

รูปแบบคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

Service Quality toward Business Operation Effectiveness Model of Thai Airways International Public Company Limited

*กนกกร สดประไพ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์หาระดับคุณภาพการให้บริการที่มีประสิทธิผล และประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้วย Balance Scorecard หาความสัมพันธ์ระหว่างระดับคุณภาพการบริการกับประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และเสนอรูปแบบคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 400 ตัวอย่าง จากผู้โดยสาร 1,445,464 คน แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลมีความเชื่อมั่น .84 วิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์นั้น โดยการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของเพียร์สัน และถดถอยเชิงพหุคูณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 มีสถานภาพสมรส โสดจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 ช่วงอายุ 31 - 35 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ

71.2 อาชีพเจ้าของกิจการจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 - 45,000 บาท จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 และส่วนใหญ่ใช้บริการบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ในรอบ 6 เดือน 2 ครั้งจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8

2. ระดับคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมเฉลี่ยและทุกด้าน อยู่ในระดับมาก หากพิจารณาลำดับคุณภาพจากค่าเฉลี่ยจากน้อยไปหามาก ลำดับท้ายสุด ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ($\bar{X}=3.79$) มีค่าเฉลี่ย ด้านความมั่นคงปลอดภัยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.85$) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ($\bar{X}=3.89$) ด้านขีดความสามารถ ($\bar{X}=3.94$) ด้านความน่าเชื่อถือมี ($\bar{X}=3.26$) ด้านมารยาท ($\bar{X}=3.95$) ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้โดยสาร ($\bar{X}=3.98$) ด้านตอบสนองความต้องการลูกค้า ($\bar{X}=4.03$) ด้านการสื่อสารข้อความ ($\bar{X}=4.04$) และด้านมาตรฐานการให้บริการ ($\bar{X}=4.08$) มีค่าเฉลี่ย เรียงตามลำดับ

3. ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดย Balance Scorecard ภาพรวมเฉลี่ยมีระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาลำดับจากค่าเฉลี่ย พบว่า ลำดับแรกด้านความยั่งยืนหรือการเรียนรู้และการพัฒนา ($\bar{X}=4.03$) ด้านผู้โดยสาร ($\bar{X}=3.93$) ด้านการเงิน ($\bar{X}=4.10$) มีค่าเฉลี่ย และด้าน

กระบวนการภายใน ($\bar{X}=3.82$) ตามลำดับ

4. ผลทดสอบสมมติฐาน

4.1 ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดย Balance Scorecard ด้านการเงิน ด้านผู้โดยสาร ด้านกระบวนการภายใน และด้านความยั่งยืนมีความสัมพันธ์ระดับสูงทิศทางเดียวกันกับระดับคุณภาพการให้บริการในภาพรวมเฉลี่ย

5. รูปแบบคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) = $1360 + .986$ ด้านความมั่นคงปลอดภัย + $.973$ ด้านตอบสนองความต้องการลูกค้า + $.904$ ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ + $.772$ ด้านมารยาท + $.510$ ด้านความสะดวกในการเข้าถึง + $.178$ ด้านการสื่อสารข้อความ X3 (ระดับนัยสำคัญ .05 R Square = .95, Adjusted R Square = .91)

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ

Abstract

This research were quantitative and qualitative research and aim to evaluate the effectiveness service quality level and business operation effectiveness of Thai Airways International Public Company Limited, found relative between the effectiveness service quality level and business operation effectiveness of Thai Airways International Public Company Limited, and service quality toward business operation effectiveness model of Thai Airways International Public Company Limited ,by accidental sampling 400 respondents from 1,445,464 passengers. Questionnaire was the tool to collecting data with confidence level at .84. The analysis was conducted by computer software, statistical

treatments by program computer namely: frequency, percentage, means, standard deviation, ranking, Pearson Correlation, and Multiple Regression at statistical level .05, the research analyzed found that.

1. The majority of respondents were female 286 respondents (71.5 %), marital status single 262 respondents (65.5%), their age between 31 – 35 year old (42.1%), education level bachelor degree 285 respondents (71.2%), occupation business owner 181 respondents (45.2%) average income per month 35,001 – 45,000 Baht and service user Thai Airways International Public Company Limited 6 months ago two times.

