THE SERVICE QUALITY ASSESSMENT OF U-TAPAO AIRPORT BASED ON SOCIAL MEDIA OPINION

Manuscript Submission Data: 2022, August 13
Article Editing Date: 2022, September 30
Article Accepted Date: 2022, November 10

Sarun Dunsathit*

ABSTRACT

The purpose of this study is to assess the service quality of U-Tapao Airport by collecting data from the online social media opinions of users towards U-Tapao Airport. During the period between 1 January 2017 and 31 December 2019, 68 opinions in Thai language and 98 comments in English were obtained, for a total of 166 opinions. The opinions were analyzed by using Sentiment analysis technique and prioritizing the development of U-Tapao Airport service to impress passengers using the Importance-performance analysis method. Service attributes can be classified into four groups. This study found that U-Tapao Airport needs to improve access. Even though, the passengers pay attention to the access topic, they are not satisfied or impressed with this service. The outstanding points which should be maintained is the airport facilities.

Keywords: importance-performance analysis, online review, service quality, sentiment analysis, U-Tapao airport.

* Logistics Management, Faculty of Management Sciences, Kasetsart University
Corresponding author. e-Mail: sarun.d@ku.th

การประเมินคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานอู่ตะเภา จากความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 13 สิงหาคม 2565
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 30 กันยายน 2565
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 10 พฤศจิกายน 2565

ศรัณย์ ดั่นสถิตย์*

บทคัดย่อ

ท่าอากาศยานอู่ตะเภาถูกบรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกให้เป็นศูนย์กลางการบินของภาคตะวันออก แต่ที่ผ่านมายังไม่มีการศึกษาความคิดเห็นจากผู้โดยสารต่างชาติที่ใช้บริการสนามบินแห่งนี้ การศึกษาครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานอู่ตะเภาจากความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์ และจัดลำดับความสำคัญในการพัฒนาการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้โดยสาร ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการชาวไทยและต่างชาติที่มีต่อสนามบินอู่ตะเภาจาก Google review ในระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2560 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2562 ได้ความคิดเห็นภาษาอังกฤษและภาษาไทยที่มาศึกษารวมทั้งหมด 166 ข้อความ วิเคราะห์ทัศนคติต่อการให้บริการของความคิดเห็นด้วยวิธี Sentiment analysis และจัดลำดับความสำคัญของการพัฒนาการให้บริการด้วยวิธี Importance-performance analysis ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะที่สนามบินอู่ตะเภาต้องเร่งปรับปรุงคือ Access หรือการเข้าถึงเนื่องจากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับเรื่องนี้แต่ยังไม่ประทับใจในการให้บริการ ส่วนคุณสมบัติที่เป็นจุดเด่นที่ควรรักษาไว้ คือ Airport Facilities หรือสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน

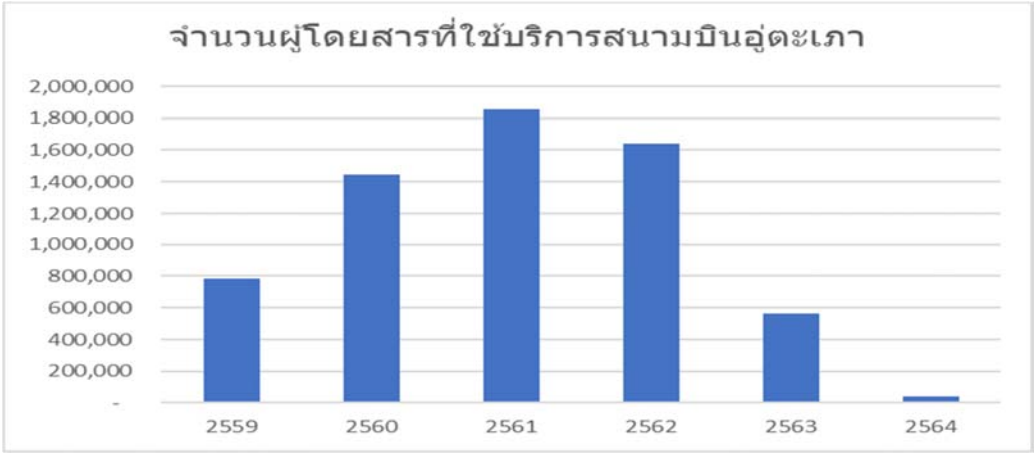
คำสำคัญ: การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานและความสำคัญ, ความคิดเห็นออนไลน์, คุณภาพการให้บริการ, การวิเคราะห์ความคิดเห็น, ท่าอากาศยานอู่ตะเภา

* สาขาการจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Corresponding author. e-Mail: sarun.d@ku.th

บทนำ

โครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) เป็นโครงการที่มุ่งเน้นการพัฒนาพื้นที่สามจังหวัดในภาคตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ ระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา โดยมีโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญคือ การพัฒนาสนามบินอู่ตะเภา และเมืองการบินภาคตะวันออก เพื่อยกระดับสนามบินอู่ตะเภาเป็นสนามบินนานาชาติเชิงพาณิชย์หลักแห่งที่ 3 และเป็นศูนย์กลางของมหานครการบินภาคตะวันออกที่เป็นการพัฒนาเขตอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม และที่อยู่อาศัยโดยมีพื้นที่โดยรอบสนามบินประมาณ 30 กิโลเมตร นอกจากนั้นยังมีการเชื่อมต่อการเดินทางกับอีกสองสนามบิน คือ สนามบินดอนเมืองและสุวรรณภูมิด้วยรถไฟความเร็วสูง ซึ่งคาดการณ์กันว่าสามารถรองรับผู้โดยสารรวมทั้งสามสนามบินได้มากถึง 200 ล้านคนต่อปี (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, ออนไลน์, 2565)

ในส่วนของท่าอากาศยานอู่ตะเภานั้นมีจำนวนผู้โดยสารมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องทั้งจากเที่ยวบินในประเทศ และเที่ยวบินระหว่างประเทศดังแสดงในภาพที่ 1 แต่จำนวนผู้โดยสารที่ลดลงในปี 2563 เกิดจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และตามการคาดการณ์ภายในปี 2569 สนามบินดอนเมืองจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการเกินขีดความสามารถในการรองรับ จึงส่งผลให้สนามบินอู่ตะเภาจะมีผู้โดยสารมาใช้บริการมากกว่า 8 ล้านคนต่อปี ซึ่งสูงกว่าปริมาณผู้โดยสารสูงสุดที่เคยมาใช้บริการสนามบินแห่งนี้มากกว่าสี่เท่า ดังนั้น การพัฒนาคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานอู่ตะเภาและการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้โดยสารที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัวจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการ และจะส่งผลเชิงบวกอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมการบินของประเทศ และในทางตรงกันข้ามหากผู้โดยสารไม่ประทับใจในการใช้บริการอาจส่งผลให้เลือกใช้สนามบินอื่นหรืออาจถึงขั้นเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางอื่น (Halpern & Graham, 2021)



ภาพที่ 1 จำนวนผู้โดยสารรวมที่ใช้บริการสนามบินอู่ตะเภาระหว่างปี 2559-2564
(ท่าอากาศยานอู่ตะเภา, 2565)

ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานได้แสดงความคิดเห็นรวมถึงประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการต่าง ๆ จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการรับข้อมูลจากผู้ใช้งานที่สร้างเนื้อหาด้วยตนเอง ซึ่งในหลายธุรกิจโดยเฉพาะในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการได้มีการนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ความคิดเห็นเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงาน (Xiang, Du, Ma, & Fan, 2017) ทั้งนี้ข้อมูลจาก Google review ก็เป็นหนึ่งในช่องทางที่ได้รับความนิยมในการนำมาประมวณผลและวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการโดยเฉพาะการประเมินคุณภาพการให้บริการของสนามบิน เนื่องจากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์หรือแบบสอบถามอาจทำได้ไม่ทั่วถึงเนื่องจากไม่สามารถเก็บข้อมูลในพื้นที่ควบคุมความปลอดภัยและผู้โดยสารอาจไม่ตอบตามเป็นจริงเนื่องจากเร่งรีบในการเดินทาง (Lee & Yu, 2018) ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงเลือกใช้การแสดงความคิดเห็นจากสื่อสังคมออนไลน์เป็นข้อมูลทุติยภูมิเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานอู่ตะเภา

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถเห็นได้ว่าคุณภาพในการให้บริการของท่าอากาศยานอู่ตะเภาส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกและเศรษฐกิจของพื้นที่ภาคตะวันออก แต่จากการสืบค้นข้อมูลพบว่า การศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานอู่ตะเภายังมีอยู่น้อยมาก และเป็นข้อมูลที่ได้จากผู้ใช้บริการชาวไทยเพียงอย่างเดียว รวมถึงการศึกษาที่ใช้การเก็บข้อมูลจากความคิดเห็นออนไลน์ที่เป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่ได้รับจากผู้ใช้บริการเพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการของสนามบินของในประเทศไทยยังมีอยู่น้อยเช่นกัน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานอู่ตะเภาจากความคิดเห็นออนไลน์ของชาวไทยและต่างประเทศ เพื่อประเมินว่าผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อการรับบริการอย่างไร รวมถึงเสนอแนวทางในการพัฒนาการให้บริการของท่าอากาศยานอู่ตะเภาเพื่อสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ประเมินคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานอู่ตะเภาจากความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์
2. จัดลำดับความสำคัญในการพัฒนาการให้บริการของท่าอากาศยานอู่ตะเภาเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้โดยสารที่มาใช้บริการ

กรอบแนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

คุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยาน (airport service quality) ในปัจจุบันมีการแข่งขันทางด้านการหารายได้ของธุรกิจการบินมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการสนามบินให้ความสำคัญกับการบริการเพิ่มมากขึ้นยิ่งด้วย เพราะหากยิ่งผู้ใช้บริการมีความประทับใจในการใช้บริการแล้ว จะยิ่งส่งผลต่อการใช้จ่ายในสนามบินเพิ่มขึ้นไปด้วย ดังนั้นท่าอากาศยานแต่ละแห่งจึงหาแนวทางในการพัฒนาการให้บริการเพื่อสนองต่อความต้องการของผู้โดยสาร (Wattanacharoensil, 2016) คุณภาพการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่ผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจการบินให้ความสนใจ โดยในปัจจุบันท่าอากาศยานและหน่วยงานที่กำกับดูแลหลายแห่งได้มีโปรแกรมตรวจสอบคุณภาพการให้บริการของตนเอง และหน่วยงานนานาชาติที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในอุตสาหกรรมการบิน คือ

Airports Council International (ACI) ได้มีการกำหนดมาตรฐานและแนวทางในการประเมินคุณภาพของสนามบินทั่วโลกที่เรียกว่า Airport Service Quality (ASQ) ซึ่งมีหัวข้อการประเมินคุณภาพการให้บริการของสนามบินทั้งหมด 34 ข้อ จากคุณลักษณะการให้บริการ 8 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย Access, Check-in, Passport control, Security, Finding your way, Airport facilities, Airport environment และ Arrivals services (Halpern & Mwesiumo, 2021)

โดยทั่วไปวิธีการสำรวจความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสนามบินใช้วิธีให้ผู้โดยสารตอบแบบสอบถามแบบมีโครงสร้างที่ข้อคำถามแสดงถึงคุณลักษณะการบริการในแต่ละด้าน (Gitto & Mancuso, 2017) แต่การเก็บข้อมูลด้วยวิธีนี้มีข้อจำกัดคือทำได้เพียงบางพื้นที่และบางช่วงเวลา รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูลสูงและมีการจำกัดจำนวนของข้อมูลที่เก็บได้ (Greaves, Ramirez-Cano, Millett, Darzi, & Donaldson, 2013) นักวิจัยจึงมีการศึกษาเพื่อหาวิธีการเก็บข้อมูลด้วยวิธีต่าง ๆ เพื่อสร้างความสมดุลย์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการกับจำนวนความคิดเห็นที่ได้รับ หนึ่งในนั้นคือการเก็บข้อมูลจากความคิดเห็นออนไลน์เพราะผู้โดยสารสามารถแสดงความคิดเห็นได้โดยไม่มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่และสามารถดูข้อมูลย้อนหลังได้ (Guo, Barnes, & Jia, 2017)

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการของท่าอากาศยานอู่ตะเภานั้น สิทธิชัย ศรีเจริญประมง (2561) ได้สำรวจความคิดเห็นผู้โดยสารชาวไทยแล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธี Importance-performance analysis และสัมภาษณ์ผู้บริหารสนามบินเพื่อเสนอแนวทางการออกแบบบริการ พบว่า สนามบินอู่ตะเภามุ่งเน้นทางด้านขั้นตอนการส่งมอบบริการ เช่น ความรวดเร็วในจุดตรวจค้นผู้โดยสารและสัมภาระ ความปลอดภัยในสนามบิน และการช่วยเหลือของพนักงาน แต่ยังไม่สามารถสนองตอบต่อความต้องการของผู้ใช้บริการทางด้านผลิตภัณฑ์การบริการ เช่น การบริการรถสาธารณะ ร้านอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในสนามบิน

สอดคล้องกับการศึกษาของ นุชาวดี สุขพงษ์ไทย และจิราภา พึ่งบางกรวย (2563) ที่ได้ศึกษาจากผู้ใช้บริการคนไทยถึงอิทธิพลของความสะดวกในการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการรับบริการ พบว่าความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินอู่ตะเภามีผลมาจากความสะดวกในการเข้าถึง ดังนั้นทางสนามบิน จึงควรปรับปรุงที่จอดรถให้สะดวกแก่ผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

จากงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นเห็นได้ว่าสิ่งที่ควรเร่งปรับปรุงของสนามบินอู่ตะเภาคือการเข้าถึงสนามบินทั้งในเรื่องของระบบขนส่งสาธารณะและที่จอดรถ แต่ข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยทั้งสองมาจากผู้ใช้บริการชาวไทยเพียงกลุ่มเดียว ยังขาดการเก็บข้อมูลจากผู้โดยสารต่างชาติซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย นอกจากนั้นยังมีการเก็บข้อมูลเพียงแค่ช่วงเวลาเดียวจึงไม่สามารถเห็นแนวโน้วการเปลี่ยนของข้อมูลได้ การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลความคิดเห็นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อให้ครอบคลุมทั้งผู้โดยสารชาวไทยและต่างชาติ และเก็บข้อมูลในช่วงปี 2560-2562 เพื่อสามารถศึกษาแนวโน้วความคิดเห็นของผู้ใช้บริการได้

การวิเคราะห์ความคิดเห็น (sentiment analysis) เนื่องจากทุกวันนี้มีช่องทางให้ผู้บริโภคแสดงความคิดเห็นผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น จึงได้มีการคิดค้นเทคนิควิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้บริโภคจากข้อความที่

ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อใช้ในการประเมินทัศนคติของผู้บริโภคว่ามีความคิดเห็นเป็นลบ เป็นกลาง หรือเป็นบวกต่อสินค้าและบริการที่ใช้ ทั้งนี้ยังสามารถแบ่งระดับการวิเคราะห์ความคิดเห็นได้ในระดับเอกสาร คือ ทัศนคติโดยรวมของข้อความทั้งหมด ระดับประโยคคือทัศนคติโดยรวมของประโยค และระดับคุณลักษณะ คือ ทัศนคติของแต่ละคุณลักษณะย่อยในแต่ละข้อความ (มาสวีร์ มาศดิศรโชติ, 2557)

เนื่องจากข้อมูลความคิดเห็นที่มีจำนวนมากจึงได้มีการพัฒนาเทคนิคโดยให้คอมพิวเตอร์ประมวลผลโดยอัตโนมัติ (auto annotation) ซึ่งเหมาะกับการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีจำนวนมากเพื่อประหยัดเวลาและต้นทุนในการดำเนินงาน แต่การวิเคราะห์ด้วยวิธีนี้ยังขาดความแม่นยำโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับข้อความที่มีความหมายซับซ้อน ข้อความเสียดสีประชดประชัน การเปรียบเทียบ หรือความหมายกำกวม (Song, Kawamura, Uchida, & Saito, 2019) นักวิจัยจึงได้พัฒนาเทคนิคที่ใช้การวิเคราะห์ความคิดเห็นด้วยตัวบุคคล (manual annotation) เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการวิเคราะห์ ลดระยะเวลาในการวิเคราะห์ และลดความโน้มเอียงในการวิเคราะห์ความคิดเห็น (Becker, Parkin, & Sasse, 2016; Petrillo & Baycroft, 2010; Song, Kawamura, Uchida, & Saito, 2019)

การวิเคราะห์ความคิดเห็นจากสื่อสังคมออนไลน์ได้มีการนำมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจการบินเพื่อใช้ในการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อสายการบินและท่าอากาศยาน โดยข้อมูลทุติยภูมิที่นำมาใช้วิเคราะห์มาจาก 3 แหล่งหลัก คือ ข้อมูลที่ได้มาจาก Twitter ของสนามบิน (Misopoulos, Mitic, Kapoulas, & Karapiperis, 2014; Martin-Domingo, Martín, & Mandsberg, 2019) ข้อมูลจากเวปไซต์ของ SkytraX (Lacic, Kowald, & LeX, 2016) และข้อมูลจาก Google review (Dhini & Kusumaningrum, 2018; Lee & Yu, 2018) ซึ่งจะเห็นว่ามีทางเลือกในการใช้แหล่งข้อมูลที่หลากหลาย ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้เลือกใช้ความคิดเห็นที่แสดงบน Google Review เนื่องจากมีความคิดเห็นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษรวมถึงเป็นการแสดงความคิดเห็นที่ระบุเฉพาะเจาะจงของท่าอากาศยานอู่ตะเภา และมีจำนวนความคิดเห็นมากกว่าช่องทางอื่น

การศึกษาการให้บริการของท่าอากาศยานด้วยความคิดเห็นจากสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยยังมีอยู่น้อยมาก ศิริวรรณ ไชยสูรยกานต์ และศรัณย์ ดั่นสถิตย์ (2564) ได้ศึกษาการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และใช้คุณลักษณะการให้บริการตามเกณฑ์ย่อย 34 ข้อ ของ Airport Service Quality program (ASQ) ที่จัดทำโดย Airports Council International (ACI) แต่เมื่อนำข้อมูลมาสรุปผลพบว่าในหลายคุณลักษณะไม่มีผู้แสดงความคิดเห็น และด้วยจำนวนข้อของคุณลักษณะที่ใช้ในการวิเคราะห์มีจำนวนมากเกินไป จึงส่งผลให้ไม่สามารถแสดงคุณลักษณะที่ควรมุ่งเน้นในการพัฒนาได้อย่างเด่นชัด

การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน-ความสำคัญ (importance-performance analysis) Martilla and James (1977) ได้เสนอแนวทางในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน-ความสำคัญ เพื่อเป็นขั้นตอนการประเมินคุณภาพการให้บริการโดยคำนึงถึงมุมมองของผู้รับบริการเป็นหลักและจัดลำดับความสำคัญของคุณลักษณะในการให้บริการเพื่อพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า สำหรับเทคนิคนี้ใช้การวิเคราะห์จากคุณลักษณะที่ลูกค้าให้ความสำคัญและผลการดำเนินงานของแต่ละคุณลักษณะแล้วจัดกลุ่มคุณลักษณะออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 Concentrate here หมายถึง การที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญในคุณลักษณะนี้มาก แต่กลับพบว่า ผลการดำเนินงานในส่วนนี้ต่ำ ดังนั้นผู้ให้บริการควรให้ความสนใจและใส่ใจในการพัฒนาคุณลักษณะเหล่านี้เป็นหลัก

กลุ่มที่ 2 Keep up the good work หมายถึง การที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญในคุณลักษณะนี้มาก และพบว่า ผลการดำเนินงานในส่วนนี้สูง ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถรักษาระดับการให้บริการให้อยู่ในระดับนี้หรือเพิ่มขึ้นกว่านี้ ย่อมส่งผลโดยรวมต่อคุณภาพในการให้บริการและความพึงพอใจของผู้รับบริการ

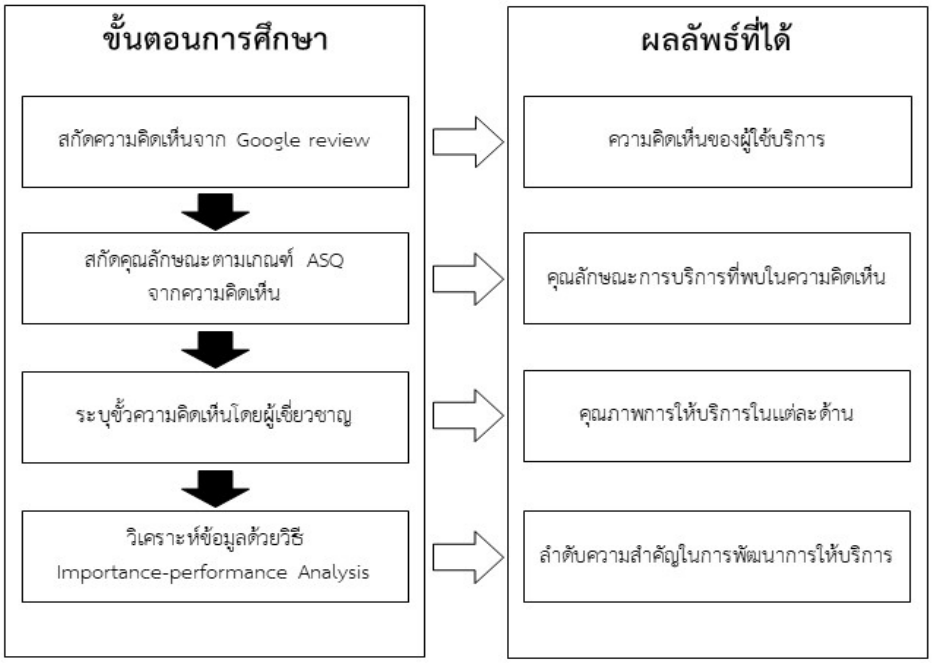
กลุ่มที่ 3 Low priority หมายถึง การที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญในคุณลักษณะนี้น้อย และผลการดำเนินงานในส่วนนี้ต่ำ ดังนั้นคุณลักษณะที่อยู่ในกลุ่มนี้เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญน้อยที่สุด เนื่องจากผู้ใช้บริการแทบจะไม่ได้พิจารณาเป็นคุณลักษณะหลักในการประเมินคุณภาพการให้บริการ

