การศึกษาการสร้างคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

A Study of Service Quality, Personality and Service Processes Given Affecting Organizational Image of Low-Cost Airlines in Donmueng International Airport

นันท์วภัส ชัยเลิศวราภัทร์[1]
สุทธินันทน์ พรหมสุวรรณ[2]
ปภพ พุฒิมานรดีกุล[3]
[1]นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
[2]บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
[3]บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ กระบวนการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง โดยการแจกแบบสอบถามที่สนามบินนานาชาติดอนเมือง จำนวน 150 คนและการสุ่มแบบออนไลน์จำนวน 150 คน รวมเป็นจำนวน 300 คน และวิธีทางสถิติ ประกอบด้วย การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และการรายงานผลด้วยเชิงสถิติอนุมาน ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัย ซึ่งได้แก่ สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ และสถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบง่าย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, บุคลิกภาพ, กระบวนการให้บริการ, สายการบินต้นทุนต่ำ

Abstract

The objectives of this study were to investigate the influence of the service quality, personality, and service processes which affect organizational image of low-cost airlines in Donmueng International Airport. The questionnaire is the main Instrument for collecting data in survey research. The samples are 300 passengers in Donmueng International Airport. Data were analyzed using descriptive statistics including percentage, mean, and standard deviation as well as inferential statistics including, analyzing all three assumptions. In addition, data were analyzed through Simple Regression Analysis and Multiple Regression Analysis. The results of this study indicated that the service quality, personality, and service processes affect

organizational image of low-cost airlines in Donmueng International Airport with a statistical significance level of 0.05

Keywords: Service Quality, Personality, Service Processes, Low-cost Airlines

บทนำ

ธุรกิจสายการบินถือเป็นอุตสาหกรรมด้านบริการด้านหนึ่ง ที่ยังคงมีความสำคัญและสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง บริการในเรื่องขนส่งผู้โดยสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งทั้งผู้โดยสารที่เดินทางเพื่อธุรกิจการทำงานและผู้โดยสารที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นการเดินทางที่สะดวกและรวดเร็วประหยัดเวลา จากการที่ได้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินดอนเมือง ได้พบปัญหาในเรื่องของการไม่มีผู้โดยสารกลับมาใช้ซ้ำ ซึ่งทางผู้เชี่ยวชาญได้แนะนำมาในเรื่องของภาพลักษณ์ขององค์กรเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการบินไม่เพียงพอ และเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมืองเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรทำงานวิจัยในเรื่องการพัฒนาภาพลักษณ์ขององค์กรและปัจจัยสำคัญที่จะสามารถทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น คือ คุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพและกระบวนการให้บริการ จากปัญหาที่เกิดขึ้นผู้วิจัยจึงตระหนักได้ว่า สิ่งที่ต้องพัฒนาสำหรับธุรกิจสายการบิน คือ เรื่องการให้บริการในด้านต่าง ๆ รวมไปถึงที่ด้านบุคลากรจะต้องมีวิธีที่จะดำเนินการพัฒนาและแก้ไขปัญหาโดยที่เจาะจงไปที่ผู้โดยสารชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้งานวิจัยจะดำเนินการวิจัยโดยการศึกษาคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการการให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง โดยจะเก็บข้อมูลกับผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง ผู้วิจัยจึงได้พิจารณาและวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาที่จำเป็นจะต้องมีการแก้ไขดังนี้

ด้านคุณภาพการให้บริการ Murray (2002) ได้ให้แนวคิดและทฤษฎีไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ คือ สิ่งที่เกิดขึ้นก่อนและนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า และแนวคิดของ Lewis and Bloom (1983) สิ่งที่สำคัญของงานบริการคือคุณภาพการให้บริการ เพราะจะสามารถชี้วัดถึงระดับและคุณภาพของการให้บริการจากผู้ได้รับบริการสู่ผู้บริการได้

ด้านบุคลิกภาพ เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล ตามแนวคิดของ Bootzin (1991) บุคลิกภาพ คือ ลักษณะนิสัย เป็นรูปแบบของความรู้สึก ความนึกคิด ที่สามารถบ่งบอกความแตกต่างระหว่างบุคคลได้ ซึ่งสำคัญต่อภาพลักษณ์ขององค์กรด้านงานบริการเป็นอย่างยิ่ง เพราะบุคลิกภาพของพนักงานย่อมส่งผลต่อความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการ รวมไปถึงการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการอีกด้วย