2. Finding indicated that over all area and every area of Thai Airways International Public Company Limited service quality were at high level However, the raking by meant lastly were physical area ($\bar{X}=3.79$, safety area ($\bar{X}=3.85$), assessable convenience area ($\bar{X}=3.89$), capacity area ($\bar{X}=3.94$),reliability area ($\bar{X}=3.26$),courtesy area ($\bar{X}=3.95$),passengers attention area ($\bar{X}=3.98$), to meet the needs of passengers' area ($\bar{X}=4.03$),messes communication area ($\bar{X}=4.04$)and service standard area ($\bar{X}=4.08$) respectively.

3. Finding indicated that overall and every area of business operation effectiveness of Thai Airways International Public Company Limited by Balance Scorecard were at high level, however raking by mean first were sustainable or learning and growth area ($\bar{X}=4.03$), passengers area ($\bar{X}=4.01$), financial area ($\bar{X}=3.93$), and internal process ($\bar{X}=3.82$) respectively.

4. Hypothesis tested finding indicated that

There were high relationship level between financial area, passengers' area, process area, and learning and growth area of business operation effectiveness by Balance Scorecard with overall area of service quality of Thai Airways International Public Company Limited

5. Service Quality toward Business Operation Effectiveness Model of Thai Airways International Public Company Limited = $1360 + .986 \text{ safety area} + .973 \text{ to meet the needs of passengers' area} + .904 \text{ physical area} + .772 \text{ courtesy area} + .510 \text{ assessable convenience area} + .178 \text{ messes communication area}$ (Statistic significant level at .05 R Square = .95, Adjusted R Square = .91)

Keywords: Service Quality, Business Operation Effectiveness

บทนำ

การคมนาคมทางอากาศเป็นการเดินทางที่มีความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย ประหยัดเวลา และช่วยให้การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางได้ง่ายขึ้น ปัจจุบันจึงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และประชาชนทั่วไปเป็นอย่างมากทั้งการเดินทางระหว่างประเทศ และภายในประเทศ ยังผลให้ธุรกิจการบินในปัจจุบันมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการติดต่อสื่อสาร การทำธุรกิจหรือการท่องเที่ยว และในปัจจุบันการคมนาคมทางอากาศเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งกำลังเจริญเติบโตอย่างมาก จนกลายเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ทำรายได้เป็นอันดับหนึ่งของประเทศ และ

ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานของรัฐบาลอย่างจริงจัง (NESDB สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนเศรษฐกิจมหภาค 23 พฤษภาคม 2554)

ปัจจุบันเป็นที่ทราบกันดีว่าธุรกิจการบินนั้นมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น อีกทั้งมีจำนวนผู้เดินทางเพิ่มขึ้น ทั้งจากการท่องเที่ยวและการเดินทางเพื่อธุรกิจ ดังนั้นสายการบินก็มีการเปิดใหม่เพิ่มขึ้น และส่วนแบ่งทางการตลาดก็มีเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในปัจจุบันถ้าเราจะแบ่งประเภทของสายการบินโดยสาร มีด้วยกันทั้งหมด 4 ประเภทย่อย คือ 1. สายการบินระดับพรีเมียม (Premium airlines) คือสายการบินที่ให้บริการตามมาตรฐานสากลทั่วโลก ซึ่ง ต้องมีชั้นธุรกิจ และ ชั้นประหยัด ในเครื่องบิน แต่บางสายการบินอาจจะมีชั้นหนึ่งหรือชั้นประหยัดพิเศษ ให้บริการด้วย เช่น THAI AIRWAYS, SINGAPORE AIRLINES เป็นต้น 2. สายการบินเช่าเหมาลำ (Private Jet และ charter flight) 3. สายการบินต้นทุนต่ำ (Low-Cost Airlines) 4. สายการบินในภูมิภาค (Regional airlines) เป็นสายการบินที่บินอยู่ภายในภูมิภาคนั้น ๆ ในระยะทางไม่ไกล โดยส่วนมากมักจะใช้ เครื่องบินขนาดเล็กแบบโบพัต ไม่เกิน 100 ที่นั่ง เช่น Kan air เป็นต้น ปัจจุบันสภาพการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจการบิน ประกอบกับการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดและนโยบายในแต่ละประเทศที่ต้องการเปิดเสรีทางการบิน ทำให้เป็นการเปิดโอกาสให้สายการบินในระดับสายการบินพรีเมียม ด้วยกันเข้ามาเปิดตลาดแข่งขันในประเทศไทยได้มากยิ่งขึ้น และขณะเดียวกันก็ต้องแข่งขันกับสายการบินต้นทุนต่ำที่เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้โดยสารสามารถเลือกใช้บริการได้อย่างเสรี ส่งผลให้แต่ละสายการบินต้องมีการปรับตัวในด้านการให้บริการที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารในหลากหลายรูปแบบและได้รับความพึงพอใจมากที่สุดในการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินของตนเอง

ในปี พ.ศ. 2559 ไทยกับการเป็นศูนย์กลางธุรกิจการบินอาเซียนจากการศึกษาภาพรวมธุรกิจ

การบินไทยในปี 2556-2558 ว่ามีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยที่กำลังจะก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ธุรกิจการบินอาเซียนและจากการขยายตัวของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) ทั้งในประเทศและในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าในปี 2556 จะมีจำนวนเที่ยวบินมาทำการบินผ่านท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และท่าอากาศยานดอนเมือง ซึ่งเป็นท่าอากาศยานหลักและรองของประเทศ รวมทั้งสิ้น 440,178 เที่ยวบิน เพิ่มขึ้นร้อยละ 16 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังมีตัวเลขจากการพยากรณ์ทางการ ตลาดโลก หรือโกลบอลมาร์เก็ตฟอร์คาสต์ (GMF) ของบริษัทผลิตอากาศยานค่ายยุโรประบุว่า ในอีก 20 ปีข้างหน้า (ระหว่าง พ.ศ. 2556-2575) อัตราการเดินทางทางอากาศจะเติบโตขึ้นถึงร้อยละ 4.7 ต่อปี โดยอากาศยานที่มีในปัจจุบันประมาณ 17,740 ลำ ทั่วโลกจะเพิ่มขึ้นเป็นเกือบ 36,560 ลำ ภายในปี 2575 ซึ่งภายในปีดังกล่าวภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกจะมีอัตราการเดินทางทางอากาศเพิ่ม สูงขึ้น แซงหน้าภูมิภาคยุโรปและอเมริกาเหนือโดยที่ปัจจุบันการเดินทางทางอากาศเฉลี่ยทั่วโลกที่เพิ่มสูงขึ้น ร้อยละ 5.5 ภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกมีความต้องการอากาศยานโดยสารใหม่สูงถึงร้อยละ 36 ตามมาด้วยยุโรป ร้อยละ 20 และอเมริกาเหนือ ร้อยละ 19(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2559)

อย่างไรก็ตามกระแสการรวมเป็น AEC ก็ได้ส่งผลให้เกิดความคึกคักต่อธุรกิจการบินในภูมิภาคเป็นอย่างมาก โดยทำให้เกิดการเพิ่มเที่ยวบินและขยายเส้นทางการบินมายังประเทศอาเซียน และเส้นทางการบินระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเติบโตของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งมีแรงดึงดูดทางด้านราคา ทั้งนี้ในระหว่างปี 2554-2556 มีการเปิดตัวสายการบินต้นทุนต่ำในภูมิภาคอาเซียนกว่า 7 สายการบิน ใน 6 ประเทศอาเซียน ได้แก่ เวียดนาม สปป.ลาว เมียนมาร์ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ นอกเหนือ จากนี้ยังมีการขยายเส้นทางการบินไปยัง

