลาดได้

4) มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในกิจกรรมและกระบวนการการบริหารทุนมนุษย์ขององค์กรและหน่วยงาน เพื่อปรับปรุงการบริหารและการส่งมอบบริการ (HR Automation) ไปยังฝ่ายงานต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

โชคชัย สุเวชวัฒนกูล และ กนกกานต์ แก้วนุช (2555: 955-957) ได้อธิบายถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทุนมนุษย์ไว้ว่า การบริหารทุนมนุษย์ประกอบไปด้วย 4 กิจกรรมหลัก ได้แก่

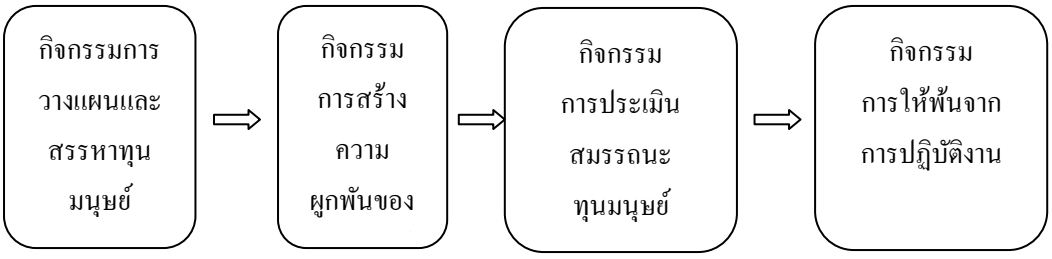
กิจกรรมการวางแผนและสรรหาทุนมนุษย์ (Human Capital Planning and Recruitment) เป็นกิจกรรมแรกของการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ในองค์กร โดยเป็นขั้นตอนการเตรียมการที่จะได้คนเข้ามาร่วมงานกับองค์กรจนกระทั่งบุคคลนั้นได้รับการบรรจุเพื่อเริ่มปฏิบัติงาน โดยเริ่มต้นจากการที่องค์กรวางแผนเรื่องกำลังคน โดยพิจารณาให้สอดคล้องและสนับสนุนกับแผนกลยุทธ์องค์กร รวมทั้งเชื่อมโยงกับแผนการดำเนินงานของหน่วยงานอื่นๆ จากนั้นจึงทำการสรรหาบุคคลตามแผนการ โดยคำนึงถึงการหาแนวทางการสรรหาที่จะให้ได้บุคคลที่เหมาะสมกับงานที่มีอยู่มากที่สุด และเมื่อได้บุคคลที่เหมาะสมแล้ว ก็ต้องดำเนินการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจ้างงานจนกระทั่งบุคคลนั้นได้เข้ามาเป็นสมาชิกขององค์กร ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญมากขั้นตอนหนึ่ง เนื่องจากการรับบุคคลเข้ามาปฏิบัติงานแล้วมาพบว่าบุคคลนั้นไม่เหมาะกับตำแหน่งหน้าที่งานหรือไม่เหมาะกับองค์กร การที่จะให้ออกจากงานในภายหลังจะก่อให้เกิดความเสียหาย

กิจกรรมการสร้างความผูกพันของทุนมนุษย์ (Human Capital Engagement) เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายในการที่จะรักษาสมาชิกที่ดีมีฝีมือไว้กับองค์กร โดยการสนับสนุนให้สมาชิกเหล่านั้นเกิดความรู้สึกต้องการที่จะทุ่มเทแรงกายแรงใจในการทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความรู้ความสามารถ เพื่อให้องค์กรบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งการส่งเสริมให้สมาชิกเกิดความผูกพันต่อองค์กรนั้น เป็นกระบวนการที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องและใช้ระยะเวลา โดยผ่านการสนับสนุนจากกิจกรรมย่อยต่างๆ ที่สำคัญ เช่น ระบบการสื่อสารภายในองค์กร การจัดระบบค่าตอบแทนและการจูงใจ การสร้างความมีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์กร การพัฒนาภาวะผู้นำที่เหมาะสมของผู้บริหารในองค์กร ความสามารถในการรักษาทุนมนุษย์ขององค์กรไว้ด้วยการสร้างความผูกพันเป็นกระบวนการที่ช่วยก่อให้เกิดต้นทุนที่ต่ำกว่าการสรรหาพนักงานใหม่ และยังสามารถช่วยให้การปฏิบัติงานต่างๆ ภายในองค์กรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง

กิจกรรมประเมินสมรรถนะทุนมนุษย์ (Human Capital Competency Assessment) ในปัจจุบันการประเมินศักยภาพของพนักงานด้วยเครื่องมือการประเมินสมรรถนะ (Competency Assessment) เป็นเครื่องมือที่ได้รับการยอมรับและนำไปปฏิบัติในหลายองค์กร ทั้งนี้อาจเนื่องจากเครื่องมือดังกล่าวสามารถตอบสนองความต้องการขององค์กรได้ในมิติการถ่ายทอดแนวนโยบายองค์กรไปสู่การ

ปฏิบัติงานและศักยภาพของการพัฒนาสมาชิกได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยกระบวนการประเมินด้วยวิธีการนี้จะเน้นการประเมินสมรรถนะในด้านต่างๆ ของสมาชิกในขณะนั้นเปรียบเทียบกับสมรรถนะขององค์กรคาดหวังว่ามีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด กิจกรรมที่องค์กรต้องดำเนินการในการประเมินสมรรถนะทุมนุษย์ คือการที่องค์กรจะต้องมีการกำหนดสมรรถนะของสมาชิกในองค์กร (Employee Competency) โดยประกอบด้วยสมรรถนะหลัก (Core Competency) สมรรถนะเฉพาะตามหน้าที่งาน (Functional Competency) โดยการกำหนดดังกล่าวควรกำหนดให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) ยุทธศาสตร์ (Strategy) ค่านิยม (Value) หรือปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และคำนึงถึงสภาพแวดล้อมอื่นๆ ทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ผู้เกี่ยวข้องกับการประเมินต้องเข้าใจถึงหลักการที่สำคัญของการประเมิน คือเป็นการประเมินเพื่อพัฒนา มิใช่การจับผิด การประเมินนั้นจึงจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กรต่อไป

กิจกรรมการให้พ้นจากการปฏิบัติหน้าที่ (Human Capital Separation) เป็นกิจกรรมที่องค์กรต้องคำนึงถึงมากขึ้นกว่าที่เป็นมาในอดีต การที่ให้สมาชิกในองค์กรพ้นออกจากงานทั้งในเชิงบวก เช่น การให้พ้นจากการปฏิบัติงานเนื่องจากการเกษียณอายุ การโยกย้ายตำแหน่ง ย้ายสถานที่ปฏิบัติงาน เป็นต้น และในเชิงลบ เช่น การเลิกจ้างที่มีสาเหตุมาจากทั้งพนักงานและองค์กร เป็นต้น โดยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในการให้พ้นจากการปฏิบัติงานสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย ซึ่งในประเทศไทยมีกฎหมายสำคัญที่เกี่ยวพันอยู่หลายฉบับเช่น กฎหมายคุ้มครองแรงงาน กฎหมายแรงงานสัมพันธ์ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมตัวของพนักงาน เช่น การจัดกิจกรรมเพื่อเตรียมสู่การพ้นจากการปฏิบัติงานในลักษณะต่างๆ การแนะแนวทางการทำงานในองค์กรอื่นๆ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์กร เช่น กระบวนการในการจัดการกับความรู้ที่มีอยู่ของพนักงานที่กำลังจะต้องออกจากองค์กร ซึ่งภาพที่ 2.11 แสดงให้เห็นถึงกิจกรรมการบริหารทุนมนุษย์ในองค์กร



ภาพที่ 2.11 กิจกรรมการบริหารทุนมนุษย์ในองค์กร

แหล่งที่มา: โชคชัย สุเวชวัฒนกูล และ กนกกานต์ แก้วนุช, 2555: 955-957.

นิสดารก์ เวชยานนท์ (2551: 20) ได้กล่าวว่า การบรรลุถึงความสำเร็จของการบริหารทุนมนุษย์ ต้องอาศัยการวางแผน การกำหนดกลยุทธ์ และการมีส่วนร่วมของทั้งผู้บริหารระดับสูงและหัวหน้างานหลัก (Line Manager) ซึ่งการบริหารทุนมนุษย์ควรมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน ดังนี้

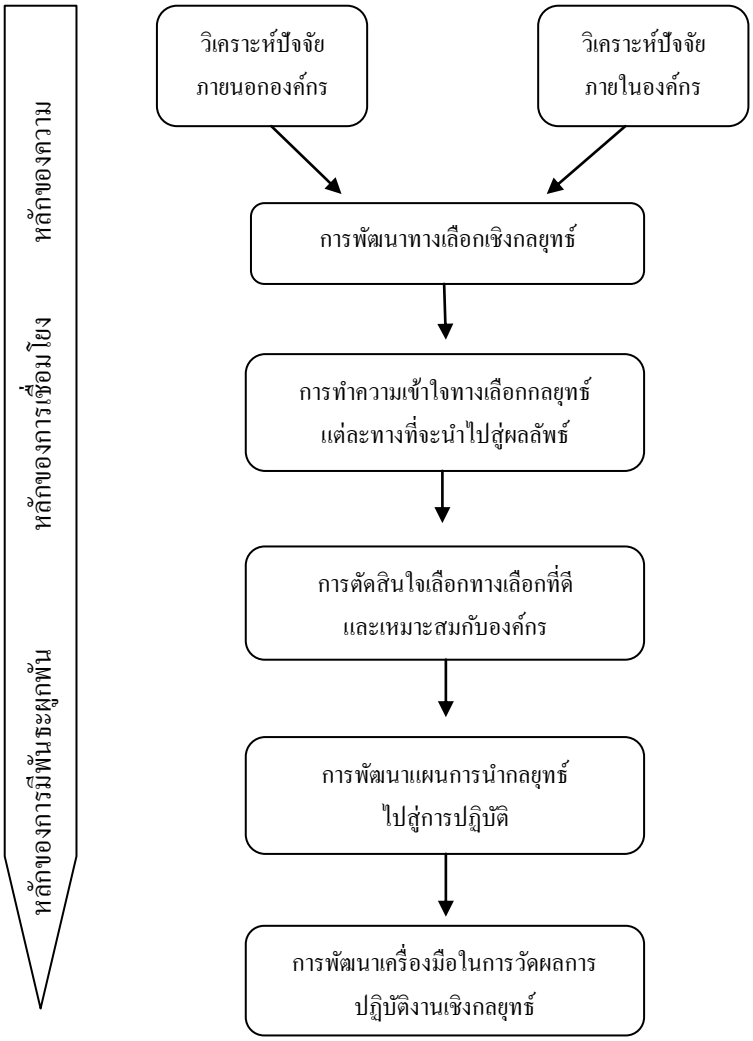
1) ระบบต่าง ๆ ในการบริหารคน เช่น ข้อมูลองค์กร ข้อมูลบุคคล ข้อมูลด้านเงินเดือน สวัสดิการ ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อมาใช้ในการวางแผนและตัดสินใจ

2) การทำให้เกิดระบบอัตโนมัติ ซึ่งจะช่วยองค์กรลดค่าใช้จ่าย และข้อมูลบุคคลบางอย่างจะถูกนำเข้าระบบ Internet-based HR ทำให้การบริหารเป็นไปได้อย่างคล่องตัวมากขึ้น

3) นำเอาระบบการวัด (HCM Metrics) มาใช้ในการบริหารทุนมนุษย์มากขึ้น เพื่อนำมาเปรียบเทียบผลงานกับตัวชี้วัดที่กำหนด

4) การจัดการให้อยู่ในตำแหน่งที่ถูกต้องเหมาะสม (Alignment) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อองค์กร การลงทุนด้านทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญในกระบวนการนี้คือ ต้องปรับปรุงพัฒนาการคัดเลือกพนักงาน การสื่อสาร การบริหารผลและการประเมินผลการปฏิบัติงาน และการกำหนดค่าตอบแทน

การมองทุนมนุษย์ว่าเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สำคัญขององค์กร จะช่วยสร้างความมั่นใจว่าองค์กรมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ มีทักษะ สอดคลองกับทิศทางและพันธกิจขององค์กร โดยกระบวนการในการกำหนดกลยุทธ์แบบมุ่งเน้นคนและองค์กรมีทั้งสิ้น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่หนึ่งคือ การพัฒนาทางเลือกเชิงกลยุทธ์ (Develop Strategic Options) โดยการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กร (External Analysis) และปัจจัยภายในองค์กร (Internal Analysis) ขั้นที่ 2 เป็นการทำความเข้าใจว่าทางเลือกกลยุทธ์ในแต่ละทางจะนำไปสู่ผลลัพธ์ (Understand Implications) ที่องค์กรต้องการได้อย่างไรและมากน้อยเพียงใด ขั้นตอนที่ 3 เป็นขั้นตอนการตัดสินใจเลือกทางเลือก (Select Options) ที่ดีและเหมาะสมกับองค์กร ขั้นตอนที่ 4 เป็นการพัฒนาแผนการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ (Develop Implementation Plan) และขั้นตอนสุดท้ายเป็นการพัฒนาเครื่องมือในการวัดผลการปฏิบัติเชิงกลยุทธ์ (Develop Strategic Performance Measures) โดยการกำหนดกลยุทธ์ทั้ง 5 ขั้นตอนนั้นต้องอาศัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ หลักความเกี่ยวพัน (Involvement), หลักการเชื่อมโยง (Alignment) และหลักการมีพันธะผูกพัน (Commitment) (นิสดารก์ เวชยานนท์, 2551: 27-28) ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 2.12 แสดงกระบวนการในการกำหนดกลยุทธ์แบบมุ่งเน้นคนและองค์กรที่ใช้กลยุทธ์แบบมุ่งเน้นกระบวนการ



ภาพที่ 2.12 กระบวนการในการกำหนดกลยุทธ์แบบมุ่งเน้นคนและองค์กรที่ใช้กลยุทธ์แบบมุ่งเน้นกระบวนการ

แหล่งที่มา: นิสดารก์ เวชยานนท์, 2551: 27.

การสร้างสภาพแวดล้อมเพื่อให้คนเลือกนำทุนมนุษย์ที่มีอยู่ออกมาใช้ในการทำงาน เป็นหน้าที่ของผู้บริหารตั้งแต่ระดับสูงสุดขององค์กร จนกระทั่งระดับหัวหน้างาน โดยกำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาและชี้แจงให้ผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบถึงแนวทางในการปฏิบัติ และทุกกลุ่มต้องมีความรับผิดชอบร่วมกัน จึงจะทำให้การบริหารทุนมนุษย์เชิงกลยุทธ์ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพิจารณาองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้ (นิสดารก์ เวชยานนท์, 2551: 29-31)

1) การมีกลยุทธ์ (Strategic Choices) คือกลยุทธ์ที่องค์กรมีอยู่นั้น ควรมีความเชื่อมโยงกับทุนมนุษย์ขององค์กร

2) การเชื่อมโยงกลยุทธ์ (Strategic Alignment) องค์กรต้องมีการประเมินระดับพัฒนาการของการบริหารทุนมนุษย์ขององค์กร และมีการจัดลำดับความสำคัญที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

3) การวางแผน (Planning) องค์กรควรมีการระบุกลยุทธ์ งานหลัก งานที่เป็นวิกฤติ ขนาดของแรงงาน และนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในการสรรหาคน

4) การแสวงหาผู้มีวุฒิสามารถ (Acquiring Talent) องค์กรควรมีการสร้างภาพลักษณ์องค์กร โดยมีการปฏิบัติตามแผนและเชื่อมโยงเข้ากับกระบวนการสรรหาและคัดเลือกบุคคล

5) การสร้างคามผูกพันกับพนักงานที่มีความสามารถ (Engaging Talent) องค์กรควรสร้างความผูกพันกับพนักงานตั้งแต่เริ่มเข้ามาทำงาน ผ่านการสอนงาน จัดงานที่มีความหมายและท้าทายความสามารถของพนักงาน

6) การพัฒนาผู้มีวุฒิสามารถ (Developing Talent) องค์กรควรจัดให้มีกระบวนการเรียนรู้ มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในการพัฒนาคน เช่น การสร้างแผนสืบทอดตำแหน่ง แผนการพัฒนาบุคลากรเป็นรายบุคคล

7) การใช้ประโยชน์จากผู้มีวุฒิสามารถ (Deploying Talent) แผนการใช้ประโยชน์จากผู้มีวุฒิสามารถควรได้รับการออกแบบงานใหม่ด้วยความคิดนอกกรอบ และมีการจัดทำการบริหารผลการปฏิบัติงานที่เชื่อมโยงทั้งองค์กร

8) การสร้างผู้นำ (Leading and Managing Talent) องค์กรควรสร้างโครงการเพื่อพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับการบริหารงานขององค์กรในอนาคต

9) การรักษาผู้มีวุฒิสามารถ (Retaining Talent) การรักษาบุคลากรที่มีความสามารถให้อยู่กับองค์กรได้นานนั้นต้องสร้างระบบการจูงใจ การให้ค่าตอบแทน การยกย่องยอมรับ เพื่อให้บุคลากรเกิดความผูกพันอย่างต่อเนื่อง

ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของการบริหารทุนมนุษย์ในองค์กรนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประการ (ดนัย เทียนพุฒ, 2541: 135-136) ได้แก่

1) การสรรหา (Recruitment) หมายถึง การเสาะแสวงหาเพื่อเลือกสรรให้ได้คนที่มีความรู้ ความสามารถที่เหมาะสมกับงาน และสิ่งสำคัญที่สุดคือคนที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรได้

2) การพัฒนา (Development) หมายถึง การดำเนินการที่จะส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ ความสามารถ ทัศนคติและประสบการณ์เพิ่มขึ้น โดยผ่านการฝึกอบรม (Training) การศึกษา

(Education) การพัฒนา (Development) เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกันก็ดำเนินการพัฒนาอาชีพพนักงาน (Career Development) ให้พร้อมที่จะรับผิดชอบ หรือเติบโตในตำแหน่งที่สูงขึ้นรวมถึงการปรับและพัฒนาองค์กร (Organization Development) ให้องค์กรประสบความสำเร็จในการแข่งขันได้ในที่สุด

3) การรักษาพนักงาน (Retention) หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้พนักงานพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ด้วยการสร้างบรรยากาศให้ผู้ปฏิบัติงานมีขวัญและกำลังใจ มีโอกาสเติบโตในหน้าที่การงาน มีรายได้พอเพียงกับความเป็นอยู่ ทั้งนี้เพื่อสนองความต้องการของพนักงานให้ได้มากที่สุดภายใต้กฎระเบียบและหลักเกณฑ์ที่จะอำนวยให้

4) การใช้ประโยชน์ (Utilization) หมายถึง การใช้คนให้ได้ประโยชน์สูงสุดตามแนวทางในการจัดแผนกำลังคน การขยายขอบเขตงานหรือการปรับปรุงงาน การตรวจสอบหรือวิจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ทั้งนี้เพื่อจัดคนหรือใช้คนให้ตรงกับงาน เหมาะสมกับความรู้ ความสามารถและความท้าทายคน รวมถึงการไม่ให้คนต้องอยู่ว่างเปล่าโดยไม่มีหน้าที่งานรับผิดชอบ

จะเห็นได้ว่าจุดมุ่งหมายโดยรวมของการบริหารทุนมนุษย์ก็เพื่อให้เกิดความแน่ใจว่า บุคลากรในองค์กรเท่านั้นที่จะเป็นผู้นำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ โดยระบบการบริหารทุนมนุษย์ในองค์กรจะก่อให้เกิดแหล่งสั่งสมความสามารถและความเชี่ยวชาญต่างๆ ที่องค์กรจะได้เรียนรู้และใช้สิ่งต่างๆ เหล่านั้นให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับโอกาสใหม่ที่จะเกิดขึ้น (Ulrich and Lake, 1990 อ้างถึงใน อรจรีย์ ณ ตะกั่วทุ่ง, 2550: 14-15)

2.3.3 การพัฒนาทุนมนุษย์

2.3.3.1 ความหมายของการพัฒนาทุนมนุษย์

โชคชัย สุเวชวัฒนกูล และ กนกกานต์ แก้วนุช (2555) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาทุนมนุษย์ว่า หมายถึง ศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในการที่จะเพิ่มความสามารถในการเรียนรู้และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของสมาชิกในองค์กรด้วยรูปแบบและกระบวนการที่เหมาะสมและปรับไปตามสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้

กิตติภูมิ วิเศษศักดิ์ (2552: 27) ได้ให้นิยามของการพัฒนาทุนมนุษย์ว่า หมายถึง การดำเนินการต่างๆ ที่ทำให้บุคลากรมีความรู้ ทักษะ ความสามารถ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการทำงานที่สอดคล้องและเอื้ออำนวยต่อการบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ขององค์กร

เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย (2552: 131) ได้กล่าวว่า การพัฒนาทุนมนุษย์ หมายถึง การจัดการเรียนรู้ของบุคคลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง เพื่อให้เกิดการปรับปรุงผลการปฏิบัติงานใน

ปัจจุบันของปัจเจกบุคคลให้ดีขึ้น โดยกิจกรรมในการพัฒนาทุนมนุษย์ครอบคลุมไปด้วย 3 กิจกรรม คือ การฝึกอบรม (Training) การศึกษา (Education) และการพัฒนา (Development)

Gilley and Eggland (1989 อ้างถึงใน เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย, 2552: 132) ระบุว่า การพัฒนาทุนมนุษย์หมายถึง การมุ่งที่จะปรับปรุงผลการปฏิบัติงานในปัจจุบัน และในอนาคตของปัจเจกบุคคล เพื่อให้เกิดการปรับปรุงประสิทธิผลขององค์กร โดยที่ประสิทธิผลขององค์กรนั้นวัดได้จากความสามารถในการแข่งขัน หรือความสามารถในการทำกำไรขององค์กร โดยกิจกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์ประกอบด้วยการพัฒนาปัจเจกบุคคล (Individual Development) การพัฒนาอาชีพ (Career Development) และการพัฒนาองค์กร (Organization Development)

Mondy and Noe (2005: 6) กล่าวว่า การพัฒนาทุนมนุษย์ เป็นหน้าที่หลักของการบริหารทุนมนุษย์ ประกอบด้วยการฝึกอบรม พัฒนาการวางแผนและพัฒนาอาชีพ การพัฒนาองค์กร และการประเมินผล โดยมีกิจกรรมการฝึกอบรมที่ออกแบบเพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะตามความต้องการสำหรับงานปัจจุบัน ส่วนการพัฒนาเป็นการเรียนรู้ของพนักงานเพื่อนำมาใช้ในอนาคตระยะยาว

Nadler and Nadler (1989: 3-6) ได้อธิบายว่า การพัฒนาทุนมนุษย์เป็นการสร้างประสบการณ์ในการเรียนรู้ (Learning Experience) แก่พนักงานภายในเวลาที่กำหนดเพื่อที่จะนำไปใช้ปรับปรุงในการปฏิบัติงาน หรือเพื่อความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน โดยเป็นการเรียนรู้ที่เน้นความตั้งใจ หรือเจตนามากกว่าการเรียนรู้โดยบังเอิญ

วรารัตน์ เขียวไพรี (2551: 3) ได้แบ่งความหมายของการพัฒนาทุนมนุษย์ออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ การพัฒนาทุนมนุษย์ระดับมหภาค หมายถึง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นผู้มีความรู้ ทักษะ และความสามารถตามทิศทางและกลยุทธ์การพัฒนาประเทศ โดยใช้การศึกษา การฝึกอบรม และการพัฒนา ตามความสนใจของทรัพยากรมนุษย์ตลอดชีวิต เพื่อให้ทั้งทรัพยากรมนุษย์และประเทศเติบโตก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาทุนมนุษย์ระดับจุลภาค หมายถึง การพัฒนาการเรียนรู้ของบุคคล กลุ่ม และองค์กร ตั้งแต่เริ่มปฏิบัติงานและต่อเนื่องตลอดช่วงชีวิตการเป็นสมาชิกขององค์กร มีจุดมุ่งหมายให้ทรัพยากรมนุษย์เป็นผู้มีความรู้ ทักษะ และความสามารถ นำภูมิปัญญาที่มีอยู่มาปรับปรุงและประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และการเติบโตขององค์กร เสริมสร้างสมรรถนะการแข่งขันและการเติบโตขององค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยใช้รูปแบบการเรียนรู้ที่หลากหลาย ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กร

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การพัฒนาทุนมนุษย์ หมายถึง การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้แก่พนักงานหรือบุคลากรในองค์กร โดยต้องใช้ศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินการเพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถทำงานตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้

2.3.3.2 แนวคิดในการพัฒนาทุนมนุษย์

วีระ อรัญญมงคล (2552) ได้เสนอแนวคิดในการพัฒนาทุนมนุษย์ ดังนี้

1) การกำหนดนโยบาย ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรควรกำหนดนโยบายการพัฒนาทุนมนุษย์ให้เป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้เกิดการพัฒนาองค์กร โดยเน้นพัฒนาบุคลากรในทุกระดับ

2) การวางแผนพัฒนาทุนมนุษย์ ขององค์กร ต้องพิจารณาจากปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และแนวโน้มอนาคตของธุรกิจว่าจะดำเนินการไปในทิศทางใด

3) การใช้เทคโนโลยี องค์กรจะต้องพิจารณานำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุน และเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการทำงานในองค์กรให้เกิดความรวดเร็ว และเกิดความยืดหยุ่น

4) การให้ความสำคัญในเรื่องการดูแลสุขภาพ พลานามัยให้แก่พนักงาน องค์กรควรสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีมีความสุขให้แก่พนักงาน ซึ่งจะทำให้พนักงานเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร พร้อมทุ่มเทแรงกายแรงใจที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาองค์กรต่อไป

5) กำหนดนโยบายการพัฒนากำลังคน องค์กรต้องกำหนดนโยบายในการพัฒนากำลังคนไปสู่สังคมกระแสโลกาภิวัตน์ ให้พนักงานเกิดพลังแห่งการเรียนรู้ และสร้างองค์ความรู้กว้างขวางให้เกิดแก่องค์กร ตลอดจนมีการถ่ายทอดความรู้ต่างๆ ไปสู่พนักงานในแต่ละระดับ เช่น การใช้เทคโนโลยีให้ได้ผล ความรู้ในภาษาต่างประเทศ การวิเคราะห์และวิจัยนวัตกรรมใหม่ เป็นต้น

6) มีเป้าหมายสร้างกำไร และความเจริญเติบโตขององค์กร ให้ก้าวไปพร้อมกับการสร้างความมั่นคงและความอยู่ดีมีสุขให้เกิดแก่พนักงาน ตลอดจนให้ความสนใจในการคืนกำไรให้แก่สังคมและประเทศชาติเป็นสำคัญ

เนื่องจากองค์กรต่างๆ อยู่ภายใต้โลกของธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง มีปัจจัย สภาพแวดล้อมและปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้นการที่องค์กรจะอยู่รอดได้และประสบความสำเร็จเพื่อไปสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศนั้น จำเป็นต้องใช้แนวทางการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) การวางแผนด้านการบริหารทุนมนุษย์จะต้องเป็นแผนเชิงกลยุทธ์ เพื่อช่วยส่งเสริมให้แผนกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายภายใต้แรงกดดันจากสภาพแวดล้อม (สุจิตรา ธนานันท์, 2550: 3) ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องกำหนดนโยบายเพื่อกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร ซึ่งจะส่งผลแนวโน้มและทิศทางการพัฒนาทุนมนุษย์ของไทยในอนาคต ซึ่งระบบการพัฒนาทุนมนุษย์ในองค์กรเป็นระบบย่อยของระบบการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ โดยเชื่อมโยงกับระบบ

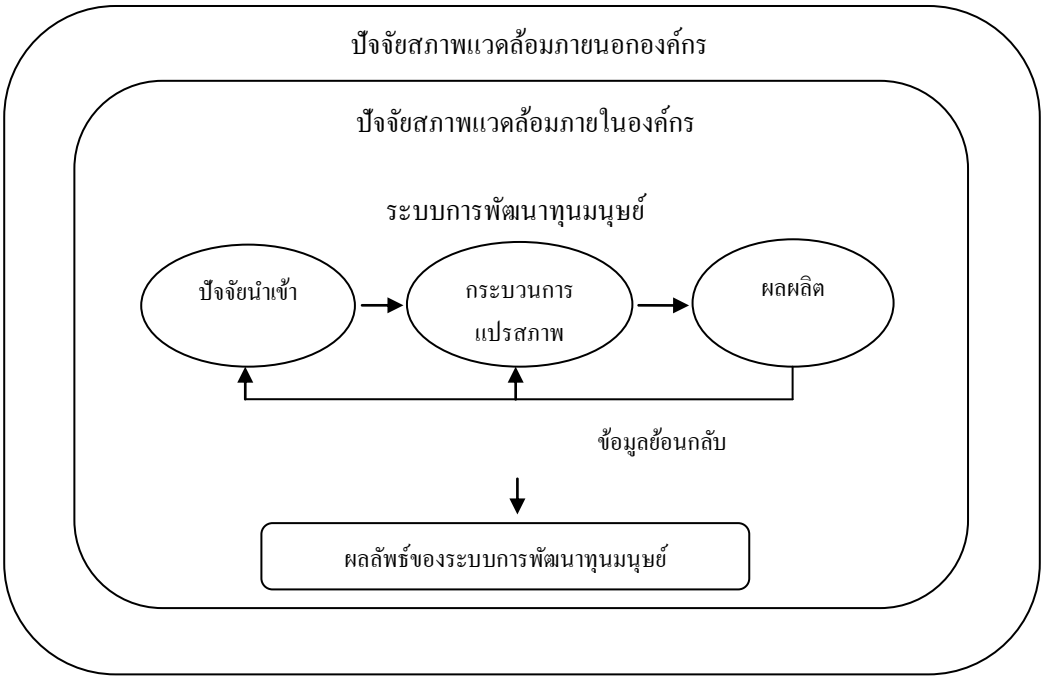
อื่นๆ ในองค์กร มีปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิผลต่อระบบการดำเนินงานโดยรวม ซึ่งจะเห็นได้จากภาพที่ 2.13 แสดงระบบการพัฒนาทุนมนุษย์ในองค์กร โดยระบบการพัฒนาทุนมนุษย์มีองค์ประกอบเชื่อมโยงกันดังนี้ (วรารัตน์ เขียวไพรี, 2551: 19-20)

1) ปัจจัยนำเข้าของระบบการพัฒนาทุนมนุษย์ ได้แก่ วิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ระบบสารสนเทศด้านทรัพยามนุษย์ ความต้องการขององค์กร แผนกงาน ทุนมนุษย์ในองค์กร งบประมาณ เครื่องมืออุปกรณ์ และเทคโนโลยี

2) กระบวนการแปรสภาพของระบบการพัฒนาทุนมนุษย์ โดยบุคคลแต่ละคน กลุ่ม หรือองค์กรเป็นผู้ดำเนินการ ได้แก่ การประเมินความต้องการ การออกแบบ การพัฒนาและการดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์

3) ผลผลิตของระบบการพัฒนาทุนมนุษย์ เป็นผลจากกระบวนการแปรสภาพ สามารถวัดได้จากผลการดำเนินงานของบุคคล กลุ่มและองค์กร ซึ่งจะเป็นข้อมูลย้อนกลับไปยังปัจจัยนำเข้า ได้แก่ ทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถ และสมรรถนะการปฏิบัติงานสูงขึ้น ขวัญกำลังใจของบุคคลและกลุ่มดีขึ้น การปรับเปลี่ยนทัศนคติ บุคลิกภาพ และพฤติกรรมสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาองค์กร ความพร้อมในการปรับเปลี่ยนและการประยุกต์ตามการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

4) ผลลัพธ์ของการพัฒนาทุนมนุษย์ องค์กรที่มีระบบการพัฒนาทุนมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานดีขึ้น ความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น สร้างมูลค่าเพิ่ม และองค์กรมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 2.13 ระบบการพัฒนาทุนมนุษย์ในองค์กร
แหล่งที่มา: วรารัตน์ เขียวไพรี, 2551: 19.