ด้านกระบวนการทำงาน จากปัญหาดังกล่าว Deming (1995) กล่าวไว้ว่า ประสิทธิภาพและคุณภาพของการทำงาน เป็นสิ่งที่สามารถปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาให้ดีขึ้นได้ จึงได้เกิดเป็นแนวคิดของการพัฒนาคุณภาพของงาน เป็นการกำหนดขั้นตอนในการทำงาน เพื่อที่จะสามารถทำให้กระบวนการการทำงานเป็นไปได้อย่างมีระบบ มากกว่านั้นแนวคิดของ Hitoshi (1997) ได้เสนอการจัดการบริหารการทำงานให้มีระบบวงจรคุณภาพมากยิ่งขึ้น คือ การปรับปรุงและการควบคุม ประกอบไปด้วย การวางแผน การนำไปปฏิบัติ การตรวจสอบ

และการปรับปรุงแก้ไข โดยใช้แผนที่กำหนดไว้มาปฏิบัติและตรวจสอบผลลัพธ์เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงกระบวนการการทำงานให้ได้ดีมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการให้กระบวนการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

ขอบเขตการวิจัย

1. กลุ่มประชากรสำหรับการดำเนินงานวิจัย คือ ผู้โดยสารที่เดินทางโดยสารการบินต้นทุนต่ำที่สนามบินนานาชาติดอนเมือง รวมจำนวน 300 คน
2. ตัวแปรต้น ได้แก่ การให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ตัวแปรตาม ได้แก่ ภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง
3. ระยะเวลาแจกและรอการตอบกลับแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน ถึง 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2563

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ กระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง โดยใช้แบบสอบถามปลาย ปิด (Closed-ended Questionnaire) ประกอบด้วยข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคล การให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ขั้นตอนการวิจัย

2.1 ทำการรวบรวมศึกษาและค้นคว้าเอกสาร ตำราและรายงานผลวิจัยต่าง ๆ เพื่อนำมาสร้างกรอบแนวคิดการสร้างแบบสอบถาม กำหนดการวัดตัวแปรและตั้งเป็นคำถาม

2.2 ตรวจสอบความถูกต้องของเครื่องมือวิจัยกับผู้เชี่ยวชาญ

2.3 ตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่นโดยทดสอบก่อนใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

2.4 ทดสอบความน่าเชื่อถือด้วยวิธี ของครอนบาค

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญโดยการแจกแบบสอบถามผู้ใช้บริการที่สนามบินนานาชาติดอนเมือง จำนวน 150 คน และการสุ่มแบบออนไลน์ จำนวน 150 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล 2 ส่วน ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยค่าเฉลี่ยร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยแบบง่าย (Simple Regression Analysis) และแบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) กับสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

สำหรับผลงานวิจัยนี้สามารถสรุปข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา และข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน ดังนี้ ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ จำนวน ค่าร้อยละ ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สาเหตุที่ท่านเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ และวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางผลการวิเคราะห์ พบว่า จำนวน และค่าร้อยละที่มากที่สุดตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่พบว่าเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้มากกว่า 50,000 บาท และผลสถิติเชิงอนุมาน ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ โดยใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์โดยทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุและแบบถดถอยอย่างง่าย เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ กระบวนการการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1: อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

ตารางที่ 1 ค่า (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ค่า t	Sig (P-Value)
คุณภาพการให้บริการ	0.647	14.665	0.000**

R^2 = 0.419, F-Value = 215.066, n = 300, P-Value ≥ 0.05*

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อภาพลักษณ์องค์กร ร้อยละ 41.90

สมมติฐานข้อที่ 2: อิทธิพลของปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

ตารางที่ 2 ค่า (Simple Regression Analysis)

ตัวแปร	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ค่า t	Sig (P-Value)
บุคลิกภาพ	0.615	13.471	0.000**

R^2 = 0.378, F-Value = 181.467, n = 300, P-Value ≥ 0.05*

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยบุคลิกภาพมีผลต่อภาพลักษณ์องค์กร ร้อยละ 37.80

สมมติฐานข้อที่ 3: อิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

ตารางที่ 3 ค่า (Simple Regression Analysis)

ตัวแปร	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ค่า t	Sig (P-Value)
กระบวนการการให้บริการ	0.682	16.097	0.000**