จุดหมายปลายทางระหว่างเมืองต่าง ๆ ในอาเซียนมากยิ่งขึ้น เช่น การขยายเส้นทางการบินของสายการบินต่าง ๆ ที่มีฐานการบินในไทย ไปยังเมืองต่าง ๆ ของเมียนมาร์ อาทิ ย่างกุ้ง-มณฑลเจเลย์-เนย์ปีดอว์ และการขยายเส้นทางการบินไปยัง สปป.ลาว การเพิ่มขึ้นของจำนวนสายการบินซึ่งทำการบินเส้นทางกรุงเทพฯ-เสียมเรียบ ประเทศกัมพูชา เนื่องจากได้มีการยกเลิกการสงวนเส้นทางไว้ให้เฉพาะบางสายการบิน การขยายเส้นทางบินของสายการบินแห่งชาติกัมพูชามายังไทยและไปยังเวียดนาม เป็นต้น(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2559)

สำหรับประเทศไทยแล้วนับว่ามีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง ที่มีพรมแดนติดกับประเทศอาเซียนถึง 4 ประเทศ และมีจุดแข็งจากการเติบโตของธุรกิจการบินอย่างโดดเด่นในภูมิภาค พิจารณาจากจำนวนผู้โดยสารที่เดินทางมาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในปี 2555 คับคั่งเป็นอันดับ 2 ของภูมิภาค รองจากท่าอากาศยานชูการ์โนฮัตตา ของอินโดนีเซีย อีกทั้งไทยยังมีอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนเครื่องบินที่แข็งแกร่ง โดยที่ผ่านมามีบริษัทต่างชาติให้ความสำคัญในการเข้ามาลงทุนตั้งฐานการผลิตชิ้นส่วนเครื่องบินเพื่อการส่งออก โดยในปี 2555 ประเทศไทยมีมูลค่า การนำเข้า-ส่งออกเครื่องบินและชิ้นส่วนเครื่องบิน มูลค่ากว่า 142,241 ล้านบาท และในปี 2556 ระหว่างเดือน ม.ค.-ส.ค. มีมูลค่าการนำเข้า-ส่งออกเครื่องบินและชิ้นส่วนเครื่องบินกว่า 137,224 ล้านบาท เติบโตกว่าร้อยละ 93 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2559)

ดังนั้นเพื่อเป็นการรองรับธุรกิจการบินที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคตอันใกล้ นอกจากประเทศไทยมีความมุ่งหวังที่จะเป็นศูนย์กลางทางการบินของภูมิภาคแล้ว ยังมีเป้าหมายที่จะเป็น “ศูนย์กลางซ่อมบำรุงอากาศยานของภูมิภาค” เพื่อรองรับปริมาณเครื่องบินที่จะเพิ่มขึ้นในภูมิภาคอาเซียนอีกด้วยสิ่งที่ไทยต้องลงมือทำอย่างจริงจัง ก็คือควรเร่งพัฒนาศักยภาพเพื่อดึงดูดปริมาณเครื่องบินต่าง ๆ โดยเฉพาะเครื่องบินจากกลุ่ม

ประเทศ CLMV ที่มีการเติบโตทางด้านธุรกิจการบิน แต่ยังคงขาดความพร้อมทางด้านวิศวกรรมการบิน ควรวางแผนด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่มีคุณภาพ ซึ่งปัญหาดังกล่าวต้องได้รับการพิจารณาและเร่งดำเนินการแก้ไข เนื่องจากการเติบโตอย่างมากของธุรกิจการบินอาเซียนได้ทำให้รัฐบาลของประเทศต่าง ๆ เล็งเห็นถึงโอกาสเช่นกัน เช่น สิงคโปร์ และมาเลเซีย ซึ่งเป็นสมาชิกอาเซียนก็มีเป้าหมายที่จะเป็นศูนย์กลางซ่อมบำรุงอากาศยานของ ภูมิภาคด้วยเช่นกัน เหนืออื่นใดคือควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสายการบินต่างสัญชาติที่มีฐานการบินในไทยให้มาใช้บริการศูนย์ซ่อมอากาศยานของไทย ทั้งนี้มีการคาดการณ์ว่ามูลค่าการซ่อมบำรุงอากาศยานทั่วโลก ในปี 2562 จะมีมูลค่าถึง 63,000 ล้านดอลลาร์ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2559)

