

สภาพแวดล้อมที่ทำงานและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการบิน
Task Environment and Strategy Effect to Airlines Business Success

พ.ต.อ. ดร. นพดล บุรณันท์¹

Nopadol.bu@ssru.ac.th

ดร.บวรพรรณ รัฐประเสริฐ²

Phd.md.ssru.ac.th

สุวรรณี กิระหัส³

Suwannee.ki@ssru.ac.th

เพ็ญพักตร์ สว่าง⁴

Phenphak.sa@ssru.ac.th

กาญจนา วัฒนาศิริกุลชัย⁵

Kanjana.ku@ssru.ac.th

^{1,2}อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
^{3,4,5}นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา ความสัมพันธ์ของสภาพแวดล้อมที่ทำงาน กลยุทธ์ และความพึงพอใจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการบิน วิธีดำเนินการวิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ให้ประชาชนกลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการสายการบินที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจำนวน 400 รายตอบแบบสอบถามด้วยตนเองโดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่า ความทันสมัย ความปลอดภัย การวางแผน การปฏิบัติงาน การประชาสัมพันธ์ ความสุจริต และความกระตือรือร้น มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการบิน

คำสำคัญ: สภาพแวดล้อม กลยุทธ์ ความพึงพอใจ ความสำเร็จ

Abstract

The purpose of this research were to study The relationship between environment, strategy, satisfaction and success. The population and sample size for 400 specific sampling were selected from the passenger at Suwannabhumi airport. The findings revealed success depended on modernization, safety, planning, operation, public relation, honesty and activist.

Keywords: environment, strategy, satisfaction, success

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กิจการการบินของประเทศไทยเริ่มต้นเมื่อปี 2454 โดยระหว่างวันที่ 2-8 กุมภาพันธ์ 2454 นักบินชาวเบลเยียมชื่อ ฟัน เดน บอร์น (Van den Born) ได้นำเครื่องบินออร์วิลล์ ไรท์ (Orville Wright) มาบินแสดงเป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่สนามม้าราชกรีฑาสโมสร ปทุมวัน (ท่าอากาศยานไทยจำกัด มหาชน, 2561)

หลังจากนั้น ประเทศไทยก็ได้มีพัฒนาการด้านการบิน เช่น การส่งนายทหารไปศึกษาด้านการบิน ณ ประเทศฝรั่งเศส ในปี 2454 การส่งเครื่องบินชุดแรกของประเทศไทย ในปี 2456 ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาธุรกิจการบินก็ได้มีการพัฒนาโดยตลอด ทำให้เกิดธุรกิจการบินภายในประเทศและธุรกิจการบินระหว่างประเทศ โดยมีสนามบินดอนเมืองเป็นสนามบินแห่งแรก

สนามบินดอนเมืองได้ถูกระงับการใช้งานระยะหนึ่งและถูกเปลี่ยนเป็นสถานที่ซ่อมเครื่องบิน ฝึกบิน และสำหรับจอดเครื่องบินส่วนตัวของบุคคลสำคัญ อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่วันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2550 เป็นต้นมาท่าอากาศยานดอนเมืองได้กลับมาให้บริการเที่ยวบินแบบประจำ (scheduled flight) เที่ยวบินในประเทศอีก (สารานุกรมเสรี, 2561) สำหรับท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นสนามบินนานาชาติแห่งใหม่ของกรุงเทพฯ สร้างขึ้นเพื่อทดแทนสนามบินดอนเมืองที่แออัด ด้วยเป้าหมายที่ต้องการให้สนามบินแห่งนี้เป็นจุดศูนย์กลางด้านคมนาคมของทวีปเอเชีย พร้อมความทันสมัย สวยงาม และมีความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าสู่ตัวเมือง ในปัจจุบันท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีฐานะเป็นสนามบินหลักของประเทศไทย เปิดให้บริการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 และกลายเป็นหนึ่งในสนามบินที่มีผู้โดยสารมากที่สุดในโลกอย่างรวดเร็ว (สนามบินสุวรรณภูมิ, 2561)