R^2 = 0.465, F-Value = 259.121, n = 300, P-Value ≥ 0.05*

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกระบวนการให้บริการมีผลต่อภาพลักษณ์องค์กร ร้อยละ 46.50

อภิปรายผลการวิจัย

ตามสมมติฐานข้อที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทำให้ทราบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลทางบวก คือ พฤติกรรมการใช้บริการมีผลต่อคุณภาพการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับราชบัณฑิตสถาน (2554) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การให้บริการ หมายถึง การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ หรือการปฏิบัติรับใช้เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจ และการวัดคุณภาพการให้บริการตามตัวแบบ SERVQUAL ตามแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985) ได้ปรับปรุงพัฒนาเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพการให้บริการขึ้นใหม่จาก SERVQUAL ทั้งหมด 10 ประการ ในขณะที่ธีรพันธ์ สงวนวงศ์, พรชัย เอื้ออารี, พูลภัทร์ ชมจิตต์, บงกชรัตน์ เปี่ยมสิริกมล และวีรชัย บุญญาพัฒนาพงศ์ (2561) ได้ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการขอผู้โดยสารภายในประเทศ ที่มีต่อเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ประจำสถานีภูเก็ต และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพกฤตา พงษ์แก้ว (2560) ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ เขตยานนาวา อีกด้วย

ตามสมมติฐานข้อที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของบุคลิกภาพที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง อย่างมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทำให้ทราบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลทางบวก บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับงานบริการอย่างยิ่ง ตามแนวคิดของ Bootzin (1991) กล่าวว่า บุคลิกภาพเป็นลักษณะนิสัย รูปแบบของความคิด ความรู้สึก และการประพฤติปฏิบัติของบุคคลในแต่ละบุคคล และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ แนวคิดของ Costa and McCrae (1992) ได้กล่าวถึงเรื่องบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ซึ่งหมายถึงลักษณะนิสัยย่อย ๆ ของมนุษย์ที่อาจจะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน และรายละเอียดของบุคลิกภาพ ทั้ง 5 องค์ประกอบ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณภัทร หงษาวงศ์ (2562) ได้ศึกษาบุคลิกภาพและการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ การศึกษาการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่าด้านการให้ความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤติยา จันทร์อ่อน และศรีเรือน แก้วกังวาน (2562) ที่ได้ศึกษาบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เชาว์อารมณ์ ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค และการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินต่างชาติแห่งหนึ่ง ในขณะที่แนวคิดและงานวิจัยของฉันทวรรณ เอ้งฉ้วน (2560) ซึ่งได้ศึกษาอิทธิพลของความมีอิสระในการทำงานกับบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และบุคลิกภาพ ด้านสำนึกในหน้าที่และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อประสิทธิผลการทำงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยในจังหวัดชุมพร และงานวิจัยของภัทรจิระ พิสิฐมุกดา (2560) ศึกษาการสร้างบุคลิกภาพ ภาพลักษณ์และแบรนด์บุคคลของศิลปินในยุคดิจิทัล

ตามสมมติฐานข้อที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง มีขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน บุคลากรปฏิบัติงานอย่างเป็นระเบียบ สอดคล้องกับ แนวคิดของ Deming (1995) ได้กล่าวว่า คุณภาพสามารถพัฒนาและปรับปรุงได้ จึงเป็นแนวคิดของ การพัฒนาคุณภาพงาน เป็นการกำหนดขั้นตอนการทำงานเพื่อสร้างระบบการผลิตให้มีคุณภาพดี อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Hitoshi (1997) เสนอแนะไว้ว่า ในการบริหารงานด้วยระบบวงจรคุณภาพ นั้นมีขั้นตอนดังนี้คือ การวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติ การตรวจสอบ และการปรับปรุงแก้ไข โดยการวางแผน การนำแผนที่วางไว้มาปฏิบัติตรวจสอบผลลัพธ์ที่ได้ และถ้าผลลัพธ์ไม่ได้ตามที่คาดหมายไว้จะมีการทบทวนแผนการเริ่มต้นใหม่อีกครั้งหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดงานวิจัยของ เฉลิมฉัตร นาคมอญ (2559) ได้ศึกษาภาวะผู้นำการติดต่อสื่อสาร ระบวนการในการทำงาน ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานระดับปฏิบัติการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนงนุช ไชยผาสุข, อุมาวรรณ วาทกิจ และพงศ์ศรันย์ พลศรีเลิศ (2561) ที่ได้ศึกษารูปแบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ด้วยประสบการณ์ลูกค้า ของธุรกิจโรงแรมระดับ 3-5 ดาว ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ข้อเสนอแนะ

1. สายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง ควรให้ความสำคัญกับเรื่องมีการให้ความช่วยเหลือเป็นพิเศษสำหรับผู้โดยสารเป็นรายบุคคล เช่น ผู้พิการทางสายตา, ผู้บกพร่องทางการได้ยิน เป็นต้น โดยต้องเพิ่มการดูแลเป็นพิเศษให้กับผู้โดยสารเหล่านี้ ยกตัวอย่างเช่น การเพิ่มการดูแล แนะนำแนวทางในการอพยพ

เมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉิน และการหาผู้ช่วยในการช่วยเหลือ เป็นต้น เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ซึ่งจะนำมาซึ่งความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

2. ควรมีการศึกษางานวิจัยที่สามารถหาแนวทางที่ส่งผลต่อการศึกษาด้านคุณภาพการให้บริการบุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินอื่น ๆ เพิ่มเติม อาทิ ความพึงพอใจในด้านบริการ ความสามารถของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการตลาดแบบผสมผสาน ปัจจัยสภาพแวดล้อมทัศนคติ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กฤติยา จันทร์อ่อน และศรีเรือน แก้วกังวาน. (2562). *บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เชาว์อารมณ์ ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค และการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินต่างชาติแห่งหนึ่ง*. วารสารบัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

ฉันทวรรณ เอ้งฉ้วน. (2560). *อิทธิพลของความมีอิสระในการทำงานกับบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และบุคลิกภาพ ด้านสำนึกในหน้าที่และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อประสิทธิผลการทำงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยในจังหวัดชุมพร.* (งานวิจัยส่วนบุคคล). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เฉลิมฉัตร นาคมอญ. (2559). *ภาวะผู้นำการติดต่อสื่อสาร ระบวนการในการทำงาน ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานระดับปฏิบัติการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร.* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณภัทร หงษาวงศ์. (2562). *บุคลิกภาพและการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ.* วารสารบัณฑิตศึกษา,มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

ทิพกฤตา พงษ์แก้ว. (2560). *ข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ เขตยานนาวา.* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธีรพันธ์ สงวนวงศ์, พรชัย เอื้ออารี, พูลภัทร์ ชมจิตต์, บงกชรัตน์ เปี่ยมสิริกมล และวีรชัย บุญญาพัฒนาพงศ์. (2561). *การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารภายในประเทศที่มีต่อเคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต*. จาก http://pulinet.oas.psu.ac.th/index.php/journal.

นงนุช ไชยผาสุข, อุมาวรรณ วาทกิจ และพงศ์ศรันย์ พลศรีเลิศ. (2561). *รูปแบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ด้วยประสบการณ์ลูกค้า ของธุรกิจโรงแรมระดับ 3-5 ดาว ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.* วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาขอนแก่น มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2559). *ยุทธ์ศาสตร์ใหม่ขนส่งทางอากาศ.* จาก http://www.aot-th.listedcompany.com.

ภัทรจิระ พิสิฐมุกดา. (2560). *การสร้างบุคลิกภาพ ภาพลักษณ์และแบรนด์บุคคลของศิลปินในยุคดิจิทัล.* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). *คุณภาพการให้บริการ.* จาก http://www.royin.go.th/dictionary/.

Bootzin, R. R. (1991). *Personality*. from http://www.personality.ob.tc/Personal%20Development.html.

Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). *Five factor model of personality.* from http://www.sicotests.com/psyarticle.asp?id=80.

Deming, E.W. (1995). *Out of the crisis*. USA: The Massachusetts Institute of Technology Center for Advanced Engineering Study.

Hitoshi, K. (1997). *TQM promotion guide book*. Tokyo: Japanese Standards Association.

Lewis, R. C., & Bloom, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality. In L. Berry, G. Shostack, & G. Upah (Eds.), *Emerging perspectives on service marketing* (pp. 99-107). Chicago: American Marketing.

Murray, D. (2002). The relationship among service quality, value, satisfaction, and future intentions of customers at an Australian sports and leisure center. *Sport Management Reviews*, 5, 25-43

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50. doi: 10.2307/1251430.