จากการจัดลำดับคุณภาพการให้บริการโดยสกายแทร็กซ์ซึ่งเป็นหน่วยงานวิจัยด้านการบริการการบินชั้นนำของประเทศของอังกฤษ ประกาศรางวัลสายการบินโลก ประจำปีพ.ศ.2559 ที่ถือเป็นรางวัลออสการ์ของอุตสาหกรรมการบิน ในงานฟารน์โบโร อินเตอร์เนชันแนลแอร์โชว์ ประเทศอังกฤษ โดยให้สายการบินเอมิเรตส์ได้หนึ่ง เบียดสายการบินกาตาร์ แอร์เวย์ แชมป์เก่า ไปอยู่อันดับ 2สายการบินที่ได้อันดับสามคือ สิงคโปร์ แอร์ไลน์ ซึ่งรั้งอันดับรองแชมป์ของปีก่อน ตามมาด้วยสายการบินคาเธ่ย์ แปซิฟิก ของฮ่องกง และออลนิปปอนแอร์เวย์ของญี่ปุ่น ส่วนการบินไทย อยู่อันดับที่ 13 ถือว่าดีขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 ปีก่อนที่อยู่อันดับ 19ส่วนสายการบินไทย-บางกอก แอร์เวย์ส ทำอันดับดีขึ้นในการจัดอันดับ 100สายการบินโลกประจำปีนี้ ขณะสายการบินเอมิเรตส์ครองอันดับหนึ่งสกายแทร็กซ์ เริ่มจัดตั้งขึ้นตั้งแต่ปี 2542 เพื่อทำการสำรวจความคิดเห็นและความพึงพอใจจากนักเดินทางทั่วโลก โดยครั้งนี้ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นระหว่างเดือนส.ค. 2558 ถึงเดือนพ.ค. 2559 ของนักเดินทางกว่า 19.2 ล้านคน จากสายการบินกว่า 280 สายการบิน(กรุงเทพธุรกิจ,2559).

ในปี พ.ศ. 2559 สายการบินไทย ยังได้รางวัลสายการบินที่มีพัฒนาการดีที่สุดในโลก โดยวิเคราะห์จากความเปลี่ยนแปลงในตารางอันดับต่างๆ ที่การบินไทยได้รับการโหวต ตลอดช่วง 12 เดือนที่ผ่านมาขณะที่กาตาร์แอร์เวย์ ยังครองตำแหน่งสายการบินที่มีห้องโดยสารชั้นธุรกิจดีที่สุดในโลกส่วนแอร์เอเชีย ยังคงเป็นแชมป์สายการบินต้นทุนต่ำที่ดีที่สุดในโลก เป็นปีที่ 8 ติดต่อกันด้านบางกอก แอร์เวย์ รั้งสายการบินระดับภูมิภาคที่ดีที่สุดในโลกเป็นปีที่ 2 ทั้งยังเป็นสายการบินระดับภูมิภาคที่ดีที่สุดในเอเชีย เมื่อพิจารณาเฉพาะภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นั้น สายการบินที่ติดอันดับท็อปไฟว์ของภูมิภาคคือสิงคโปร์แอร์ไลน์เป็นอันดับหนึ่ง ตามมาด้วย การูต้า อินโดนีเซีย การบินไทย บางกอกแอร์เวย์ส และแอร์เอเชียการคัดเลือกเพื่อมอบรางวัล ของสกายแทร็กซ์ในปีนี้ มาจากการลงคะแนนของผู้โดยสาร 18.9 ล้านคนใน 110 ประเทศทั่วโลก โดยใช้ทุกอย่างเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ตั้งแต่ความสะดวกสบายของเก้าอี้ผู้โดยสาร คุณภาพของ อาหาร และความเป็นมิตรของพนักงานให้บริการบนเครื่องบิน (กรุงเทพธุรกิจ,2559).