กลุ่มที่ 4 Possible overkill หมายถึง การที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญในคุณลักษณะนี้น้อย แต่ผลการดำเนินงานในส่วนนี้สูง ซึ่งผู้ให้บริการสามารถจัดสรรทรัพยากร พนักงาน และเงินทุนที่ให้บริการในส่วนนี้ไปยังส่วนอื่นที่สำคัญกว่าได้

แนวทางการวิเคราะห์นี้ได้ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในหลายธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวกับภาคบริการและการท่องเที่ยว (Azzopardi & Nash, 2013; Mimbs, Boley, Bowker, Woosnam, & Green, 2020; Sever, 2015) โดยข้อมูลในส่วนของความสำคัญและผลการดำเนินงานนั้น ในการศึกษาที่ผ่านมาได้มาจากการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ต่อมาจึงได้มีการนำข้อมูลความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านการวิเคราะห์ด้วยวิธี Sentiment analysis ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อใช้แทนข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ (Bi, Liu, Fan, & Zhang, 2019; Chen, Becken, & Stantic, 2022; Nam & Lee, 2019; Wang, Zhang, Zhao, Lu, & Peng, 2020)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจาก Google reviews ที่จัดเป็นข้อมูลแบบ User-generated content (UGC) คือ ข้อมูลที่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าสร้างเนื้อหาด้วยตนเอง และวิเคราะห์ความคิดเห็นด้วยวิธี Sentiment analysis ที่ประกอบด้วยการสกัดคุณลักษณะที่ผู้ใช้บริการกล่าวถึงและเปรียบเทียบกับเกณฑ์การประเมินของ Airport Service Quality program (ASQ) ที่จัดทำโดย Airports Council International (ACI) และการระบุขั้วความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการบริการของท่าอากาศยานอู่ตะเภา แล้วทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Importance-performance analysis เพื่อจัดลำดับความสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานอู่ตะเภา ในภาพที่ 2 แสดงลำดับการดำเนินงานและผลลัพธ์ที่ได้ในแต่ละขั้นตอน



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการศึกษาและผลลัพธ์ที่ได้ในแต่ละขั้นตอน

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการภาษาไทยและภาษาอังกฤษจาก Google reviews ของ “ท่าอากาศยานอู่ตะเภา” ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2560 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2562 และเป็นความคิดเห็นที่มีไม่น้อยกว่า 20 ตัวอักษร มีความคิดเห็นที่เป็นไปตามเกณฑ์นี้ทั้งหมด 166 ข้อความ แบ่งเป็นภาษาไทย จำนวน 68 ข้อความ และความคิดเห็นภาษาอังกฤษ จำนวน 98 ข้อความ ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือข้อมูลทั้งหมดที่เข้าเงื่อนไขดังกล่าว

การเลือกใช้ความคิดเห็นจาก Google review เนื่องจากมีความคิดเห็นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และช่วงระยะเวลาที่เลือกเก็บข้อมูลระหว่างปี 2560-2562 เนื่องจากเป็นสถานการณ์ที่ผู้โดยสารใช้บริการตามปกติ ก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 รวมถึงการเลือกศึกษาเฉพาะความคิดเห็นที่มีไม่น้อยกว่า 20 ตัวอักษร เพื่อให้มีใจความสำคัญเพียงพอมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นความคิดเห็นที่ถูกจัดเก็บอยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้เครื่องมือสำหรับการศึกษา คือ การวิเคราะห์ความคิดเห็น (Sentiment analysis) เพื่อประเมินทัศนคติของผู้ใช้บริการที่แสดงความคิดเห็นนั้นว่ามีความคิดเห็นเชิงบวก เป็นกลาง หรือเชิงลบ และเป็นการแปลงข้อมูลเชิงคุณภาพให้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ความสำคัญ-ผลการดำเนินงาน ที่เป็นการวิเคราะห์จากคุณลักษณะการให้บริการที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญและผลการดำเนินงานของแต่ละคุณลักษณะ เพื่อจัดลำดับความสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานอู่ตะเภา

การวิเคราะห์ความคิดเห็นด้วยวิธี Sentiment Analysis การศึกษาครั้งนี้นำความคิดเห็นที่ผ่านการคัดกรองมาวิเคราะห์ด้วยวิธี Sentiment analysis โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยตัวบุคคล (manual annotation) เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการวิเคราะห์และสามารถแปลผลทัศนคติของความความคิดเห็นได้อย่างถูกต้อง โดยได้ประยุกต์แนวทางการวิเคราะห์จากการศึกษาของ Becker et al. (2016) และ Song et al. (2019) ทั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นในระดับการสกัดคุณลักษณะ (feature eXtraction) เพื่อคัดแยกข้อความของแต่ละความคิดเห็นว่ามีคุณลักษณะการให้บริการใดบ้างที่ตรงกับคุณลักษณะตามเกณฑ์การประเมินของ Airport Service Quality Program (ASQ) โดยการศึกษาครั้งนี้เลือกใช้เกณฑ์การประเมินหลัก 8 ข้อ แทนเกณฑ์การประเมินคุณลักษณะย่อย เนื่องจากผู้ใช้บริการไม่ได้แสดงความคิดเห็นทุกคุณลักษณะย่อย จึงอาจส่งผลให้ไม่สามารถแสดงคุณลักษณะที่ควรมุ่งเน้นในการพัฒนาได้อย่างเด่นชัด

หลังจากนั้นระบุขั้วความคิดเห็น (polarity of opinion) เพื่อประเมินความคิดเห็นแต่ละข้อความว่ามีความคิดเห็นเชิงบวก เป็นกลาง หรือเชิงลบด้วยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 คน ซึ่งประกอบด้วยผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานธุรกิจการบินไม่น้อยกว่าสิบปีและนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจบริการ หากประเด็นใดที่ผู้ที่เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นไม่ตรงกัน ผู้วิจัยจะเป็นคนตัดสินคนที่ 3 แล้วเลือกเฉพาะข้อความที่ผู้เชี่ยวชาญและนักวิจัยให้คะแนนตรงกันไม่น้อยกว่า 2 คน โดยมีหลักเกณฑ์ในการให้คะแนน (sentiment score) คือ หากข้อความนั้นมีความหมายเชิงลบให้คะแนนเป็น -1, ความหมายเป็นกลางให้คะแนนเป็น 0 และความหมายเป็นบวกให้คะแนนเป็น 1 โดยตัวอย่างการวิเคราะห์ความคิดแสดงในภาพที่ 3

จากการสกัดคุณลักษณะการให้บริการตามเกณฑ์ ASQ ในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานอู่ตะเภาระหว่างปี พ.ศ. 2560-2562 เมื่อพิจารณาจำนวนความคิดเห็นในแต่ละปีตามตารางที่ 1 พบว่าความคิดเห็นภาษาอังกฤษ (EN) มากกว่าภาษาไทย (TH) ในทุกปี และผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นในคุณลักษณะ Airport Facilities มากที่สุดและคุณลักษณะ Access รองลงมาเหมือนกันในทุกปี และในทางกลับกันคุณลักษณะ Arrival Services ไม่มีผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นในช่วงสามปีนี้ และหัวข้อที่มีแต่ผู้โดยสารต่างชาติแสดงความคิดเห็นเพียงกลุ่มเดียว คือ Check-In และ Passport Control เนื่องจากว่าผู้โดยสารชาวต่างชาติมีขั้นตอนตรวจสอบเอกสารการเดินทางมากกว่าผู้โดยสารชาวไทยจึงแสดงความคิดเห็นในหัวข้อนี้ ทั้งนี้ในหนึ่งความคิดเห็นอาจมีการแสดงความคิดเห็นมากกว่าหนึ่งคุณลักษณะ