ทั้งนี้ ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาทุนมนุษย์ในองค์กร ได้แก่ การขาดแคลนงบประมาณ ไม่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับหลักสูตรการฝึกอบรมต่างๆ ไม่มีการฝึกอบรมที่ตรงตามความต้องการ พนักงานสูงอายุ มีการศึกษาน้อย ขาดทักษะ เรียนรู้ได้ยาก และไม่มีเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบการฝึกอบรมโดยตรง (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2545 อ้างถึงใน วรารัตน์ เขียวไพรี, 2551: 20)

2.3.3.3 กิจกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์

สุจิตรา ธนานันท์ (2550: 28) อธิบายถึงกิจกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์ ดังภาพที่ 2.14 ว่าประกอบไปด้วยกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้

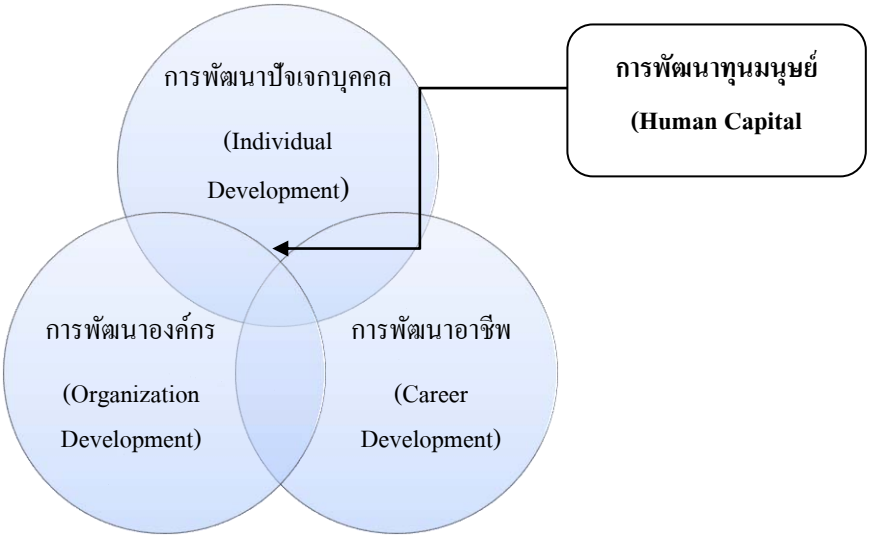
1) การพัฒนาปัจเจกบุคคล (Individual Development) เป็นการพัฒนาให้ได้มาซึ่งความรู้ ทักษะ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติการที่ดีขึ้น เป็นการพัฒนาเฉพาะบุคคลและสามารถเห็นผลได้ในระยะสั้น กิจกรรมการพัฒนาปัจเจกบุคคลจะช่วยในเรื่องจุดแข็ง จุดอ่อนในการทำงานของพนักงาน และสร้างศักยภาพเพิ่มทักษะเพื่อประโยชน์ต่อองค์กร การพัฒนาปัจเจกบุคคลจะเป็นกิจกรรมที่เป็นทางการ หรือไม่เป็นทางการ กิจกรรมการเรียนรู้ซึ่งประกอบไปด้วย การฝึกอบรม การศึกษา การพัฒนา ที่ได้รับการออกแบบให้เสริมสร้างความรู้และเกิดทักษะใหม่

2) การพัฒนาอาชีพ (Career Development) คือ ชุดของกิจกรรมที่เกี่ยวกับทุนมนุษย์ โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคคลไปพร้อมๆ กับการปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กร โดยเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความก้าวหน้าในหน้าที่การงานของพนักงาน การพัฒนาอาชีพจะช่วยให้พนักงานประสบความสำเร็จในอาชีพ โดยผ่านกิจกรรมการวางแผนเส้นทางอาชีพ และกิจกรรมที่องค์กรจัดขึ้น เพื่อให้องค์กรเกิดความมั่นใจว่ามีพนักงานที่พร้อมด้วยคุณสมบัติ และประสบการณ์ที่มากพอต่อการเลือกใช้และตอบสนองความต้องการได้อย่างทันท่วงทีตามที่องค์กรต้องการ มีความเกี่ยวข้องกับการจัดสรรตำแหน่งงานในอนาคต และเป็นกิจกรรมเพื่อกำหนดเป้าหมายการพัฒนารายบุคคลร่วมกับเป้าหมายของหน่วยงาน องค์กรควรเปิดโอกาสให้พนักงานได้เข้าร่วมกิจกรรมเสริมสร้างสมรรถนะเพื่อพัฒนาตนเองให้สอดคล้องกับตำแหน่งงานและเป้าหมายขององค์กร กิจกรรมพัฒนาอาชีพประกอบด้วย 2 ชุดกิจกรรมใหญ่ๆ คือ

(1) การวางแผนอาชีพ (Career Planning) คือกิจกรรมที่พนักงานปฏิบัติเพื่อช่วยในการประเมิน และพัฒนาทักษะความสามารถ ซึ่งการวางแผนอาชีพจะถูกนำไปปฏิบัติเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมฝึกอบรม เพื่อนำไปสู่การวางแผนอาชีพ

(2) การบริหารอาชีพ (Career Management) คือกิจกรรมที่ดำเนินเพื่อเตรียมความพร้อม การปฏิบัติ และตรวจสอบแผนอาชีพของพนักงาน เป็นกิจกรรมที่เป็นขั้นตอนเพื่อช่วยให้พนักงานพัฒนาและยกระดับแผนอาชีพ ให้เป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงขององค์กร

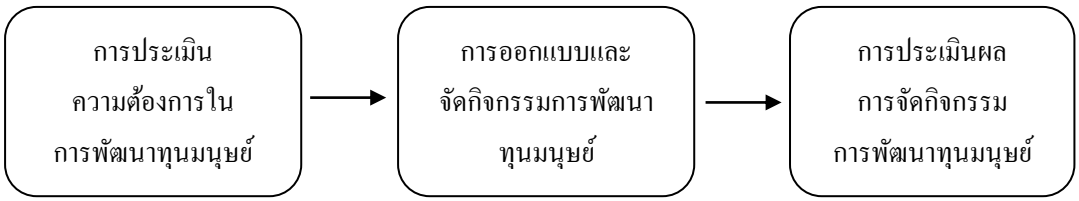
3) การพัฒนาองค์กร (Organization Development) คือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างและหน้าที่ขององค์กรตลอดจนเกี่ยวข้องกับกระบวนการการเปลี่ยนแปลงองค์กร ซึ่งจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่มีประสิทธิผลภายในหน่วยงานและระหว่างหน่วยงาน



ภาพที่ 2.14 องค์ประกอบกิจกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์
แหล่งที่มา: สุจิตรา ธนานันท์, 2550: 28.

2.3.3.4 ขั้นตอนการพัฒนาทุนมนุษย์

โชคชัย สุเวชวัฒนกูล และ กนกกานต์ แก้วนุช (2555: 957-959) ได้อธิบายขั้นตอนการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการไว้ว่า การพัฒนาทุนมนุษย์มีความจำเป็นอย่างมาก การส่งต่อผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของกลุ่มกิจการการท่องเที่ยวและบริการจะดำเนินการผ่านทุนมนุษย์ในองค์กรไปสู่ผู้รับบริการ ซึ่งขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์มีขั้นตอนที่สำคัญดังจะเห็นได้จากภาพที่ 2.15 ดังนี้



ภาพที่ 2.15 ขั้นตอนการพัฒนาทุนมนุษย์
แหล่งที่มา: โชคชัย สุเวชวัฒนกูล และ กนกกานต์ แก้วนุช, 2555: 957.

1) การประเมินความต้องการในการพัฒนาทุนมนุษย์ (Assessing Human Capital Development Needs) เป็นกระบวนการแรกของการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์ โดยมีเป้าหมายในการประเมินว่าพนักงานมีความจำเป็น และต้องการการพัฒนาทักษะในด้านใด ซึ่งอาจพิจารณาแยกความต้องการในการพัฒนาออกเป็น 3 กลุ่มกิจกรรม ได้แก่ 1) กิจกรรมการฝึกอบรม (Training) เป็นการจัดกิจกรรมการพัฒนาที่มุ่งเน้นการนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานทันที 2) กิจกรรมการศึกษา (Education) เป็นการจัดกิจกรรมการพัฒนาเพื่อมุ่งเน้นการเตรียมการสำหรับอนาคต 3) กิจกรรมการพัฒนา (Development) เป็นการมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาองค์กรในอนาคต

(1) กิจกรรมการฝึกอบรม (Training)

กรกนก ทิพรส (2543 อ้างถึงใน กรกนก ทิพรส และ โชคชัย สุเวชวัฒนกูล, 2552: 277) อธิบายว่า การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการเพิ่มพูนสมรรถภาพในการทำงานของผู้ปฏิบัติงานทั้งในด้านความคิด การกระทำ ความรู้ ความชำนาญ และหน้าที่ต่างๆ เพื่อช่วยให้พนักงานสามารปฏิบัติหน้าที่ ในฐานะเป็นองค์ประกอบขององค์กรให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

Ivancevich (2003: 397) นิยามการฝึกอบรมว่า เป็นความพยายามในการปรับปรุงแก้ไขการปฏิบัติงานในปัจจุบัน

Wexley and Latham (1991 อ้างถึงใน ชูชัย สมิทธิไกร, 2554: 5-6) กล่าวว่า การฝึกอบรมบุคลากรในองค์กร มีจุดประสงค์ 3 ประการ คือ 1) เพื่อปรับปรุงระดับความตระหนักรู้ในตนเองของแต่ละบุคคล (Self Awareness) ได้แก่ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทและความรับผิดชอบของตนเองในองค์กร การตระหนักถึงความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ตนเองปฏิบัติจริงกับปรัชญาที่ยึดถือ การเข้าใจถึงทัศนะที่ผู้อื่นมีต่อตนเอง และการเรียนรู้ว่าการกระทำของตนเองมีผลกระทบต่อผู้อื่นอย่างไร 2) เพื่อเพิ่มพูนทักษะการทำงานของแต่ละบุคคล (Job Skills) โดยอาจเป็นทักษะด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้าน เช่น การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ การดูแลรักษาความปลอดภัยในการทำงาน 3) เพื่อเพิ่มพูนแรงจูงใจของแต่บุคคล (Motivation) แม้ว่าบุคคลหนึ่งๆ จะมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน แต่หากขาดแรงจูงใจในการทำงาน บุคคลนั้นก็อาจจะมิได้ใช้ความรู้ความสามารถนั้นอย่างเต็มที่ ผลงานที่ออกมาย่อมไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

(2) กระบวนการฝึกอบรม

Noe and Premeaux (2002: 219-221 อ้างถึงใน สุจิตรา ธนานันท์, 2550: 39) ได้กล่าวถึงขั้นตอนของกระบวนการฝึกอบรมว่าสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้

ขั้นตอนแรกเป็นการสำรวจหาความจำเป็นในการฝึกอบรม (Training Need) โดยกระบวน การนี้มีหลักการที่สำคัญดังนี้ 1) ศึกษารวบรวมข้อเท็จจริงในเรื่องมาตรฐานที่กำหนดไว้กับผลงานที่เกิดขึ้นจริง โดยการสำรวจ (Survey) การศึกษา (Study) การทดสอบ (Testing) การประชุม (Meeting) การวิเคราะห์งาน (Job Analysis) และการประเมินค่างาน (Job Evaluation) 2) วิเคราะห์ข้อเท็จจริง โดยหาความแตกต่างระหว่างมาตรฐานที่กำหนดไว้กับผลงานที่เกิดขึ้นจริง ว่ามีช่องว่าง (Gap) หรือไม่ อย่างไร วิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหา และวิเคราะห์หาวิธีการแก้ไข 3) กำหนดความจำเป็นในการฝึกอบรม โดยพิจารณาว่าจะแก้ไขปัญหาด้านใด จะแก้ไขบุคคลประเภทใด จะเรียงลำดับอย่างไร จะแก้ไขบุคคลกลุ่มใดก่อนหลัง กำหนดหน้าที่รับผิดชอบของบุคคลที่เข้ารับการอบรม โดยวิธีการจำแนกหาความจำเป็นในการฝึกอบรมนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

ประเภทที่ 1 การจำแนกตามวิธีการนำบุคคลมาอบรม โดยพิจารณาถึงความจำเป็นโดยชัดแจ้ง (Obvious Needs) เช่น พนักงานเปลี่ยนงานโดยการโอนย้าย เลื่อนตำแหน่ง มีการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีและวิธีการทำงาน มีการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบ นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาถึงความจำเป็นซ่อนเร้น (Hidden Needs) เช่น ทำไมพนักงานจึงขาดงานหรือมีการออกจากงานมาก หรือมีการร้องทุกข์มาก เป็นต้น

ประเภทที่ 2 การจำแนกโดยพิจารณาจากกลุ่มบุคคล โดยดูจากความจำเป็นของแต่ละบุคคล (Individual Needs) เช่น พนักงานต้องการพัฒนาฝีมือ หรือสามารถพิจารณาได้จากความจำเป็นขององค์กรโดยรวม (Organization Needs) เช่น ปัญหาในเรื่องขวัญและกำลังใจในการทำงาน เป็นต้น

ประเภทที่ 3 การจำแนกโดยพิจารณาจากช่วงเวลา โดยดูจากความจำเป็นในปัจจุบัน (Present Needs) โดยพิจารณาจากปัญหาในปัจจุบันที่ต้องการแก้ไข หรือดูความจำเป็นในอนาคต (Future Needs)

การสำรวจหาความจำเป็นในการฝึกอบรม (Training Needs) ควรศึกษาพิจารณาจากพนักงานปฏิบัติการไปสู่ฝ่ายบริหาร (Bottom-Up Approach) และในขณะเดียวกันก็ต้องพิจารณาจากฝ่ายบริหารสู่พนักงานปฏิบัติการควบคู่กันไปเช่นกัน (Top-Down Approach) โดยขั้นตอนการประเมินความจำเป็นในการฝึกอบรมนี้มีความเกี่ยวข้องกับการตรวจสอบวัตถุประสงค์ขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาวด้วย โดยพิจารณาในด้านการเงิน สังคม ทรัพยากรมนุษย์ การเติบโตขององค์กรและวัตถุประสงค์การตลาดขององค์กร ซึ่งจะต้องมีความสอดคล้องกับความสามารถของพนักงานโครงสร้างองค์กร บรรยากาศ และประสิทธิภาพขององค์กร ดังนั้น

การกำหนดความจำเป็นในการฝึกอบรมจึงเกิดจากการวิเคราะห์พื้นฐานด้านทุนมนุษย์ขององค์กร 3 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 1 การวิเคราะห์ในระดับองค์กร (Organizational Analysis) เป็นการรวบรวมและตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ที่ใช้ในการกำหนดความจำเป็นในการฝึกอบรมจากที่ส่วนขององค์กรโดยภาพรวม เช่น กลยุทธ์องค์กร ภารกิจ เป้าหมาย และแผนงานต่างๆ ขององค์กร ทำให้ทราบว่าควรจะดำเนินการพัฒนารูปแบบใด ทั้งนี้เนื่องจากการดำเนินการต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

ระดับที่ 2 การวิเคราะห์รายละเอียดของงาน (Task Analysis) เป็นการวิเคราะห์ตำแหน่งงานต่างๆ ขององค์กรว่าในแต่ละงานมีรายละเอียดอะไรบ้าง เพื่อใช้กำหนดความต้องการของการฝึกอบรมพนักงานใหม่ และเพื่อพัฒนาทักษะความรู้สำหรับการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผล โดยการฝึกอบรมมักขึ้นอยู่กับการวิเคราะห์และการศึกษารายละเอียดของงาน เพื่อกำหนดว่าอะไรคือทักษะเฉพาะที่พนักงานจำเป็นต้องมี การวิเคราะห์งานจำเป็นต้องใช้คำบรรยายลักษณะงาน (Job Description) ที่เป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการวิเคราะห์ระดับนี้ ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลและนำมาใช้ในการปรับปรุงเพื่อให้ได้งานที่มีมาตรฐาน

ระดับที่ 3 การวิเคราะห์ระดับบุคคลในหน่วยงาน (Person Analysis) เป็นการกำหนดความจำเป็นในการฝึกอบรมของพนักงานแต่ละคน (Individual) เพื่อให้ทราบว่าผู้ใดควรเข้ารับการฝึกอบรม ความรู้ ทักษะ และความสามารถด้านใดที่พนักงานต้องมี อาจทำได้โดยการประเมินผลการปฏิบัติงาน การสัมภาษณ์ หรือการสำรวจของหัวหน้างาน

(3) กิจกรรมการศึกษา (Education)

สุจิตรา ธนานันท์ (2550: 26) ได้กล่าวว่า การศึกษา หมายถึง กิจกรรมที่มีความมุ่งหมายในการที่จะสร้างเสริมความรู้ ความชำนาญค่านิยมทางศีลธรรม และความเข้าใจที่มีต่อการดำรงชีวิต เพื่อให้ผู้รับการศึกษาสามารถดำรงชีวิตและทำประโยชน์ต่อสังคมได้

เฉลิมพร เย็นเยือก (2552: 23) กล่าวว่า การลงทุนทางการศึกษาเพื่อเพิ่มคุณภาพให้กับทุนมนุษย์ หมายถึง การเสริมสร้างความรู้ พัฒนาความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์ เพื่อเพิ่มผลผลิตในสินค้าและบริการ ส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยสามารถเพิ่มคุณค่าในการลงทุนให้สูงขึ้นจากการเข้ารับการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น หรือในสาขาวิชาที่มีความต้องการหรือมีความขาดแคลน เพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้และความสามารถในมนุษย์ให้มากขึ้น ซึ่งการจัดการศึกษาให้เป็นไปอย่างมีคุณภาพเป็นวัตถุประสงค์สำคัญประการหนึ่งในการลงทุนทางการศึกษา เพื่อนำไปสู่สังคมสร้างสรรค์ สนองตอบต่อสังคมแห่งการเรียนรู้สู่สังคมเข้มแข็งภายใต้การบูรณาการปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาจากหลายปัจจัย นอกจากนี้คุณภาพการศึกษา

ยังถือเป็นตัวชี้วัดการบรรลุผลสำเร็จอีกตัวหนึ่งนอกจากการสำเร็จการศึกษาในการศึกษาเรื่องต้นทุนและ ผลตอบแทนจากการลงทุน (Cost and Benefit Study Model) อีกด้วย

(4) กิจกรรมการพัฒนา (Development)

สุจิตรา ธนานันท์ (2550: 27) นิยามว่า การพัฒนาเป็นการกระทำที่เป็นเหตุให้บางสิ่งบางอย่างเจริญเติบโต หรือขยายออกเพื่อให้ดีขึ้นกว่าเดิม และการพัฒนาอาจจะเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมหรือมนุษย์ก็ได้ โดยพัฒนาความสามารถ และสมรรถภาพในการดำเนินชีวิต, ความมีอิสระ และเสรีภาพในการตัดสินใจ และความเมตตากรุณาซึ่งกันและกัน

วรารัตน์ เขียวไพรี (2551: 180-181) ได้อธิบายให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างการฝึกอบรม (Training) การศึกษา (Education) และการพัฒนา (Development) ไว้ดังนี้

การฝึกอบรม (Training) หมายถึง กระบวนการยกระดับความรู้ความสามารถ ทักษะ ตลอดจนการปรับเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานให้สามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นในอนาคตระยะสั้น ด้วยการกำหนดเนื้อหา ช่วงเวลา งบประมาณค่าใช้จ่ายแต่ละโปรแกรม และประเมินผลการลงทุนจากผลการปฏิบัติงาน

การศึกษา (Education) หมายถึง กระบวนการเตรียมพนักงานให้พร้อมทั้งความรู้ ความสามารถ สติปัญญา ทัศนคติ คุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพ รวมทั้งอารมณ์และสังคมด้วยการฝึกอบรมและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ให้มีความพร้อมหากได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานตำแหน่งงานใหม่ หรือการปรับเปลี่ยนสายงานอาชีพในอนาคตระยะกลางและระยะยาว องค์กรจึงต้องสนับสนุนด้านเวลาละค่าใช้จ่ายระยะยาว ส่วนการประเมินผลจะวัดจากการทดสอบหรือวัดผลจากการปฏิบัติงานในอนาคต

การพัฒนา (Development) หมายถึง กระบวนการเตรียมบุคลากรในองค์กรให้ปรับเปลี่ยนความรู้ ทักษะ ความสามารถ และสมรรถนะเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของบุคคล กลุ่ม และองค์กร ดังนั้นจึงเกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้เพื่อการถ่ายโอนเชื่อมโยงความรู้ทั่วทั้งองค์กร องค์กรจึงต้องมีการวางแผนและลงทุนในระยะยาว เพื่อจัดกิจกรรมให้เหมาะสม ตั้งแต่ระดับองค์กร ระดับกลุ่มและระดับบุคคล ส่วนการประเมินผลวัดได้จากประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในอนาคต หรือวัดผลสำเร็จขององค์กรตามเป้าหมาย

ความแตกต่างระหว่างการฝึกอบรม (Training) การศึกษา (Education) และการพัฒนา (Development) สามารถจำแนกได้ดังตารางที่ 2.4 ดังนี้

ตารางที่ 2.4 ความแตกต่างระหว่างการฝึกอบรม (Training) การศึกษา (Education) และการพัฒนา (Development)

กิจกรรม / องค์ประกอบ	การฝึกอบรม เน้นงาน	การศึกษา เน้นบุคคล	การพัฒนา เน้นองค์กร
วัตถุประสงค์	เพิ่มความรู้ ทักษะ และทัศนคติให้สามารถปฏิบัติงานในปัจจุบัน	เพิ่มความรู้พื้นฐาน สติปัญญา และความเข้าใจให้ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่สูงขึ้น หรือสามารถเปลี่ยนสายงานอาชีพ	เพิ่มสมรรถนะการปฏิบัติงานในการแก้ปัญหา การปรับตัวให้ทันต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและกิจกรรมขององค์กร
กลุ่มเป้าหมาย	พนักงานระดับผู้ปฏิบัติงาน	พนักงานทุกระดับ	พนักงานระดับบริหาร
ขอบเขตเนื้อหา	เน้นเนื้อหาการปฏิบัติงานเฉพาะ	ความรู้ในสาขาที่องค์กรต้องการ	หลักการและแนวคิดการบริหาร
วิธีการ	ฝึกอบรมในและนอกเวลาปฏิบัติงาน	การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องในสถาบันการศึกษา	การฝึกอบรมและการศึกษา
การลงทุน (ค่าใช้จ่าย)	ลงทุนระยะสั้น	ลงทุนระยะยาว	ลงทุนระยะยาว สัมพันธ์กับการพัฒนาองค์กร
การประเมินผล	วัดจากผลการปฏิบัติงาน	วัดจากการทดสอบ หรือวัดจากผลการปฏิบัติงานในอนาคต	วัดจากประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในอนาคต หรือวัดจากผลสำเร็จขององค์กรตามเป้าหมาย
ผลที่คาดว่าจะได้รับ	ความสามารถและพฤติกรรมตามที่องค์กรคาดหวัง	ความพร้อมปฏิบัติงานให้กับองค์กรในอนาคต	ความพร้อมปฏิบัติงานเมื่อองค์กรมีการเปลี่ยนแปลง

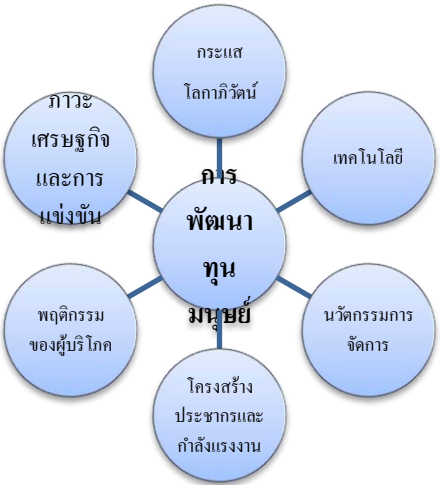
2) การออกแบบและดำเนินกิจกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์ (Designing and Implementing Human Capital Development Programs) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายหลังจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการพัฒนาทุนมนุษย์ที่มีความชัดเจนสำหรับกิจกรรมย่อยในแต่ละกิจกรรมแล้ว การดำเนินการออกแบบและดำเนินกิจกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์เป็นขั้นตอนที่ต้องดำเนินการต่อไป โดยแนวทางในการดำเนินกิจกรรมอาจแบ่งได้เป็นการดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ที่ไม่ใช่จากสถานการทำงานจริง (Off the Job Training) เช่น การจัดสัมมนา การใช้กรณีศึกษา และการเรียนรู้จากสถานการณ์การทำงานจริง (On the Jon Training) เช่น การสอนงาน ระบบพี่เลี้ยง เป็นต้น โดยในขั้นตอนนี้เริ่มต้นจากการคำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง จากนั้นกำหนดเป็นหัวข้อย่อยของการจัดกิจกรรม กำหนดจำนวนผู้เข้าร่วม รูปแบบที่จะใช้ และองค์ประกอบอื่นๆ เช่น วิทยากร สถานที่ ตลอดจนงบประมาณที่จะใช้ โดยการ

เลือกรูปแบบกิจกรรมว่าจะใช้รูปแบบใด ควรคำนึงถึงค่าใช้จ่ายกับประสิทธิผลที่จะเกิดขึ้น เนื้อหาของกิจกรรม ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมและหลักการเรียนรู้

3) การประเมินผลการจัดกิจกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์ (Evaluating Human Capital Development Programs) การประเมินผลการจัดกิจกรรมเป็นกระบวนการที่ช่วยให้ผู้ดำเนินกิจกรรมทุนมนุษย์ทราบได้ถึงผลของการจัดกิจกรรมที่องค์กรได้ลงทุนไปกับการกิจกรรมว่ามีความคุ้มค่ามากน้อยเพียงใด ดังนั้นขอบข่ายของการประเมินผลการจัดกิจกรรมจึงไม่ใช่เพียงแต่การพิจารณาถึงความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมภายหลังจากที่กิจกรรมสิ้นสุดเท่านั้น แต่รวมไปถึงกระบวนการติดตามว่าผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานจริงได้มากน้อยเพียงใดด้วย ซึ่งกระบวนการประเมินผลการจัดกิจกรรมแบ่งได้ออกเป็นสององค์ประกอบได้แก่ การประเมินภายหลังจากที่กิจกรรมสิ้นสุดทันทีที่มุ่งเน้นไปที่การวัดความพึงพอใจที่ได้รับการเรียนรู้ที่เกิดขึ้น ตลอดจนข้อเสนอแนะต่างๆ ที่สามารถนำไปใช้ในการจัดครั้งต่อไป และการติดตามไปถึงการนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานที่เน้นการประเมินไปที่พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงในการปฏิบัติงานว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ รวมทั้งมีปัญหาและอุปสรรคใดๆ ที่ไม่สามารถนำความรู้ไปใช้ได้ โดยอาศัยความร่วมมือในการประเมินจากหัวหน้างานของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้วย

2.3.3.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทุนมนุษย์

วรารัตน์ เขียวไพรี (2551: 29-52) ได้กล่าวว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ ประกอบไปด้วยปัจจัยตั้งแต่ระดับมหภาคไปยังปัจจัยระดับจุลภาค ซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 กลุ่ม ดังนี้



ภาพที่ 2.16 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทุนมนุษย์

แหล่งที่มา: วรารัตน์ เขียวไพรี, 2551: 31.

1) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 2.16 ได้แก่

(1) กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) ทำให้เกิดเครือข่ายของเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม เชื่อมโยงแต่ละประเทศทั่วโลกไว้ด้วยกัน เกิดการค้าแบบเสรี บริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่เพิ่มอย่างรวดเร็ว เกิดมิติของวัฒนธรรมข้ามชาติ นำไปสู่ความคาดหวังในเรื่องพฤติกรรมการปฏิบัติงานร่วมกัน ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ในองค์การดังนี้

การพัฒนาให้พนักงานมีพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐานสากล มีความรับผิดชอบต่องาน ต่อองค์กร และสังคมสูงขึ้น

การพัฒนาผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน และผู้ประกอบวิชาชีพให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจจรรยาบรรณในวิชาชีพตามมาตรฐานที่ตั้งไว้

การฝึกอบรมด้านภาษา วัฒนธรรมข้ามชาติ (Cross Cultural) การสื่อสาร ตลอดจนกฎระเบียบ แนวปฏิบัติที่เป็นสากล

การเตรียมการพัฒนาผู้บริหารและพนักงานปฏิบัติงานในต่างประเทศ และการปรับเปลี่ยนเส้นทางสายอาชีพของบุคลากรในองค์กร

(2) เทคโนโลยี ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วทำให้องค์กรต้องใช้ความพยายามรักษาความสามารถในการแข่งขันด้วยการพัฒนาทุนมนุษย์ ดังนี้

การฝึกอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่องให้สามารถใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยได้เป็นอย่างดี

การให้พนักงานมีการเรียนรู้เพื่อรับผิดชอบงานใหม่ หรือรับผิดชอบงานเดิมที่มีการเปลี่ยนแปลงทักษะการปฏิบัติงาน รวมทั้งทักษะการใช้เทคโนโลยีช่วยในการปฏิบัติงานจากการออกแบบงานใหม่ (Job Redesign)

การพัฒนาพนักงานให้มีความสามารถในการใช้องค์ความรู้จากวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สร้างนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กร เป็นการก้าวไปสู่การพัฒนาด้วยฐานความรู้

(3) นวัตกรรมการจัดการ เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองแนวโน้มกระแสโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยี ให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบองค์กร มีการสร้างเครือข่าย กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ วิธีการคิดใหม่ในการผลิตสินค้าและบริการ เกิดเทคนิคการจัดการขึ้นมากมาย เช่น องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) การจัดการความรู้ (Knowledge Management) การวางแผนและการพัฒนาสายอาชีพ (Career Planning Development) เป็นต้น ซึ่งนวัตกรรมการจัดการนี้ส่งผลต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ ดังนี้

ผู้บริหารต้องเรียนรู้การใช้นวัตกรรมการจัดการ เพื่อให้เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Change Agent) และหุ้นส่วนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Partner) ส่งเสริมและสนับสนุนให้พนักงานปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการปฏิบัติงาน

การฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับกระบวนการการทำงาน ขั้นตอนการปฏิบัติงานตามนวัตกรรมการจัดการใหม่

การฝึกอบรมพนักงานให้มีความสามารถในการทำงานหลายหน้าที่

การพัฒนาการเรียนรู้ของพนักงาน ให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารทีมงานรับผิดชอบงานมากขึ้น ซึ่งต้องใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เพื่อให้ผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามเป้าหมาย

(4) โครงสร้างประชากรและกำลังแรงงาน แนวโน้มโครงสร้างประชากรที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ขององค์กร ดังนี้

ความต้องการการเรียนรู้เฉพาะเรื่องของพนักงานสูงอายุ และความต้องการการเรียนรู้ตลอดช่วงชีวิตการปฏิบัติงาน

การพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในแต่ละกลุ่มอายุ ซึ่งส่งผลต่อการเพิ่มผลผลิตขององค์กรในอนาคต

การวางแผนและพัฒนาอาชีพของพนักงานเชื่อมโยงไปยังการพัฒนาให้มีโอกาสก้าวสู่ตำแหน่งต่างๆ ในองค์กรตามกลุ่มอายุ เพศ และสายอาชีพ

รูปแบบและความสนใจในการเรียนรู้แตกต่างกันระหว่างพนักงานกลุ่มผู้สูงอายุกับพนักงานหนุ่มสาว

(5) พฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมการบริโภคของคนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม กลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางจะเปลี่ยนจากการบริโภคสินค้าจำเป็นสำหรับยังชีพ มาเป็นสินค้าที่สร้างความสุขมากขึ้น มีการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้และการศึกษาสูงจะให้ความสำคัญในรายละเอียดและภาพลักษณ์ของสินค้ามากกว่าประโยชน์ใช้สอยและราคา สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ในองค์กรดังนี้

ผู้บริหารและพนักงานต้องมีการศึกษา เรียนรู้การปรับเปลี่ยนของกลุ่มลูกค้า นำความรู้มาใช้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง

การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ให้พนักงานมีการแสวงหาและพัฒนาความรู้ตลอดเวลา

องค์กรแสวงหาลูกค้าใหม่ๆ พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ จึงต้องสร้างนวัตกรรมส่งเสริมการค้นหา นำเข้า แลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างพนักงาน

(6) ภาวะเศรษฐกิจและการแข่งขัน ทำให้เกิดการลงทุนและการผลิตในลักษณะธุรกิจระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น และมีเครือข่ายทางธุรกิจที่ซับซ้อน ตลาดมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น มีความพยายามลดต้นทุน เกิดคู่แข่งขันเพิ่มมากขึ้น มีการเปิดเสรีทางการค้า องค์กรหลายแห่งจึงใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้องค์กรอยู่รอดและมีขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ ดังนี้

การพัฒนาพนักงานปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่างกันจากการรวมและการซื้อกิจการที่มีเพิ่มขึ้น

การพัฒนาการเปลี่ยนแปลงเส้นทางสายอาชีพเพิ่มขึ้น พนักงานเปลี่ยนผู้บังคับบัญชาหรือผู้บริหารใหม่เร็วขึ้น ความจงรักภักดีต่อหัวหน้าลดลง และพนักงานใช้เวลาในการหางานใหม่เพิ่มขึ้น

การพัฒนาทักษะการปรับเปลี่ยนทักษะการปฏิบัติงานใหม่จากการเปลี่ยนแปลงงาน

การพัฒนาพนักงานให้เกิดการรับรู้ การยอมรับ และพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง

การปรับกระบวนการเรียนรู้ของพนักงานให้มีการเรียนรู้ที่รวดเร็วและต่อเนื่อง

2) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในองค์กร ดังจะเห็นได้จากภาพที่ 2.17 สามารถแบ่งเป็นปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้

(1) โครงสร้างองค์กร ปัจจุบันองค์กรมีระดับการบังคับบัญชาลดลง มีโครงสร้างแบบแบนราบ (Flat Organization) มากกว่ารูปแบบโครงสร้างองค์กรแบบแนวดิ่ง (Horizontal Organization) ทำให้องค์กรมีความต้องการผู้บริหารระดับกลางลดลง มีการออกแบบงาน, พัฒนาขอบเขตความรับผิดชอบ และการปฏิบัติหน้าที่แบบใหม่ ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ คือ ทำให้มีการปรับเปลี่ยนหน้าที่ความรับผิดชอบใหม่, การกำหนดเป้าหมายของผลลัพธ์อย่างชัดเจนเพื่อให้ทีมงานมีความพึงพอใจมากขึ้น, การเรียนรู้การสร้างทีมงาน ภาวะผู้นำ และการเรียนรู้เพื่อการเลื่อนตำแหน่งและการโยกย้าย

(2) วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง กลุ่มของค่านิยม ความเชื่อ บรรทัดฐาน ซึ่งเป็นแนวทางการเกิดของพฤติกรรมของพนักงาน พนักงานที่เข้าใจวัฒนธรรมองค์กรเป็นอย่างดีจะสามารถแปลเหตุการณ์ และมีแนวทางที่เหมาะสมในสถานการณ์ต่างๆ แต่ความแตกต่างของบุคลากร ภาษา ศาสนา และทัศนคติ เป็นสาเหตุของความขัดแย้ง การพัฒนาทุนมนุษย์จึงต้องพยายามสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงองค์กร รวมทั้งผลการ

ปฏิบัติงานที่เป็นเลิศขององค์กรให้พนักงานพึงพอใจ มีความคาดหวัง ยอมรับความแตกต่าง และการปฏิบัติต่อบุคคลอื่นในทิศทางที่สนับสนุนการมีส่วนร่วมในการบรรลุเป้าหมายขององค์กร

(3) ทรัพยากรมนุษย์ สามารถจำแนกเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการและผู้บริหาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ คือ ต้องคำนึงถึงด้านปริมาณ หมายถึง จำนวนพนักงาน ค่าใช้จ่าย ชั่วโมงการทำงาน อัตราการเข้าออกจากงาน ผลการปฏิบัติงาน อายุเฉลี่ย และการเกษียณอายุ และคำนึงถึงด้านความต้องการของพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการการเรียนรู้ตลอดชีวิต การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้พนักงานต้องเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดช่วงชีวิตของอาชีพ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาทุนมนุษย์จึงต้องสร้างโอกาสการเรียนรู้สำหรับพนักงาน

(4) ผู้บังคับบัญชา มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของพนักงาน จากปัจจัยดังนี้คือ การกำหนดผลลัพธ์ของพนักงานและองค์กร ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาทุนมนุษย์ กล่าวคือ ถ้าพนักงานไม่เชื่อว่าการเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่มีคุณค่า อาจทำให้พนักงานเหล่านั้นไม่เลือกเข้าร่วมกิจกรรมหรืออาจเสียสละความพยายามเล็กน้อยในการเข้าร่วมกิจกรรม ผู้บังคับบัญชาจึงควรตระหนักถึงผลการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์ความต้องการการพัฒนาทุนมนุษย์ จูงใจให้พนักงานมีส่วนร่วม และสร้างความมั่นใจว่าการร่วมกิจกรรมจะทำให้ได้รับผลลัพธ์ที่มีคุณค่า

(5) เพื่อนร่วมงานและทีมงาน การทำงานเป็นทีมนั้น เพื่อนร่วมงานจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ความไว้เนื้อเชื่อใจ และการยึดเหนี่ยวกัน ทำให้เกิดความเต็มใจทำงานร่วมกัน การออกแบบการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อให้ทีมงานมีโอกาสเรียนรู้จากกิจกรรมและกระบวนการเรียนรู้ ช่วยเพิ่มการยอมรับการเรียนรู้ทักษะใหม่ที่ใช้ในการปฏิบัติงาน

ภาพที่ 2.17 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาทุนมนุษย์
แหล่งที่มา: วรารัตน์ เขียวไพรี, 2551: 36.

2.3.4 การพัฒนาองค์กร

การเปลี่ยนแปลงและความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและวิทยาการต่างๆ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อระบบสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง (ทวีศักดิ์ สูทกวาทิน, 2548: 1) ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กรต่างๆ จึงทำให้องค์กรต้องวางแผนเพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลงองค์กรให้มีประสิทธิผล และสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้แนวคิดและเทคนิคต่างๆ ช่วยในการฟื้นฟูองค์กร (สุนันทา เลาหนันทน์, 2551: 43) โดยมุ่งเน้นอนาคตขององค์กรเป็นสำคัญ

การพัฒนาองค์กร (Organization Development) มีพื้นฐานมาจากสมมติฐาน และค่านิยมที่ว่า ทุกคนถูกขับเคลื่อนจากความต้องการที่อยากจะให้ตนเองเจริญเติบโต และจากความต้องการขององค์กร ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ท้าทาย โดยการนำเครื่องมือและเทคนิคการพัฒนาองค์กรต่างๆ เข้ามาใช้เพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันและจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (กรกนก ทิพรส และ โชคชัย สุเวชวัฒนกูล, 2552: 273) การพัฒนาองค์กรนั้นมีเป้าหมายที่จะพัฒนาผลการปฏิบัติงานเพื่อให้ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานมีประสิทธิผล เป็นกระบวนการพัฒนาที่ต้องวัดผลในระยะยาว ซึ่งการพัฒนาองค์กรจะมุ่งสนใจในเรื่องของการปฏิบัติอย่างไรให้มีการ

เปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในวงกว้างทั้งระบบ การมีปฏิสัมพันธ์ การสื่อสาร การมีส่วนร่วม โดยต้องอาศัยการพึ่งพากันและกันในการทำงาน ความร่วมมือของพนักงานทุกระดับในองค์กร

2.3.4.1 ความหมายของการพัฒนาองค์กร

โชคชัย สุเวชวัฒนกูล และ กนกกานต์ แก้วนุช (2555: 953) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาองค์กรไว้ว่า หมายถึง เทคนิคหรือกระบวนการซึ่งช่วยสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลให้เกิดการยกระดับความสามารถและประสิทธิภาพขององค์กร เพื่อนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จที่ยั่งยืนแก่องค์กร

เรวดี วงศ์พรหมเมฆ (2520: 15) อธิบายว่าการพัฒนาองค์กรเป็นวิธีที่จะจัดการเปลี่ยน แปลง และรวมพลังมนุษย์ให้มุ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ต้องการโดยเฉพาะ

Luthan (1995: 65) กล่าวว่า การพัฒนาองค์กรเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการแก้ปัญหา และความสามารถในการปรับตัวเพื่ออนาคตขององค์กร นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการพัฒนาระดับบุคคล โดยเปิดโอกาสให้สมาชิกเพิ่มความตระหนักรู้ และการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้เพื่อผสมผสานวัตถุประสงค์ส่วนบุคคลให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

McGill (1977: 65) อธิบายว่า การพัฒนาองค์กร มายถึง กระบวนการวางแผนที่มุ่งจะพัฒนาความสามารถขององค์กร เพื่อให้สามารถบรรลุและธำรงไว้ซึ่งระดับปฏิบัติงานที่พอใจที่สุด โดยสามารถวัดได้ในแง่ของประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และความเจริญเติบโตขององค์กร

Beckhard (1969: 9) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาองค์กรไว้ว่า หมายถึง ความพยายามในการวางแผนการจัดองค์กร และการจัดการจากผู้บริหารระดับสูง เพิ่มประสิทธิผลและความเข้มแข็งขององค์กรผ่านเครื่องมือสอดแทรกที่มีการวางแผนในกระบวนการขององค์กร โดยการใช้ความรู้ด้านพฤติกรรมศาสตร์

สุนันทา เลาหนันทน์ (2551: 50) ได้กล่าวว่า การพัฒนาองค์กร คือ ความเพียรพยายามระยะยาวที่จะปรับปรุงความสามารถในการแก้ปัญหาขององค์กรและการฟื้นฟูองค์กร โดยทำการวินิจฉัยวัฒนธรรมองค์กร โดยเฉพาะวัฒนธรรมของการทำงานร่วมกันของกลุ่ม ทั้งกลุ่มที่เป็นทางการ กลุ่มชั่วคราว และระหว่างกลุ่มต่างๆ โดยอาศัยความร่วมมือจากที่ปรึกษาด้านการเปลี่ยนแปลง และมีการใช้ทฤษฎีและเทคโนโลยีทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ รวมทั้งการวัยเชิงปฏิบัติการเข้าช่วย

กล่าวโดยสรุป การพัฒนาองค์กร คือกระบวนการหรือกลยุทธ์ในการเปลี่ยนแปลงองค์กร โดยทุกฝ่ายมีส่วนเกี่ยวข้องที่จะช่วยผลักดันให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขัน เป็นกระบวนการที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า โดยการเปลี่ยนแปลงนั้นจะส่งผลถึงความเชื่อ ทัศนคติ

ค่านิยมขององค์กรให้สามารถรองรับและปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกเพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จที่ยั่งยืนขององค์กร

2.3.4.2 วัตถุประสงค์ในการพัฒนาองค์กร

สุนันทา เลาหนันทน์ (2551: 57-58) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการพัฒนาองค์กรว่า เพื่อมุ่งช่วยเหลือสมาชิกและองค์กรให้มีระบบที่ยืดหยุ่นปรับให้เข้ากับสภาพงานในทุกลักษณะหลุดพ้นจากระเบียบปฏิบัติต่างๆ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการตัดสินใจที่ดี ส่งเสริมให้มีการรวมพลัง (High Collaboration) คิดค้นหาเทคนิคกลไกในการปรับปรุงองค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยการวางกฎระเบียบในการวิเคราะห์การทำงาน ช่วยเพิ่มสัมพันธภาพอันดีระหว่างหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชาในทุกๆ ระดับขององค์กร ส่งผลให้สมาชิกเกิดทัศนคติแบบร่วมมือร่วมใจแก้ปัญหาขององค์กรร่วมกัน ส่งเสริมให้สมาชิกในทุกระดับชั้นขององค์กรได้วางแผนการปฏิบัติงานที่มุ่งเป้าหมายหลักหรือวัตถุประสงค์รวมขององค์กรเป็นแนวทาง นอกจากนี้ยังสามารถช่วยให้องค์กรสามารถตั้งเป้าหมายในการปฏิบัติงานไว้สูงและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้นั้นได้อย่างดีที่สุดตามมาตรฐาน

บัญชร แก้วส่อง (2545: 207) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการพัฒนาองค์กรสามารถแบ่งออกได้ 2 ประการคือ เป้าหมายในเชิงกระบวนการ (Process Goals) เป็นเป้าประสงค์ที่เน้นที่การหาวิธีการที่จะทำให้คนปฏิบัติงานร่วมกันได้อย่างดี เช่น เรื่องของการปรับปรุงการสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์และการตัดสินใจระหว่างสมาชิกในองค์กร และเป้าหมายที่เป็นผลลัพธ์ (Outcome Goals) เป็นเป้าประสงค์ที่เน้นว่าอะไรคือผลสำเร็จที่แท้จริงจากความพยายามของบุคคลและกลุ่ม ผลลัพธ์ที่ต้องการคืออะไร ดังนั้นจึงมักเป็นความพยายามในการปรับปรุงการปฏิบัติภารกิจเพื่อให้เกิดผลลัพธ์จามที่ต้องการ

วีระ อรัญญมงคล (2552) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาองค์กรควรมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ดังนี้

1) เพื่อการสร้างระบบและพัฒนาการปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงองค์กรให้ทันสมัยทำให้องค์กรมีระบบในสายงานที่ยืดหยุ่นได้ตามลักษณะงาน

2) เพื่อให้มีการแก้ไขปัญหาร่วมกันให้แก่องค์กร โดยสมาชิกทุกคนในองค์กรจะมีส่วนร่วมในการหาแนวทางการแก้ปัญหาด้วยวิธีการสร้างบรรยากาศที่เปิดเผยทั่วทั้งองค์กร

3) เพื่อให้มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ โดยมีการวางแผนปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด และมุ่งช่วยองค์กรให้สามารถดำเนินการตามแผนที่องค์กรได้ตั้งเป้าหมายไว้

4) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้มากขึ้น โดยส่งเสริมให้มีการรวมพลัง คิดค้นเทคนิคในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงองค์กรให้ทันสมัยและต่อเนื่อง มีการวางกฎระเบียบในการวิเคราะห์งาน จัดสรรทุนมนุษย์ตลอดจนสร้างวิธีการที่จะป้อนข้อมูลย้อนกลับในขณะที่องค์กรและหน่วยงานต่างๆ กำลังปฏิบัติงานอยู่

5) เพื่อสร้างความไว้วางใจให้เกิดความร่วมมือ ให้การสนับสนุนทุนมนุษย์ในองค์กรให้เท่าเทียมกันอย่างเสมอภาค แม้ระดับจะต่างกันก็ตาม

6) เพื่อประสานเป้าหมายส่วนบุคคลและองค์กรไว้ด้วยกัน โดยส่งเสริมให้บุคคลในทุกระดับชั้นขององค์กรได้วางแผนการปฏิบัติงาน โดยยึดเอาวัตถุประสงค์รวมขององค์กรเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

7) เพื่อส่งเสริมระบบการติดต่อสื่อสารทั้งแนวราบ และแนวดิ่งอย่างเปิดเผย รวมทั้งขจัดปัญหาอุปสรรคข้อขัดแย้งเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลและกลุ่มคน

8) เพื่อให้มีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นผู้บังคับบัญชา และผู้ใต้บังคับบัญชาในทุกระดับชั้นขององค์กร

9) เพื่อให้เกิดความสอดคล้องในการบริหารคนกับเป้าหมายขององค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

10) เพื่อมุ่งช่วยให้บุคลากรในองค์กรมีการเผชิญหน้ากัน และแก้ไขปัญหาความขัดแย้งร่วมกันอย่างสร้างสรรค์

11) เพื่อการควบคุมตนเอง โดยบุคลกรในองค์กรทุกคน ต้องรู้ทิศทางกระบวนการพัฒนาตนเอง ให้เกิดความเจริญก้าวหน้าในวิชาชีพ และการปฏิบัติงานให้มากขึ้น

12) เพื่อนำองค์กรไปสู่การจัดการที่มีการตัดสินใจ ภายใต้พื้นฐานการวิเคราะห์ข้อมูลมากกว่าคำนึงถึงอำนาจ และหน้าที่ตามบทบาทที่ได้รับแต่งตั้ง

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรเกิดการเปลี่ยนแปลงก็คือ บุคคลหรือมนุษย์ที่เป็นสมาชิกขององค์กรซึ่งมีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวทางหรือกลยุทธ์ต่างๆ ก่อให้เกิดบรรยากาศที่สามารถตอบสนองทั้งบุคคลและองค์กร

กรกนก ทิพรส และ โชคชัย สุเวชวัฒนกูล (2552: 273-274) ได้แบ่งเครื่องมือและเทคนิคการพัฒนาองค์กรออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 เครื่องมือและเทคนิคการพัฒนาองค์กรสมัยใหม่ระดับปัจเจกบุคคล (Individual Development) ประกอบไปด้วย การสอนงาน (Coaching) และพี่เลี้ยงสอนงาน (Mentoring) การฝึกอบรม (Training) การจัดทำคำบรรยายลักษณะงาน (Job Description) การจัดทำ

คู่มือการปฏิบัติงาน (Procedure Manuals), การวางแผนและการพัฒนาสานอาชีพ (Career Planning Development) และการประเมินผลงานแบบ 360 องศา (360 Degree Feedback)

กลุ่มที่ 2 เครื่องมือและเทคนิคการพัฒนาองค์กรสมัยใหม่ระดับกลุ่ม (Group Development) ได้แก่ การเพิ่มเนื้อหาของงาน (Job Enrichment), การขยายขอบเขตของงาน (Job Enlargement), การฝึกอบรมเพื่อฝึกการรับรู้ (Sensitivity Training หรือ T-Group) และการให้คำปรึกษาหารือเชิงกระบวนการ (Process Consultation)

กลุ่มที่ 3 เครื่องมือและเทคนิคการพัฒนาองค์กรสมัยใหม่ระดับองค์กร (Organizational Development) ประกอบไปด้วย การปรับรื้อระบบองค์กร (Reengineering) การจัดการคุณภาพแบบเบ็ดเสร็จ (Total Quality Management) ระบบเทียบเคียง (Benchmarking) การจัดการความรู้ (Knowledge Management), องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) และระบบบริหารองค์กรคุณภาพ (ISO)

2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วนิดา สิงห์โต (2548: บทคัดย่อ) ศึกษาคุณภาพและการพัฒนาคุณภาพบริการพยาบาล ตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการหอผู้ป่วยใน โรงพยาบาลชัยนาท ใน 5 ด้าน คือ ด้านเป็นรูปธรรม ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ พบว่า คุณภาพบริการพยาบาลตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการหอผู้ป่วยใน โรงพยาบาลชัยนาท โดยความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าความ แตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยคะแนนความคาดหวังกับค่าเฉลี่ยคะแนนการรับรู้มากที่สุดคือด้านความ เป็นรูปธรรมของการบริการ (D = 0.98) ด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ (D = 0.96) และด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (D = 0.89) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย คะแนนความคาดหวังกับค่าเฉลี่ยคะแนนการรับรู้น้อยที่สุดคือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ (D=0.76)

จุรี ศุขวงษ์ (2549: บทคัดย่อ) ศึกษาความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของศูนย์ทันตกรรมเฉพาะทาง โรงพยาบาลเวชธานี พบว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของศูนย์ทันตกรรมเฉพาะทาง มีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ย 3.38 และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับสูง โดยค่าเฉลี่ยที่มากที่สุด ได้แก่ ความคาดหวังต่อการบริการของเจ้าหน้าที่ รองลงมา คือ ความคาดหวังต่อการบริการตรวจ รักษา ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ อาคาร สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านอัตราค่ารักษา ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44,

3.41, 3.38 และ 3.29 ตามลำดับ โดยการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมในการใช้บริการ ที่มีต่อความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของศูนย์ทันตกรรมเฉพาะทาง โรงพยาบาลเวชธานี พบว่า ไม่แตกต่างกัน แต่พบว่าพฤติกรรมด้านเวลาในการใช้บริการเท่านั้น ที่มีผลต่อความคาดหวังด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่ และความคาดหวังโดยรวมของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการ ของศูนย์ทันตกรรมเฉพาะทางโรงพยาบาลเวชธานี ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา และอาชีพ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ต่างก็มีความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของศูนย์ทันตกรรมเฉพาะทางโรงพยาบาลเวชธานี ไม่แตกต่างกัน คือ มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการไว้ในระดับสูงทั้งสิ้น แต่จะแตกต่างกันในด้านของพฤติกรรมในด้านเวลาที่มาใช้บริการเท่านั้น

จินตนา บุญเดิม (2549: บทคัดย่อ) ศึกษาคุณภาพการบริการของโรงพยาบาลอรัญประเทศ พบว่า ผู้ป่วยในเห็นว่าระดับคุณภาพการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณารายได้ พบว่า ด้านที่ผู้ป่วยในเห็นว่ามีระดับคุณภาพการให้บริการสูงสุดได้แก่ ด้านการให้ความมั่นใจ รองลงมาได้แก่ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับสูง ส่วนด้านที่ผู้ป่วยในเห็นว่ามีระดับคุณภาพการให้บริการต่ำสุดคือ ด้านการตอบสนอง

ภาวิดา ดำรงค์อติมา (2549: บทคัดย่อ) ศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณค่าการบริการร้านทรูเคาน์เตอร์เวอร์วิส ของผู้บริโภคเขตกรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการร้านทรูเคาน์เตอร์เซอร์วิสในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน /ห้างร้าน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท ระดับความคาดหวัง ของกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการที่ร้านทรูเคาน์เตอร์เซอร์วิส มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ในด้านสถานที่ให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพมีระดับความคาดหวังมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากรด้านเวลาที่ให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ระดับการรับรู้ของกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีต่อคุณภาพการบริการที่ร้านทรูเคาน์เตอร์เซอร์วิส มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา สถานที่ให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการให้บริการ ตามลำดับ พฤติกรรมการใช้บริการที่ร้านทรูเคาน์เตอร์เซอร์วิส พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยในการใช้บริการ 1.57 ครั้งต่อเดือน มีความถี่ต่ำสุด 1 ครั้งต่อเดือน และสูงสุด 8 ครั้งต่อเดือน ส่วนค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้งเฉลี่ยอยู่ที่ 1,120.16 บาทต่อครั้ง มีค่าใช้จ่ายต่ำสุด 107.00 บาทต่อครั้ง สูงสุด 8,000 บาทต่อครั้ง วันที่ผู้บริโภคมาใช้บริการบ่อยที่สุดคือ วันเสาร์ ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคมาใช้บริการบ่อยที่สุดคือ ช่วงเย็น 16.31-20.00 น. ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ต่างกันมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการร้านทรูเคาน์เตอร์เซอร์วิส

ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการแตกต่างกัน พฤติกรรมในเรื่องความถี่ในการใช้บริการพบว่า การรับรู้ต่อคุณภาพบ ริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการที่ร้านทรูเคาน์เตอร์เซอร์วิส พฤติกรรมในเรื่องค่าใช้จ่ายพบว่า การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการที่ร้านนทรูเคาน์เตอร์เซอร์วิส พฤติกรรมในเรื่องแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการที่ร้านทรูเคาน์เตอร์เซอร์วิสพบว่า การรับรู้ต่อคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการในเรื่องแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการ กล่าวคือ ถ้าผู้ใช้บริการมีการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการมาก ก็จะมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการที่ร้านทรูเคาน์เตอร์เซอร์วิสสูงขึ้น โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ

จิตลดา เทวีทิวารักษ์ (2549: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการของสายการบินเอเชียน่า เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจการให้บริการของสายการบินเอเชียน่าและเปรียบเทียบระดับคุณภาพการให้บริการของสายการบินเอเชียน่า ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการของสายการบินเอเชียน่า โดยภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความมีน้ำใจ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การตอบสนองลูกค้า ความปลอดภัยและการสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับสูง ส่วนด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า อยู่ในระดับปานกลาง

ภรรคพล อุตระทอง (2552: บทคัดย่อ) วิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการศูนย์บริการ บริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จากัดในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีทั้งหมด 5 สาขา ได้แก่ สาขาสีลม สาขาพันธุ์ทิพย์ พลาซ่า สาขาเซียร์รังสิต สาขามาบุญครอง และสาขาศรีนครินทร์ ผลการวิจัย พบว่า ด้านของข้อมูลทั่วไป ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 5,000-14,999 บาท ด้านข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการใช้ศูนย์บริการ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสินค้าที่นำมารับบริการ ที่ระดับราคา 2,000-11,999 บาท ลูกค้าส่วนใหญ่มาใช้บริการเป็นครั้งแรก ประเภทของสินค้าที่เข้ารับบริการคือโทรศัพท์เคลื่อนที่มีอายุการใช้งานของสินค้านับจากวันที่ซื้อถึงวันที่ส่งซ่อมน้อยกว่า 1 ปี และเหตุผลของการเลือกเข้ารับบริการคือเป็นศูนย์บริการมาตรฐานและอยู่ใกล้และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับมาก ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านพนักงาน ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านความสะดวกและรวดเร็ว ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ ด้านราคาค่าใช้จ่าย ด้านคุณภาพการบริการและด้านการประสานงานการบริการ

ฤดี ปุงบางกะดี่ (2540: บทคัดย่อ) ศึกษาการรับรู้ภาวะสุขภาพและพฤติกรรมการดูแลตนเองของหญิงตั้งครรภ์วัยรุ่น พบว่า หญิงตั้งครรภ์วัยรุ่นมีพฤติกรรมการดูแลตนเอง โดยรวมอยู่ในระดับดี ร้อยละ 77.2 และในระดับดีปานกลาง ร้อยละ 22.8 แต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าการดูแลตนเองที่จำเป็นตามระยะพัฒนาการหญิงตั้งครรภ์วัยรุ่นร้อยละ 47.2 มีพฤติกรรมการดูแล ตนเอง อยู่ในระดับดีปานกลาง และร้อยละ 2.8 อยู่ในระดับไม่ค่อยดี ส่วนการรับรู้ภาวะสุขภาพพบว่า หญิงตั้งครรภ์วัยรุ่นมีการรับรู้ภาวะสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับถูกต้องมาก ร้อยละ 56.8และในระดับถูกต้องปานกลาง ร้อยละ 43.2 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้โอกาสเสี่ยงและความรุนแรงของภาวะแทรกซ้อน หญิงตั้งครรภ์วัยรุ่นร้อยละ 74.4 มีการรับรู้ภาวะสุขภาพถูกต้องปานกลาง และร้อยละ 3.2 มีการรับรู้ภาวะสุขภาพถูกต้องน้อย ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน พบว่า การรับรู้ภาวะสุขภาพและระดับการศึกษาเป็นกลุ่มทำนายที่ดีที่สุด สามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการดูแลตนเองของหญิงตั้งครรภ์วัยรุ่น ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มะลิวรรณ หมื่นแก้วกล้าวิชิต (2551: บทคัดย่อ)) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาวะสุขภาพแรงสนับสนุนทางสังคม เจตคติต่อการตั้งครรภ์และการฝากครรภ์ของสตรีตั้งครรภ์วัยรุ่น พบว่าการรับรู้ภาวะสุขภาพ แรงสนับสนุนทางสังคม เจตคติต่อการตั้งครรภ์มีความสัมพันธ์กับการฝากครรภ์ของสตรีตั้งครรภ์วัยรุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .266$, $p<.01$, $r = .303$, $p<.01$, $r = .358$, $p<.01$)

รุจิกานต์ ทองแฉล้ม (2550: บทคัดย่อ) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ สถานีตำรวจนครบาลดอนเมือง 2) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ สถานีตำรวจนครบาลดอนเมือง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างหลักในการบริการประชาชนของเจ้าหน้าที่ตำรวจกับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่มาใช้บริการบนสถานีตำรวจนครบาลดอนเมือง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่าที ค่าเอฟ วิธีเชฟเฟ่ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า

1) ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ สถานีตำรวจนครบาลดอนเมือง โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2) เปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจนครบาลดอนเมือง จำแนกตาม เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

กลุ่มงานที่ใช้บริการ มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ จำแนกตาม อายุ มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

3) หลักในการบริการประชาชนของเจ้าหน้าที่ตำรวจ กับความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจ สถานีตำรวจนครบาลดอนเมือง มีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับปานกลาง

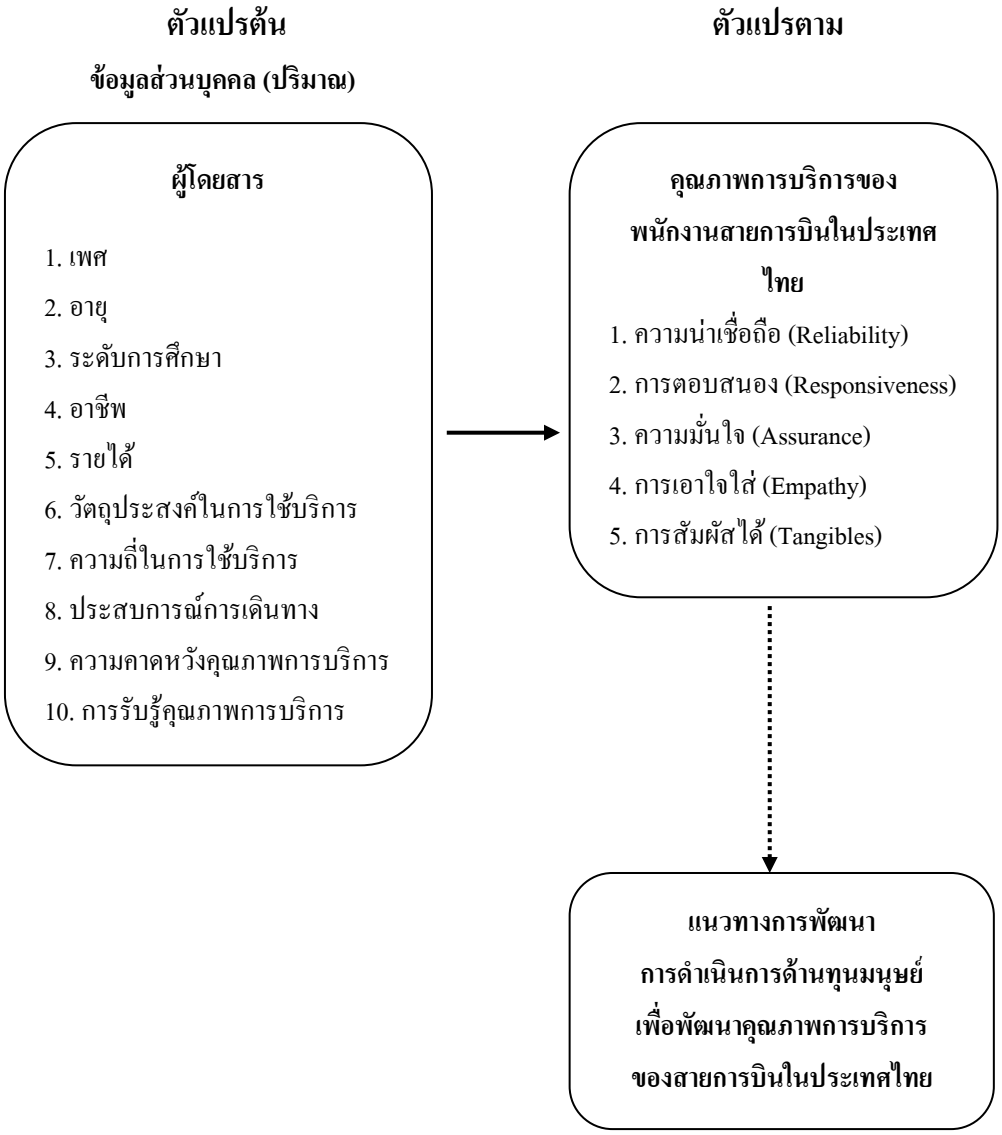
น้ำเพชร อยู่สกุล (2553: บทคัดย่อ) การศึกษาวิจัยเรื่อง ความเป็นเลิศในการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) ครั้งนี้ใช้ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัทการบินไทย (มหาชน)จำกัด เป็นตัวอย่างของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของสายการบินแห่งชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณลักษณะที่สำคัญระหว่างกลุ่มพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่มีผลการปฏิบัติงานบริการ ดีเลิศ ปานกลางและต่ำ รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของกลุ่มดีเลิศ ปานกลาง และต่ำ ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์ ใช้การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประเมินผลการปฏิบัติงานบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)ในปี ค.ศ.2008 จากผลการศึกษา พบว่าปัจจัยของคุณลักษณะของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความแตกต่างกันและมีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงานบริการส่งผลต่อความเป็นเลิศในการบริการตามลำดับความสำคัญได้แก่ บุคลิกของพนักงาน การทำงานเป็นทีมรองลงมา ความภักดีของพนักงาน ความรู้และทัศนคติที่ดีต่อการบริการ ความสามารถในการบริหาร และความพร้อมในการทำงาน ตามลำดับการฝึกอบรมมีอิทธิพลเชิงลบและอายุงานไม่มีผลต่อการปฏิบัติงาน