ประเด็นของปัญหาจากอดีตในปีที่ พ.ศ. 2551 และในปี พ.ศ. 2554สายการบินไทยได้รับรางวัลสายการบินยอดเยี่ยมอันดับที่ 1 ประเภทการให้บริการอาหารบนเครื่องบินชั้นประหยัดยอดเยี่ยม (World's Best Economy Class Airline Catering) รางวัลสายการบินยอดเยี่ยมอันดับที่ 1 ประเภทเก้าอี้โดยสารชั้นประหยัดยอดเยี่ยม (World's Best Economy Class Airline Seat) และรางวัลสายการบินที่ดีที่สุดอันดับที่ 5 ของโลกแต่ในปี พ.ศ. 2559 สายการบินไทย อยู่อันดับที่ 13 ถึงแม้จะดีขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 ปีก่อนที่อยู่อันดับ 19

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นเรื่องบังเอิญทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการของสายการบินบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่ประกอบด้วยคุณภาพการให้บริการด้านขีดความสามารถ ด้านมารยาท

ด้านการซื้อข้อความด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเอาใจใส่ต่อลูกค้า ด้านมาตรฐานการให้บริการด้านตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้านความสะดวกในการเข้าถึงด้านความมั่นคงปลอดภัย และด้านสิ่งที่สัมผัส จะส่งผลอย่างไรต่อประสิทธิผลการดำเนินธุรกิจวัดด้วย Balance Scorecard ทั้งทางด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และมุมมองด้านความยั่งยืนหรือการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางข้อมูลในการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้สูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจสายการบินและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จะเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมการบิน และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง สังคม เศรษฐกิจ การเมือง และประเทศชาติโดยรวม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการบริการของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
3. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างระดับคุณภาพการบริการกับประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)
4. เพื่อเสนอรูปแบบคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยด้าน

เนื้อหาไว้โดยศึกษาระดับคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผล และประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้วย Balance Scorecard หาความสัมพันธ์ระหว่างระดับคุณภาพการบริการกับประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และเสนอรูปแบบคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้โดยสารชาวไทยที่เคยใช้บริการหรือใช้บริการบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ตั้งแต่เดือนมกราคม-สิงหาคม 2559 จำนวนทั้งสิ้น 1, 445,464 คน ขนาดตัวอย่างจากสูตรยามาเน่ 400 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาใช้ระยะเวลาระหว่าง เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2559 ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2560รวมเป็นเวลา 9 เดือน

4. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเป็นการศึกษาระดับคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะคุณภาพการบริการบนเครื่องบินของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เท่านั้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์หาระดับคุณภาพการให้บริการที่มีประสิทธิผล และประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้วย Balance Scorecard หาความสัมพันธ์ระหว่างระดับคุณภาพการบริการกับประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และเสนอรูปแบบคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

จำนวน 400 ตัวอย่าง จากผู้โดยสาร 1,445,464 คน แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลมีความเชื่อมั่น .84 วิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐานสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์นั้นโดยการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของเพียร์สัน และถดถอยเชิงพหุคูณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.5 มีสถานภาพสมรส โสดจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 ช่วงอายุ 31 - 35 ปี จำนวน 101คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีจำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2 อาชีพเจ้าของกิจการจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 35,001 - 45,000 บาท จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 และส่วนใหญ่ใช้บริการบริษัท การบินไทยจำกัด (มหาชน) ในรอบ 6 เดือน 2 ครั้งจำนวน 155คน คิดเป็นร้อยละ 38.8

2. ระดับคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมเฉลี่ย และทุกด้าน อยู่ในระดับมาก หากพิจารณาลำดับคุณภาพจากค่าเฉลี่ยจากน้อยไปหามาก ลำดับท้ายสุด ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ($\bar{X}=3.79$) มีค่าเฉลี่ย ด้านความมั่นคงปลอดภัยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=3.85$) ด้านความสะดวกในการเข้าถึง ($\bar{X}=3.89$) ด้านขีดความสามารถ ($\bar{X}=3.94$) ด้านความน่าเชื่อถือมี ($\bar{X}= 3.26$) ด้านมารยาท ($\bar{X}=3.95$) ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้โดยสาร ($\bar{X}=3.98$) ด้านตอบสนองความต้องการลูกค้า ($\bar{X}=4.03$) ด้านการสื่อสารข้อความ ($\bar{X}=4.04$) และด้านมาตรฐานการให้บริการ ($\bar{X}=4.08$) มีค่าเฉลี่ย เรียงตามลำดับ

3. ประสิทธิภาพในการดำเนินการธุรกิจบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดย Balance Scorecard