การสกัดคุณลักษณะของความคิดเห็น

อาคารผู้โดยสารเล็กไปหน่อย. ถ้าตกแต่งจะสวยงาม ห้องน้ำสะอาด บริการจอดรถรับส่งฟรี แต่ที่ภายในตัวอาคารไม่มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์หรือเจ้าหน้าที่เลย

การระบุขั้วความคิดเห็นโดยผู้เชี่ยวชาญ

คุณลักษณะที่พบในความคิดเห็น	เกณฑ์ตาม ASQ	คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2	คะแนนจากผู้วิจัย	สรุปผลการให้คะแนน
อาคารผู้โดยสารเล็กไปหน่อย. ถ้าตกแต่งจะสวยงาม	Airport Environment	0	0	-	**0**
ห้องน้ำสะอาด	Airport Facilities	1	1	-	**1**
บริการจอดรถรับส่งฟรี	Access	0	1	1	**1**
แต่ที่ภายในตัวอาคารไม่มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์หรือเจ้าหน้าที่เลย	Airport Facilities	-1	0	-1	**-1**

-1 = ความหมายเป็นลบ 0 = ความหมายเป็นกลาง 1 = ความหมายเป็นบวก

ภาพที่ 3 ตัวอย่างการวิเคราะห์ความคิดเห็นด้วยวิธี Sentiment Analysis

ตารางที่ 1 จำนวนความคิดเห็นภาษาอังกฤษและภาษาไทยจำแนกตามเกณฑ์ Airport Services Quality ระหว่างปี พ.ศ. 2560-2562

Service Attribute	2560			2561			2562		
	EN	TH	Total	EN	TH	Total	EN	TH	Total
Access	7	4	11	13	1	14	18	10	28
Check-In	0	0	0	3	0	3	4	0	4
Passport Control	6	0	6	1	0	1	6	0	6
Security	4	1	5	5	0	5	7	1	8
Finding your way	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Airport Facilities	13	3	16	16	3	19	23	8	31
Airport Environment	0	1	1	5	1	6	8	5	13
Arrival Services	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	**30**	**9**	**39**	**43**	**5**	**48**	**67**	**24**	**91**

หลังจากนั้นนำผลคะแนนที่ผู้เชี่ยวชาญระบุขั้วความคิดเห็น (polarity of opinion) มาคำนวณหาค่าระดับความพึงพอใจของแต่ละคุณลักษณะ โดยประยุกต์วิธีการคำนวณจากการศึกษาของ Chen et al. (2022) โดยในสมการที่ 1 แสดงวิธีการหาค่าคะแนนความคิดเห็น (*sent*) ของแต่ละคุณลักษณะ (*A*) แยกตามภาษาที่ใช้แสดงความคิดเห็น (*l*) ในแต่ละปี (*y*) โดยใช้ค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ได้จาก Sentiment score (*sent*) ของแต่ละความคิดเห็น (*i*) ของแต่ละปีในแต่ละภาษา (N_{Aly})

$$Sent_{Aly} = \frac{\sum_{i=1}^{N_{Aly}} sent_i}{N_{Aly}} \quad i = 1, 2, \dots, N_{Aly} \tag{1}$$

เมื่อคำนวณตามสมการที่ 1 แล้วผลลัพธ์ของคุณลักษณะใดที่มีค่าน้อยกว่าศูนย์แสดงว่าผู้โดยสารส่วนใหญ่ไม่ประทับใจต่อการใช้บริการ หากผลลัพธ์เป็นศูนย์หมายความว่าผู้โดยสารส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นเป็นกลาง และหากผลลัพธ์มากกว่าศูนย์แสดงว่าผู้โดยสารส่วนใหญ่ประทับใจในการรับบริการ จากตารางที่ 2 ได้สรุปคะแนนความคิดเห็นในแต่ละคุณลักษณะ เมื่อพิจารณาตามรายปี ในปี 2560 ผู้โดยสารโดยรวม (Total) ไม่ประทับใจหัวข้อเดียว คือ Access ต่อมาในปี 2561 มีหัวข้อที่ผู้โดยสารไม่ประทับใจมากถึง 4 ข้อ จากคุณลักษณะที่ถูกประเมินทั้งหมด 6 ข้อ แต่ในปี 2562 มีหัวข้อที่ผู้ใช้บริการไม่ประทับใจเหลือเพียง 2 หัวข้อ จากคุณลักษณะที่ถูกประเมินทั้งหมด 7 ข้อ

และเมื่อพิจารณารายคุณลักษณะการให้บริการพบว่าหัวข้อ Access หรือการเข้าถึงสนามบิน ถึงแม้ว่าในบางปีผู้โดยสารชาวไทย (TH) จะประทับใจในข้อนี้แต่ผู้โดยสารต่างชาติ (EN) ไม่ประทับใจในทุกปี จึงส่งผลให้ภาพรวม (Total) มีความคิดเห็นเชิงลบต่อการบริการในด้านนี้

ตารางที่ 2 คะแนนความคิดเห็น (Sentiment score) ต่อการใช้บริการจำแนกตามเกณฑ์ Airport Services Quality ระหว่างปี พ.ศ. 2560-2562

Service Attribute	2560			2561			2562		
	EN	TH	Total	EN	TH	Total	EN	TH	Total
Access	-0.29	0.00	-0.18	-0.62	1.00	-0.50	-0.61	0.19	-0.39
Check-In				0.50		0.50	0.67		0.67
Passport Control	0.17		0.17	-1.00		-1.00	0.67		0.67
Security	0.50	-1.00	0.20	-0.60		-0.60	0.14	1.00	0.25
Finding your way							-1.00		-1.00
Airport Facilities	0.50	0.50	0.50	-0.29	-0.33	-0.29	0.10	0.50	0.21
Airport Environment		0.00	0.00	0.40	-1.00	0.17	0.60	1.00	0.80

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี Importance-performance Analysis นำค่า Sentiment Score ของแต่ละคุณลักษณะการให้บริการตามเกณฑ์ของ ASQ ที่ได้จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นมาจัดลำดับความสำคัญเพื่อการพัฒนาด้วยวิธี Importance-performance Analysis ซึ่งวิธีการหาผลการดำเนินงาน (performance) และค่าความสำคัญ (importance) ของแต่ละคุณลักษณะได้ประยุกต์จากการศึกษาของ Chen et al. (2022) โดยนำค่าคะแนนความคิดเห็นที่ได้จากสมการที่ 1 เป็นค่าผลการดำเนินงาน แต่เนื่องจากค่าคะแนนที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานและความสำคัญนิยมแสดงผลเป็นค่าตั้งแต่ 0 ถึง 5 แต่ค่าที่ได้จากวิธีข้างต้นได้ค่าระหว่าง -1 ถึง 1 จึงต้องมีการปรับค่าคะแนนใหม่เพื่อให้ผลออกมาอยู่ระหว่าง 0 ถึง 5 ตามสมการที่ (2)

$$Adj_Performance_{Aly} = 2.5 * (Sent_{Aly} + 1) \quad (2)$$

สำหรับวิธีการหาค่าความสำคัญของแต่ละคุณลักษณะ (*A*) แยกตามภาษาที่ใช้แสดงความคิดเห็น (*l*) ในแต่ละปี (*y*) ประยุกต์จากการศึกษาของ Chen et al. (2022) และ Nam and Lee (2019) โดยอยู่บนแนวคิดที่ว่าคุณลักษณะใดที่ผู้ใช้บริการให้ความสนใจมากจะถูกกล่าวถึงมากกว่าคุณลักษณะที่ให้ความสนใจน้อย ดังนั้นจึงใช้วิธีการคำนวณจากจำนวนความคิดเห็นที่พบในแต่ละคุณลักษณะ (N_{Aly}) เทียบกับจำนวนความคิดเห็นของคุณลักษณะที่พบมากที่สุดและเนื่องจากต้องการให้ค่าแสดงผลอยู่ระหว่าง 0 ถึง 5 จึงนำ 5 ไปคูณระหว่างสัดส่วนของจำนวนความคิดเห็นที่พบในแต่ละคุณลักษณะกับจำนวนความคิดเห็นของคุณลักษณะที่พบมากที่สุด ดังแสดงในสมการที่ (3)