ในปัจจุบันธุรกิจสายการบินระหว่างประเทศเป็นธุรกิจที่มีสภาพการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำมีการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันเป็นอย่างมาก เห็นได้จากความสามารถในการช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดจากสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบเป็นอย่างมาก ประกอบกับการที่ประเทศไทยมีปัจจัยดึงดูดการลงทุนจากอุปสงค์ในการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีแนวโน้มเติบโตสูง และมีภูมิประเทศที่เป็นศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศ (Hub) ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ก็ยิ่งส่งผลให้สายการบินในอาเซียนและสายการบินต่าง ๆ นอกเหนือจากอาเซียนต้องการเข้ามาช่วงชิงและแข่งขันในประเทศไทยเพิ่มขึ้น ดังนั้นสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบจึงต้องปรับกลยุทธ์และการรองรับธุรกิจการบินเพื่อให้สอดคล้องกับการแข่งขันที่เข้มข้นมากขึ้น ดังนั้นจึงต้องการศึกษาว่ามีปัจจัยอะไรที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของสายการบิน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา สภาพแวดล้อมที่ทำงาน กลยุทธ์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการบิน

สมมติฐานการวิจัย

สภาพแวดล้อมที่ทำงาน ประกอบด้วย ความทันสมัย ความเชื่อมั่น และความร่วมมือ กลยุทธ์ ประกอบด้วย นโยบาย การวางแผน และการปฏิบัติงาน และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ ความสุจริต และ ความกระตือรือร้นของพนักงาน มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการบิน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัยประกอบด้วย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วยหัวข้อ ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจการบิน สภาพแวดล้อม กลยุทธ์ และความพึงพอใจ
2. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ประชาชนที่มาใช้บริการสายการบินท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 ราย

3. ขอบเขตด้านตัวแปร ตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จของธุรกิจการบิน ตัวแปรอิสระ ได้แก่ สภาพแวดล้อม กลยุทธ์ และความพึงพอใจ

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และสรุปผลการวิจัย ระหว่าง 1 ตุลาคม 2560-30 กันยายน 2561

การทบทวนวรรณกรรม

ความสำเร็จ

ความสำเร็จหมายถึงความบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่ตั้งไว้ตามวัตถุประสงค์ การสร้างความสำเร็จทางธุรกิจไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะปัจจุบันนี้การแข่งขันในด้านต่าง ๆ มีมากขึ้นพร้อมกับการสื่อสารและเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้นจึงต้องมีการสร้างแรงบันดาลใจให้กับตัวเองและหน่วยงานเพื่อหาแนวทางไปสู่ความสำเร็จได้อย่างถูกต้อง ซึ่งประกอบด้วยแนวคิดต่าง ๆ ที่สำคัญดังนี้ (1) ต้องมีความรักในธุรกิจตัวเอง (2) ต้องหาค่านิยมธุรกิจตัวเองให้ได้ (3) ต้องรู้จักกลุ่มลูกค้า (4) ต้องคำนึงถึงคุณค่าไม่ใช่ราคา (5) ต้องมีการเรียนรู้และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (6)อย่ากลัวความล้มเหลว (7) พยายามให้เร็วหากผิดพลาด (8) มีความเชื่อมั่น (9) ต้องรับฟังคำแนะนำ (10) ต้องมีการตัดสินใจที่รวดเร็ว (11) ให้มีความสำคัญกับตัวเอง (12) มีคุณธรรม และ (13) ลองเสี่ยงเพื่อผลตอบแทนที่ดีกว่า (มันนี่ ฮับ, 2561) สำหรับ Vefy (2018) ให้ทัศนะเพิ่มเติมว่าปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจระหว่างประเทศให้ประสบความสำเร็จประกอบด้วย (1) การค้นหา พิสัยงาน วิเคราะห์และวิจัย (2) สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า (3) ดำเนินกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่ง (4) มีการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ (5) เรียนรู้และสร้างความคุ้นเคยกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจระหว่างประเทศ

สรุปความสำเร็จในการทำธุรกิจประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ หลายปัจจัย ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการดำเนินงานได้แล้วแต่โอกาสสถานะ และสถานที่ แต่ทั้งนี้ก็ต้องคำนึงถึงงบประมาณในการดำเนินงานให้เหมาะสม นอกจากนั้นแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องอีกเช่น สภาพแวดล้อมที่ทำการ