ภิญโญ วรรณสุข (2540: บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกและการวิเคราะห์อิทธิพลในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการศึกษาต่อของนักเรียนชั้นประถมศึกษาในเขต การศึกษา 11 ผลการวิจัยสรุปได้ว่าตัวแปรที่สามารถพยากรณ์อัตราส่วนแต้มต่อของความคาดหวังในการศึกษาต่อของ นักเรียน เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ตัวแปรผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รายได้ของผู้ปกครองมากกว่า 60,000 บาท ผู้ปกครองอาชีพเกษตรกรรม ความมุ่งหวัง ของผู้ปกครองที่จะให้บุตรได้รับการศึกษาขั้นสูง และระดับ การศึกษาของผู้ปกครอง ตามลำดับ

บทที่ 3

กรอบแนวคิด และวิธีการวิจัย

3.1 กรอบแนวคิด



ภาพที่ 3.1 กรอบแนวคิด

การศึกษาค้นคว้าเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และประเมินผลข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยจะอธิบายถึงการกำหนดประชากร การเก็บรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้

3.1 กรอบแนวคิด

3.2 วิธีการวิจัย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.2 วิธีการวิจัย

แนวทางในการจัดทำเก็บข้อมูลจากผู้โดยสารที่ได้รับบริการของสายการบินในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้หลักการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งดำเนินการจัดเก็บข้อมูล โดยการสำรวจและจัดเก็บข้อมูลจากผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งมีระเบียบวิธีการสำรวจทั้งในด้านการวางแผนการสุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดตัวอย่าง การเลือกตัวอย่าง ตลอดจนวิธีการสำรวจที่เป็นแบบแผนตามหลักสถิติ โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 ระเบียบวิธีการสำรวจ

เนื่องจากความจำกัดด้านระยะเวลา และงบประมาณของการศึกษาแนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทยนี้จะใช้วิธีการสำรวจด้วยวิธี Accidental Sampling เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยการเลือกตัวอย่างในลักษณะการบังเอิญพบ จากข้อมูลสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ปี พ.ศ.2555 (ITC Immigration Airport, National Airport Immigration Division อ้างถึงใน AOT Air Traffic 2012: 12)

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง โดยการวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่งที่ให้บริการผู้โดยสารเที่ยวบินระหว่างประเทศ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นโดยการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว

1) ประชากร คือ กลุ่มผู้โดยสารที่มีสัญชาติไทยที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศ จำนวน 6,484,390 คน (ITC Immigration Airport, National Airport Immigration Division อ้างถึงใน AOT Air Traffic 2012: 12)

2) แผนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดแผนการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยการเก็บข้อมูลจากผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในที่นี้เลือกวิธีสุ่มตัวอย่างแบบ Accidental Sampling โดยผู้วิจัยได้กำหนดคุณลักษณะของประชากรที่ศึกษา เพื่อเป็นคำถามคัดกรองสำหรับคัดเลือกผู้ที่เหมาะสมในการวิจัย โดยจะเริ่มต้นจากการสอบถามตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่เจาะจง แล้วจึงคัดกรองตัวอย่างตามกระบวนการ ซึ่งจะต้องมีรายละเอียดตามเงื่อนไข ดังนี้

(1) จะต้องเป็นผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง

(2) จะต้องเป็นประชากรไทย

(3) ทำการดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 22 เมษายน พ.ศ. 2556 ถึง วันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ .2556 บริเวณสายพานรับกระเป๋าและสัมภาระ ห้องโถงผู้โดยสารขาเข้า ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

3) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวนผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ผู้วิจัยกำหนด โดยขนาดของตัวอย่างได้มาจากการกำหนดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณทาโร่ยามาเน่ (Taroyamane) กำหนดค่าคาดเคลื่อนที่ .05 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนหน่วยตัวอย่าง

N แทน ขนาดประชากรเท่ากับ 6,484,390 คน

e แทน ความคลาดเคลื่อน เท่ากับ 0.05

การคำนวณ

$$n = \frac{6484390}{1+6484390(.05)^2}$$

$$n = 399.98$$

$$n \sim 400$$

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ชุด ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะต้องผ่านการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามชุดที่ 1 ก่อน แล้วจึงทำการเก็บข้อมูลในแบบสอบถามชุดที่ 2 โดยแบบสอบถามทั้ง 2 มีรายละเอียดดังนี้

ชุดที่ 1 เป็นแบบสอบถามเพื่อคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติตามงานวิจัย เรื่อง “แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย” เพื่อเป็นการกำหนดเงื่อนไขของผู้ที่มีคุณสมบัติสำหรับการเก็บข้อมูลของผู้วิจัยที่เป็นไปตามกระบวนการสุ่มตัวอย่างข้างต้น

ซึ่งมีเกณฑ์ของแบบสอบถามประกอบไปด้วย

1) จะต้องเป็นผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง

2) จะต้องเป็นประชากรไทย

โดยผู้ตอบแบบสอบถามชุดที่ 1 จะต้องมีคุณลักษณะตรงตามเงื่อนไขที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ทั้ง 2 ข้อ

ชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามเพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยโดยการสอบถามถึงความคิดเห็นของผู้โดยสารระหว่างประเทศที่ใช้บริการของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง โดยใช้แบบสอบถามตามแบบลิเคอร์ทสเกล (Likert Scale) ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามในเรื่องเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามเกี่ยวกับ

1) เพศ
2) อายุ
3) ระดับการศึกษา
4) อาชีพ
5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
6) จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้
7) ความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้

8) เคยเดินทางกับสายการบินอื่นหรือไม่

9) ปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการของสายการบินนี้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่งที่ทำหน้าที่ให้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศ โดยข้อคำถามจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ความคาดหวังก่อนรับบริการ และการรับรู้บริการหลังจากการใช้บริการ โดยแต่ละส่วนจะแยกตามหน้าที่ของพนักงานทั้ง 3 แผนก ได้แก่ พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) และพนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) แผนกละ 20 ข้อ (ทั้งความคาดหวังก่อนรับบริการ และการรับรู้บริการหลังจากการใช้บริการ) รวมทั้งสิ้น 60 ข้อ โดยส่วนที่ 1 เป็นข้อคำถามในช่องด้านซ้าย ถามสิ่งที่คาดหวังจากการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย และส่วนที่ 2 เป็นข้อคำถามในช่องด้านขวา ถามสิ่งที่ได้รับรู้จากการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ซึ่งคำถามในแต่ละแผนกประกอบไปด้วย 5 มิติหลักตามทฤษฎีการวัดคุณภาพการบริการ Parasuraman et al., (1985 อ้างถึงใน Fitzsimmons et al., 2011: 116-117) ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 2) การตอบสนอง (Responsiveness) 3) ความมั่นใจ (Assurance) 4) การเอาใจใส่ (Empathy) และ 5) การสัมผัสได้ Tangibles) ตามลำดับ

โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert's Scale แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ โดยที่

มากที่สุด	=	5	คะแนน
มาก	=	4	คะแนน
ปานกลาง	=	3	คะแนน
น้อย	=	2	คะแนน
น้อยที่สุด	=	1	คะแนน

ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย

3.3.1 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1) ศึกษาเอกสารบทความ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย เพื่อให้ได้ตัวแปรที่จะศึกษา และใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2) นำข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมมาสร้างแบบสอบถาม

3) นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย และเสนอแนะเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไข ผู้วิจัยนำคะแนนที่มาวิเคราะห์ประสิทธิภาพแบบสอบถาม จำนวน 30 ข้อ โดยผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องกับจุดประสงค์ (IOC) โดยกำหนดเป็นคะแนน +1 หรือ 0 หรือ -1 ตามสูตรการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (กาญจนา วัฒายุ, 2544 : 116) ดังนี้

สูตร $IOC = \frac{\sum R}{N}$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทุกคน

กำหนดเกณฑ์พิจารณารายการประเมิน จากเกณฑ์การพิจารณา

+1 หมายถึง แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงาน

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงาน

-1 หมายถึง แน่ใจว่าไม่มีความสอดคล้องกับการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงาน

รายนามผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบเครื่องมือ ได้แก่

1) ดร.น้ำเพชร อยู่สกุล ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคลการบริการภาคพื้น บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

2) ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์ ผู้อำนวยการโครงการบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาการจัดการบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

3) ดร.วลัยพร ริ้วตระกูลไพบูลย์ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ผลการพิจารณา แบบสอบถามการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในภาพรวมเฉลี่ย เท่ากับ 0.72 แสดงว่า แบบสอบถามการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย มีคุณภาพปานกลาง

4) ปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อแนะนำ และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบอีกครั้งเพื่อให้สมบูรณ์ก่อนการนำไปทดสอบความเชื่อมั่น

3.3.2 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค (Cronbach alpha coefficient อ้างถึงใน สุวิมล ติรกานันท์, 2554)

สูตร $\alpha_K = \frac{k}{k-1}\left(1-\frac{\sum S_i^2}{S_t^2}\right)$

เมื่อ α_K แทน ค่าความเชื่อมั่น

k แทน จำนวนข้อในแบบทดสอบ

S_i^2 แทน ความแปรปรวนรายข้อของแบบทดสอบ

S_t^2 แทน ค่าความแปรปรวนของแบบทดสอบ

ในการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามฉบับร่างไปทำการทดสอบกับกลุ่มทดลอง จำนวน 30 ชุด หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้จากการทดลองมาลงรหัสในเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามและทำการวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์สำหรับนำไปใช้กับประชากรที่ทำการวิจัย ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านความคาดหวังก่อนรับบริการ เท่ากับ 0.970 และด้านการรับรู้บริการหลังจากการใช้บริการ เท่ากับ 0.955

3.3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามโดยจากกระบวนการสุ่มตัวอย่างข้างต้น จำนวน 400 คน หลังจากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถามทุกฉบับ พบว่าแบบสอบถามมีข้อมูลครบถ้วนทุกฉบับ

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่างๆ เช่น หนังสือ ตำรา วิทยานิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าอิสระ และเอกสารวิชาการ เพื่อให้เนื้อหาที่ศึกษามีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ตามหลักทางสถิติ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) เพื่อให้ได้ผลของการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย โดยหลังจากรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว จึงได้นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้ และทำการวิเคราะห์ค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ในการวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) และค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปตาราง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์การประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำสนอในรูปตาราง วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยกำหนดค่าเฉลี่ยระดับคะแนนความคาดหวังก่อนการบริการ และคะแนนการรับรู้หลังรับการบริการ เป็น 5 ระดับโดยคำนวณ แล้วนำมาจัดช่วงคะแนนดังนี้

$$\text{ช่วงระดับคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

ระดับความคาดหวังก่อนการบริการ และระดับการรับรู้หลังรับการบริการตามขนาดของช่วงระดับคะแนน เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง มีความคาดหวัง/การรับรู้อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง มีความคาดหวัง/การรับรู้อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง มีความคาดหวัง/การรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง มีความคาดหวัง/การรับรู้อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง มีความคาดหวัง/การรับรู้อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์การประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปตาราง วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยกำหนดค่าเฉลี่ยระดับคะแนนผลต่างระหว่างความคาดหวังก่อนรับบริการ กับ การรับรู้หลังรับบริการ เป็น 3 ระดับ ได้แก่

1) การรับรู้คุณภาพบริการ เกินความคาดหวัง หมายถึง คุณภาพการบริการอยู่ในระดับสูง

2) การรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับความคาดหวัง หมายถึง คุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

3) การรับรู้คุณภาพบริการ ต่ำกว่าความคาดหวัง หมายถึง คุณภาพการบริการอยู่ในระดับต่ำ

$$\text{ช่วงระดับคะแนน} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{2-0}{3}$$

$$= 0.67$$

ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ตามขนาดของช่วงระดับคะแนน เป็นดังนี้

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1.36 - 2.00 หมายถึง คุณภาพการบริการอยู่ในระดับสูง

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.68 - 1.35 หมายถึง คุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 0.00 - 0.67 หมายถึง คุณภาพการบริการอยู่ในระดับต่ำ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังก่อนรับบริการกับการรับรู้หลังรับบริการ ทั้ง 5 มิติหลัก ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 2) การตอบสนอง (Responsiveness) 3) ความมั่นใจ (Assurance) 4) การเอาใจใส่ (Empathy) และ 5) การสัมผัสได้ (Tangibles) โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) หรือสถิติเชิงทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้โดยมีสมมติฐานคือ ความคาดหวังก่อนรับบริการ กับ การรับรู้หลังรับบริการ ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) หรือสถิติ

เชิงทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม และใช้สถิติ F-test (One-Way ANOVA) ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีสมมติฐานคือ

ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีคุณลักษณะทางประชากรได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบิน ความถี่ในการใช้บริการสายการบินและปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการของสายการบิน แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน

โดยกำหนดช่วงความเชื่อมั่นอยู่ที่ร้อยละ 95 และในกรณีที่ผลการวิจัยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการเปรียบเทียบระดับความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้สถิติ Least-Significant Different (LSD)

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาค้นคว้าเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย” ในครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้ผลวิเคราะห์ตามหลักทางสถิติ ให้ได้ผลของคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย

ผลการศึกษา: การวิเคราะห์ตามหลักสถิติ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง โดยวิธีการสำรวจด้วยวิธี Accidental Sampling เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยการเลือกตัวอย่างในลักษณะการบังเอิญพบ จากข้อมูลสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ปี พ.ศ. 2555 (ITC Immigration Airport, National Airport Immigration Division อ้างถึงใน AOT Air Traffic, 2012: 12) โดยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 400 คน หลังจากนั้นทำการตรวจแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด โดยนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลในแบบสอบถามทุกฉบับ พบว่า แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ครบถ้วนทุกฉบับ โดยผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่รวบรวมได้ สามารถจำแนกออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังก่อนรับบริการ การรับรู้หลังรับบริการ และการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือน จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ ความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้ ท่านเคยเดินทางกับสายการบินอื่นหรือไม่ และปัจจัยที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการของสายการบินนี้

ตารางที่ 4.1 ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	172	43.0
	หญิง	228	57.0
	รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ค่าความถี่และร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวอย่าง โดยจำแนกตามเพศ พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 และเพศชาย จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามช่วงอายุ

	ช่วงอายุ	ความถี่	ร้อยละ
อายุ	15-20	35	8.75
	21-30	84	21.00
	31-40	131	32.75
	41-50	87	21.75
	51-60	63	15.75
	รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.2 พบว่า อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 โดยช่วงอายุระหว่าง 41-50, 21-30, 51-60 และ 15-20 ปี มีความถี่เท่ากับ 87, 84, 63 และ 35 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 , 21.0, 15.75 และ 8.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ความถี่	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าประถมศึกษา	0	0.00
	ประถมศึกษา	9	2.25
	มัธยมศึกษาตอนต้น	17	4.25
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	48	12.00
	อนุปริญญา / ปวส.	16	4.00
	ปริญญาตรี	187	46.75
	สูงกว่าปริญญาตรี	123	30.75
	รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวนความถี่สูงสุดเท่ากับ 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 โดยมีระดับการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี, มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช, มัธยมศึกษาตอนต้น, อนุปริญญา/ปวส. และประถมศึกษา มีความถี่เท่ากับ 123, 48, 17, 16 และ 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75, 12.00, 4.25, 4.00 และ 2.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ความถี่	ร้อยละ
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	48	12.00
	เกษตรกร	3	0.75
	ค้าขาย / เจ้าของกิจการ	54	13.50
	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	11	2.75
	รับจ้างทั่วไป	44	11.00
	พนักงานบริษัท / ห้างร้าน	96	24.00
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	144	36.00
	รวม	**400**	**100.0**

จากตารางที่ 4.4 พบว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวนความถี่สูงสุด เท่ากับ 144 คิดเป็นร้อยละ 36.00 อาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน ค้าขาย/เจ้าของกิจการ นักเรียน/นักศึกษา รับจ้างทั่วไป พ่อบ้าน/แม่บ้าน และเกษตรกร มีจำนวนความถี่เท่ากับ 96, 54, 48, 44, 11 และ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00, 13.50, 12.00, 11.00, 2.75 และ 0.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ความถี่	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	31	7.75
	10,001-15,000 บาท	19	4.75
	15,001-20,000 บาท	49	12.25
	20,001-25,000 บาท	44	11.00
	25,001-30,000 บาท	36	9.00
	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	221	55.25
	รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.5 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตัวอย่างที่มีจำนวนมากที่สุด คือ มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป มีจำนวนความถี่ เท่ากับ 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท, 20,001-25,000 บาท, ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท, 25,001-30,000 บาท และ 10,001-15,000 บาท มีจำนวนความถี่เท่ากับ 49, 44, 36, 31, และ 19 คิดเป็นร้อยละ 12.25, 11.00, 9.00, 7.75 และ 4.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้

จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้		ความถี่	ร้อยละ
จุดประสงค์ฯ	ท่องเที่ยว / พักผ่อน	169	42.25
	ทำงาน / ธุรกิจ	172	43.00
	ไป / กลับจากภูมิลำเนา	59	14.75
	รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.6 พบว่า จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ คือ ทำงาน/ธุรกิจ มีจำนวนความถี่สูงสุด เท่ากับ 172 คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมา คือ ท่องเที่ยว/พักผ่อน และไป/ กลับจากภูมิลำเนา มีจำนวนความถี่สูงสุด เท่ากับ 169 และ 59 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 และ 14.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้

ความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้		ความถี่	ร้อยละ
ความถี่ฯ	ใช้บริการครั้งแรก	45	11.25
	1 - 5 ครั้งต่อปี	225	56.25
	6 – 10 ครั้งต่อปี	47	11.75
	มากกว่า 10 ครั้งต่อปี	83	20.75
	รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้ คือ 1-5 ครั้งต่อปี มีจำนวนความถี่สูงสุด เท่ากับ 225 คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมา คือ มากกว่า 10 ครั้งต่อปี, 6-10 ครั้งต่อปี และ ใช้บริการครั้งแรก มีจำนวนความถี่สูงสุด เท่ากับ 83, 47 และ 45 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75, 11.75 และ 11.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามประสบการณ์การเดินทางในสายการบินอื่น

ประสบการณ์การเดินทางในสายการบินอื่น		ความถี่	ร้อยละ
ประสบการณ์ฯ			
	เคย	347	86.75
	ไม่เคย	53	13.25
	รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์การเดินทางในสายการบินอื่น มีจำนวนความถี่ เท่ากับ 347 คิดเป็นร้อยละ 86.75 และผู้โดยสารที่ไม่เคยมีประสบการณ์การเดินทางในสายการบินอื่น มีจำนวนความถี่ เท่ากับ 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าความถี่และร้อยละของตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการของสายการบินนี้

ปัจจัยที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการของสายการบินนี้		ความถี่	ร้อยละ
ปัจจัยฯ	การโฆษณาประชาสัมพันธ์	66	16.50
	ภาพลักษณ์องค์กร	295	73.75
	ปากต่อปากจากคนรู้จัก	39	9.75
	รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการของสายการบินนี้ คือ ภาพลักษณ์องค์กร มีจำนวนความถี่สูงสุด เท่ากับ 295 คิดเป็นร้อยละ 73.75 รองลงมา คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ ปากต่อปากจากคนรู้จัก มีจำนวนความถี่สูงสุด เท่ากับ 66 และ 39 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 และ 9.75 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ความคาดหวังก่อนรับบริการ การรับรู้หลังรับบริการ และการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.10 ค่าระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง

ความคาดหวังก่อนรับบริการ	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	อันดับ (Rank)
ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)						
1. พนักงานออกบัตรที่นั่งให้ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง	400	1	5	4.53	0.743	3
2. พนักงานบริการท่านเหมือนกับผู้โดยสารท่านอื่น	400	2	5	4.45	0.735	9
3. พนักงานตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้องตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง	400	1	5	4.56	0.705	2

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ความคาดหวังก่อนรับบริการ	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	อันดับ (Rank)
ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)						
4. พนักงานเชิญท่านเข้าไปในบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบินตามเวลาที่ปรากฏอยู่บันบัตรที่นั่ง	400	1	5	4.27	0.859	22
5. พนักงานแจ้งหมายเลขสายพานรับสัมภาระให้ท่านทราบอย่างถูกต้อง	400	1	5	4.39	0.835	14
6. พนักงานบริการท่านเหมือนกับผู้โดยสารท่านอื่นขณะรอรับสัมภาระ	400	1	5	4.29	0.889	20
เฉลี่ยรวมด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	**400**	**1.67**	**5**	**4.41**	**0.632**	
ด้านการตอบสนอง (Responsiveness)						
1. พนักงานแก้ไขปัญหาให้ท่านอย่างรวดเร็ว	400	2	5	4.39	0.735	15
2. พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือท่านอย่างเต็มใจ	400	1	5	4.43	0.805	10
3. พนักงานมีความพร้อมที่จะดูแลท่านตลอดเวลาขณะที่รอขึ้นเครื่องบิน	400	1	5	4.22	0.872	25
4. พนักงานมีความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะบริการท่านขณะที่รอขึ้นเครื่องบิน	400	1	5	4.23	0.877	24
5. พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะบริการท่านขณะรอรับสัมภาระ	400	1	5	4.16	0.926	26
6. พนักงานมายืนบริเวณข้างสายพานรับสัมภาระพร้อมที่จะบริการท่าน	400	1	5	4.07	0.987	28
เฉลี่ยรวมด้านการตอบสนอง (Responsiveness)	**400**	**1.5**	**5**	**4.25**	**0.701**	
ด้านความมั่นใจ (Assurance)						
1. พนักงานพูดจาสุภาพ	400	1	5	4.57	0.744	1
2. พนักงานแสดงกิริยามารยาทที่ดีกับท่าน	400	1	5	4.52	0.791	4
3. พนักงานแจ้งหรือประกาศเวลาขึ้นเครื่องบินให้ท่านทราบ	400	1	5	4.42	0.784	11
4. พนักงานแสดงกิริยาสุภาพขณะให้บริการท่าน	400	1	5	4.51	0.719	5
5. พนักงานใช้ถ้อยคำสุภาพในการสื่อสารกับท่าน	400	1	5	4.39	0.810	12
6. พนักงานมีกิริยาท่าทางสุภาพอ่อนโยนขณะให้บริการท่าน	400	1	5	4.36	0.841	17
เฉลี่ยรวมด้านความมั่นใจ (Assurance)	**400**	**1.17**	**5**	**4.46**	**0.651**	
ด้านการเอาใจใส่ (Empathy)						
1. พนักงานใส่ใจในความต้องการของท่าน	400	1	5	4.39	0.780	13
2. พนักงานสอบถามท่านในการเลือกที่นั่งบนเครื่องบิน	400	1	5	4.24	0.877	23
3. พนักงานกล่าวทักท่ายท่าน เมื่อมาถึงบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน	400	1	5	4.27	0.936	21

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

ความคาดหวังก่อนรับบริการ	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	อันดับ (Rank)
ด้านการเอาใจใส่ (Empathy)						
4. พนักงานเอาใจใส่ดูแลท่าน ขณะที่นั่งรอในห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน	400	1	5	4.13	0.964	27
5. พนักงานกล่าวทักท่ายท่าน เมื่อมาถึงบริเวณสายพานรับสัมภาระ	400	1	5	4.04	0.995	29
6. พนักงานเอาใจใส่ท่านขณะรอรับสัมภาระ	400	1	5	4.03	1.033	30
เฉลี่ยรวมด้านการเอาใจใส่ (Reliability)	**1.17**	**5**	**4.18**	**0.757**	**1.17**	**5**
ด้านการสัมผัสได้ (Tangibles)						
1. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	400	1	5	4.50	0.792	6
2. พนักงานมีอุปกรณ์ในการทำงานพร้อมให้บริการท่านในการ Check-in	400	1	5	4.49	0.775	7
3. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	400	1	5	4.48	0.768	8
4. พนักงานมีอุปกรณ์การทำงานเพื่อให้บริการท่านขณะรอในห้องพักขึ้นเครื่องบิน	400	1	5	4.33	0.844	18
5. พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	400	1	5	4.38	0.877	16
6. พนักงานมีวิทยุสื่อสารไว้ใช้ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	400	1	5	4.30	0.878	19
เฉลี่ยรวมด้านการสัมผัสได้ (Tangibles)	**400**	**1.17**	**5**	**4.41**	**0.679**	
เฉลี่ยรวมความคาดหวังก่อนรับบริการ	**400**	**1.37**	**5**	**4.34**	**0.641**	

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ค่าระดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่งพบว่า ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.34 คือ มีระดับความคาดหวังก่อนรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.641

เมื่อพิจารณาในแต่ละมิติที่มีระดับความคาดหวังก่อนรับบริการสูงที่สุดอันดับที่ 1 ได้แก่ ด้านความมั่นใจ (Assurance) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 คือ มีระดับความคาดหวังก่อนรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.651 รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการสัมผัสได้ (Tangibles) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) และด้านการเอาใจใส่ (Empathy) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41, 4.41, 4.25 และ 4.18 มีระดับความคาดหวังก่อนรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด, มากที่สุด, มากที่สุด และมาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.632, 0.679, 0.701 และ 0.757 ตามลำดับ

ซึ่งสามารถเรียงลำดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง เป็นรายข้อดังจะเห็นได้จากตารางที่ 4.11 ดังนี้

ตารางที่ 4.11 อันดับความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง

อันดับ (Rank)	ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง
1	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) พูดจาสุภาพ
2	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) ตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้องตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง
3	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) ออกบัตรที่นั่งให้ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง
4	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) แสดงกิริยามารยาทที่ดีกับท่าน
5	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) แสดงกิริยาสุภาพขณะให้บริการท่าน
6	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) แต่งกายสุภาพเรียบร้อย
7	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) มีอุปกรณ์ในการทำงานพร้อมให้บริการท่านในการ Check-in
8	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) แต่งกายสุภาพเรียบร้อย
9	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) บริการท่านเหมือนกับผู้โดยสารท่านอื่น
10	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) มีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือท่านอย่างเต็มใจ
11	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) แจ้งหรือประกาศเวลาขึ้นเครื่องบินให้ท่านทราบ
12	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) ใช้ถ้อยคำที่สุภาพในการสื่อสารกับท่าน
13	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) ใส่ใจในความต้องการของท่าน
14	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) แจ้งหมายเลขสายพานรับสัมภาระให้ท่านทราบอย่างถูกต้อง
15	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) แก้ไขปัญหาให้ท่านอย่างรวดเร็ว
16	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) แต่งกายสะอาดเรียบร้อย
17	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) มีกิริยาท่าทางสุภาพอ่อนโยนขณะให้บริการท่าน
18	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) มีอุปกรณ์การทำงานเพื่อให้บริการท่าน ขณะรอในห้องพักขึ้นเครื่องบิน
19	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) มีวิทยุสื่อสารไว้ใช้ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
20	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) บริการท่านเหมือนกับผู้โดยสารท่านอื่น ขณะรอรับสัมภาระ
21	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) กล่าวทักทายท่าน เมื่อมาถึงบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน
22	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) เชิญท่านเข้าไปในบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน ตามเวลาที่ปรากฏอยู่บนบัตรที่นั่ง

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

อันดับ (Rank)	ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง
23	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) สอบถามท่านในการเลือกที่นั่งบนเครื่องบิน
24	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) มีความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะบริการท่าน ขณะที่รอขึ้นเครื่องบิน
25	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) มีความพร้อมที่จะดูแลท่านตลอดเวลาขณะที่รอขึ้นเครื่องบิน
26	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) มีความกระตือรือร้นที่จะบริการท่าน ขณะรอรับสัมภาระ
27	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) เอาใจใส่ดูแลท่าน ขณะที่นั่งรอในห้องพักขึ้นเครื่องบิน
28	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) มายืนบริเวณข้างสายพานรับสัมภาระ พร้อมที่จะบริการท่าน
29	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) กล่าวทักทายท่าน เมื่อมาถึงบริเวณสายพานรับสัมภาระ
30	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) เอาใจใส่ท่านขณะรอรับสัมภาระ

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 5 อันดับแรก สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

อันดับที่ 1 ได้แก่ ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) พูดจาสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 คือ มีระดับความคาดหวังก่อนรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.744

อันดับที่ 2 ได้แก่ ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) ตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้อง ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 คือ มีระดับความคาดหวังก่อนรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.705

อันดับที่ 3 ได้แก่ ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) ออกบัตรที่นั่งให้ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 คือ มีระดับความคาดหวังก่อนรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.743

อันดับที่ 4 ได้แก่ ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in

Staff) แสดงกิริยามารยาทที่ดีกับท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 คือ มีระดับความคาดหวังก่อนรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.791

อันดับที่ 5 ได้แก่ ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) แสดงกิริยาสุภาพขณะให้บริการท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 คือ มีระดับความคาดหวังก่อนรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.719

ตารางที่ 4.12 ค่าระดับการรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง

ความคาดหวังก่อนรับบริการ	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	อันดับ (Rank)
ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)						
1. พนักงานออกบัตรที่นั่งให้ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง	400	1	5	4.38	0.824	4
2. พนักงานบริการท่านเหมือนกับผู้โดยสารท่านอื่น	400	1	5	4.29	0.810	8
3. พนักงานตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้องตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง	400	1	5	4.45	0.773	3
4. พนักงานเชิญท่านเข้าไปในบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบินตามเวลาที่ปรากฏอยู่บนบัตรที่นั่ง	400	1	5	3.79	1.015	22
5. พนักงานแจ้งหมายเลขสายพานรับสัมภาระให้ท่านทราบอย่างถูกต้อง	400	1	5	3.97	0.918	19
6. พนักงานบริการท่านเหมือนกับผู้โดยสารท่านอื่นขณะรอรับสัมภาระ	400	1	5	3.93	0.931	20
เฉลี่ยรวมด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	400	1.17	5	4.14	0.656	
ด้านการตอบสนอง (Responsiveness)						
1. พนักงานแก้ไขปัญหาให้ท่านอย่างรวดเร็ว	400	1	5	4.07	0.832	13
2. พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือท่านอย่างเต็มใจ	400	1	5	4.05	0.900	14
3. พนักงานมีความพร้อมที่จะดูแลท่านตลอดเวลาขณะที่รอขึ้นเครื่องบิน	400	1	5	3.72	1.009	23
4. พนักงานมีความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะบริการท่านขณะที่รอขึ้นเครื่องบิน	400	1	5	3.71	1.021	25
5. พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะบริการท่านขณะรอรับสัมภาระ	400	1	5	3.64	0.965	26
6. พนักงานมายืนบริเวณข้างสายพานรับสัมภาระพร้อมที่จะบริการท่าน	400	1	5	3.39	1.126	30
เฉลี่ยรวมด้านการตอบสนอง (Responsiveness)	400	1.17	5	3.76	0.761	