$$Importance_{Aly} = 5 * \frac{N_{Aly}}{max(N_{Aly})} \quad (3)$$

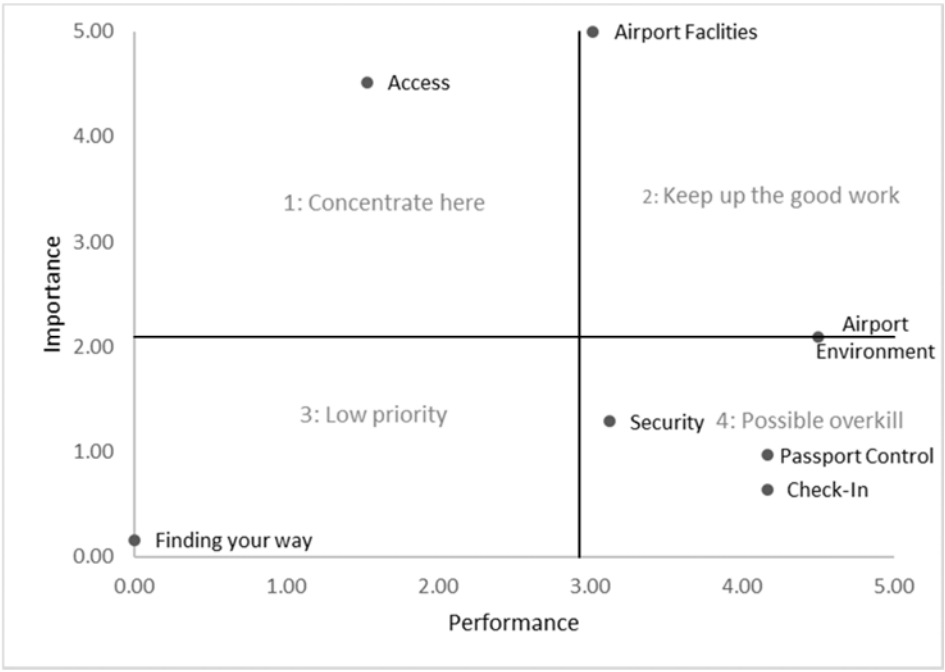
จากตารางที่ 3 แสดงตัวอย่างค่าความสำคัญและค่าผลการดำเนินงานของปี พ.ศ. 2562 โดยคุณลักษณะด้าน Airport Facilities มีผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นมากที่สุดจึงมีค่าความสำคัญเต็ม 5 ส่วน คุณลักษณะด้าน Finding your way มีผู้กล่าวถึงน้อยที่สุดจึงได้ค่าความสำคัญ 0.16 โดยเทียบตามสัดส่วนตามที่แสดงในสมการที่ 3 ในส่วนของค่าผลการดำเนินงานได้จากค่าเฉลี่ยของ Sentiment score ของแต่คุณลักษณะตามสมการที่ 1 และนำมาปรับค่าให้แสดงผลอยู่ระหว่าง 0 ถึง 5 ตามสมการที่ 2

หลังจากนั้นนำค่าความสำคัญและค่าผลการดำเนินงานมาจัดกลุ่ม โดยแบ่งข้อมูลด้วยวิธี Data-centered method ซึ่งใช้ค่าเฉลี่ยของค่าความสำคัญและค่าผลการดำเนินงานของแต่ละภาษาในแต่ละปีเป็นจุดแบ่งข้อมูล เนื่องจากในแต่ละปีมีการแสดงความความคิดเห็นที่แตกต่างกันทั้งจำนวนความคิดเห็นและทัศนคติในแต่ละคุณลักษณะ การใช้วิธีแบบ Data-centered method จึงเหมาะสมกับลักษณะข้อมูลที่มีความแตกต่างในแต่ละชุดข้อมูลเหมือนกับการศึกษาครั้งนี้ (Chen et al., 2022)

ตารางที่ 3 ตัวอย่างค่าความสำคัญและค่าผลการดำเนินงานของปี พ.ศ. 2562

Service Attribute	No. of reviews	Importance	Performance
Access	28	4.52	1.53
Check-In	4	0.65	4.17
Passport Control	6	0.97	4.17
Security	8	1.29	3.13
Finding your way	1	0.16	0.00
Airport Facilities	31	5.00	3.02
Airport Environment	13	2.10	4.50

จากภาพที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ IPA ด้วยวิธี Data-centered method ค่าความสำคัญแบ่งระดับที่ค่า 2.10 ทั้งนี้คุณลักษณะที่มีค่าความสำคัญสูงกว่า 2.10 ถือว่าเป็นประเด็นที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญ และค่าผลการดำเนินงานแบ่งระดับที่ค่า 2.93 โดยคุณลักษณะที่มีค่าผลการดำเนินงานมากกว่า 2.93 เป็นประเด็นที่ผู้รับบริการมีความเห็นว่ามีผลการดำเนินงานที่ดี เมื่อกำหนดจุดตัดทั้งสองค่าได้แล้วจึงสามารถทราบได้ว่าคุณลักษณะการให้บริการแต่ละหัวข้ออยู่ในกลุ่มใด



ภาพที่ 4 ผลการวิเคราะห์ Importance-performance analysis ของปี พ.ศ 2562

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานอู่ตะเภาในสื่อสังคมออนไลน์ระหว่างปี พ.ศ.2560-2562 แล้วจัดกลุ่มคุณลักษณะการให้บริการด้วยเทคนิค Importance-performance analysis (IPA) ได้ผลตามตารางที่ 4 โดยตัวเลขที่แสดงหมายถึงกลุ่มที่แต่ละคุณลักษณะถูกจัดตามเทคนิค IPA และในบางคุณลักษณะที่แสดงผลเป็น N/A คือในปีนั้นไม่มีผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนั้น เมื่อพิจารณาถึงคุณลักษณะที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญได้แก่ Access และ Airport Facilities ซึ่งภาพรวมถูกจัดอยู่ในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ในทุกปี โดย Access หรือการเข้าถึงนั้นถูกจัดอยู่ในกลุ่มที่ 1 Concentrate here คือ สิ่งที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญและมีความคิดเห็นว่าผลการดำเนินงานต่ำกว่าที่คาดหวัง ซึ่งเป็นสิ่งที่ทางท่าอากาศยานอู่ตะเภาควรมุ่งเน้นให้ความสำคัญในการพัฒนา เมื่อศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการพบว่ารถแท็กซี่ที่ให้บริการในสนามบินมีค่าโดยสารที่สูง และรถสาธารณะที่รับส่งระหว่างสนามบินกับตัวเมืองมีจำนวนรอบให้บริการน้อย ส่วนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการชาวไทยมีความแตกต่างจากชาวต่างชาติในบางปีเนื่องจากส่วนใหญ่เดินทางโดยรถส่วนตัวจึงพบปัญหาการใช้บริการรถสาธารณะน้อยแต่กลับพบปัญหาเรื่องที่จอดรถในบางปีที่มีผู้โดยสารมาใช้บริการจำนวนมาก ซึ่งต่างจากผู้ใช้บริการชาวต่างชาติที่ต้องใช้รถสาธารณะในการเข้าเมืองเป็นหลัก