สภาพแวดล้อมที่ทำการ

สภาพแวดล้อมที่ทำการหมายถึง สถานที่และอาณาบริเวณที่ให้บริการ สภาพแวดล้อมที่ทำการมีความเกี่ยวข้องกับความสำเร็จทางธุรกิจ เกี่ยวกับเรื่องนี้ สายการบินแอร์เอเชีย ได้วางภารกิจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่ทำการไว้ดังนี้ (1) เป็นบริษัทที่มีสภาพแวดล้อมการทำงานยอดเยี่ยม โดยมีพนักงานทุกคนเป็นเสมือนสมาชิกในครอบครัว (2)สร้างชื่อเสียงให้เอเชียเป็นที่ยอมรับในระดับโลกด้วยตราสินค้า ASEAN (3) มุ่งมั่นให้บริการในราคาประหยัดเพื่อให้ทุกคนสามารถบินได้กับแอร์เอเชีย และ(4) รักษามาตรฐานสินค้าให้เปี่ยมด้วยคุณภาพอยู่เสมอ พร้อมใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อลดต้นทุน และยกระดับการบริการให้ดียิ่งขึ้นไป (แอร์เอเชีย, 2561) ปัจจุบันนี้สายการบินต่าง ๆ ได้ใช้สื่อออนไลน์ในการประกอบธุรกิจการบินอย่างเต็มที่ การที่บริษัทให้ความสำคัญกับแคมเปญออนไลน์อย่างมาก เพราะที่ผ่านมา 85-90% ของการจองตั๋วเครื่องบินมาจากช่องทางออนไลน์ มีเพียง 10-15% ที่มาจากตัวแทนจำหน่าย นับว่าช่องทางออนไลน์คือช่องทางสำคัญของสายการบิน (ผู้จัดการรายสัปดาห์, 2561) จากการศึกษาของ Lynes & Dredge (2018) พบว่า ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อมั่นมีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในในการประกอบธุรกิจการบิน

สรุปสภาพแวดล้อมที่ทำการถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่สามารถให้การประกอบธุรกิจการบินสามารถดำเนินการเป็นไปด้วยดี ซึ่งส่งผลไปถึงความสำเร็จของการดำเนินการให้ประสบผลกำไร ซึ่ง

นอกจากปัจจัยดังกล่าวที่กล่าวมาแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องอีกเช่นกลยุทธ์และความทันสมัยของอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในองค์กร

กลยุทธ์

กลยุทธ์หมายถึง การมีแผนการ หรือวิธีการในการดำเนินการ กลยุทธ์คืออาวุธที่มีประสิทธิภาพอย่างหนึ่งในการทำธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันก็มีหลากหลายกลยุทธ์ให้เลือกนำมาปรับใช้ได้ตามความเหมาะสมกับธุรกิจ

กลยุทธ์ 4 P ประกอบด้วย (1) product strategy (กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์) คือต้องระบุจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจะสื่อสารให้ลูกค้าได้รับรู้ ซึ่งการที่สามารถบอกได้ถึงจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ของตนเองว่าส่งผลดีต่อผู้บริโภคได้มากกว่าคู่แข่งมากเท่าไรก็จะเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค (2) pricing strategy (กลยุทธ์ด้านราคา) โดยจะต้องรู้วราราคาเท่าไรจึงจะเหมาะสมกับตัวสินค้า และลูกค้ายินดี และสามารถจ่ายได้ (3) place strategy (กลยุทธ์ด้านสถานที่จัดจำหน่าย) หมายถึงสถานที่จำหน่ายสินค้า โดยจุดนี้เราจะต้องรู้ก่อนว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือใคร และสามารถพบเจอพวกเขาได้ที่ไหน เพื่อการนำสินค้าไปวางจำหน่ายได้อย่างตรงจุด และส่งผลดีต่อยอดขายในอนาคต และ (4) promotion strategy (กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย) เนื่องจากการทำโปรโมชั่นจะช่วยดึงดูดให้ลูกค้าอยากซื้อสินค้าของเรามากขึ้น อีกทั้งวิธีการนี้ยังช่วยให้สินค้าของเราเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้นจากปากต่อปาก (Am 26, 2018) กลยุทธ์แบบ 4 P ต่อมาได้มีการพัฒนาเพิ่มเติมเป็น 8 P โดยเพิ่มองค์ประกอบต่าง เข้ามาอีกเช่น (5) packaging strategy (กลยุทธ์ด้านบรรจุภัณฑ์) เนื่องจากเปรียบเสมือนเป็นหน้าตาของสินค้า เป็นด่านแรกที่จะดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจที่จะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าของคุณ ซึ่งการมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและโดดเด่นกว่าคู่แข่ง ก็จะทำให้สินค้าของเราได้เปรียบทางด้านการตลาดมากขึ้น (6) personal strategy (กลยุทธ์การใช้พนักงานขาย) นั่นก็เพราะว่ายอดขายจะดีหรือไม่ ส่วนหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับพนักงานขายด้วยเช่นกัน ว่าจะมีศิลปะในการพูดแบบไหนที่สามารถจูงใจลูกค้าให้สนใจในตัวผลิตภัณฑ์ และตัดสินใจซื้อได้ในที่สุด (7) public relation strategy (กลยุทธ์การให้ข่าวสาร) เพราะโลกในยุคไร้พรมแดนดังเช่นปัจจุบันนี้ การสื่อสารที่ดีย่อมนำไปสู่ความสำเร็จได้ไม่ยาก นอกจากนั้นการใช้กลยุทธ์ทางด้านข่าวสาร ยังสามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์และองค์กรอีกด้วย และ (8) power strategy (กลยุทธ์การใช้พลัง) โดยกลยุทธ์ข้อนี้จะหมายถึงพลังอำนาจในการต่อรอง และการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ทางการค้า เพื่อให้ได้ข้อเสนอที่ดีที่สุดสำหรับการทำธุรกิจ (Pro Soft, CRM, 2018)