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

ความคาดหวังก่อนรับบริการ	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	อันดับ (Rank)
ด้านความมั่นใจ (Assurance)						
1. พนักงานพูดจาสุภาพ	400	1	5	4.32	0.829	6
2. พนักงานแสดงกิริยามารยาทที่ดีกับท่าน	400	1	5	4.25	0.830	9
3. พนักงานแจ้งหรือประกาศเวลาขึ้นเครื่องบินให้ท่านทราบ	400	1	5	4.20	0.852	11
4. พนักงานแสดงกิริยาสุภาพขณะให้บริการท่าน	400	1	5	4.31	0.833	7
5. พนักงานใช้ถ้อยคำสุภาพในการสื่อสารกับท่าน	400	1	5	4.09	0.941	12
6. พนักงานมีกิริยาท่าทางสุภาพอ่อนโยนขณะให้บริการท่าน	400	1	5	4.03	0.923	17
เฉลี่ยรวมด้านความมั่นใจ (Assurance)	**400**	**1.33**	**5**	**4.20**	**0.688**	
ด้านการเอาใจใส่ (Empathy)						
1. พนักงานใส่ใจในความต้องการของท่าน	400	1	5	4.02	0.871	18
2. พนักงานสอบถามท่านในการเลือกที่นั่งบนเครื่องบิน	400	1	5	3.72	1.042	24
3. พนักงานกล่าวทักท่ายท่าน เมื่อมาถึงบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน	400	1	5	3.91	1.073	21
4. พนักงานเอาใจใส่ดูแลท่าน ขณะที่นั่งรอในห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน	400	1	5	3.60	1.030	27
5. พนักงานกล่าวทักท่ายท่าน เมื่อมาถึงบริเวณสายพานรับสัมภาระ	400	1	5	3.40	1.159	29
6. พนักงานเอาใจใส่ท่านขณะรอรับสัมภาระ	400	1	5	3.40	1.122	28
เฉลี่ยรวมด้านการเอาใจใส่ (Reliability)	**400**	**1**	**5**	**3.67**	**0.811**	
ด้านการสัมผัสได้ (Tangibles)						
1. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	400	1	5	4.48	0.771	1
2. พนักงานมีอุปกรณ์ในการทำงานพร้อมให้บริการท่านในการ Check-in	400	1	5	4.37	0.797	5
3. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	400	1	5	4.46	0.777	2
4. พนักงานมีอุปกรณ์การทำงานเพื่อให้บริการท่านขณะรอในห้องพักขึ้นเครื่องบิน	400	1	5	4.04	0.931	16
5. พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	400	1	5	4.23	0.908	10
6. พนักงานมีวิทยุสื่อสารไว้ใช้ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	400	1	5	4.04	0.991	15
เฉลี่ยรวมด้านการสัมผัสได้ (Tangibles)	**400**	**1.17**	**5**	**4.27**	**0.673**	
เฉลี่ยรวมความคาดหวังก่อนรับบริการ	**400**	**1.3**	**5**	**4.01**	**0.647**	

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ค่าระดับการรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง พบว่า การรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 คือ มีระดับการรับรู้หลังรับบริการอยู่ในระดับ มาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.647

พิจารณาในรายด้านที่มีระดับการรับรู้หลังรับบริการสูงที่สุดอันดับที่ 1 ได้แก่ ด้านการสัมผัสได้ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 คือ มีระดับการรับรู้หลังรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.673 รองลงมา คือ ด้านความมั่นใจ (Assurance) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านการตอบสนอง (Responsiveness) และด้านการเอาใจใส่ (Empathy) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20, 4.14, 3.76 และ 3.67 มีระดับการรับรู้หลังรับบริการอยู่ในระดับ มาก, มาก, มาก และมาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.688, 0.656, 0.761 และ 0.811 ตามลำดับ

ซึ่งสามารถเรียงลำดับการรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง เป็นรายข้อดังจะเห็นได้จากตารางที่ 4.13 ดังนี้

ตารางที่ 4.13 อันดับการรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง

อันดับ (Rank)	ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง
1	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) แต่งกายสุภาพเรียบร้อย
2	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff)แต่งกายสุภาพเรียบร้อย
3	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff)ตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้อง ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง
4	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) ออกบัตรที่นั่งให้ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง
5	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) มีอุปกรณ์ในการทำงานพร้อมให้บริการท่านในการ Check-in
6	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) พูดจาสุภาพ
7	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) แสดงกิริยาสุภาพขณะให้บริการท่าน
8	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) บริการท่านเหมือนกับผู้โดยสารท่านอื่น
9	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) แสดงกิริยามารยาทที่ดีกับท่าน
10	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) แต่งกายสะอาดเรียบร้อย
11	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) แจ้งหรือประกาศเวลาขึ้นเครื่องบินให้ท่านทราบ
12	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) ใช้ถ้อยคำที่สุภาพในการสื่อสารกับท่าน
13	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) แก้ไขปัญหาให้ท่านอย่างรวดเร็ว

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

อันดับ (Rank)	ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง
14	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) มีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือท่านอย่างเต็มใจ
15	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) มีวิทยุสื่อสารไว้ใช้ประสานงานกับหน่วยงานที่
16	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) มีอุปกรณ์การทำงานเพื่อให้บริการท่าน ขณะรอในห้องพักขึ้นเครื่องบิน
17	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) มีกิริยาท่าทางสุภาพอ่อนโยนขณะให้บริการท่าน
18	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) ใส่ใจในความต้องการของท่าน
19	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) แจ้งหมายเลขสายพานรับสัมภาระให้ท่านทราบอย่างถูกต้อง
20	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) บริการท่านเหมือนกับผู้โดยสารท่านอื่น ขณะรอรับสัมภาระ
21	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) กล่าวทักทายท่าน เมื่อมาถึงบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน
22	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) เชิญท่านเข้าไปในบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน ตามเวลาที่ปรากฏอยู่บนบัตรที่นั่ง
23	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) มีความพร้อมที่จะดูแลท่านตลอดเวลาขณะที่รอขึ้นเครื่องบิน
24	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) สอบถามท่านในการเลือกที่นั่งบนเครื่องบิน
25	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) มีความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะบริการท่าน ขณะที่รอขึ้นเครื่องบิน
26	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) มีความกระตือรือร้นที่จะบริการท่าน ขณะรอรับสัมภาระ
27	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) เอาใจใส่ดูแลท่าน ขณะที่นั่งรอในห้องพักขึ้นเครื่องบิน
28	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) เอาใจใส่ท่านขณะรอรับสัมภาระ
29	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) กล่าวทักทายท่าน เมื่อมาถึงบริเวณสายพานรับสัมภาระ
30	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) มายืนบริเวณข้างสายพานรับสัมภาระ พร้อมที่จะบริการท่าน

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 5 อันดับแรก สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

อันดับที่ 1 ได้แก่ การรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) แต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 คือ มีระดับการรับรู้หลังรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.771

อันดับที่ 2 ได้แก่ การรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff)

แต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 คือ มีระดับการรับรู้หลังรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.777

อันดับที่ 3 ได้แก่ การรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) ตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้อง ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 คือ มีระดับการรับรู้หลังรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.773

อันดับที่ 4 ได้แก่ การรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานพนักงานตรวจรับบัตร โดยสาร (Check-in Staff) ออกบัตรที่นั่งให้ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 คือ มีระดับการรับรู้หลังรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.824

อันดับที่ 5 ได้แก่ การรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่งในเรื่องพนักงานพนักงานพนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) มีอุปกรณ์ในการทำงานพร้อมให้บริการท่านในการ Check-in มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 คือมีระดับการรับรู้หลังรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุดและมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.797

ตารางที่ 4.14 ค่าระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง

ความคาดหวังก่อนรับบริการ	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	อันดับ (Rank)
ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)						
1. พนักงานออกบัตรที่นั่งให้ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง	400	0	2	0.88	0.473	6
2. พนักงานบริการท่านเหมือนกับผู้โดยสารท่านอื่น	400	0	2	0.88	0.490	7
3. พนักงานตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้องตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง	400	0	2	0.90	0.454	4
4. พนักงานเชิญท่านเข้าไปในบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบินตามเวลาที่ปรากฏอยู่บันบัตรที่นั่ง	400	0	2	0.71	0.600	21
5. พนักงานแจ้งหมายเลขสายพานรับสัมภาระให้ท่านทราบอย่างถูกต้อง	400	0	2	0.69	0.560	25
6. พนักงานบริการท่านเหมือนกับผู้โดยสารท่านอื่นขณะรอรับสัมภาระ	400	0	2	0.73	0.568	19
เฉลี่ยรวมด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	**400**	**0**	**2**	0.80	0.344	

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ความคาดหวังก่อนรับบริการ	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	อันดับ (Rank)
ด้านการตอบสนอง (Responsiveness)						
1. พนักงานแก้ไขปัญหาให้ท่านอย่างรวดเร็ว	400	0	2	0.75	0.569	17
2. พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือท่านอย่างเต็มใจ	400	0	2	0.73	0.556	20
3. พนักงานมีความพร้อมที่จะดูแลท่านตลอดเวลาขณะที่รอขึ้นเครื่องบิน	400	0	2	0.70	0.634	22
4. พนักงานมีความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะบริการท่านขณะที่รอขึ้นเครื่องบิน	400	0	2	0.69	0.618	26
5. พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะบริการท่านขณะรอรับสัมภาระ	400	0	2	0.65	0.620	27
6. พนักงานมายืนบริเวณข้างสายพานรับสัมภาระพร้อมที่จะบริการท่าน	400	0	2	0.63	0.613	30
เฉลี่ยรวมด้านการตอบสนอง (Responsiveness)	**400**	**0**	**2**	0.69	0.458	
ด้านความมั่นใจ (Assurance)						
1. พนักงานพูดจาสุภาพ	400	0	2	0.78	0.505	14
2. พนักงานแสดงกิริยามารยาทที่ดีกับท่าน	400	0	2	0.78	0.559	15
3. พนักงานแจ้งหรือประกาศเวลาขึ้นเครื่องบินให้ท่านทราบ	400	0	2	0.85	0.561	8
4. พนักงานแสดงกิริยาสุภาพขณะให้บริการท่าน	400	0	2	0.85	0.567	9
5. พนักงานใช้ถ้อยคำสุภาพในการสื่อสารกับท่าน	400	0	2	0.78	0.538	13
6. พนักงานมีกิริยาท่าทางสุภาพอ่อนโยนขณะให้บริการท่าน	400	0	2	0.77	0.537	16
เฉลี่ยรวมด้านความมั่นใจ (Assurance)	**400**	**0**	**2**	0.80	0.418	
ด้านการเอาใจใส่ (Empathy)						
1. พนักงานใส่ใจในความต้องการของท่าน	400	0	2	0.73	0.568	18
2. พนักงานสอบถามท่านในการเลือกที่นั่งบนเครื่องบิน	400	0	2	0.70	0.596	23
3. พนักงานกล่าวทักท่ายท่าน เมื่อมาถึงบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน	400	0	2	0.79	0.606	12
4. พนักงานเอาใจใส่ดูแลท่าน ขณะที่นั่งรอในห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน	400	0	2	0.69	0.638	24
5. พนักงานกล่าวทักท่ายท่าน เมื่อมาถึงบริเวณสายพานรับสัมภาระ	400	0	2	0.65	0.612	28
6. พนักงานเอาใจใส่ท่านขณะรอรับสัมภาระ	400	0	2	0.64	0.607	29
เฉลี่ยรวมด้านการเอาใจใส่ (Reliability)	**400**	**0**	**2**	0.70	0.459	

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

ความคาดหวังก่อนรับบริการ	จำนวน (N)	ค่าต่ำสุด (Min)	ค่าสูงสุด (Max)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	อันดับ (Rank)
ด้านการสัมผัสได้ (Tangibles)						
1. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	400	0	2	0.97	0.433	2
2. พนักงานมีอุปกรณ์ในการทำงานพร้อมให้บริการท่านในการ Check-in	400	0	2	0.90	0.494	3
3. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	400	0	2	0.97	0.427	1
4. พนักงานมีอุปกรณ์การทำงานเพื่อให้บริการท่านขณะรอในห้องพักขึ้นเครื่องบิน	400	0	2	0.79	0.549	11
5. พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	400	0	2	0.89	0.482	5
6. พนักงานมีวิทยุสื่อสารไว้ใช้ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	400	0	2	0.82	0.545	10
เฉลี่ยรวมด้านการสัมผัสได้ (Tangibles)	**400**	**0**	**2**	0.89	0.339	
เฉลี่ยรวมความคาดหวังก่อนรับบริการ	**400**	**0**	**2**	0.78	0.362	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ค่าระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง พบว่า การรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.78 คือ มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับความคาดหวัง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.362 แสดงว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาในแต่ละมิติของการรับรู้คุณภาพการบริการ พบว่า มิติการรับรู้คุณภาพบริการสูงที่สุดอันดับที่ 1 ได้แก่ ด้านการสัมผัสได้ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.89 คือ มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับความคาดหวัง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.339 รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านความมั่นใจ (Assurance) ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) และด้านการตอบสนอง (Responsiveness) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.80, 0.80, 0.70 และ 0.69 มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับความคาดหวัง ทั้ง 4 มิติ และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.344, 0.418, 0.459 และ 0.458 ตามลำดับ

ซึ่งสามารถเรียงลำดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง เป็นรายข้อดังจะเห็นได้จากตารางที่ 4.15 ดังนี้

ตารางที่ 4.15 อันดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง

อันดับ (Rank)	ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง
1	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) แต่งกายสุภาพเรียร้อย
2	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) แต่งกายสุภาพเรียบร้อย
3	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) มีอุปกรณ์ในการทำงานพร้อมให้บริการท่านในการ Check-in
4	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff)ตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้อง ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง
5	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) แต่งกายสะอาดเรียบร้อย
6	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) ออกบัตรที่นั่งให้ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง
7	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) บริการท่านเหมือนกับผู้โดยสารท่านอื่น
8	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) แจ้งหรือประกาศเวลาขึ้นเครื่องบินให้ท่านทราบ
9	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) แสดงกิริยาสุภาพขณะให้บริการท่าน
10	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) มีวิทยุสื่อสารไว้ใช้ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
11	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) มีอุปกรณ์การทำงานเพื่อให้บริการท่าน ขณะรอในห้องพักขึ้นเครื่องบิน
12	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) กล่าวทักทายท่าน เมื่อมาถึงบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน
13	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) ใช้ถ้อยคำที่สุภาพในการสื่อสารกับท่าน
14	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) พูดจาสุภาพ
15	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) แสดงกิริยามารยาทที่ดีกับท่าน
16	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) มีกิริยาท่าทางสุภาพอ่อนโยนขณะให้บริการท่าน
17	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) แก้ไขปัญหาให้ท่านอย่างรวดเร็ว
18	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) ใส่ใจในความต้องการของท่าน
19	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) บริการท่านเหมือนกับผู้โดยสารท่านอื่น ขณะรอรับสัมภาระ
20	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) มีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือท่านอย่างเต็มใจ
21	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) เชิญท่านเข้าไปในบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน ตามเวลาที่ปรากฏอยู่บนบัตรที่นั่ง
22	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) มีความพร้อมที่จะดูแลท่านตลอดเวลาขณะที่รอขึ้นเครื่องบิน
23	พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) สอบถามท่านในการเลือกที่นั่งบนเครื่องบิน
24	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) เอาใจใส่ดูแลท่าน ขณะที่นั่งรอในห้องพักขึ้นเครื่องบิน
25	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) แจ้งหมายเลขสายพานรับสัมภาระให้ท่านทราบอย่างถูกต้อง
26	พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) มีความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะบริการท่าน ขณะที่รอขึ้นเครื่องบิน
27	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) บริการท่านเหมือนกับผู้โดยสารท่านอื่น ขณะรอรับสัมภาระ

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

อันดับ (Rank)	ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง
28	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) กล่าวทักทายท่าน เมื่อมาถึงบริเวณสายพานรับสัมภาระ
29	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) เอาใจใส่ท่านขณะรอรับสัมภาระ
30	พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) มายืนบริเวณข้างสายพานรับสัมภาระ พร้อมที่จะบริการท่าน

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 5 อันดับแรก สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

อันดับที่ 1 ได้แก่ การรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) แต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.97 คือ มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับความคาดหวัง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.427 แสดงว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง

อันดับที่ 2 ได้แก่ การรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) แต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.97 คือ มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับความคาดหวัง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.433 แสดงว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง

อันดับที่ 3 ได้แก่ การรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) มีอุปกรณ์ในการทำงานพร้อมให้บริการท่านในการ Check-in มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.90 คือ มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับความคาดหวัง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.494 แสดงว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง

อันดับที่ 4 ได้แก่ การรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) ตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้อง ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.90 คือ มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับความคาดหวัง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.454 แสดงว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง

อันดับที่ 5 ได้แก่ การรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) แต่งกายสะอาดเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.89 คือ มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับความคาดหวัง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.482 แสดงว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

งานวิจัยครั้งนี้ มีสมมติฐานทั้งหมด 4 ข้อ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติดังนี้

ข้อที่ 1 จะทำการทดสอบด้วยสถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)

ข้อที่ 2.1 จะทำการทดสอบด้วยสถิติ T-test

ข้อที่ 2.2-2.8 จะทำการทดสอบด้วยสถิติ One-Way (ANOVA)

ทั้งนี้ ในการวิเคราะห์สมมติฐาน จะวิเคราะห์ตามระดับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ซึ่งเขียนสมมติฐานทางสถิติ และมีผลการทดสอบ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังก่อนรับบริการ กับการรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง

H_0: ความคาดหวังก่อนรับบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง

H_1: ความคาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง

ตารางที่ 4.16 การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังก่อนรับบริการกับการรับรู้หลังรับบริการ ทั้ง 5 มิติหลัก

ความคาดหวังก่อนรับบริการ	การรับรู้หลังรับบริการ											
	ด้านความน่าเชื่อถือ		ด้านการตอบสนอง		ด้านความมั่นใจ		ด้านการเอาใจใส่		ด้านการสัมผัสได้		ภาพรวม	
	r	p-value	r	p-value	r	p-value	r	p-value	r	p-value	r	p-value
ด้านความน่าเชื่อถือ	.72**	.000	.44**	.000	.56**	.000	.37**	.000	.66**	.000	.60**	.000
ด้านการตอบสนอง	.58**	.000	.47**	.000	.51**	.000	.41**	.000	.61**	.000	.57**	.000
ด้านความมั่นใจ	.64**	.000	.42**	.000	.65**	.000	.39**	.000	.70**	.000	.61**	.000
ด้านการเอาใจใส่	.54**	.000	.44**	.000	.50**	.000	.45**	.000	.61**	.000	.56**	.000
ด้านการสัมผัสได้	.64**	.000	.45**	.000	.62**	.000	.43**	.000	.76**	.000	.63**	.000
ภาพรวม	**.66****	**.000**	**.47****	**.000**	**.60****	**.000**	**.44****	**.000**	**.71****	**.000**	**.63****	**.000**

หมายเหตุ: ** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

n = 400

จากตารางที่ 4.16 พบว่า การทดสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังก่อนรับบริการกับการรับรู้หลังรับบริการทั้ง 5 มิติหลัก ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 2) การตอบสนอง (Responsiveness) 3. ความมั่นใจ (Assurance) 4) การเอาใจใส่ (Empathy) และ 5) การสัมผัสได้ (Tangibles) ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคาดหวังก่อนรับบริการ กับ การรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในภาพรวม มีค่า P-value เท่ากับ .000, .000, .000, .000, .000 และ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ซึ่งในรายด้านก็เช่นเดียวกัน จึงสรุปได้ว่า ระดับความคาดหวังก่อนรับบริการกับการรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ทั้งภาพรวมและรายด้าน มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย H_1 คือ ความคาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการของ

ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในทิศทางเดียวกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีคุณลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ ความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้ และปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการของสายการบินนี้ แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1

H_0: ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

H_1: ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร–เพศ

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	ระดับการรับรู้คุณภาพฯ				t
	เพศชาย n = 172		เพศหญิง n = 228		
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.	
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	0.85	0.339	0.76	0.343	0.014*
2. ด้านการตอบสนอง	0.75	0.457	0.65	0.455	0.027*
3. ด้านความมั่นใจ	0.88	0.392	0.75	0.427	0.001*
4. ด้านการเอาใจใส่	0.79	0.445	0.64	0.459	0.002*
5. ด้านการสัมผัสได้	0.95	0.329	0.85	0.341	0.007*
ภาพรวม	**0.84**	**0.355**	**0.73**	**0.360**	**0.002***

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

n = 400

จากตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร-เพศ พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวมและรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย มากกว่าเพศชาย

สมมติฐานที่ 2.2

H_0: ผู้โดยสารระหว่างประเทศที่ได้รับบริการของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

H_1: ผู้โดยสารระหว่างประเทศที่ได้รับบริการของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่งที่มีอายุแตกต่างกันจะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร-อายุ

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	อายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	15-20 ปี	0.84	0.300	1.455	0.215
	21-30 ปี	0.85	0.364		
	31-40 ปี	0.76	0.340		
	41-50 ปี	0.76	0.339		
	51-60 ปี	0.83	0.346		
2. ด้านการตอบสนอง	15-20 ปี	0.78	0.420	2.834	0.024*
	21-30 ปี	0.77	0.481		
	31-40 ปี	0.61	0.449		
	41-50 ปี	0.62	0.439		
	51-60 ปี	0.77	0.463		

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	อายุ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
3. ด้านความมั่นใจ	15-20 ปี	0.96	0.388	2.755	0.028*
	21-30 ปี	0.82	0.410		
	31-40 ปี	0.74	0.421		
	41-50 ปี	0.76	0.406		
	51-60 ปี	0.88	0.431		
4. ด้านการเอาใจใส่	15-20 ปี	0.77	0.388	2.429	0.047*
	21-30 ปี	0.77	0.480		
	31-40 ปี	0.61	0.452		
	41-50 ปี	0.67	0.466		
	51-60 ปี	0.78	0.445		
5. ด้านการสัมผัสได้	15-20 ปี	0.99	0.276	1.349	0.251
	21-30 ปี	0.90	0.370		
	31-40 ปี	0.84	0.347		
	41-50 ปี	0.89	0.312		
	51-60 ปี	0.91	0.345		
ภาพรวม	15-20 ปี	0.87	0.290	2.438	0.047*
	21-30 ปี	0.82	0.381		
	31-40 ปี	0.71	0.359		
	41-50 ปี	0.74	0.352		
	51-60 ปี	0.83	0.370		

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

n = 400

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร- อายุ ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุแตกต่างกัน ในภาพรวม พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีระดับการ

รับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และเมื่อวิเคราะห์ในรายด้านจำแนกตามระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ทั้ง 5 ด้าน พบว่า อายุของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่แตกต่างกัน มีผลให้ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน ในด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านการเอาใจใส่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่าง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ในตารางที่ 4.16 – 4.19

ตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับอายุแตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม

อายุ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	1	2	3	4	5
15-20 ปี	1	0.87	-	0.04	0.05	0.13	0.16*
51-60 ปี	2	0.83		-	0.01	0.09	0.12*
21-30 ปี	3	0.82			-	0.08	0.11*
41-50 ปี	4	0.74				-	0.03
31-40 ปี	5	0.71					-

หมายเหตุ : *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับอายุแตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศที่ได้รับบริการของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในภาพรวม จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของ

สายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่

1) ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 15-20 ปี กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 31-40 ปี

2) ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 51-60 ปี กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 31-40 ปี

3) ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 21-30 ปี กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 31-40 ปี

ซึ่งผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 21-30 ปี, 51-60 ปี และ15-20ปี มีการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม มากกว่าผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 31-40 ปี ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับอายุแตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านการตอบสนอง

อายุ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	1	2	3	4	5
15-20 ปี	1	0.78	-	0.01	0.01	0.16	0.17
51-60 ปี	2	0.77		-	-	0.15	0.16*
21-30 ปี	3	0.77			-	0.15*	0.16*
41-50 ปี	4	0.62				-	0.01
31-40 ปี	5	0.61					-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับอายุแตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านการตอบสนอง เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในด้านการตอบสนอง จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้โดยสาร ที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านการตอบสนอง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่

1) ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 51-60 ปี กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่งที่มีอายุ 31-40 ปี

2) ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่งที่มีอายุ 21-30 ปี กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 41-50 ปี

3) ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 21-30 ปี กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 31-40 ปี

ซึ่งผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 51-60 ปี และ 21-30 ปี มีการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านการตอบสนอง มากกว่าผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 31-40 ปี ตามลำดับ และ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 21-30 ปี มีการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านการตอบสนอง มากกว่าผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 41-50 ปี

ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับอายุแตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านความมั่นใจ

อายุ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	1	2	3	4	5
15-20 ปี	1	0.96	-	0.08	0.14	0.20*	0.22*
51-60 ปี	2	0.88		-	0.04	0.12	0.14*
21-30 ปี	3	0.82			-	0.06	0.08
41-50 ปี	4	0.76				-	0.02
31-40 ปี	5	0.74					-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับอายุแตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านความมั่นใจ เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในด้านความมั่นใจ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านความมั่นใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่

1. ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 15-20 ปี กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่งที่มีอายุ 31-40 ปี
2. ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 15-20 ปี กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่งที่มีอายุ 41-50 ปี
3. ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 51-60 ปี กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 31-40 ปี

ซึ่งผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 15–20 ปี และ51–60 ปี มีการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านความมั่นใจ มากกว่าผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 31–40 ปี ตามลำดับ และ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 15–20 ปี มีการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านความมั่นใจ มากกว่าผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 41–50 ปี

ตารางที่ 4.22 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับอายุแตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านการเอาใจใส่

อายุ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	1	2	3	4	5
51-60 ปี	1	0.78	-	0.01	0.01	0.11	0.17*
21-30 ปี	2	0.77		-	-	0.10	0.11
15-20 ปี	3	0.77			-	0.10	0.16*
41-50 ปี	4	0.67				-	0.06
31-40 ปี	5	0.61					-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับอายุแตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านการเอาใจใส่ เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในด้านการเอาใจใส่ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านการเอาใจใส่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่

1) ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 51–60 ปี กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 31–40 ปี

2) ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 21- 30 ปี กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 31-40 ปี

ซึ่งผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 51-60 ปี และ 20-30 ปี มีการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในด้านการเอาใจใส่มากกว่าผู้โดยสารระหว่างประเทศที่ได้รับบริการของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุ 31-40 ปี ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.3

H_0: ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

H_1: ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร-ระดับการศึกษา

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	ประถมศึกษา	0.80	0.298	0.797	0.552
	มัธยมศึกษาตอนต้น	0.87	0.280		
	มัธยมศึกษาตอน ปลาย / ปวช.	0.84	0.293		
	อนุปริญญา / ปวส.	0.86	0.312		
	ปริญญาตรี	0.80	0.364		
	สูงกว่าปริญญาตรี	0.75	0.347		

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
2. ด้านการตอบสนอง	ประถมศึกษา	0.85	0.483	1.929	0.089
	มัธยมศึกษาตอนต้น	0.79	0.379		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	0.81	0.379		
	อนุปริญญา / ปวส.	0.76	0.370		
	ปริญญาตรี	0.69	0.464		
	สูงกว่าปริญญาตรี	0.61	0.485		
3. ด้านความมั่นใจ	ประถมศึกษา	0.91	0.494	2.061	0.070
	มัธยมศึกษาตอนต้น	0.91	0.237		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	0.93	0.350		
	อนุปริญญา / ปวส.	0.86	0.300		
	ปริญญาตรี	0.80	0.427		
	สูงกว่าปริญญาตรี	0.73	0.444		
4. ด้านการเอาใจใส่	ประถมศึกษา	0.74	0.400	1.160	0.328
	มัธยมศึกษาตอนต้น	0.84	0.342		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	0.76	0.356		
	อนุปริญญา / ปวส.	0.78	0.321		
	ปริญญาตรี	0.71	0.464		
	สูงกว่าปริญญาตรี	0.63	0.513		
5. ด้านการสัมผัสได้	ประถมศึกษา	0.93	0.205	1.091	0.365
	มัธยมศึกษาตอนต้น	0.89	0.202		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	0.98	0.289		
	อนุปริญญา / ปวส.	0.83	0.311		
	ปริญญาตรี	0.90	0.363		
	สูงกว่าปริญญาตรี	0.85	0.347		

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ภาพรวม	ประถมศึกษา	0.84	0.330	1.562	0.170
	มัธยมศึกษาตอนต้น	0.86	0.208		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	0.86	0.287		
	อนุปริญญา / ปวส.	0.82	0.282		
	ปริญญาตรี	0.78	0.375		
	สูงกว่าปริญญาตรี	0.72	0.390		

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

n = 400

จากตารางที่ 4.23 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร–ระดับการศึกษา พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4

H_0: ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

H_1: ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร–อาชีพ

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	นักเรียน/นักศึกษา	0.80	0.293	0.927	0.475
	เกษตรกร	0.83	0.165		
	ค้าขาย / เจ้าของกิจการ	0.82	0.308		
	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	0.79	0.373		
	รับจ้างทั่วไป	0.90	0.329		
	พนักงานบริษัท / ห้างร้าน	079	0.376		
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.76	0.354		
2. ด้านการตอบสนอง	นักเรียน/นักศึกษา	0.74	0.411	0.861	0.524
	เกษตรกร	0.67	0.438		
	ค้าขาย / เจ้าของกิจการ	0.62	0.437		
	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	0.64	0.471		
	รับจ้างทั่วไป	0.81	0.439		
	พนักงานบริษัท / ห้างร้าน	0.66	0.472		
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.69	0.479		
3. ด้านความมั่นใจ	นักเรียน/นักศึกษา	0.93	0.380	1.100	0.362
	เกษตรกร	0.83	0.165		
	ค้าขาย / เจ้าของกิจการ	0.80	0.403		
	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	0.71	0.466		
	รับจ้างทั่วไป	0.85	0.366		
	พนักงานบริษัท / ห้างร้าน	0.77	0.446		
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.78	0.430		

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
4. ด้านการเอาใจใส่	นักเรียน/นักศึกษา	0.75	0.401	1.120	0.350
	เกษตรกร	0.67	0.577		
	ค้าขาย / เจ้าของกิจการ	0.67	0.403		
	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	0.55	0.435		
	รับจ้างทั่วไป	0.83	0.490		
	พนักงานบริษัท / ห้างร้าน	0.65	0.476		
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.70	0.474		
5. ด้านการสัมผัสได้	นักเรียน/นักศึกษา	0.96	0.286	1.197	0.307
	เกษตรกร	1.00	0.170		
	ค้าขาย / เจ้าของกิจการ	0.87	0.372		
	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	0.91	0.293		
	รับจ้างทั่วไป	0.96	0.365		
	พนักงานบริษัท / ห้างร้าน	0.89	0.353		
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.85	0.327		
ภาพรวม	นักเรียน/นักศึกษา	0.83	0.290	0.947	0.461
	เกษตรกร	0.80	0.288		
	ค้าขาย/เจ้าของกิจการ	0.76	0.339		
	พ่อบ้าน / แม่บ้าน	0.72	0.355		
	รับจ้างทั่วไป	0.87	0.358		
	พนักงานบริษัท / ห้างร้าน	0.75	0.386		
	ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.75	0.378		

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

n = 400

จากตารางที่ 4.24 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร-อาชีพ พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5

H_0: ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

H_1: ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร–รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	0.89	0.288	1.349	0.243
	10,001-15,000 บาท	0.87	0.391		
	15,001-20,000 บาท	0.83	0.331		
	20,001-25,000 บาท	0.85	0.356		
	25,001-30,000 บาท	0.76	0.391		
	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	0.76	0.337		

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
2. ด้านการตอบสนอง	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	0.74	0.370	1.068	0.378
	10,001-15,000 บาท	0.71	0.509		
	15,001-20,000 บาท	0.78	0.457		
	20,001-25,000 บาท	0.76	0.509		
	25,001-30,000 บาท	0.69	0.469		
	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	0.64	0.451		
3. ด้านความมั่นใจ	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	1.01	0.325	2.378	0.038*
	10,001-15,000 บาท	0.80	0.443		
	15,001-20,000 บาท	0.82	0.388		
	20,001-25,000 บาท	0.86	0.434		
	25,001-30,000 บาท	0.70	0.404		
	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	0.77	0.426		
4. ด้านการเอาใจใส่	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	0.77	0.359	0.888	0.489
	10,001-15,000 บาท	0.63	0.529		
	15,001-20,000 บาท	0.73	0.389		
	20,001-25,000 บาท	0.79	0.570		
	25,001-30,000 บาท	0.72	0.472		
	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	0.67	0.452		
5. ด้านการสัมผัสได้	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	1.02	0.241	1.103	0.358
	10,001-15,000 บาท	0.85	0.367		
	15,001-20,000 บาท	0.90	0.312		
	20,001-25,000 บาท	0.90	0.369		
	25,001-30,000 บาท	0.84	0.424		
	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	0.88	0.332		

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
ภาพรวม	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	0.89	0.252	1.242	0.289
	10,001-15,000 บาท	0.77	0.412		
	15,001-20,000 บาท	0.81	0.344		
	20,001-25,000 บาท	0.83	0.393		
	25,001-30,000 บาท	0.74	0.386		
	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	0.75	0.362		

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

n = 400

จากตารางที่ 4.25 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร-รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ในภาพรวม พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