ตารางที่ 4 ผลการจัดกลุ่มของคุณลักษณะการให้บริการจากการวิเคาะห์ Importance-performance analysis ของปี พ.ศ. 2560-2562

Service Attribute	2560			2561			2562		
	EN	TH	Total	EN	TH	Total	EN	TH	Total
Access	3	2	1	1	4	1	1	1	1
Check-In	N/A	N/A	N/A	4	N/A	4	4	N/A	4
Passport Control	3	N/A	4	3	N/A	3	4	N/A	4
Security	4	3	4	3	N/A	3	4	4	4
Finding your way	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	3	N/A	3
Airport Facilities	2	2	2	1	1	1	2	1	2
Airport Environment	N/A	4	3	4	3	4	4	4	2

1 Concentrate here, 2 Keep up the good work, 3 Low priority, 4 Possible over kill

คุณลักษณะ Airport Facilities หรือสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบินถูกจัดอยู่ใน กลุ่มที่ 2 Keep up the good work ในปี 2560 และ 2562 คือ สิ่งที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญและมีความเห็นว่าผลการดำเนินงานสูงกว่าที่คาดหวัง ซึ่งเป็นสิ่งที่ทางท่าอากาศยานอู่ตะเภา ควรรักษาจุดเด่นนี้ไว้ โดยผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ประทับใจในการช่วยเหลือและอัธยาศัยของพนักงานที่ให้บริการในสนามบิน แต่ในปี 2561 อาคารผู้โดยสารหลังเก่าไม่

สามารถรองรับจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้นได้จึงส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และปัญหาดังกล่าวได้หมดไปในปี 2562 เมื่ออาคารผู้โดยสารหลังที่ 2 ได้เปิดให้บริการ

ในส่วนคุณลักษณะที่ถูกจัดอยู่ในกลุ่มที่ 3 และ 4 คือ คุณลักษณะที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญน้อย ได้แก่ Check-In, Passport Control, Security, Finding your way และ Airport Environment ซึ่งเป็นประเด็นที่ท่าอากาศยานอู่ตะเภาควรให้ความสำคัญในการพัฒนาลำดับหลัง หรือจัดสรรทรัพยากรบางส่วนที่ใช้ในการดำเนินงานไปยังกลุ่มที่ 1 และ 2 แทน

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการท่าอากาศยานอู่ตะเภาระหว่างปี พ.ศ. 2560-2562 พบว่าคุณลักษณะที่ถูกจัดอยู่กลุ่มที่ 1 Concentrate here คือ หัวข้อ Access หรือการเข้าถึงสนามบิน เนื่องจากผู้ใช้บริการให้ความเห็นถึงปัญหาการใช้ระบบขนส่งสาธารณะที่มีราคาสูงและมีรอบการให้บริการน้อย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิทธิชัย ศรีเจริญประมง (2561); นุชาวดี สุขพงษ์ไทย และจิราภา พึ่งบางกรวย (2563) พบว่าการเข้าถึงสนามบินอู่ตะเภาเป็นเรื่องที่ทางผู้บริหารสนามบินควรเร่งปรับปรุง ท่าอากาศยานอู่ตะเภา จึงควรเร่งปรับปรุงการให้บริการในส่วนนี้ ซึ่งจะสามารถเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสนามบินได้

ในส่วนคุณลักษณะ Airport Facilities ที่ถูกจัดอยู่ในกลุ่มที่ 2 Keep up the good work ถือได้ว่าเป็นจุดเด่นของท่าอากาศยานอู่ตะเภา ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ประทับใจกับการช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่ สอดคล้องกับการศึกษาของศิริวรรณ ไชยสูรยกานต์ และศรัณย์ ดั่นสถิตย์ (2564) และ Ketjutarat (2020) ที่ความสุภาพและการช่วยเหลือของพนักงานเป็นจุดเด่นของท่าอากาศยานในประเทศไทย ถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์การให้บริการและอัธยาศัยของคนไทยที่ชาวต่างชาติส่วนใหญ่ให้ความประทับใจ และเป็นสิ่งที่ผู้บริหารควรส่งเสริมให้คงอยู่ต่อไป

ถึงแม้คุณลักษณะข้อ Passport Control และ Security ที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญน้อยเนื่องจากในปัจจุบันมีระยะเวลารอคอยไม่นานเพราะปริมาณผู้โดยสารมีไม่มาก แต่การศึกษาของศิริวรรณ ไชยสูรยกานต์ และศรัณย์ ดั่นสถิตย์ (2564) พบว่า ท่าอากาศยานที่มีผู้ใช้บริการจำนวนมากอย่างสุวรรณภูมิต้องเร่งแก้ไขในเรื่องนี้เพราะผู้โดยสารต้องใช้ระยะเวลาในการรอรับบริการนานทั้งในส่วนของการตรวจค้นเพื่อความปลอดภัยและการตรวจลงตราหนังสือเดินทาง รวมถึงการศึกษาของ Barakat, Yeniterzi, and Martín-Domingo (2021); Bogicevic, Yang, Bilgihan, & Bujisic, (2013); Halpern & Mwesiumo (2021) และ Kiliç & Çadirci, (2022) พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการท่าอากาศยานขนาดใหญ่ให้ความสำคัญกับระยะเวลาในการรอคอยการตรวจค้นและตรวจลงตราหนังสือเดินทาง ดังนั้นท่าอากาศยานอู่ตะเภาจึงควรวางแผนการดำเนินงานเพื่อรองรับการเติบโตของจำนวนผู้โดยสารตามที่คาดการณ์ในแผนพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก เพื่อที่ผู้ใช้บริการจะไม่ต้องประสบปัญหาการรอคอยเป็นระยะเวลานานเมื่อมีผู้โดยสารมาใช้บริการจำนวนมาก

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานอู่ตะเภา โดยมีการเก็บข้อมูลจากความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้บริการที่มีต่อสนามบินอู่ตะเภา ในช่วงระยะเวลาระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2560 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2562 โดยได้ความคิดเห็นที่ใช้ในศึกษาเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษรวมทั้งหมด 166 ความคิดเห็น แล้วนำความคิดเห็นมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิค Sentiment analysis และจัดลำดับความสำคัญในการพัฒนาการให้บริการของท่าอากาศยานอู่ตะเภาเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้โดยสารที่มาใช้บริการด้วยวิธี Importance-performance analysis โดยสามารถจัดคุณลักษณะการให้บริการได้เป็นสี่กลุ่มตามลำดับความสำคัญ ซึ่งพบว่าคุณลักษณะที่สนามบินอู่ตะเภาต้องเร่งปรับปรุง คือ Access หรือการเข้าถึง เนื่องจากผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับเรื่องนี้แต่ยังไม่ประทับใจในการให้บริการ ส่วนคุณสมบัติที่เป็นจุดเด่นที่ควรรักษาไว้ คือ Airport Facilities หรือสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบินเพราะเป็นจุดแข็งที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญและมีความประทับใจต่อการบริการด้านนี้

หากนำวิธีการศึกษาในครั้งนี้มาขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลไปยังความคิดเห็นที่เป็นภาษาอื่นที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศจำนวนมาก เช่น ภาษาจีน ภาษารัสเซีย ภาษาญี่ปุ่น และภาษาเกาหลี จะช่วยทำให้เข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น รวมถึงหากศึกษาเพิ่มเติมในกรณีที่หนึ่งความคิดเห็นมีการกล่าวถึงหลายคุณสมบัติ ว่าแต่ละคุณสมบัติมีความความสัมพันธ์เชิงบวกหรือเชิงลบ อาจทำให้เข้าใจความคาดหวังของผู้ใช้บริการมากขึ้น และสามารถปรับปรุงการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

ผลจากการศึกษาแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการด้วยวิธีการนี้สามารถมองเห็นภาพรวมของการพัฒนา และศึกษาเพิ่มเติมถึงรายละเอียดในแต่คุณลักษณะได้จากการความคิดเห็นที่ใช้ในการวิเคราะห์ นอกจากนั้นภาคธุรกิจยังสามารถนำไปปรับใช้งานได้ง่ายด้วยต้นทุนที่ต่ำ ไม่จำเป็นต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางเหมือนกับการวิเคราะห์ความคิดเห็นด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ จึงเหมาะอย่างยิ่งที่จะนำการศึกษานี้ไปประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดสำหรับหน่วยงานที่มีความต้องการเริ่มศึกษาความคิดเห็นของผู้ใช้บริการจากสื่อสังคมออนไลน์ และหากมีแนวทางส่งเสริมให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นมากยิ่งขึ้น จะยิ่งมีข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์เพื่อนำเสนอรูปแบบสินค้าและบริการได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น

บรรณานุกรม

ท่าอากาศยานอู่ตะเภา. (2565). ***สถิติผู้โดยสาร ปี 2558-2565*** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก https://www.utapao.com/corporate/th/about-us/utpstat [2022, August 31].

นุชาวดี สุขพงษ์ไทย และจิราภา พึ่งบางกรวย. (2563). อิทธิพลของความสะดวกในการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง. ***วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, 9***(1), หน้า 71-85.

มาสวีร์ มาศดิศรโชติ. (2557). การทำเหมืองความคิดเห็นภาษาไทย. ***ศรีปทุมปริทัศน์ ฉบับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 6***(1), หน้า 120-128.

ศิริวรรณ ไชยสูรยกานต์ และศรัณย์ ดั่นสถิตย์. (2564). การประเมินคุณภาพการให้บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจากความคิดเห็นในสื่อสังคมออนไลน์ด้วย Importance-performance Analysis. ***วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 13***(2), หน้า 93-108.

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2565). ***สนามบินอู่ตะเภาและเมืองการบินภาคตะวันออก*** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก https://eeco.or.th/th/utapao-airport-and-the-eastern-aviation-city [2022, August 31].

สิทธิชัย ศรีเจริญประมง. (2561). แนวทางการออกแบบบริการของท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภาสู่ความเป็นเลิศ. ***วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 7***(1), หน้า 55-70.

Azzopardi, E., & Nash, R. (2013). A critical evaluation of importance–performance analysis. ***Tourism management, 35***, pp. 222-233.

Barakat, H., Yeniterzi, R., & Martín-Domingo, L. (2021). Applying deep learning models to twitter data to detect airport service quality. ***Journal of Air Transport Management, 91***, 102003.

Becker, I., Parkin, S., & Sasse, M. A. (2016). Combining qualitative coding and sentiment analysis: Deconstructing perceptions of usable security in organisations. In ***The LASER Workshop: Learning from Authoritative Security EXperiment Results (LASER 2016)*** (pp. 43-53). USENIX.

Bi, J. W., Liu, Y., Fan, Z. P., & Zhang, J. (2019). Wisdom of crowds: Conducting importance-performance analysis (IPA) through online reviews. ***Tourism Management, 70***, pp. 460-478.

Bogicevic, V., Yang, W., Bilgihan, A., & Bujisic, M. (2013). Airport service quality drivers of passenger satisfaction. ***Tourism Review, 68***(4), pp. 3-18.

Chen, J., Becken, S., & Stantic, B. (2022). Assessing destination satisfaction by social media: An innovative approach using Importance-Performance Analysis. ***Annals of Tourism Research, 93***, 103371.

Dhini, A., & Kusumaningrum, D. A. (2018, December). Sentiment analysis of airport customer reviews. In ***2018 IEEE International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management (IEEM)*** (pp. 502-506). IEEE.

Gitto, S., & Mancuso, P. (2017). Improving airport services using sentiment analysis of the websites. ***Tourism Management Perspectives, 22***, pp. 132-136.

Greaves, F., Ramirez-Cano, D., Millett, C., Darzi, A., & Donaldson, L. (2013). Harnessing the cloud of patient eXperience: using social media to detect poor quality healthcare. ***BMJ quality & safety, 22***(3), pp. 251-255.

Guo, Y., Barnes, S. J., & Jia, Q. (2017). Mining meaning from online ratings and reviews: Tourist satisfaction analysis using latent dirichlet allocation. ***Tourism management, 59***, pp. 467-483.

Halpern, N., & Graham, A. (2021). ***Airport marketing.*** London, UK: Routledge.

Halpern, N., & Mwesiumo, D. (2021). Airport service quality and passenger satisfaction: The impact of service failure on the likelihood of promoting an airport online. ***Research in Transportation Business & Management, 41***, 100667.

Ketjutarat, C. (2020). Passenger perspective of satisfaction in LCC in Don Mueang Airport, Thailand. ***Journal of Local Governance and Innovation, 4***(3), pp. 201-218.

Kiliç, S., & Çadirci, T. O. (2022). An evaluation of airport service eXperience: An identification of service improvement opportunities based on topic modeling and sentiment analysis. ***Research in Transportation Business & Management, 43***, 100744.

Lacic, E., Kowald, D., & LeX, E. (2016, July). High enough? EXplaining and predicting traveler satisfaction using airline reviews. In ***Proceedings of the 27th ACM Conference on HyperteXt and Social Media*** (pp. 249-254). New York: Association for Computing Machinery.

Lee, K., & Yu, C. (2018). Assessment of airport service quality: A complementary approach to measure perceived service quality based on Google reviews. ***Journal of Air Transport Management, 71***, pp. 28-44.

Martilla, J. A., & James, J. C. (1977). Importance-performance analysis. ***Journal of marketing, 41***(1), pp. 77-79.

Martin-Domingo, L., Martín, J. C., & Mandsberg, G. (2019). Social media as a resource for sentiment analysis of Airport Service Quality (ASQ). ***Journal of Air Transport Management, 78***, pp. 106-115.

Mimbs, B. P., Boley, B. B., Bowker, J. M., Woosnam, K. M., & Green, G. T. (2020). Importance-performance analysis of residents' and tourists' preferences for water-based recreation in the Southeastern United States. ***Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 31***, 100324.

Misopoulos, F., Mitic, M., Kapoulas, A., & Karapiperis, C. (2014). Uncovering customer service eXperiences with Twitter: the case of airline industry. ***Management Decision, 52***(4), pp. 705-723.

Nam, S., & Lee, H. C. (2019). A teXt analytics-based importance performance analysis and its application to airline service. ***Sustainability, 11***(21), 6153.

Petrillo, M., & Baycroft, J. (2010). Introduction to manual annotation. ***Fairview research,*** pp. 1-7.

Sever, I. (2015). Importance-performance analysis: A valid management tool?. ***Tourism management, 48***, 43-53.

Song, S., Kawamura, H., Uchida, J., & Saito, H. (2019). Determining tourist satisfaction from travel reviews. ***Information Technology & Tourism, 21***(3), pp. 337-367.

Wang, A., Zhang, Q., Zhao, S., Lu, X., & Peng, Z. (2020). A review-driven customer preference measurement model for product improvement: sentiment-based importance–performance analysis. ***Information Systems and e-Business Management, 18***(1), pp. 61-88.

Wattanacharoensil, W., Schuckert, M., & Graham, A. (2016). An airport eXperience framework from a tourism perspective. ***Transport reviews, 36***(3), pp. 318-340.

Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for social media analytics in hospitality and tourism. ***Tourism Management, 58***, pp. 51-65.