สรุปกลยุทธ์ที่ดีและถูกต้องกับจังหวะและเวลาในการดำเนินการทางธุรกิจย่อมส่งผลดีต่อบริษัทให้สามารถดำเนินการทางธุรกิจเป็นไปด้วยดี แต่กลยุทธ์ที่ดีนั้นก็ย่อมขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์ของผู้มีอำนาจขององค์กรในขณะนั้น ซึ่งนอกจากกลยุทธ์ในการดำเนินการทางธุรกิจแล้วยังมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องอีกที่จะต้องกล่าวถึง เช่น นโยบายและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ความพึงพอใจ

ความพึงพอใจหมายถึงความชอบพอ หรือความพอใจในการใช้บริการ การบริการที่ดีสามารถทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจได้ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญดังต่อไปนี้ (1) ผู้รับบริการต้องมาก่อนเสมอ หมายถึงต้องคำนึงถึงผู้รับบริการก่อนสิ่งอื่นใด (2) ผู้รับบริการถูกเสมอไม่ว่าผู้รับบริการจะพูดจะทำอย่างไรต้องไม่ได้แย้งเพื่อยืนยันว่าผู้รับบริการผิดและ (3) ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส เพื่อให้ผู้รับบริการรู้สึกอบอุ่นสบายใจ (การจัดการความรู้, 2561)

จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของผู้โดยสารชาวไทย ที่มีต่อการบริการภายในห้องรับรองชั้นธุรกิจ ของ บริษัท การบินไทยจำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อยู่ในระดับปานกลาง และผู้โดยสารชาวไทยที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการภายในห้องรับรอง ชั้นธุรกิจ ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ทุกด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่า ผู้บริหารฝ่ายบริการลูกค้าภาคพื้น บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แผนกห้องรับรอง ควรหามาตรการต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงการให้บริการอย่างครอบคลุมทุกด้านให้สอดคล้องกับเป้าหมายและกลยุทธ์ของบริษัท ๆ ที่เน้นให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าเป็นหลักมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านบุคลากร พนักงานและด้านสถานที่สำหรับสภาพแวดล้อม ที่มีค่าเฉลี่ยน้อย เพราะเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจต่อจำนวนพนักงาน มีความเหมาะสมต่อจำนวนผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง (ภรณ์พักตรา ศักดา, 2561) และจากการศึกษาของ ณัฐนุช วณิชย์กุล (2558) ได้ศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีต่อ บริษัทการบินไทย พบว่า ระดับความพอใจของประชาชนที่มีต่อ บริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) จำแนกตาม ส่วนโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยในด้านการบริการมีค่าเฉลี่ยด้านความรวดเร็วในการช่วยเหลือและ ให้บริการแก่ลูกค้าสูงสุด ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยด้านราคาเป็นไปตามข้อเท็จจริงที่ได้โฆษณาไว้สูงสุด ด้านการจัด จาหน่าย มีค่าเฉลี่ยด้านความสะดวกในการซื้อบัตรโดยสารผ่านทาง call center สูงสุด ด้านการส่งเสริม การตลาด มีค่าเฉลี่ยด้านสิทธิพิเศษที่ได้รับจากการเป็นสมาชิกบัตรรอยัล ออร์คิด พลัส (บัตรสะสมไมล์) เช่น แลกของรางวัล การอัปเกรดชั้นโดยสาร การใช้ห้องรับรอง รางวัลห้องพักโรงแรม ฯลฯ สูงสุด ด้านพนักงาน สายการบิน มีค่าเฉลี่ยด้านพนักงานมีความรู้ เป็นมืออาชีพ แก้ไขปัญหาได้ดีสูงสุด ด้านรูปลักษณ์ภายนอกของ สายการบิน มีค่าเฉลี่ยด้านความสะอาดภายในห้องโดยสารเครื่องบินสูงสุด และด้านกระบวนการจัดการมี ค่าเฉลี่ยด้านการให้บริการช่วยเหลือตลอดการเดินทาง (assistant service) สูงสุด