และเมื่อวิเคราะห์ในแต่ละมิติโดยจำแนกตามระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ทั้ง 5 มิติ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่แตกต่างกัน มีผลให้ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน ในมิติด้านความมั่นใจ เพียงมิติเดียว ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนในมิติอื่นๆ ไม่แตกต่าง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในมิติด้านความมั่นใจ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	1	2	3	4	5	6
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	1	1.01	-	0.15	0.19*	0.21	0.24*	0.31*
20,001-25,000 บาท	2	0.86		-	0.04	0.06	0.09	0.16
15,001-20,000 บาท	3	0.82			-	0.02	0.05	0.12
10,001-15,000 บาท	4	0.80				-	0.03	0.10
มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป	5	0.77					-	0.07
25,001-30,000 บาท	6	0.70						-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

n = 400

จากตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในมิติด้านความมั่นใจ เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในมิติด้านความมั่นใจ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในมิติด้านความมั่นใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 คู่ ได้แก่

1) ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท

2) ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการ

เที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป

3) ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท

ซึ่งผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท มีการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในมิติด้านความมั่นใจ มากกว่าผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป และ 15,001-20,000 บาท ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2.6

H_0: ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

H_1: ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร–จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	จุดประสงค์ฯ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	ท่องเที่ยว/พักผ่อน	0.80	0.371	2.685	0.070
	ทำงาน/ธุรกิจ	0.76	0.331		
	ไป/กลับจากภูมิลำเนา	0.88	0.287		
2. ด้านการตอบสนอง	ท่องเที่ยว/พักผ่อน	0.67	0.462	2.194	0.113
	ทำงาน/ธุรกิจ	0.67	0.466		
	ไป/กลับจากภูมิลำเนา	0.81	0.411		
3. ด้านความมั่นใจ	ท่องเที่ยว/พักผ่อน	0.80	0.451	3.336	0.037*
	ทำงาน/ธุรกิจ	0.76	0.397		
	ไป/กลับจากภูมิลำเนา	0.92	0.359		

ตารางที่ 4.27 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	จุดประสงค์ฯ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
4. ด้านการเอาใจใส่	ท่องเที่ยว/พักผ่อน	0.74	0.502	1.816	0.164
	ทำงาน/ธุรกิจ	0.65	0.431		
	ไป/กลับจากภูมิลำเนา	0.74	0.397		
5. ด้านการสัมผัสได้	ท่องเที่ยว/พักผ่อน	0.89	0.348	3.677	0.026*
	ทำงาน/ธุรกิจ	0.85	0.341		
	ไป/กลับจากภูมิลำเนา	0.99	0.289		
ภาพรวม	ท่องเที่ยว/พักผ่อน	0.78	0.384	2.881	0.057
	ทำงาน/ธุรกิจ	0.74	0.353		
	ไป/กลับจากภูมิลำเนา	0.87	0.304		

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

n = 400

จากตารางที่ 4.27 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร–จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้แตกต่างกัน ในภาพรวม พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

และเมื่อวิเคราะห์ในแต่ละมิติ โดยจำแนกตามระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ทั้ง 5 มิติหลัก พบว่า จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่แตกต่างกัน มีผลให้ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการแตกต่างกัน ในมิติด้านความมั่นใจ และมิติด้านการสัมผัสได้ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนมิติด้านอื่นๆ ไม่แตกต่าง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ในตารางที่ 4.25-4.26

ตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้แตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในมิติด้านความมั่นใจ

จุดประสงค์ฯ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	1	2	3
ไป / กลับจากภูมิลำเนา	1	0.92	-	0.12	0.16*
ท่องเที่ยว / พักผ่อน	2	0.80		-	0.04
ทำงาน / ธุรกิจ	3	0.76			-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

n = 400

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้แตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในมิติด้านความมั่นใจ เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศที่ได้รับบริการของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในมิติด้านความมั่นใจ จำแนกตามจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ เป็นรายคู่ พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในมิติด้านความมั่นใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ เพื่อไป/กลับจากภูมิลำเนา กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ เพื่อทำงาน/ธุรกิจ

ซึ่งผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ เพื่อไป/กลับจากภูมิลำเนา มีการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในมิติด้านความมั่นใจ มากกว่าผู้โดยสารที่ใช้

บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ เพื่อทำงาน/ธุรกิจ

ตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้แตกต่างกันกับระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในมิติด้านการสัมผัสได้

จุดประสงค์ฯ	อันดับ	ค่าเฉลี่ย	1	2	3
ไป / กลับจากภูมิลำเนา	1	0.99	-	0.10	0.14*
ท่องเที่ยว / พักผ่อน	2	0.89		-	0.04
ทำงาน / ธุรกิจ	3	0.85			-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

n = 400

จากตารางที่ 4.29 เมื่อทดสอบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในมิติด้านการสัมผัสได้ จำแนกตามจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง เป็นรายคู่ พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในมิติด้านการสัมผัสได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่

ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ เพื่อไป/กลับจากภูมิลำเนา กับ ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ เพื่อทำงาน/ธุรกิจ

ซึ่งผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ เพื่อไป/กลับจากภูมิลำเนา มีการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในมิติด้านการสัมผัสได้ มากกว่าผู้โดยสารที่ใช้

บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ เพื่อทำงาน/ธุรกิจ

สมมติฐานที่ 2.7

H_0: ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้ แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

H_1: ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้ แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร–ความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	ความถี่ฯ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	ใช้บริการครั้งแรก	0.81	0.326	0.207	0.891
	1 - 5 ครั้งต่อปี	0.81	0.361		
	6 – 10 ครั้งต่อปี	0.78	0.327		
	มากกว่า 10 ครั้งต่อปี	0.78	0.322		
2. ด้านการตอบสนอง	ใช้บริการครั้งแรก	0.76	0.381	1.568	0.197
	1 - 5 ครั้งต่อปี	0.72	0.477		
	6 – 10 ครั้งต่อปี	0.60	0.396		
	มากกว่า 10 ครั้งต่อปี	0.64	0.475		
3. ด้านความมั่นใจ	ใช้บริการครั้งแรก	0.84	0.340	0.715	0.543
	1 - 5 ครั้งต่อปี	0.82	0.421		
	6 – 10 ครั้งต่อปี	0.77	0.410		
	มากกว่า 10 ครั้งต่อปี	0.76	0.453		
4. ด้านการเอาใจใส่	ใช้บริการครั้งแรก	0.76	0.322	0.612	0.608
	1 - 5 ครั้งต่อปี	0.71	0.470		
	6 – 10 ครั้งต่อปี	0.71	0.493		
	มากกว่า 10 ครั้งต่อปี	0.65	0.474		

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	ความถี่ฯ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
5. ด้านการสัมผัสได้	ใช้บริการครั้งแรก	0.90	0.290	0.632	0.595
	1 - 5 ครั้งต่อปี	0.90	0.349		
	6 – 10 ครั้งต่อปี	0.90	0.422		
	มากกว่า 10 ครั้งต่อปี	0.85	0.285		
ภาพรวม	ใช้บริการครั้งแรก	0.82	0.294	0.758	0.518
	1 - 5 ครั้งต่อปี	0.79	0.376		
	6 – 10 ครั้งต่อปี	0.75	0.368		
	มากกว่า 10 ครั้งต่อปี	0.73	0.355		

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

n = 400

จากตารางที่ 4.30 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร-ความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้ พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้ แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.8

H_0: ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการของสายการบินนี้ แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

H_1: ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการของสายการบินนี้ แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร–ปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการของสายการบินนี้

การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย	ปัจจัยฯ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	F	Sig.
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	การโฆษณาประชาสัมพันธ์	0.82	0.316	1.003	0.368
	ภาพลักษณ์องค์กร	0.80	0.348		
	ปากต่อปากจากคนรู้จัก	0.73	0.359		
2. ด้านการตอบสนอง	การโฆษณาประชาสัมพันธ์	0.76	0.455	2.536	0.081
	ภาพลักษณ์องค์กร	0.69	0.444		
	ปากต่อปากจากคนรู้จัก	0.56	0.539		
3. ด้านความมั่นใจ	การโฆษณาประชาสัมพันธ์	0.83	0.395	0.339	0.713
	ภาพลักษณ์องค์กร	0.80	0.410		
	ปากต่อปากจากคนรู้จัก	0.76	0.508		
4. ด้านการเอาใจใส่	การโฆษณาประชาสัมพันธ์	0.73	0.431	1.032	0.357
	ภาพลักษณ์องค์กร	0.71	0.466		
	ปากต่อปากจากคนรู้จัก	0.60	0.448		
5. ด้านการสัมผัสได้	การโฆษณาประชาสัมพันธ์	0.92	0.301	0.662	0.517
	ภาพลักษณ์องค์กร	0.89	0.341		
	ปากต่อปากจากคนรู้จัก	0.85	0.383		
ภาพรวม	การโฆษณาประชาสัมพันธ์	0.81	0.335	1.261	0.285
	ภาพลักษณ์องค์กร	0.78	0.360		
	ปากต่อปากจากคนรู้จัก	0.70	0.410		

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

n = 400

จากตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบความแตกต่าง ของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร-ปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการของสายการบินนี้ พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการของสายการบินนี้ แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน

4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.32 การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรที่ศึกษา		การรับรู้คุณภาพการบริการฯ	สถิติที่ใช้
คุณลักษณะทางประชากร	1. เพศ	✓	t-test
	2. อายุ	✓	One – Way (ANOVA)
	3. ระดับการศึกษา	X	One – Way (ANOVA)
	4. อาชีพ	X	One – Way (ANOVA)
	5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	✓	One – Way (ANOVA)
	6. จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้	✓	One – Way (ANOVA)
	7. ความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้	X	One – Way (ANOVA)
	8. ปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการของสายการบินนี้	X	One – Way (ANOVA)
การรับรู้คุณภาพการบริการฯ	9. ความคาดหวังก่อนรับบริการ 10. การรับรู้หลังรับบริการ	✓	Pearson Correlation

หมายเหตุ: ✓ หมายถึง ผลการทดสอบที่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

X หมายถึง ผลการทดสอบที่ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

จากตารางที่ 4.32 พบว่า การสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ส่วนปัจจัยข้ออื่นๆ ไม่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย

4.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

ข้อคำถามแบบปลายเปิดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ซึ่งมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 143 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 37.24 ของตัวอย่างทั้งหมด โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปเป็นประเด็นดังนี้

ตารางที่ 4.33 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. ความคิดเห็นที่สนับสนุนรูปแบบการบริการของสายการบินว่าดีน่าประทับใจ	42	29.37
2. ความคิดเห็นในส่วนที่ควรเพิ่มเติมและแก้ไขอย่างเร่งด่วนของสายการบิน		
2.1 เพิ่มความรวดเร็ว		
- ด้านการตรวจรับบัตรโดยสาร	15	10.49
- ด้านการตรวจรับบัตรที่นั่ง	17	11.89
- ด้านการลำเลียงสัมภาระ	26	18.18
2.2 เพิ่มบริการการช่วยเหลือ ยกกระเป๋าให้ผู้โดยสาร	21	14.69
2.3 กิริยา มารยาท ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงาน	13	9.09

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

เนื่องจากรูปแบบการดำเนินธุรกิจสายการบินได้พัฒนามาอย่างต่อเนื่องจวบจนถึงปัจจุบันในขณะเดียวกันก็ต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อความอยู่รอดขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใต้อิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งทำให้ภาคเศรษฐกิจต่างๆ ของโลกมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์กรธุรกิจสายการบินทั่วโลกรวมทั้งองค์กรธุรกิจสายการบินในประเทศไทยต้องสร้างกลไกและปรับเปลี่ยนวิธีการในการบริหารงานและการบริหารบุคลากร เพื่อให้องค์กรและธุรกิจมีความคล่องตัว มีความสามารถในการปรับตัว มีความเข้มแข็ง เพื่อให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนมีความพร้อมที่จะให้บริการและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นกับธุรกิจโดยการสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นทางด้านคุณค่า และคุณภาพการบริการที่ประทับใจ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษา โดยศึกษาเฉพาะกรณีพนักงานต้อนรับภาคพื้นของ สายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่ปฏิบัติหน้าที่ ให้บริการผู้โดยสารบริเวณเคาน์เตอร์ตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Counter) บริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน (Boarding Gate) และบริเวณสายพานรับสัมภาระ (Baggage Claim Area) ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การนำคะแนนที่ได้จากผลการวัดคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย โดยมีผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้หลักการวิจัยเชิงปริมาณดำเนินการจัดเก็บข้อมูล โดยการสำรวจและจัดเก็บข้อมูลจากผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง มีระเบียบวิธีการสำรวจทั้งในด้านการวางแผนการสุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดตัวอย่าง การเลือกตัวอย่าง ตลอดจนวิธีการสำรวจที่เป็นแบบแผนตามหลักสถิติ จากนั้นจะนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดมาสรุปเป็นภาพรวมแล้วอภิปรายผลเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย และคำถามการวิจัยต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็น สามารถสรุปผลการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย ได้ดังนี้

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 228 คนคิดเป็นร้อยละ 57.0 อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 โดยมีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ คือ ทำงาน/ธุรกิจ จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43 มีความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้ คือ 1-5 ครั้งต่อปี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นั้นมีประสบการณ์เดินทางกับสายการบินอื่น จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.75 และ ปัจจัยที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการของสายการบินนี้ ส่วนใหญ่ คือ ภาพลักษณ์องค์กร จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.75

5.1.2 ความคาดหวังก่อนรับบริการ การรับรู้หลังรับบริการ และการรับรู้คุณภาพบริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความคาดหวังก่อนรับบริการ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน มีความคาดหวังก่อนรับบริการ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.34 คือ มีระดับความคาดหวังก่อนรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.641 สรุปได้ดังนี้

อันดับที่ 1 ได้แก่ ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) พูดจาสุภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 คือ มีระดับความคาดหวังก่อนรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.744

อันดับที่ 2 ได้แก่ ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) ตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้อง ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.56 คือ มีระดับความคาดหวังก่อนรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.705

อันดับที่ 3 ได้แก่ ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) ออกบัตรที่นั่งให้ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 คือ มีระดับความคาดหวังก่อนรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.743

อันดับที่ 4 ได้แก่ ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานแสดงตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) กิริยามารยาทที่ดีกับท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 คือ มีระดับความคาดหวังก่อนรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.791

อันดับที่ 5 ได้แก่ ความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) แสดงกิริยาสุภาพขณะให้บริการท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 คือ มีระดับความคาดหวังก่อนรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.719

การรับรู้หลังรับบริการ จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน มีการรับรู้หลังรับบริการ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 คือ มีระดับการรับรู้หลังรับบริการอยู่ในระดับมาก และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.647 สรุปได้ดังนี้

อันดับที่ 1 ได้แก่ การรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) แต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 คือ มีระดับการรับรู้หลังรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.771

อันดับที่ 2 ได้แก่ การรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) แต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 คือ มีระดับการรับรู้หลังรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.777

อันดับที่ 3 ได้แก่ การรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) ตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้อง ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 คือ มีระดับการรับรู้หลังรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.773

อันดับที่ 4 ได้แก่ การรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานพนักงานพนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) ออกบัตรที่นั่งให้ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 คือ มีระดับการรับรู้หลังรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.824

อันดับที่ 5 ได้แก่ การรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานพนักงานพนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) มีอุปกรณ์ในการทำงานพร้อมให้บริการท่านในการ Check-in มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 คือ มีระดับการรับรู้หลังรับบริการอยู่ในระดับ มากที่สุด และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.797

สำหรับการรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง การศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน มีการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 0.78 คือ มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับความคาดหวัง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.362 แสดงว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาในแต่ละมิติของการรับรู้คุณภาพบริการสูงที่สุดอันดับที่ 1 ได้แก่ ด้านการสัมผัสได้ (Tangibles) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.89 คือ มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับความคาดหวัง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.339 รองลงมา คือ ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านความมั่นใจ (Assurance) ด้านการเอาใจใส่ (Empathy) และด้านการตอบสนอง (Responsiveness) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.80, 0.80, 0.70 และ 0.69 มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการเท่ากับความคาดหวัง ทั้ง 4 ด้าน และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.344, 0.418, 0.459 และ 0.458 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 5 อันดับแรก สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้

อันดับที่ 1 ได้แก่ การรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) แต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.97 คือ มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับความคาดหวัง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.427 แสดงว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง

อันดับที่ 2 ได้แก่ การรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานแต่งกายตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) สุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.97 คือ มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับ

ความคาดหวัง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.433 แสดงว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง

อันดับที่ 3 ได้แก่ การรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) มีอุปกรณ์ในการทำงานพร้อมให้บริการท่านในการ Check-in มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.90 คือ มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับความคาดหวัง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.494 แสดงว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง

อันดับที่ 4 ได้แก่ การรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) ตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้อง ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.90 คือ มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับความคาดหวัง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.454 แสดงว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง

อันดับที่ 5 ได้แก่ การรับรู้คุณภาพบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในเรื่อง พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) แต่งกายสะอาดเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.89 คือ มีระดับการรับรู้คุณภาพบริการ เท่ากับความคาดหวัง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.482 แสดงว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง

5.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังก่อนรับบริการ กับการรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง สรุปได้ว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคาดหวังก่อนรับบริการ กับ การรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในภาพรวมมีค่า P-value เท่ากับ .000, .000, .000, .000, .000 และ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ซึ่งในรายด้านก็เช่นเดียวกัน จึงสรุปได้ว่า ระดับความคาดหวังก่อนรับบริการกับการรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ทั้งภาพรวม และในแต่ละมิติ มีความสัมพันธ์กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย คือ ความคาดหวังก่อนรับบริการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้หลังรับบริการของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ในทิศทางเดียวกัน

ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีคุณลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ ความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้ และปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการของสายการบินนี้ แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และในแต่ละมิติ จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร – เพศ พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ ในภาพรวม และรายด้าน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศหญิงมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย มากกว่าเพศชาย

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในภาพรวม และในแต่ละมิติ จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร–อายุ ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุแตกต่างกัน ในภาพรวม พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อวิเคราะห์ในแต่ละมิติ จำแนกตามระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ทั้ง 5 มิติหลัก พบว่า อายุของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่แตกต่างกัน มีผลให้ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน ในมิติด้านการตอบสนอง มิติด้านความมั่นใจ และมิติด้านการเอาใจใส่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนมิติด้านอื่นๆ ไม่แตกต่าง

ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน เมื่อวิเคราะห์ในแต่ละมิติ จำแนกตามระดับการรับรู้คุณภาพการบริการ

ของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ทั้ง 5 มิติหลัก พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท มีการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในมิติด้านความมั่นใจ มากกว่าผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป และ 15,001-20,000 บาท ตามลำดับ

ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีจุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศนี้ ไม่แตกต่างกัน และเมื่อวิเคราะห์ในแต่ละมิติ จำแนกตามระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ทั้ง 5 มิติหลัก พบว่า จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่แตกต่างกัน มีผลให้ระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย แตกต่างกัน ในมิติด้านความมั่นใจ และมิติด้านการสัมผัสได้ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนมิติด้านอื่นๆ ไม่แตกต่าง

ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้ แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

และผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีปัจจัยที่ทำให้เลือกใช้บริการของสายการบินนี้ แตกต่างกัน จะมีระดับการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

5.1.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ของผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากร พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่มีเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ส่วนปัจจัยข้ออื่นๆ ไม่มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย

5.1.5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 143 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 37.24 ของตัวอย่างทั้งหมด โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปเป็นประเด็นดังนี้ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นที่สนับสนุนรูปแบบการบริการของสายการบินว่าดี น่าประทับใจ จำนวน 42 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 29.37 และมีความเห็นในส่วนที่ควรเพิ่มเติมและแก้ไขอย่างเร่งด่วนของสายการบิน ในส่วนที่มีสัดส่วนมากที่สุด คือ เพิ่มความรวดเร็ว ด้านการลำเลียงสำภาระ จำนวน 26 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 18.18 รองลงมาคือ เพิ่มบริการการช่วยเหลือยกกระเป๋าให้ผู้โดยสาร จำนวน 21 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 14.69 และกิริยามารยาท ความสุภาพเรียบร้อยของพนักงาน จำนวน 13 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 9.09 สุดท้ายคือบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มควรมีความหลากหลาย ไม่ซ้ำ จำนวน 9 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 6.29

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษา สามารถนำมาอภิปรายผลเพื่อนำไปสู่การตอบคำถามการวิจัยที่ต้องการนำเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย มีประเด็นสำหรับการอภิปรายผลที่สำคัญดังนี้

5.2.1 คุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยเป็นอย่างไร

การศึกษาวิจัยนี้ทำให้ทราบถึงคุณภาพการให้บริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย โดยใช้โมเดล SERVQUAL ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวัดคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย โดยวัดจากความคาดหวังก่อนรับบริการ เปรียบเทียบกับการรับรู้หลังรับการบริการ ผ่าน 5 มิติหลัก Parasuraman et al., (1985 อ้างถึงใน Fitzsimmons et al., 2011: 116-117) ได้แก่

1) มิติด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)
2) มิติด้านการตอบสนอง (Responsiveness)
3) มิติด้านความมั่นใจ (Assurance)
4) มิติด้านการเอาใจใส่ (Empathy)
5) มิติด้านการสัมผัสได้ (Tangibles)

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยความคาดหวังก่อนรับบริการของผู้โดยสาร โดยรวมทั้ง 5 มิติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และในแต่ละมิติมีค่าเฉลี่ยความคาดหวังก่อนรับบริการ ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับความคาดหวังที่มาก และมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้โดยสารหรือผู้รับบริการให้ความสำคัญและคาดหวังที่จะได้รับการบริการจากพนักงานสายการบินในประเทศในทุกมิติอย่างมาก และมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติที่ผู้โดยสารคาดหวังจากการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย คือมิติด้านความมั่นใจ (Assurance) และมิติด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยมีความคาดหวังจากการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ใน 5 ประเด็นแรก ดังนี้

1) พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) พูดจาสุภาพ

2) พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) ตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้อง ตรงกับเที่ยวบินที่เดินทาง

3) พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) ออกบัตรที่นั่งให้ตรงกับเที่ยวบินที่เดินทาง

4) พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) แสดงกิริยามารยาทที่ดี

5) พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) แสดงกิริยาสุภาพขณะให้บริการ

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาเกณฑ์การรับรู้คุณภาพการบริการพบว่าในภาพรวม การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.78 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เท่ากับความคาดหวังก่อนรับบริการ แสดงว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางโดยมิติของคุณภาพการบริการที่ผู้โดยสารรับรู้ได้มากที่สุดคือ มิติด้านการสัมผัสได้ (Tangibles) และมิติด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยรับรู้คุณภาพการบริการจากการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ใน 5 ประเด็นแรก ดังนี้

1) พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) แต่งกายสุภาพเรียบร้อย

2) พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) แต่งกายสุภาพเรียบร้อย

3) พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff) มีอุปกรณ์ในการทำงานพร้อมให้บริการท่านในการ Check-in

4) พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) ตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้อง ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง

5) พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) แต่งกายสะอาดเรียบร้อย

ถึงแม้ว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยในภาพรวมจะอยู่ในระดับปานกลาง แต่การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารในมิติอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติด้านการตอบสนอง (Responsiveness) และมิติด้านการเอาใจใส่ (Empathy) ของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ในส่วนของพนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) ซึ่งยังมีค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าความคาดหวัง ซึ่งแสดงว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยในส่วนงานนี้อยู่ในระดับต่ำ สามารถจำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้

1) พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) มายืนบริเวณข้างสายพานรับสัมภาระ พร้อมที่จะบริการ

2) พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) เอาใจใส่ขณะรอรับสัมภาระ

3) พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) กล่าวทักทายผู้โดยสาร เมื่อมาถึงบริเวณสายพานรับสัมภาระ

4) พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) มีความกระตือรือร้นที่จะบริการ ขณะรอรับสัมภาระ

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าค่าเฉลี่ยของการรับรู้คุณภาพการบริการที่ได้จากการวิจัยนี้ในภาพรวม จะอยู่ในเกณฑ์ที่เท่ากับความคาดหวังของผู้โดยสาร แสดงว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง แต่อาจจะยังไม่ทำให้ผู้โดยสารเกิดความประทับใจในคุณภาพการบริการ การที่องค์กรธุรกิจสายการบินซึ่งเป็นธุรกิจให้บริการ จะประสบความสำเร็จได้นั้น การมีวิสัยทัศน์ในการให้บริการ (Service Vision) ถือเป็นหนึ่งองค์ประกอบที่สำคัญที่จะช่วยทำให้องค์กรธุรกิจสายการบินของประเทศไทยก้าวสู่ความเป็นผู้นำในการบริการและประสบความสำเร็จ โดยมีความเชื่อว่าเรื่องการบริการเป็นส่วนหนึ่งของอนาคตขององค์กร หากคุณภาพการบริการอยู่ในเกณฑ์ที่สูงเกินความคาดหวัง ก็จะเป็นส่วนช่วยผลักดันให้องค์กรเป็นผู้นำในธุรกิจและเป็นองค์กรระดับแนวหน้าของโลก ในขณะเดียวกันคุณภาพการบริการยังส่งผลเกี่ยวข้องกับการทำกำไรให้แก่องค์กรด้วย (Zahorik and Rust, 1992: 49-64) โดยคุณภาพการบริการที่ดีเลิศจะช่วยสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสาร ซึ่งเป็นส่วนช่วยให้องค์กรสามารถเก็บรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้ (Reichheld and Sasser, 1990: 105) ส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น (Morash and Ozment, 1994 อ้างถึงใน Park, Robertson and Wu, 2006: 363) นอกจากนี้องค์กรธุรกิจสายการบินยังต้องมีมาตรฐานสูง (High Standard) กล่าวคือ การบริการที่ดีเพียงอย่างเดียวนั้นยังไม่เพียงพอที่จะแตกต่างจากองค์กรธุรกิจการบินอื่นๆ หรือคู่แข่งได้ การที่จะ

เป็นผู้นำในธุรกิจการบริการจะต้องใส่ใจในรายละเอียด และมองเห็นโอกาสจากสิ่งที่คู่แข่งมองข้าม Parasuraman et al., (1991: 39-48)

5.2.2 แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทยควรเป็นอย่างไร

องค์กรในปัจจุบันต่างขับเคลื่อนด้วยมนุษย์ องค์กรชั้นนำของโลกจะพยายามสร้างมนุษย์ให้เป็นจุดแข็งขององค์กร ใช้มนุษย์เป็นแรงผลักดันองค์กรไปสู่ความสำเร็จเป็นองค์กรชั้นนำที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับโลกเมื่อทุกองค์กรต่างเห็นพ้องต้องกันว่าคนเป็นหัวใจสำคัญขององค์กรมีคุณค่าและพัฒนาให้เป็น“ทุน”ได้ด้วยวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการส่งบุคลากรไปฝึกอบรมให้การศึกษาเพิ่มเติมในระดับที่สูงขึ้น การสนับสนุนให้บุคลากรทำงานที่ตรงกับความสามารถ การหมุนเวียนเปลี่ยนแปลงสายงานเพื่อให้บุคลากรมีความรู้เพิ่มขึ้น การเพิ่มความสามารถโดยการมอบอำนาจแบบเบ็ดเสร็จเด็ดขาดในการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ผลงานใหม่เพิ่มขึ้น ทำให้มีความชำนาญเฉพาะทางได้ซึ่งการสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ทรัพยากรมนุษย์คือการแปลงทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นทุนมนุษย์ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถแข่งขันกับองค์กรอื่นได้ มนุษย์เมื่อได้รับการพัฒนาจะมีความรู้เพิ่มขึ้นมีความคิดที่ก้าวไกลเข้าใจตนเองและเข้าใจองค์กร สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสมเกิดประโยชน์ต่อองค์กรของตน และสังคมโดยรวม นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development)

จากที่ได้กล่าวข้างต้นว่า หนึ่งในแนวทางที่องค์กรธุรกิจสายการบินควรพิจารณาเป็นลำดับแรก คือการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ขององค์กร ดังนั้นองค์กรธุรกิจสายการบินควรกำหนดนโยบายและกิจกรรมการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ให้สอดคล้องและตอบสนองความคาดหวังของผู้โดยสารหรือผู้รับบริการ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และก้าวไปสู่องค์กรที่อยู่ในแนวหน้าของโลก

จะเห็นได้ว่าองค์กรธุรกิจสายการบินทั่วโลกต่างก็มีทุนเป็นของตนเอง เช่น เครื่องบิน อาคารสถานที่ คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสาร แต่สิ่งที่ทำให้องค์กรธุรกิจสายการบินมีความต่างกัน นั่นก็คือทุนมนุษย์ที่อยู่ในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานที่ทำงานให้บริการผู้ซึ่งสัมผัสกับผู้โดยสารโดยตรง เป็นทุนที่สำคัญยิ่งที่จะช่วยผลักดันให้องค์กรธุรกิจสายการบินมีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง องค์กรควรมีแนวทางที่จะพยายามดึงทุนมนุษย์ซึ่งประกอบไปด้วย ทุนทางปัญญา (Intellectual Capital), ทุนทางสังคม (Social Capital) และทุนทางอารมณ์ (Emotional Capital) (Gratton and Ghoshal, 2003: 1-10 อ้างถึงใน นิสดารก์ เวชยา

นนท์, 2551: 4-5) ที่มีอยู่ตัวพนักงานออกมาใช้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงเสนอแนวทางการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ ดังนี้

5.2.1.1 การบริหารทุนมนุษย์

องค์กรธุรกิจสายการบินหลักการพื้นฐานสำคัญในการบริหารทุนมนุษย์ ให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างคนกับกระบวนการ โดยให้ความสำคัญแก่ พนักงาน นโยบายองค์กร สิ่งแวดล้อมในการทำงาน และโครงการต่างๆ ขององค์กร (วิเชียร วิทยอุดม, 2549: 3-4) โดยใช้หลักการสร้างความเกี่ยวพัน (Involvement) เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายในองค์กรได้แสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการเสนอแนะการวางแผนกลยุทธ์องค์กร ใช้หลักการเชื่อมโยง (Alignment) เพื่อเชื่อมโยงกลยุทธ์ต่างๆ ที่ทุกฝ่ายร่วมกันกำหนดให้สอดคล้องกับทุกระบบในองค์กร และใช้หลักการมีพันธะผูกพัน (Commitment) ช่วยให้พนักงานเกิดความรัก ความผูกพันในองค์กร เพื่อทุกคนจะได้ทุ่มเทต่องานที่ทำอย่างเต็มที่ (นิสดารก์ เวชยานนท์, 2555: 42) ซึ่งกิจกรรมการบริหารทุนมนุษย์ในองค์กรสายการบิน ประกอบไปด้วย 4 กิจกรรมหลัก (โชคชัย สุเวชวัฒนกูล และ กนกกานต์ แก้วนุช, 2555: 955-957) ดังนี้

1) กิจกรรมการวางแผนและสรรหาทุนมนุษย์ เป็นขั้นตอนการเตรียมการที่จะได้คนเข้ามาร่วมงานกับองค์กรจนกระทั่งบุคคลนั้นได้รับการบรรจุเพื่อเริ่มปฏิบัติงาน โดยพิจารณาให้สอดคล้องและสนับสนุนกับแผนการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ รวมทั้งเชื่อมโยงกับแผนการดำเนินงานของหน่วยงานอื่นๆ จากนั้นจึงทำการสรรหาบุคคลตามแผนการ โดยคำนึงถึงการหาแนวทางการสรรหาที่จะให้ได้บุคคลที่เหมาะสมกับงานที่มีอยู่มากที่สุด จากผลงานวิจัยนี้องค์กรธุรกิจสายการบินควรสรรหาบุคคลที่มีคุณสมบัติ ดังนี้

(1) เป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น ตรงต่อเวลา มีความรอบคอบในการทำงาน

(2) เป็นผู้ที่มีความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะช่วยเหลือผู้อื่น และพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการตลอดเวลา

(3) เป็นผู้มีความรู้และมารยาทสุภาพเรียบร้อย อ่อนโยน กิริยาท่าทางพร้อมจะให้บริการ เป็นมิตร และมีทักษะในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ

(4) เป็นผู้ที่มีความคล่องแคล่วว่องไว กระฉับกระเฉง เข้าใจความต้องการของผู้โดยสาร

(5) เป็นผู้ที่แต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย รู้จักกาลเทศะ

การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร ดังกล่าวควรมีระบบและกลไกการบริหารงานบุคคลให้มีความยืดหยุ่น และเหมาะสมต่อสภาพการณ์ในปัจจุบัน เพื่อให้สามารถจูงใจให้ผู้ที่มีคุณสมบัติ คุณวุฒิ มีประสบการณ์ สนใจเข้ามาร่วมงานกับองค์กร แสวงหาบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์เข้ามาทำงานในองค์กรให้เพียงพอ เพื่อรองรับความต้องการในอนาคต มีระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการพนักงานที่จูงใจให้บุคคลต้องการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร นอกจากนี้ควรมีแผนอัตรากำลังที่สะท้อนความต้องการของหน่วยงาน และเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก โดยมีการทบทวนแผนเป็นประจำ เช่น ทบทวนอัตรากำลังที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร โดยการวิเคราะห์ภาระงานเพื่อกำหนดกรอบอัตรากำลัง, ตำแหน่ง, เงินเดือน, กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบ เป็นต้น ผลักดันให้เกิดการพัฒนาระบบความก้าวหน้าในวิชาชีพที่แข่งขันได้เมื่อเทียบเคียงกับองค์กรอื่นๆ ระดับเดียวกัน เช่น โครงการส่งเสริมให้บุคลากรมีความก้าวหน้าตามระบบ Career Path หรือพัฒนาบุคลากรให้มีคุณวุฒิการศึกษาที่สูงขึ้น

2) กิจกรรมการสร้างความผูกพันของทุนมนุษย์ (Human Capital Engagement) เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายในการที่จะรักษาสมาชิกที่ดีมีฝีมือไว้กับองค์กร โดยการสนับสนุนให้สมาชิกเกิดความรู้สึกต้องการที่จะทุ่มเทแรงกายแรงใจในการทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความรู้ความสามารถ เพื่อให้องค์กรบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งการส่งเสริมให้สมาชิกเกิดความผูกพันต่อองค์กรนั้น เป็นกระบวนการที่ต้องทำอย่างต่อเนื่องและใช้ระยะเวลา โดยผ่านการสนับสนุนจากกิจกรรมย่อยต่างๆ ที่สำคัญ เช่น ระบบการสื่อสารภายในองค์กร การจัดระบบค่าตอบแทนและการจูงใจ การสร้างความมีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์กร การพัฒนาภาวะผู้นำที่เหมาะสมของผู้บริหารในองค์กร

กิจกรรมที่มีผลต่อความผูกพัน และพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อองค์กรนั้นได้แก่ ความสำเร็จของงาน ลักษณะของงาน การยกย่องชมเชยหรือการยอมรับ ปริมาณงานที่รับผิดชอบ การกระจายอำนาจ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และปัจจัยที่สร้างบรรยากาศในการทำงาน เป็นต้น นอกจากนี้ควรคำนึงถึงความเสมอภาค ความโปร่งใส ความเป็นธรรม ความสมัครใจ ความจำเป็นและความเร่งด่วนประกอบด้วย โดยผู้บริหารควรให้บุคลากรในองค์กรมีส่วนร่วม ในการแสดงความคิดเห็นเพื่อนำความคิดเห็นดังกล่าวมากำหนดปัจจัย เช่น การสำรวจความพึงพอใจเกี่ยวกับความรู้สึกของบุคลากรที่มีต่อองค์กร ความพึงพอใจเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการ ความพึงพอใจเกี่ยวกับระบบสวัสดิการขององค์กร เป็นต้น เมื่อพนักงานมีความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ก็จะทุ่มเททำงานเพื่อองค์กร

ในองค์กรธุรกิจสายการบินควรจัดกิจกรรมสร้างความผูกพันแก่พนักงานที่ให้บริการผู้โดยสาร โดยจัดโครงการเพื่อช่วยกระตุ้นให้พนักงานรักและผูกพันกับองค์กรเช่น จัดโครงการให้รางวัลพนักงานต้อนรับภาคพื้นดีเด่นเป็นประจำทุกเดือน นอกจากองค์กรจะสร้างความผูกพันแก่พนักงานได้แล้ว ยังสามารถทำให้คุณภาพการบริการของพนักงานที่มีต่อผู้โดยสารดีขึ้นอีกด้วย หรืออาจจะจัดกิจกรรมการแข่งขันเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการระหว่างแผนกขึ้น โดยพนักงานทุกคนทุกแผนกมีส่วนร่วมในกิจกรรม

3) กิจกรรมประเมินสมรรถนะทุนมนุษย์ (Human Capital Competency Assessment) ในปัจจุบันการประเมินศักยภาพของพนักงานด้วยเครื่องมือการประเมินสมรรถนะ (Competency Assessment) เป็นเครื่องมือที่ได้รับการยอมรับและนำไปปฏิบัติในหลายองค์กร ทั้งนี้อาจเนื่องจากเครื่องมือดังกล่าวสามารถตอบสนองความต้องการขององค์กรได้ในมิติการถ่ายทอดแนวนโยบายองค์กรไปสู่การปฏิบัติงานและศักยภาพของการพัฒนาสมาชิกได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยกระบวนการประเมินด้วยวิธีการนี้จะเน้นการประเมินสมรรถนะในด้านต่างๆ ของพนักงานในขณะนั้นเปรียบเทียบกับสมรรถนะขององค์กรคาดหวังว่ามีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด กิจกรรมที่องค์กรต้องดำเนินการในการประเมินสมรรถนะทุมนุษย์ คือการที่องค์กรจะต้องมีการกำหนดสมรรถนะของสมาชิกในองค์กร (Employee Competency) โดยประกอบด้วยสมรรถนะหลัก (Core Competency) สมรรถนะเฉพาะตามหน้าที่งาน (Functional Competency) โดยการกำหนดดังกล่าวควรกำหนดให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) ยุทธศาสตร์ (Strategy) ค่านิยม (Value) หรือปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และคำนึงถึงสภาพแวดล้อมอื่นๆ ทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ผู้เกี่ยวข้องกับการประเมินต้องเข้าใจถึงหลักการที่สำคัญของการประเมิน คือเป็นการประเมินเพื่อพัฒนา มิใช่การจับผิด การประเมินนั้นจึงจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์กร

โดยการประเมินผลการปฏิบัติงานนั้น ควรมีความโปร่งใส เป็นธรรม และมีระบบในการนำผลการประเมินไปใช้ในการปรับปรุงการทำงาน พิจารณาเลื่อนขึ้น พิจารณาผลตอบแทนในการทำงานอย่างเหมาะสม โดยนำผลการประเมินที่ได้ไปปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงาน และระบบการบริหารทรัพยากรบุคคล เพื่อให้บุคลากรทำงานอย่างมีความสุข

องค์กรธุรกิจสายการบินควรกำหนดเกณฑ์การประเมินสมรรถนะทุนมนุษย์ของพนักงานที่ให้บริการผู้โดยสารอย่างชัดเจน เพื่อให้พนักงานผู้ปฏิบัติงานได้ทราบถึงความคาดหวังขององค์กรว่าต้องการไปในทิศทางใด โดยมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการบริการ ในขณะเดียวกันยังช่วยทำให้พนักงานรู้ถึงหน้าที่ขอบเขตรับผิดชอบ และรายละเอียดงานของตนเอง ส่งผลให้เกิดการพัฒนาคุณภาพการบริการที่เป็นไปอย่างที่องค์กรต้องการอีกด้วย

4) กิจกรรมการให้พ้นจากการปฏิบัติหน้าที่ (Human Capital Separation) กิจกรรมการให้พ้นจากการปฏิบัติหน้าที่ขององค์กรสายการบินเป็นกิจกรรมที่ต้องคำนึงถึงมากขึ้นกว่าในอดีต การที่ให้พนักงานพ้นออกจากงานทั้งในเชิงบวก เช่น การให้พ้นจากการปฏิบัติงานเนื่องจากการเกษียณอายุ การโยกย้ายตำแหน่ง ย้ายสถานที่ปฏิบัติงาน เป็นต้น และในเชิงลบ เช่น การเลิกจ้างที่มีสาเหตุมาจากทั้งพนักงานและองค์กร โดยองค์กรสามารถจัดกิจกรรมต่างๆ สำหรับการให้พ้นจากการปฏิบัติหน้าที่ เช่น กิจกรรมแนะแนวการทำงานในองค์กรอื่น กิจกรรมเตรียมความพร้อมสำหรับผู้เกษียณอายุ กิจกรรมการช่วยหางานใหม่ เป็นต้น

5.2.2.2 การพัฒนาทุนมนุษย์

การพัฒนาทุนมนุษย์ในองค์กรธุรกิจสายการบินเป็นการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้แก่พนักงาน โดยใช้ศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินการเพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ โดยองค์กรธุรกิจสายการบินควรกำหนดนโยบายการพัฒนาทุนมนุษย์ โดยเน้นพัฒนาบุคลากรทุกระดับ โดยผ่านกระบวนการฝึกอบรม (Training) การศึกษา (Education) และการพัฒนา (Development) (วรารัตน์ เขียวไพรี, 2551: 180-181) องค์กรควรพิจารณาวางแผนการพัฒนาทุนมนุษย์ โดยพิจารณาจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง และแนวโน้มอนาคตของธุรกิจว่าจะดำเนินการไปทิศทางใด (วีระ อรัญญมงคล, 2552) ซึ่งกิจกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์ประกอบไปด้วยกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้ (สุจิตรา ธนานันท์, 2550: 28)

1) การพัฒนาปัจเจกบุคคล (Individual Development) เป็นการพัฒนาให้ได้มาซึ่งความรู้ ทักษะ และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติการที่ดีขึ้น เป็นการพัฒนาเฉพาะบุคคลและสามารถเห็นผลได้ในระยะสั้น กิจกรรมการพัฒนาปัจเจกบุคคลจะช่วยในเรื่องจุดแข็ง จุดอ่อนในการทำงานของพนักงาน และสร้างศักยภาพเพิ่มทักษะเพื่อประโยชน์ต่อองค์กร คือ (1) การเพิ่มพูนทักษะ ความรู้ ความสามารถ ทัศนคติ และบุคลิกภาพของพนักงานโดยการฝึกอบรมก่อนเข้าทำงาน การฝึกอบรมปฐมนิเทศ การฝึกอบรมหลังเข้าทำงานแล้ว และการฝึกอบรมก่อนที่จะได้รับการเลื่อนตำแหน่ง เพื่อให้พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการ นอกจากนี้การจัดให้มีห้องสมุดหรือจัดหาหนังสือ บทความ และเอกสารต่างๆ ให้พนักงานได้อ่านหรือเรียนรู้ด้วยตนเอง รวมทั้งการเปิดโอกาสให้มีความก้าวหน้าในสายอาชีพสำหรับบุคคลที่มีการพัฒนาตนเอง จากผลการวิจัยนี้ทำให้ทราบว่าคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยยังอยู่เกณฑ์ที่ไม่เกินความคาดหวังของผู้โดยสาร และทำให้ทราบว่าพนักงานในบางแผนกยังต้องได้รับการพัฒนาเพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการ ยกตัวอย่างเช่น การนำเกณฑ์ในการวัดคุณภาพการบริการมาพัฒนาเป็นหลักสูตรฝึกอบรม หรือจัดกิจกรรมให้เกิดทัศนคติ หรือทักษะต่างๆ โดยเน้นให้

พนักงานมีคุณลักษณะตาม 5 มิติหลักดังนี้คือ 1) ฝึกให้พนักงานเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น ตรงต่อเวลา มีความรอบคอบในการทำงาน 2) ส่งเสริมให้พนักงานเป็นผู้ที่มีความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะช่วยเหลือผู้อื่น และพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการตลอดเวลา 3) ฝึกให้พนักงานเป็นผู้ใฝ่รู้ มีความรู้ และมารยาทสุภาพเรียบร้อย อ่อนโยน กิริยาท่าทางพร้อมจะให้บริการเป็นมิตร และมีทักษะในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ 4) เพิ่มพูนทักษะให้พนักงานเป็นผู้ที่มีความคล่องแคล่วว่องไว กระฉับกระเฉง เข้าใจความต้องการของผู้โดยสาร และ 5) ส่งเสริมให้พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพเรียบร้อย รู้จักกาลเทศะ

นอกจากนี้เพื่อเป็นการพัฒนาคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย องค์กรธุรกิจสายการบินควรเน้นแก้ไข และดูแลเป็นพิเศษในจุดสัมผัสที่มีคุณภาพการบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวัง เช่นจากผลงานวิจัยนี้พบว่าคุณภาพการบริการของพนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) อยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำกว่าความคาดหวังของผู้โดยสาร ดังนั้น องค์กรธุรกิจสายการบินควรมีนโยบายเพื่อพัฒนาพนักงานในจุดสัมผัสนี้ เพื่อให้คุณภาพการบริการดีขึ้น เช่น จัดให้พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) ไปเรียนรู้งานบริการในแผนกอื่นเพื่อสร้างทัศนคติและเป็นแนวทางในการให้บริการ หรือองค์กรอาจจัดการฝึกอบรมหลักสูตรการบริการบริเวณสายพานรับกระเป๋าและสัมภาระขึ้นมา เพื่อให้กระตุ้นให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นต้น โดยกิจกรรมทั้งหมดจะต้องได้รับการประเมินความต้องการในการพัฒนาทุนมนุษย์ และการออกแบบกิจกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์ที่เหมาะสม ซึ่งเมื่อจัดกิจกรรมการพัฒนาทุนมนุษย์แล้ว องค์กรต้องมีการประเมินติดตามผลว่าสามารถพัฒนาคุณภาพการบริการได้มากน้อยเพียงใด และนำมาปรับปรุงแก้ไขต่อไป

2) การพัฒนาอาชีพ (Career Development) เป็นหน้าที่ของทั้งสองฝ่าย คือ ฝ่ายองค์กรและฝ่ายพนักงาน ในส่วนของพนักงานแต่ละคนจะต้องยอมรับว่า ตนมีหน้าที่ในการพัฒนาสายงานอาชีพของตนเองโดยต้องคอยประเมินตนเองอยู่เสมอและปฏิบัติตามขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้ตนเองก้าวขึ้นไปในสายงานอาชีพ การพัฒนาสายงานอาชีพ จะเน้นโอกาสในงานอาชีพที่ตอบสนองความสนใจและความต้องการส่วนบุคคล และความต้องการขององค์กรให้สอดคล้องกัน โดยที่องค์กรจะต้องกำหนดแผนพัฒนาสายงานและการจัดการสายงานของบุคลากร โดยอาศัยแผนปฏิบัติการทรัพยากรมนุษย์ที่ได้รับการวางแผนไว้เรียบร้อยแล้วมาเป็นแนวทางการดำเนินการ ยกตัวอย่างเช่น การให้ความรู้แก่พนักงานโดยวิธีการศึกษา การพัฒนาในลักษณะนี้เป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานได้เพิ่มพูนทักษะ ความรู้ ความสามารถและสมรรถนะโดยการเข้ารับการศึกษาเพิ่มเติมโดยมุ่งหวังประกาศนียบัตรปริญญา หรือวุฒิการศึกษาอื่นๆ ซึ่งองค์กรมีส่วนเกี่ยวข้องโดยการอนุญาตให้พนักงานลาศึกษาต่อได้ ทั้งนี้อาจให้ได้รับเงินเดือนหรือไม่ก็ได้ ตามแต่จะตกลงทำ

สัญญากัน การพัฒนาทุนมนุษย์โดยวิธีการศึกษานี้ เป็นวิธีการที่ต้องใช้เวลาในการพัฒนาที่ยาวนานพอสมควร แต่องค์กรก็จะมีผู้มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาองค์กรต่อไป

งานที่ให้บริการเป็นงานที่ต้องใช้ทักษะ ความสามารถ และประสบการณ์ที่สูง ในขณะเดียวกันองค์กรธุรกิจสายการบินต้องการพัฒนา ดังนั้นการที่ทำให้พนักงานในองค์กรเห็นถึงความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) และพนักงานสามารถเห็นความเจริญก้าวหน้าของตนเองในอนาคต เมื่อพนักงานเห็นสิ่งเหล่านั้นเป็นเป้าหมาย ก็จะนำศักยภาพที่ตนมีอยู่มาใช้ในการทำงานอย่างเต็มที่ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้องค์กรมีบุคคลที่มีทักษะ ความสามารถ และประสบการณ์ทำงานอยู่คู่กับองค์กร เป็นกำลังสำคัญขององค์กรในการแข่งขันในธุรกิจด้วย

3) การพัฒนาองค์กร (Organization Development) ถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักของการพัฒนาทุนมนุษย์ และในขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการหรือกลยุทธ์ในการเปลี่ยนแปลงองค์กร โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพและปรับปรุงองค์กรให้มีความสามารถในการแข่งขัน เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ได้เกิดขึ้นในจุดใดจุดหนึ่ง แต่จะต้องเป็นไปทั่วทั้งระบบขององค์กร และการพัฒนาองค์กรจะต้องคำนึงถึงการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม ซึ่งจะต้องเริ่มจากการเปลี่ยนแปลงที่ความคิดของคนในองค์กรเสียก่อน เมื่อคนในองค์กรเปลี่ยนแปลงความคิดแล้วย่อมจะช่วยส่งผลเชื่อมโยงไปยังการปรับเปลี่ยนโครงสร้างในการทำงานและปรับเปลี่ยนการใช้เทคโนโลยี

โดยการพัฒนาองค์กรเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการขององค์กรธุรกิจสายการบินนั้น องค์กรควรเริ่มจากการการวินิจฉัยองค์กร (Organization Diagnosis) เพื่อกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหา และเสนอแนะวิธีการพัฒนาองค์กรในอนาคต หลังจากนั้นจึงกำหนดกลยุทธ์และวางแผนพัฒนาองค์กร (Establish OD Strategy and Implementation Plan) เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งจะต้องดำเนินงานอย่างเป็นระบบ และเป็นขั้นตอน โดยพิจารณาภาพรวมขององค์กร เพื่อให้แผนปฏิบัติการสามารถบูรณาการเข้ากับกลยุทธ์ขององค์กร และสร้างผลงานที่สำเร็จให้เป็นรูปธรรมได้

หนึ่งในเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาองค์กรที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก คือ องค์กรแห่งการเรียนรู้ เป็นเครื่องมือในการพัฒนาองค์กรที่เน้นการพัฒนาการเรียนรู้สภาวะของการเป็นผู้นำในองค์กร (Leadership) และการเรียนรู้ร่วมกันของคนในองค์กร โดยจะก่อให้เกิดการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ และทักษะของสมาชิกในองค์กร และพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องทันต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน องค์กรแห่งการเรียนรู้จะทำให้องค์กรและพนักงานมีกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพและมีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผล โดยมีการเชื่อมโยงรูปแบบของการทำงานเป็นทีม (Team Working) สร้างกระบวนการในการเรียนรู้ให้

เกิดขึ้นภายในองค์กร และสร้างความเข้าใจเตรียมรับความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

โดยแนวคิดการพัฒนาองค์กรที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้มากที่สุด คือ แนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ของ Senge ซึ่งประกอบไปด้วยวินัยพื้นฐาน 5 ประการ (The fifth Discipline) ดังนี้ (กรกนก ทิพรส และ โชคชัย สุเวชวัฒนกูล, 2552: 273-274)

1) ความรอบรู้แห่งตน (Personal Mastery) หมายถึง บุคลากรควรได้รับการส่งเสริมให้เป็นผู้มีความสนใจในการแสวงหาความรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง

2) รูปแบบความคิด (Mental Models) หมายถึง บุคลากรได้รับการสนับสนุนให้มีความเชื่อมั่นในคุณค่าของตนเองและคุณค่าขององค์กร

3) วิสัยทัศน์ร่วม (Shared Vision) หมายถึง องค์กรมีกระบวนการในการสนับสนุนให้สมาชิกร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อเป็นเป้าหมายร่วมกัน

4) การเรียนรู้เป็นทีม (Team Learning) หมายถึง กระบวนการส่งเสริมให้บุคลากรได้มีกระบวนการแลกเปลี่ยนพูดคุยเป็นกลุ่ม เพื่อเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน

5) ความคิดเป็นระบบ (System Thinking) หมายถึง การพัฒนาวิธีคิดให้สามารถมองเห็นความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบและครบถ้วน

จากแนวคิดดังกล่าวองค์กรธุรกิจสายการบินในประเทศไทยควรนำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดการพัฒนาองค์กร เพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพและปรับปรุงองค์กรให้มีความสามารถในการแข่งขัน ตัวอย่างเช่น เปิดโอกาสหรือกำหนดกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมให้พนักงานเกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ และร่วมถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำงานของพนักงานในแต่ละแผนก ไม่ว่าจะเป็นพนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff), พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding Gate Staff) และพนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) ทำให้เกิดแนวทางในการดำเนินงานใหม่ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการ เนื่องจากความรู้และประสบการณ์ของพนักงานแต่ละคนแตกต่างกัน การแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือองค์ความรู้ต่างๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะพัฒนาองค์กรให้มีความสามารถแข่งขัน และประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ยังทำให้พนักงานทุกคนรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เนื่องจากพนักงานทุกคนมีส่วนร่วมและมีอิสระในความคิดที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อพัฒนาองค์กร

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.3.1 การวิจัยนี้เป็นการสำรวจคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย ผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการพัฒนาคุณภาพการบริการของพนักงานในทุกจุดสัมผัสของการให้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) ในด้านการตอบสนอง (Responsiveness) และด้านการเอาใจใส่ (Empathy) โดยองค์กรธุรกิจสายการบินควรพัฒนารูปแบบในการให้บริการในจุดสัมผัสนี้มากเป็นพิเศษ ยกตัวอย่างเช่น กำหนดให้พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage Service Staff) มายืนบริเวณข้างสายพานรับสัมภาระ พร้อมที่จะบริการผู้โดยสาร เอาใจใส่ขณะรอรับสัมภาระ กล่าวทักทายผู้โดยสารเมื่อมาถึงบริเวณสายพานรับสัมภาระ และมีความกระตือรือร้นที่จะบริการผู้โดยสารขณะรอรับสัมภาระ ในขณะเดียวกันองค์กรธุรกิจสายการบินควรให้ความสำคัญต่อความคาดหวังของผู้โดยสารในทุกๆ มิติ ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น โดยนำกิจกรรมการดำเนินการด้านทุนมนุษย์มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานและเพิ่มประสิทธิผลขององค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

5.3.2 องค์กรธุรกิจสายการบินสามารถนำผลของการวิจัยครั้งนี้ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรได้ โดยนำผลวิจัยนี้ไปประยุกต์เป็นกลยุทธ์หรือนโยบายการทำงานของพนักงาน เพื่อเพิ่มคุณภาพการบริการของพนักงาน นอกจากนี้ยังสามารถนำเครื่องมือแบบสอบถามในการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ เพื่อเป็นตัวชี้วัดหรือเกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการขององค์กรธุรกิจการบินของประเทศไทยต่อไป

5.3.3 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารชาติต่างๆ เพื่อให้มีเกณฑ์มาตรฐานสำหรับการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทยต่อไป

บรรณานุกรม

กรกนก ทิพรส และ โชคชัย สุเวชวัฒนกูล. 2552. **การสำรวจการใช้เครื่องมือและเทคนิคการพัฒนาองค์กรสมัยใหม่ของธุรกิจจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศ**ไทย. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาติด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์การ ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

กันยา สุวรรณแสง. 2540. **จิตวิทยาทั่วไป.** กรุงเทพฯ: รวมสาสน์.

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548. **การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows.** พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา วัฒายุ. 2544. **การวิจัยในชั้นเรียนเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน.** นครปฐม. ม.ป.ม.

กิตติภูมิ วิเศษศักดิ์. 2552ก. **การพัฒนาทุนมนุษย์ในการปรับเปลี่ยนไปสู่องค์กรสมัยใหม่หรือองค์กรสมรรถนะสูง.** ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต.

กิตติภูมิ วิเศษศักดิ์. 2552ข. **การพัฒนาทุนมนุษย์ในการปรับเปลี่ยนไปสู่องค์กรสมัยใหม่หรือองค์กรสมรรถนะสูงขององค์กรธุรกิจเอกชน.** เอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์การ ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

กริช สืบสนธิ์. 2526. **การสื่อสารในองค์การ.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย. 2552. **เรื่องกลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงบูรณาการ: กุญแจสู่ความเป็นเลิศ.** กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน โดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว. 2538. **สารานุกรมไทยสำหรับยาวชนไทย เล่ม1 เรื่องอากาศยาน.** กรุงเทพมหานคร: โครงการสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน

จำเนียร ช่วงโชติ. 2516. **จิตวิทยาการรับรู้และเรียนรู้.** กรุงเทพมหานคร: มหาวิยาลัยรามคำแหง.

จิดาภา เหมนาไลย. **พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้โทรศัพท์ประจำที่ของบริษัท ทศท.คอปอเรชั่นจำกัด (มหาชน) ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.** การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. 2538. **จิตวิทยาการบริการ.** เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

จิตรลดา เทวีทิวารักษ์. 2549. **คุณภาพการให้บริการของสายการบินเอเชียน่า.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูถัมภ์.

จินตนา บุญเดิม. 2549. **คุณภาพการบริการของโรงพยาบาลอรัญประเทศ.** ภาคนิพนธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.

จุรี ศุขวงษ์. 2549. **ความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของศูนย์ทันตกรรมเฉพาะทางโรงพยาบาลเวชธานี.** ภาคนิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.

เฉลิมพร เย็นเยือก. 2552. **การเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนทางการศึกษา และคุณภาพการศึกษาในประเทศไทย. เอกสารการสัมมนาประจำปี.** กรุงเทพมหานคร: สำนักวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ชัชนิต มุกสิกไชย. 2546**. Communicating the Business Way.** กรุงเทพมหานคร: มิตรภาพ.

ชัชวาล ทัตศิวัช. 2552. **ความรับผิดชอบด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Corporate Human Resource Responsibility).** กรุงเทพมหานคร: คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนศาสตร์.

ชัยพร วิชชาวุธ. 2525. **การวิจัยเชิงจิตวิทยา.** กรุงเทพมหานคร: ชวนพิมพ์.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2547. **การตลาดบริการ.** กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2549. **รับมืออย่างไรเมื่อลูกค้าโกรธ.** กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชูชัย สมิทธิไกร. 2554. **การฝึกอบรมบุคลากรในองค์การ.** พิมพ์ครั้งที่ 7. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

โชคชัย สุเวชวัฒนกูล และ กนกกานต์ แก้วนุช. 2555. **ทางเลือก-ทางรอดจากวิกฤติเศรษฐกิจของกิจกรรมทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง: กิจกรรมการบริหารและการพัฒนาทุนมนุษย์.** กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ดนัย เทียนพุฒิ. 2541. **การจัดการทรัพยากรบุคคลภารกิจที่ท้าทาย.** กรุงเทพมหานคร: บุ๊คแบงค์.

เต็มดวง เจริญสุข. 2532. **การศึกษาเปรียบเทียบกิจกรรมการพยาบาลตามความคาดหวังกับความเป็นจริงของผู้คลอดและพยาบาล.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

ณัฐพรหม อินทุยศ. 2553. **จิตวิทยาการศึกษา.** เพชรบูรณ์: สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตเพชรบูรณ์.

ณัฐวุฒิ โรจน์นิรุตติกุล. 2554. การจัดการทุนมนุษย์: กลยุทธ์ทางการแข่งขันที่ยั่งยืน. ค้นวันที่ 15 มีนาคม 2555 จาก http://www.inded.kmitl.ac.th/journal/images/stories/year10_2/vol10_02_a4.pdf

น้ำเพชร อยู่สกุล. 2553. **ความเป็นเลิศในการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน).** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

นิติพล ภูตะโชติ. 2549. **การบริหารการขาย.** กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

นิยดา ภู่อนุสาสน์. 2531. **การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังในชีวิตของเด็กวัดสระแก้วกับเด็กครอบครัวปกติ.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นิศา ชัชกุล. 2550. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร: บริษัทวี.พริ้นท์ (1991) จำกัด.

นิสดารก์ เวชยานนท์. 2549. **เอกสารประกอบการสอนวิชา รศ620 การบริหารทรัพยากรมนุษย์.** กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

นิสดารก์ เวชยานนท์. 2551. **มิติใหม่ในการบริหารทุนมนุษย์.** กรุงเทพมหานคร: บริษัท กราฟิโก ซิสเต็มส์.

บัญชร แก้วส่อง. 2545. **องค์การ การจัดการและการพัฒนา.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: อักษราพิพัฒน์.

บรรยงค์ โตจินดา. 2543. **การบริหารงานบุคคล.** กรุงเทพมหานคร: รวมสาสน์.

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). 2554. **รายงานประจำปี 2554 บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน).** กรุงเทพมหานคร: บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน).

บริษัท เดินอากาศไทย จำกัด. 2526. **36 ปี เดินอากาศไทย.** กรุงเทพมหานคร: Metropolis Offset Press.

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). 2555. **รายงานประจำปี 2555 บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน).** กรุงเทพมหานคร: บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน).

บุญชม ศรีสะอาด. 2545. **การวิจัยเบื้องต้น.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548ก. **ธุรกิจการบิน (Airline Business).** กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548ข. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.

บุญเลิศ ศุภดิลก. 2533. **นโยบายการสื่อสารแห่งชาติ: เน้นที่โครงสร้างและหน้าที่.** กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปรมะ สตะเวทิน. 2526. **หลักนิเทศศาสตร์.** กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. 2548. **จิตวิทยาการศึกษา.** กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

ผุดผ่อง ตรีบุบผา. 2547. **ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพของการบริการและความภักดีต่อการบริการ.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย.

พิพัฒน์ ก้องกิจกุล. 2548. **Human Capital.** กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็กซเปอร์เน็ท.

พิมพ์พันธุ์ ศรีพิพิธ. 2540. **การสื่อสารในองค์การและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานคนไทยในบริษัทข้ามชาติญี่ปุ่น.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิสิฐ มหามงคล. 2546. **ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน).** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภรรคพล อุตระทอง. 2550. **ความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ ศูนย์บริการ บริษัท ไทยซัมซุง อิเลคโทรนิคส์ จำกัดในเขตกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญญบุรี.

ภาวิดา ดำรงค์อติภา. 2549. **ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการบริการร้านทรูเคาเตอร์เซอร์วิส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ภิญโญ วรรณสุข. 2540. **การประยุกต์ใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกและการวิเคราะห์อิทธิพลในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังในการศึกษาต่อของนักเรียนชั้นประถมศึกษาในเขตการศึกษา 11.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มะลิวรรณ หมื่นแกล้วกล้าวิชิต. 2551. **ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ภาวะสุขภาพแรงสนับสนุนทางสังคมเจตคติต่อการตั้งครรภ์และการฝากครรภ์ของสตรีตั้งครรภ์วัยรุ่น.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

รักชนก โสภาพิศ. 2542. **การมีส่วนร่วมและความคาดหวังของผู้ปกครองต่อการจัดการอาชีวศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชนในจังหวัดนครปฐม.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

รัชยา กุลวานิชไชยนันท์. 2533. **ความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการทางการแพทย์: ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ประกันตนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** กรุงเทพมหานคร: สำนักงานประกันสังคม.

ราชบัณฑิตยสถาน. 2546. **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2546.** กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์.

รุจิกานต์ ทองแฉล้ม. 2550. **ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจนครบาลดอนเมือง.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

เรวดี วงศ์พรหมเมฆ. 2520. **การพัฒนาองค์การ.** พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพมหานคร: มงคลการพิมพ์.

ฤดี ปุงบางกระดี่. 2540. **การศึกษาการรับรู้ภาวะสุขภาพและพฤติกรรมการดูแลตนเองของหญิงตั้งครรภ์วัยรุ่น**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์; ปริญ ลักษิตานนท์; ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. 2546. **การบริหารการตลาดยุคใหม่ ปรับปรุงล่าสุด ปี 2546**. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.

ศุภนิตย์ โชครีตนชัย. 2536. **การบริหารการบริการ: พัฒนาคนอย่างไรเพื่อให้บริการที่ดี.** กรุงเทพมหานคร: สถาบันข้าราชการพลเรือน.