สรุปความพึงพอใจของประชาชนในการใช้บริการมีส่วนสำคัญกับการให้บริการ ในการดำเนินการ ธุรกิจการบินในปัจจุบันนี้มีการแข่งขันกันสูงมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านการให้บริการ ด้านการสื่อสารที่รวดเร็ว ด้าน ราคาที่ถูกกว่าคู่แข่ง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้บริษัทสามารถอยู่รอดและ สามารถดำเนินการทางธุรกิจได้ประสบผลสำเร็จ แต่อย่างไรก็ตามการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ปัจจัย ที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่จำเป็นเช่นกัน ได้แก่การประชาสัมพันธ์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย กลุ่มตัวอย่างได้แก่ประชาชนชาวไทยที่มาใช้บริการสายการบินที่ทำ อากาศยานสุวรรณภูมิ เหตุผลที่เลือกพื้นที่ดังกล่าวเนื่องจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นท่าอากาศยานที่ ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เนื่องจากประชากรเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนมากเกินกว่าที่ ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลได้ครบ ผู้วิจัยจึงต้องทำการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) เหตุผลที่ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบนี้เพราะมีความสะดวก ประหยัดเวลาและ ค่าใช้จ่าย ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย โดยการคำนวณ ตามสูตร ทาโรยามานะ โดยให้ประชาชนที่มาใช้ บริการตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Yamane, 1967)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วย แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative approach) ทำการสำรวจความคิดเห็นด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามในประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจการบิน สภาพแวดล้อม กลยุทธ์ และความพึงพอใจ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ผู้ช่วยภาคสนามเป็นผู้ดำเนินการ คำถามแต่ละชุด จะเป็นคำถามชนิดปลายปิด ผู้ตอบคำถามเพียงแต่เขียนคะแนนลงในช่องคะแนนที่ต้องการเท่านั้น แล้วจึงนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบเชิงชั้น (hierarchical regression analysis) สำหรับการสร้างมาตรวัดในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อทัศนคติ ผู้วิจัยได้ใช้การให้คะแนน ตั้งแต่ 0 ถึง 10 แทนที่จะมีเพียง 1 ถึง 5 และจะมีการกลับคะแนนสำหรับข้อคำถามในเชิงลบ (negative)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามและรวบรวมข้อมูลโดยนักศึกษาและอาสาสมัครจากประชาชนที่เดินทางมาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แต่ก่อนที่จะออกไปเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือก่อนเพื่อให้เกิดความถูกต้อง โดยนำแบบสอบถามไปทำการทดลอง (try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ตัวอย่างจริงจำนวน 30 ราย ที่ ท่าอากาศยานดอนเมือง ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's alpha) เท่ากับ .786

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้ เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุเชิงชั้น สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อต้องการศึกษาความสัมพันธ์ของแต่ละกลุ่มตัวแปรอิสระว่ามีผลต่อตัวแปรตามมากน้อยเพียงใด

ผลการการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการบิน

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ครั้งแรก แสดงให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมที่ทำงานที่ประกอบด้วย ความทันสมัย ความปลอดภัย และความร่วมมือ มีเฉพาะความทันสมัย และความปลอดภัยมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการบิน เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยกลยุทธ์เพิ่มเติมพบว่า ความทันสมัย ความปลอดภัย การวางแผน และการปฏิบัติงานมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการบิน และเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มเติมพบว่า ความทันสมัย ความปลอดภัย การวางแผน การปฏิบัติงาน การประชาสัมพันธ์ ความสุจริต และความกระตือรือร้น มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการบินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ (N= 400)

Independent variable	Standard regression co-efficiency			
	สภาพแวดล้อม	กลยุทธ์	ความพึงพอใจ	
ความทันสมัย	.671***	.502***	.356***	
ความปลอดภัย	.171***	.014**	.072***	
ความร่วมมือ	.118	.217	.060	
นโยบาย		-.125	-.124	
การวางแผน		.412***	.350***	
การปฏิบัติงาน		.087*	.129***	
การประชาสัมพันธ์			.137*	
ความสุจริต			.156***	
ความกระตือรือร้น			.030***	
	R ²	.608	.721	.815
	SEE	1.024	.937	.916
	F	201.515	153.524	115.579