เศรษฐนันท์ โค้ววารินทร์. 2549. **การรับรู้วัฒนธรรมองค์การ และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ กรณีศึกษา: บมจ. ซิโน-ไทย เอ็นจีเนียริ่ง แอนด์ คอนสตรัคชั่น.** สารนิพนธ์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สกาวเดือน ปธนสมิทธิ์. 2540. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการรื้อปรับระบบของพนักงานธนาคาร**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สมชาติ กิจยรรยง. 2537. **สร้างบริการ สร้างความประทับใจ.** กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สมิต สัชฌุกร. 2550. **การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ.** กรุงทพมหานคร: สายธาร.

สมิต สัชฌุกร. 2554. **ศิลปะการให้บริการ.** กรุงเทพหมานคร: วิญญูชนจำกัด.

สิริวรรณ จันทร์ศรี. 2534. **การสื่อสารภายในบริษัทเงินทุนหลักทรัพย์.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุจิตตรา ชำนิวิกย์กรณ์. 2533. **ภาคบริการ.** กรุงเทพมหานคร: สำนักวิจัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุจิตรา ธนานันท์. 2550. **การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์.** กรุงเทพมหานคร: Prantawan Publishing&Printing.

สุนันทา เลาหนันทน์. 2551. **การพัฒนาองค์การ.** พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: ซีวีแอลการพิมพ์.

สุวิมล ติรกานันท์. 2554. **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ.** พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวลี มิลินทางกูร. 2538. **ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยบางประการกับการรับรู้กลวิธีสาธารณสุขมูลฐานของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตร สาธารณสุขศาสตร์ วิทยาลัยการสาธารณสุขจังหวัดชลบุรี.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุมนา อยู่โพธิ์. 2536. **ตลาดบริการ.** กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุรางค์ จันทร์เอม. 2524. **จิตวิทยาสังคมศึกษา322.** กรุงเทพมหานคร: อักษรบัณฑิต.

วนิดา สิงห์โต. 2548. **การพัฒนาคุณภาพบริการพยาบาลตามความคาดหวังและการรับรู้ของผู้รับบริการหอผู้ป่วยใน โรงพยาบาลชัยนาท.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

วรารัตน์ เขียวไพรี. 2551. **การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ.** กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

วิเชียร วิทยอุดม. 2549**. การบริหารทรัพยากรมนุษย์.** กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์ม และไซเท็กส์.

วิมลมาศ สมใจ. 2542. **การรับรู้บทบาทด้านการส่งเสริมสุขภาพของนักศึกษาพยาบาลศาสตร์ชั้นปีที่ 4 วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีในเขตภาคเหนือ.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

วีระ อรัญญมงคล. 2552. **การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HUMAN RESOURCE MANAGEMENT).** กรุงเทพมหานคร: องค์การค้าของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมสวัสดิการและสวัสดิภาพครูและบุคลากรทางการศึกษา.

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์. 2548. **การตลาดธุรกิจบริการ.** กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

อาภรณ์ ภู่วิทยพันธุ์. 2551. **กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์.** กรุงเทพมหานคร: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.

อภิรดี ศรีดอกบวบ. 2540. **ภาพลักษณ์และความพึงพอใจในการสื่อสารกับการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทยของเจ้าหน้าที่องค์กรรัฐและพนักงานองค์กรเอกชนที่ปฏิบัติงานในพื้นที่การท่าอากาศยานกรุงเทพ.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.

อาร์มสตรอง, ไมเคิล. 2550. **การบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงกลยุทธ์.** แปลจาก Strategic Human Resource Management โดย อรจรีย์ ณ ตะกั่วทุ่ง. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ธรรกมลการพิมพ์.

อุรชา กาญจนวิทย์. 2546. **การสื่อสารภายในองค์การเพื่อการแปรรูปรัฐวิสาหกิจบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน).** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ. 2548. **จิตวิทยาบริการ.** กรุงเทพมหานคร: บริษัทเพรส แอนด์ ดีไซน์.

Airbus AN EDS Company. 2012. **Global Market Forecast 2012-2031 Navigation The Future.** Blagnac Cedex: Art & Caractere.

Airports of Thailand Public Company Limited (ATO). 2012. **AOT Summary Report. 2012. Air Transportation Information Division, Corporate Strategy Department.** ค้นวันที่ 10 กรกฎาคม 2556 จากwww.airportthai.co.th.

Babbar, S. and Koufteros, X. 2008. The human Element in Airline Service Quality: Contact Personnel and the Customer**. International Journal of Operations & Production Management.** 28 (9): 804-830.

Benjamin jr., T. L. et al. 1994. **Psychology.** 3rd ed. New York: Macmillan College.

Boeing Commercial Airplanes. 2012. **Current Market Outlook 2012-2031.** Retrieved Novembder 12, 2012 from http://www.boeing.com/assets/pdf/commercial/cmo/pdf/Boeing_Current_Market_Outlook_2012.pdf

Boulding, W.; Kalra, A.; Staelin, R. and Zeithaml, V. A. 1993. A Dynamic Process Model of Service Quality: from Expectation to Behavioral Intentions. **Journal of Marketing Research.** 30, 1 (February): 7.

Chen, Fang-Yuan and Chang, Yu-Hern. 2005. Examining Airline Service Quality from a Process Perspective. **Journal of Air Transport Management.** 11: 79-87.

Clay, R . 1988. **Chambers English Dictionary.** Great Britain: Bunay Suffolk.

Edvardsson, B. 1992. Service Breakdowns: a Study of Critical Incidents in an Airline Industry, International. **Journal of Service Industry Management.** 3 (4): 17-29.

Dessler, G. 2005. **Human Capital Management.** Upper Saddle River, NJ.: Pearson/Prentice Hall.

Finn, D. 1921. **Corporate Oligarchy.** New York: Simon and Schuster. .

Fitzsimmons, James A. and Fitzsimmons, Mona J. 2011. **Service Management: Operations, Strategy, Information Technology.** 7th ed. **.** Singapore: McGraw-Hill.

Garrison, K. C. and Magoon, R. 1972. **Education Psychology.** Ohio: Charles E. Merrill.

Gilbert, D. and Wong, K. C. R. 2003. Passenger Expectation and Airline Services: a Hong Kong Based Study. **Tourism Management.** 24: 519-532.

Gilly, J. W. and Eggland, S. A. 1989. **Principles of Human Resource Development.** Reading, MA.: Addison-Wesley.

Gronroos, C. 1990. **Service Management and Marketing.** Lexington, M.A.: Lexington BooksGronroos, C. 2000. **Service Management and Marketing: a Customer Relationship . Management Approach.** 2nd ed. New York: Wiley.

Hall, Bradley W. 2008. **The New Human Capital Strategy: Improving the Value of Your Most Important Investment-Year After Year.** New York: American Management Association.

International Civil Aviation Organization. 2009. **Tenth Session of the Statistics Division: Agenda Item1 Civil aviation Statistics-ICAO classification and definition. Montreal.** Retrieved January 17, 2013 form. http://legacy.icao.int/STA10/Docs/STA10_wp007_en.pdf,

Ivancevich, John M. 2003. **Human Resource Management.** 9th ed. Singapore: McGraw Hill.

Jan Carlzon. 1987. **Moments of Truth.** Cambridge: Ballinger Publishing Company.

Johnson, R. L.; Tsiors, M. and Lancioi, R. A. 1995. Measuring Service Quality: a Systems Approach. **Journal of Services Marketing.** 9 (5): 6-19.

Kotler, P. 1988. **Marketing** Management. 6th. Ed. Eaglewood N. J.: Prentice Hall.

Lovelock, C. 1996. **Managing Services.** New York: McGraw-Hill.

Luthans, F. 1995. **Organization Behavior.** 7th ed. Singapore: McGraw-Hill.

Michael E. McGill. 1977. **Developing Organization for Operating Managers.** New York: McGraw-Hill.

Mondy, R. W. and Noe, R. M. 2005. **Human Resource Management.** Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

Nadler, L. and Nadler, Z. 1989. **Developing Human Resource.** San Francisco: Jossey-Bass.

O'Hair, D.; Friedrich. G. W. and Shaver L. D. 1998. **Strategic Communication in Business and the Professor.** 3rd ed. Boston: Houghton Miffin.

Organisation for Economic C0-operation and Development (OECD). 2007. **Human Capital: How What You Know Shapes Your Life.** Paris: OECD.

Oxford University. 1989. **The Oxford English Dictionary.** 2nd ed. New York: Oxford University.

Pakdil, F. and Aydin, O. 2007. Expectation and Perception in Airline Services: an Analysis Using Weighted SERVQUAL Scores. **Journal of Air Transportation Management.** 13 (4): 229-237.

Parasuraman, A.; Berry, L. and Zeithaml, V. 1991. Understanding Customer Expectations of Service. **Sloan Management Review.** 32: 39-48.

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A and Berry, L. L. 1985. A Conceptual Model of Service Qualityand Its Implication for Future Research. **Journal of Marketing.** 49: 41-50.

Parasuraman, A.; Zeithaml, V. A. ; and Berry, L. L. 1988. **A Multiple Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality.** Working Paper Report. No. 86-108. Marketing Science Institute.August.

Park, Jin-Woo; Robertson, R. and Wu, Cheng-Lung Wu. 2006. Modeling the Impact of AirlineService Quality and Marketing Variables on Passengers' Future Behavioral Intentions. **Transportation Planning and Technology.** 29, 5 (October): 359-381.

Reichheld, F. F. and Sasser, W. E. 1990. Zero Defections: Quality Comes to Service. **Harvard Business Review.** 65, 5 (September-October): 105-111.

Richard, Beckhard. **1969**. **Organization Development: Strategies and Models.** San Francisco: Jossey-Bass.

Thai Ground Services. Thai Airways International Public 2012. **Passenger Services.** Retrieved December 24, 2012 from http://www.thaigroundservices.com/passengerservices.html

Tiernan, S.; Rhoades, D. L and Waguespack, B. 2008. Airline Service Quality: Exploratory Analysis of Consumer Perceptions and Operational Performance in the USA and EU. **Managing Service Quality.** 18 (3): 212-302.

Tolpa, Ekaterina. 2012. **Measuring Customer Expectations of Service Quality: case Airline Industry.** Master's thesis. Aalto University

Vroom, V. 1970. **Industrial Social Psychology: Management and Motivation.** New York: Mcgrow-Hill Book.

Walanchalee Wattanacharoensil & Chanin Yoopetch. 2012. **Thailand's Human Resource** Resource Competencies in Airline Service Quality: Voices from the Airline Industry. Journal of Human Resource in Hospitality & Tourism. 11 (4) 280-302.

William, B.; Ajay, K.; Richard, S. and Valarie, A. Z. 1993. A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations to Behavioral Intentions. **Journal of Marketing Research.** 30, 1 (February): 7.

World Travel Organization Asia-Pacific (UNWTO). 2013. **World Travel Organization Asia-Pacific Newsletter Issue 30.** Retrieved Retrieved September 20, 2013 from http:// www.UNWTO.org

Zahorik, A. J. and Rust, R. T. 1992. Modeling the Impact of Service Quality of Profitability. In **Advances in Services Marketing and Management.** Swartz, T .A.; Bowen, D. E. and Brown, S. W., eds. Greenwich, CT.: JAI Press.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม เรื่อง “แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย”

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม เรื่อง "แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์
เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย"

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำวิทยานิพนธ์ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ โดยแบบสอบถามชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย โดยข้อมูลที่ได้จะนำไปวิเคราะห์และใช้สำหรับการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความเป็นจริง เพื่อเป็นประโยชน์ในการวิจัย และขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามชุดนี้ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1. ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2. การประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย

ส่วนที่ 3. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย

นายสิทธิชัย ศรีเจริญประมง / ผู้วิจัย

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน ○ หน้าข้อความที่เหมาะสม หรือกรอกข้อความในช่องว่าง

ส่วนที่1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

○ ชาย ○ หญิง

2. อายุ

○ 15-20 ปี ○ 21-30 ปี

○ 31-40 ปี ○ 41-50 ปี

○ 51-60 ปี

3. ระดับการศึกษา

- ○ ต่ำกว่าประถมศึกษา
- ○ ประถมศึกษา
- ○ มัธยมศึกษาตอนต้น
- ○ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
- ○ อนุปริญญา / ปวส.
- ○ ปริญญาตรี
- ○ สูงกว่าปริญญาตรี
- ○ อื่นๆ โปรดระบุ .....

4. อาชีพ

- ○ นักเรียน / นักศึกษา
- ○ เกษตรกร
- ○ ค้าขาย / เจ้าของกิจการ
- ○ พ่อบ้าน / แม่บ้าน
- ○ รับจ้างทั่วไป
- ○ พนักงานบริษัท / ห้างร้าน
- ○ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ○ อื่นๆ โปรดระบุ .....

5. รายได้เฉลี่ยของท่านต่อเดือน

- ○ ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท
- ○ 10,001 – 15,000 บาท
- ○ 15,001 – 20,000 บาท
- ○ 20,001 – 25,000 บาท
- ○ 25,001 – 30,000 บาท
- ○ มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป

6. จุดประสงค์ของการใช้บริการสายการบินนี้

- ○ ท่องเที่ยว / พักผ่อน
- ○ ทำงาน / ธุรกิจ
- ○ ไป / กลับจากภูมิลำเนา
- ○ อื่นๆ โปรดระบุ .....

7. ความถี่ในการใช้บริการสายการบินนี้

- ○ ใช้บริการครั้งแรก
- ○ 1 - 5 ครั้งต่อปี
- ○ 6 – 10 ครั้งต่อปี
- ○ มากกว่า 10 ครั้งต่อปี

8. ท่านเคยเดินทางกับสายการบินอื่นหรือไม่

- ○ เคย
- ○ ไม่เคย

9. ปัจจัยที่ทำให้ท่านเลือกใช้บริการของสายการบินนี้

- ○ การโฆษณาประชาสัมพันธ์
- ○ ภาพลักษณ์องค์กร
- ○ ปากต่อปากจากคนรู้จัก
- ○ อื่นๆ โปรดระบุ .....

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมายวงกลม O ล้อมรอบหมายเลขที่ท่านเห็นว่าเป็นจริงหรือเห็นด้วยที่สุดเพียงหนึ่งเครื่องหมายต่อหนึ่งข้อ

โดยกำหนดให้ หมายเลข 5 คือ ระดับความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพการบริการสูงที่สุด และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการมากที่สุด

หมายเลข 4 คือ ระดับความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพการบริการสูง และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการมาก

หมายเลข 3 คือ ระดับความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพการบริการปานกลาง และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการปานกลาง

หมายเลข 2 คือ ระดับความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพการบริการต่ำ และระดับการรับรู้คุณภาพการบริการน้อย

หมายเลข 1 คือ ระดับความคาดหวังที่มีต่อคุณภาพการบริการต่ำที่สุด และระดับการรับรู้ คุณภาพการบริการน้อยที่สุด

ข้อคำถามในช่องด้านซ้าย ถามสิ่งที่ท่าน<u>คาดหวัง</u>จากการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย

ข้อคำถามในช่องด้านขวา ถามสิ่งที่ท่าน<u>ได้รับ</u>จากการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย

พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff)

หัวข้อ	ระดับความคาดหวังก่อนรับการบริการ					ระดับการรับรู้หลังจากได้รับการบริการ				
1. พนักงานออกบัตรที่นั่งให้ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. พนักงานบริการท่านเหมือนกับผู้โดยสารท่านอื่น	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. พนักงานแก้ไขปัญหาให้ท่านอย่างรวดเร็ว	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือท่านอย่างเต็มใจ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. พนักงานพูดจาสุภาพ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6. พนักงานแสดงกิริยามารยาทที่ดีกับท่าน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
7. พนักงานใส่ใจในความต้องการของท่าน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
8. พนักงานสอบถามท่านในการเลือกที่นั่งบนเครื่องบิน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
9. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
10. พนักงานมีอุปกรณ์ในการทำงานพร้อมให้บริการท่านในการ Check-in	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding gate staff)

หัวข้อ	ระดับความคาดหวังก่อนรับการบริการ					ระดับการรับรู้หลังจากได้รับการบริการ				
11. พนักงานตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้อง ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านเดินทาง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
12. พนักงานเชิญท่านเข้าไปในบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน ตามเวลาที่ปรากฏอยู่บนบัตรที่นั่ง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
13. พนักงานมีความพร้อมที่จะดูแลท่านตลอดเวลาขณะที่รอขึ้นเครื่องบิน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
14. พนักงานมีความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะบริการท่าน ขณะที่รอขึ้นเครื่องบิน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
15. พนักงานแจ้งหรือประกาศเวลาขึ้นเครื่องบินให้ท่านทราบ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
16. พนักงานแสดงกิริยาสุภาพขณะให้บริการท่าน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
17. พนักงานกล่าวทักทายท่านเมื่อมาถึงบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
18. พนักงานเอาใจใส่ดูแลท่าน ขณะที่นั่งรอในห้องพักขึ้นเครื่องบิน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
19. พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
20. พนักงานมีอุปกรณ์การทำงานเพื่อให้บริการท่านขณะรอในห้องพักขึ้นเครื่องบิน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage service staff)

หัวข้อ	ระดับความคาดหวังก่อนรับการบริการ					ระดับการรับรู้หลังจากได้รับการบริการ				
21. พนักงานแจ้งหมายเลขสายพานรับสัมภาระให้ท่านทราบอย่างถูกต้อง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
22. พนักงานบริการท่านเหมือนกับผู้โดยสารท่านอื่นขณะรอรับสัมภาระ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
23. พนักงานมีความกระตือรือร้นที่จะบริการท่านขณะรอรับสัมภาระ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
24. พนักงานมายืนบริเวณข้างสายพานรับสัมภาระ พร้อมที่จะบริการท่าน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
25. พนักงานใช้ถ้อยคำที่สุภาพในการสื่อสารกับท่าน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
26. พนักงานมีกิริยาท่าทางสุภาพอ่อนโยนขณะให้บริการท่าน	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
27. พนักงานกล่าวทักทายท่าน เมื่อมาถึงบริเวณสายพานรับสัมภาระ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
28. พนักงานเอาใจใส่ท่านขณะรอรับสัมภาระ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
29. พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
30. พนักงานมีวิทยุสื่อสารไว้ใช้ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือของท่าน และขอให้ท่านเดินทางโดยสวัสดิภาพ

ภาคผนวก ข

แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถาม

ในการหาความตรงเชิงเนื้อหา (รายบุคคล)

แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อแบบสอบถาม
ในการหาความตรงเชิงเนื้อหา (รายบุคคล)

เรื่อง “แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์
เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย”

จัดทำโดย
นายสิทธิชัย ศรีเจริญประมง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดทำวิทยานิพนธ์
หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ
คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

<u>คำชี้แจง</u> กรรมการผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นของท่านในแบบสอบถามการหาประสิทธิภาพ โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป

พนักงานตรวจรับบัตรโดยสาร (Check-in Staff)

ข้อ	รายการขอความคิดเห็น	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
1.	พนักงานออกบัตรที่นั่งให้ท่านตรงกับเที่ยวบินที่ท่านจะเดินทาง				
2.	พนักงานบริการท่านเท่าเทียมกับผู้โดยสารท่านอื่น				
3.	พนักงานช่วยแก้ไขปัญหาให้ท่านอย่างรวดเร็ว				
4.	พนักงานมีความมุ่งมั่นที่จะช่วยเหลือดูแลท่านอย่างเต็มใจ				
5.	พนักงานพูดจาให้เกียรติท่าน				
6.	พนักงานแสดงกิริยามารยาทที่ดีกับท่าน				
7.	พนักงานใส่ใจในความต้องการของท่าน				
8.	พนักงานสอบถามท่านในการเลือกที่นั่งบนเครื่องบิน				
9.	พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย				
10.	พนักงานมีอุปกรณ์ในการทำงานพร้อมให้บริการท่านในการ Check-in				

พนักงานตรวจรับบัตรที่นั่ง (Boarding gate staff)

ข้อ	รายการขอความคิดเห็น	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
11.	พนักงานตรวจเอกสารการเดินทางได้ถูกต้อง ตรงกับเที่ยวบินที่ท่านจะเดินทาง				
12.	พนักงานเชิญท่านเข้าไปในบริเวณห้องพักรอขึ้นเครื่องบิน ตามเวลาที่ปรากฏอยู่บนบัตรที่นั่ง				
13.	พนักงานมีความพร้อมที่จะดูแลท่านตลอดเวลาขณะที่รอเข้าเครื่องบิน				
14.	พนักงานมีความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะบริการท่าน ขณะที่รอขึ้นเครื่องบิน				
15.	พนักงานแจ้งหรือประกาศเวลาเข้าเครื่องบินให้ท่านทราบ				
16.	พนักงานแสดงกิริยาสุภาพขณะให้บริการท่าน				
17.	พนักงานกล่าวทักทายท่าน เมื่อมาถึงบริเวณห้องพักรอเข้าเครื่องบิน				
18.	พนักงานเอาใจใส่ดูแลท่าน ขณะที่นั่งรอในห้องพักขึ้นเครื่องบิน				
19.	พนักงานแต่งกายเรียบร้อย				
20.	พนักงานชูป้ายลำดับแถวที่นั่ง เพื่อเชิญท่านเข้าเครื่องบิน				

พนักงานบริการกระเป๋าและสัมภาระ (Baggage service staff)

ข้อ	รายการขอความคิดเห็น	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		เหมาะสม +1	ไม่แน่ใจ 0	ไม่เหมาะสม -1	
21.	พนักงานแจ้งหมายเลขสายพานรับกระเป๋าให้ท่านทราบอย่างถูกต้อง				
22.	พนักงานติดต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหากกระเป๋าของท่านขึ้นมาบนสายพานรับกระเป๋าช้ากว่ากำหนด				
23.	พนักงานให้ความช่วยเหลือท่านหากกระเป๋าของท่านชำรุดหรือสูญหาย				
24.	พนักงานมายืนบริเวณสายพานรับกระเป๋าเพื่อที่จะบริการท่าน				
25.	พนักงานใช้ถ้อยคำที่สุภาพในการสื่อสารกับท่าน				
26.	พนักงานมีกิริยาท่าทางสุภาพอ่อนโยนขณะให้บริการท่าน				
27.	พนักงานพยายามเข้ามาถามความต้องการของท่านขณะยืนรอรับกระเป๋า				
28.	พนักงานเอาใจใส่ท่านขณะที่ยืนรอรับกระเป๋าบริเวณสายพานรับกระเป๋า				
29.	พนักงานแต่งกายสะอาดเรียบร้อย				
30.	พนักงานมีวิทยุสื่อสารไว้ใช้ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง				

ลงชื่อ ..... ผู้ทรงคุณวุฒิ

ภาคผนวก ค

ค่า IOC ของแบบสอบถาม

ค่า IOC ของแบบสอบถาม

เรื่อง “แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบิน ในประเทศไทย”

Item	ดร.วลัยพร ริ้วตระกูลไพบูลย์	ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์	ดร.น้ำเพชร อยู่สกุล	Sum	IOC
1	1	1	-1	1	0.33
2	1	1	-1	1	0.33
3	1	1	1	3	1.00
4	1	1	1	3	1.00
5	1	1	1	3	1.00
6	1	1	1	3	1.00
7	1	1	1	3	1.00
8	1	1	1	3	1.00
9	1	1	1	3	1.00
10	1	1	1	3	1.00
11	0	1	1	2	0.67
12	1	1	1	3	1.00
13	0	1	1	2	0.67
14	0	1	1	2	0.67
15	1	1	1	3	1.00
16	1	1	1	3	1.00
17	1	1	1	3	1.00
18	1	1	1	3	1.00
19	1	1	-1	1	0.33
20	1	1	-1	1	0.33
21	1	1	-1	1	0.33
22	0	1	-1	0	-
23	0	1	-1	0	-
24	1	1	-1	1	0.33
25	1	1	1	3	1.00

เรื่อง “แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบิน ในประเทศไทย” (ต่อ)

Item	ดร.วลัยพร ริ้วตระกูลไพบูลย์	ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์	ดร.น้ำเพชร อยู่สกุล	Sum	IOC
26	1	1	1	3	1.00
27	1	1	-1	1	0.33
28	1	1	-1	1	0.33
29	1	1	1	3	1.00
30	1	1	1	3	1.00
Total	25	30	10	65	0.72
		IOC Score			**0.72**

ภาคผนวก ง

แบบสอบถามเพื่อคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติตามงานวิจัย

เรื่อง “แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย”

แบบสอบถามเพื่อคัดเลือกผู้ที่มีคุณสมบัติตามงานวิจัย
เรื่อง "แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย"

เกณฑ์: 1. จะต้องเป็นผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง

2. จะต้องเป็นประชากรไทย

สถานที่สัมภาษณ์:

ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 1

สวัสดีครับ ผมชื่อ.....มาจาก.....คุณพอจะมีเวลาตอบคำถามสักครู่ไหมครับ รับรองว่าการสัมภาษณ์ไม่เกี่ยวกับการแสวงหาผลกำไรใดๆ ทั้งสิ้น ข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากคุณ เราจะนำมาใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น

S1. คุณเป็นผู้โดยสารที่ใช้บริการเที่ยวบินระหว่างประเทศของสายการบินนี้ใช่หรือไม่

ใช่..... 1

ไม่..... 2 ยุติการสัมภาษณ์

S2. คุณเป็นประชากรไทยที่มีสัญชาติไทยใช่หรือไม่

ใช่..... 1

ไม่..... 2 ยุติการสัมภาษณ์

S3. เมื่อได้คุณสมบัติครบทั้ง 2 ข้อแล้ว ผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม

เรื่อง "แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย" โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินระดับชาติแห่งหนึ่ง ที่ให้บริการผู้โดยสารเที่ยวบินระหว่างประเทศ โดยข้อคำถามจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ความคาดหวังก่อนรับบริการ และการรับรู้บริการหลังจากรับการบริการ

ส่วนที่ 3 คือ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย

ขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์และจบการสัมภาษณ์และให้รายละเอียดต่างๆ

ภาคผนวก จ

หนังสือขออนุญาตแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญ

หนังสือขออนุญาตแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญ

ที่ ศธ ๐๕๒๖.๑๖/ ๑๓๓

คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๒๘ มีนาคม ๒๕๕๖

เรื่อง ขออนุญาตแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ดร.น้ำเพชร อยู่สกุล

ด้วย นายสิทธิชัย ศรีเจริญประมง รหัสประจำตัว ๕๔๑๑๗๒๑๐๐๓ นักศึกษาหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย" โดยมี อาจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ในการศึกษาครั้งนี้จำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยก่อนที่จะนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะใคร่ขออนุญาตแต่งตั้ง ดร.น้ำเพชร อยู่สกุล เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์ ของนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

อาจารย์

(เทิดชาย ช่วยบำรุง)
รักษาราชการแทนคณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

ที่ ศธ ๐๕๒๖.๑๖/ ๑๓๓

คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๒๘ มีนาคม ๒๕๕๖

เรื่อง ขออนุญาตแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์

ด้วย นายสิทธิชัย ศรีเจริญประมง รหัสประจำตัว ๕๔๑๑๗๒๑๐๐๓ นักศึกษาหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย" โดยมี อาจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ในการศึกษาครั้งนี้จำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยก่อนที่จะนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะใคร่ขออนุญาตแต่งตั้ง ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์ ของนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

อาจารย์

(เทิดชาย ช่วยบำรุง)
รักษาราชการแทนคณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

ที่ ศธ ๐๕๒๖.๑๖/ ๑๓๓

คณะการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๑๘ ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น
เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ ๑๐๒๔๐

๒๘ มีนาคม ๒๕๕๖

เรื่อง ขออนุญาตแต่งตั้งผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน ดร.วลัยพร ริ้วตระกูลไพบูลย์

ด้วย นายสิทธิชัย ศรีเจริญประมง รหัสประจำตัว ๕๔๑๑๗๒๑๐๐๓ นักศึกษาหลักสูตร ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แนวทางการพัฒนาการดำเนินการด้านทุนมนุษย์ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของสายการบินในประเทศไทย" โดยมี อาจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ในการศึกษาครั้งนี้จำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยก่อนที่จะนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะใคร่ขออนุญาตแต่งตั้ง ดร.วลัยพร ริ้วตระกูลไพบูลย์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังว่าคงจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

อาจารย์

(เทิดชาย ช่วยบำรุง)
รักษาราชการแทนคณบดีคณะการจัดการการท่องเที่ยว

ภาคผนวก ฉ
แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบิน ในประเทศไทย

แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย: ความคาดหวังก่อนรับการบริการ

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	30	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.970	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Rel01E	124.1667	412.489	.570	.970
Rel02E	124.0333	413.206	.620	.970
Rel03E	124.0333	404.792	.866	.968
Rel04E	124.1667	410.557	.801	.969
Rel05E	124.0667	402.271	.794	.969
Rel06E	124.1667	413.109	.764	.969
Res01E	124.2333	417.151	.625	.970
Res02E	124.2000	416.234	.587	.970
Res03E	124.2000	415.338	.705	.969
Res04E	124.3000	415.734	.626	.970
Res05E	124.2667	406.754	.831	.968
Res06E	124.4000	409.490	.648	.970
Assu01E	123.8333	409.592	.769	.969
Assu02E	124.0667	415.651	.541	.970
Assu03E	124.0333	407.275	.744	.969
Assu04E	124.1000	405.266	.863	.968
Assu05E	124.0667	413.513	.816	.969
Assu06E	124.1000	411.472	.760	.969
Emp01E	124.1000	417.403	.620	.970
Emp02E	124.2333	419.220	.537	.970
Emp03E	124.1667	410.764	.795	.969

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Emp04E	124.3333	410.575	.751	.969
Emp05E	124.5333	406.602	.642	.970
Emp06E	124.5000	410.190	.531	.971
Tan01E	123.8667	409.844	.794	.969
Tan02E	124.0000	414.483	.775	.969
Tan03E	124.1000	408.507	.746	.969
Tan04E	124.2667	412.892	.727	.969
Tan05E	123.9667	407.826	.890	.968
Tan06E	124.0667	405.030	.900	.968

แบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานสายการบินในประเทศไทย: การรับรู้หลังรับการบริการ

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded(a)	0	.0
	Total	30	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.995	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Rel01L	114.1333	351.223	.524	.954
Rel02L	114.1000	349.610	.708	.953
Rel03L	113.9667	352.102	.614	.953
Rel04L	114.6000	351.145	.630	.953
Rel05L	114.3667	344.792	.741	.952
Rel06L	114.3000	355.872	.582	.954
Res01L	114.5000	350.534	.670	.953
Res02L	114.5333	351.085	.599	.953
Res03L	114.6667	358.368	.481	.954
Res04L	114.9000	355.679	.509	.954
Res05L	114.7000	350.976	.705	.953
Res06L	114.7333	353.857	.521	.954
Assu01L	113.9000	345.886	.819	.952
Assu02L	114.1667	351.178	.563	.954
Assu03L	114.1667	348.144	.662	.953
Assu04L	114.2667	346.340	.872	.951
Assu05L	114.1000	353.472	.728	.953
Assu06L	114.2667	346.340	.832	.952
Emp01L	114.4000	349.214	.637	.953
Emp02L	114.6000	345.145	.626	.953
Emp03L	114.8333	349.730	.627	.953
Emp04L	114.9333	352.754	.618	.953
Emp05L	114.9000	349.266	.620	.953
Emp06L	114.9667	356.654	.434	.955

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tan01L	113.7667	350.254	.756	.952
Tan02L	114.0667	353.651	.672	.953
Tan03L	113.9667	353.413	.602	.953
Tan04L	114.6333	360.447	.330	.956
Tan05L	114.0000	352.414	.698	.953
Tan06L	114.2333	346.806	.715	.952

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล	นายสิทธิชัย ศรีเจริญประมง
ประวัติการศึกษา	ศึกษาศาสตรบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา) เกียรตินิยมอันดับ 2 มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่สำเร็จการศึกษา, 2548
ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน	พ.ศ. 2548-2549 พนักงานบริการผู้โดยสารภาคพื้น สายการบินมาเลเซีย พ.ศ. 2550-2556 พนักงานต้อนรับภาคพื้นบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
ที่อยู่ปัจจุบัน	171/5 ถนนตากสินมหาราช ตำบลท่าประดู่ อำเภอเมือง จังหวัดระยอง 21000