หมายเหตุ * = p<.05, ** = p<.01, *** = p<.001

การอภิปรายผลการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความทันสมัย ความปลอดภัย การวางแผน การปฏิบัติงาน การประชาสัมพันธ์ ความสุจริต และความกระตือรือร้น มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการบิน ยกเว้น ความร่วมมือ และนโยบาย ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ใช้บริการต้องการได้รับในการเดินทางทางเครื่องบินด้วยความรวดเร็วและปลอดภัย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เนื่องจากว่า ความทันสมัย ความปลอดภัย การวางแผน การปฏิบัติงาน การประชาสัมพันธ์ ความสุจริต และความกระตือรือร้น มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการบิน ดังนั้นในการพัฒนาองค์กรเพื่อให้เกิดความสำเร็จในการให้บริการสายการบิน บริษัทต้องเน้นถึงปัจจัยต่าง ๆ ตามที่กล่าวมาแล้ว

2. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

2.1 เนื่องจากตัวแปรต่าง ๆ ตามกรอบแนวความคิดที่ตั้งไว้มีเพียง ความทันสมัย ความปลอดภัย การวางแผน การปฏิบัติงาน การประชาสัมพันธ์ ความสุจริต และความกระตือรือร้น มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจการบิน เท่านั้น ดังนั้นจึงควรศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ เพิ่มเติมเช่น ปัจจัยด้านราคา และภาพพจน์ของบริษัท

2.2 ควรมีการเพิ่มเทคนิควิธี สำหรับการวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อให้เกิดความหลากหลาย โดยใช้โปรแกรม LISREL AMOS และ EQS มาร่วมวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง เพื่อเพิ่มเนื้อหาสาระเชิงวิชาการในรูปแบบใหม่ที่แตกต่างในด้านการวิเคราะห์ และการประมวลผล เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อวงการวิจัยมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- การจัดการความรู้. (2561). **ลักษณะของการบริการที่ดี**. สืบค้นเมื่อ มีนาคม 10, 2561 จาก <http://sites.google.com>
- ณัฐช วนิชชกุล. (2558). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีต่อสายการบินไทย.**รวมงานวิชาการ**. สืบค้นเมื่อ พฤษภาคม 27, 2561 จาก <http://dspace.bu.ac.th>
- ท่าอากาศยานไทยกัฒมหาชน. (2561). **ประวัติความเป็นมาเกี่ยวกับ AOT**. สืบค้นเมื่อ มีนาคม 3, 2561 จาก <http://www.airportthai.co.th>
- ผู้จัดการรายสัปดาห์. (2561). **สายการบินแห่งชาติ งดกลยุทธ์ออนไลน์สู้**. สืบค้นเมื่อ มีนาคม 4, 2561 จาก <http://moneyhub.in.th>
- ภรณ์พัทตรา ศักดา. (2561). **ความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการให้บริการภายในห้องรับรองของบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) ณท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ** สืบค้นเมื่อ มีนาคม 10, 2561 จาก <http://www.tci-thaijo.org>
- สนามบินสุวรรณภูมิ. (2561). **ข้อมูลท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ**. สืบค้นเมื่อ มีนาคม 3, 2561 จาก <http://www.skycanner.co.th>
- สารานุกรมเสรี. (2561). **ท่าอากาศยานดอนเมือง**. สืบค้นเมื่อ มีนาคม 3, 2561 จาก <http://www.airportthai.co.th>
- แอร์เอเชีย. (2561). **ค่านิยม วิสัยทัศน์ และภารกิจของแอร์เอเชีย**. สืบค้นเมื่อ มีนาคม 3, 2561 จาก <http://www.airasia.com>
- Am 26. (2018). **Marketing Strategy**. Retrieved Mar 10, 2018, from <http://www.am2bmarketing.co.th>
- Lynes, J. K., & Dredge, D. (2018). Going green: Motivations for environmental commitment in the airline industry. A case study of Scandinavian airlines. **Journal of Sustainable Tourism**. Retrieved Mar 5, 2018, from
- Pro Soft. (2018). **Marketing Strategy 8P**. Retrieved Mar 10, 2018, from <http://www.prosoftcrm.in.th>