ภาพรวมเฉลี่ยมีระดับความสำคัญมาก เมื่อพิจารณาลำดับจากค่าเฉลี่ย พบว่า ลำดับแรกด้านความยั่งยืน หรือการเรียนรู้และการพัฒนา ($\bar{X}=4.03$) ด้านผู้โดยสาร ($\bar{X}=3.93$) ด้านการเงิน ($\bar{X}=4.10$) มีค่าเฉลี่ย และด้านกระบวนการภายใน ($\bar{X}=3.82$) ตามลำดับ

4. ผลทดสอบสมมติฐาน

4.1 ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดย Balance Scorecard ด้านการเงิน ด้านผู้โดยสาร ด้านกระบวนการภายใน และด้านความยั่งยืน มีความสัมพันธ์ระดับสูงทิศทางเดียวกันกับระดับคุณภาพการให้บริการในภาพรวมเฉลี่ย

5. รูปแบบคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) = 1360 + .986 ด้านความมั่นคงปลอดภัย + .973 ด้านตอบสนองความต้องการลูกค้า + .904 ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ + .772 ด้านมารยาท + .510 ด้านความสะดวกในการเข้าถึง + .178 ด้านการสื่อสารข้อความ X3 (ระดับนัยสำคัญ .05 R Square = .95, Adjusted R Square = .91)

อภิปรายผล

1. จากผลการวิจัย ระดับคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมเฉลี่ยและทุกด้าน อยู่ในระดับมาก หากพิจารณาลำดับคุณภาพจากค่าเฉลี่ยจากน้อยไปหามาก ลำดับท้ายสุด ด้านสิ่งที่สัมผัสได้มีค่าเฉลี่ย 3.79 ด้านความมั่นคงปลอดภัยมีค่าเฉลี่ย 3.85 ด้านความสะดวกในการเข้าถึงมีค่าเฉลี่ย 3.89 ด้านความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ย 3.93 ด้านขีดความสามารถมีค่าเฉลี่ย 3.94 ด้านมารยาทมีค่าเฉลี่ย 3.95 ด้านความเอาใจใส่ต่อผู้โดยสารมีค่าเฉลี่ย 3.98 ด้านตอบสนองความต้องการลูกค้ามีค่าเฉลี่ย 4.03. ด้านการสื่อสารข้อความมีค่าเฉลี่ย 4.04 และด้านมาตรฐานการให้บริการมีค่าเฉลี่ย 4.08 เรียงตามลำดับ

ผู้วิจัยขออภิปรายระดับคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) 5

ลำดับท้ายสุดที่ผู้บริหารบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต้องดำเนินการแก้ไขเร่งด่วน ดังนี้

1.1 ด้านสิ่งที่สัมผัสได้มีระดับคุณภาพ การบริการที่มีประสิทธิผลของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ลำดับท้ายสุด ดังนั้นผู้บริหารบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขยกระดับ การบริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้เร่งด่วน โดยปรับปรุงคุณภาพ บริการในด้านสิ่งที่ผู้โดยสารสัมผัสได้ในเครื่องบินโดย ปรับปรุงเก้าอี้ที่นั่ง อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกมีความ สะอาดสวยงามทันสมัย เครื่องแบบของพนักงานต้อนรับ มีความสวยงาม มากยิ่งขึ้น รวมทั้งการอบรมบุคลิก ลักษณะท่าทางแสดงออกของพนักงานต้อนรับบน เครื่องบินตลอดระยะเวลาโดยสารบนเครื่องบินจะช่วย เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบิน ไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนพร เรืองพนิชยกุล (2555). ความคิดเห็นของผู้โดยสารคนไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) บริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช พบ ระดับคุณภาพการ บริการที่ผู้โดยสารคนไทยได้รับจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับคุณภาพด้านความลำดับเกือบ ท้ายสุดเช่นเดียวกัน

1.2 ด้านความมั่นคงปลอดภัยระดับคุณภาพ การบริการที่มีประสิทธิผลของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ลำดับรองจากท้ายสุด ดังนั้นผู้บริหารบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต้องดำเนินการปรับปรุง แก้ไขยกระดับการบริการด้านสิ่งที่สัมผัสได้เร่งด่วน โดย ปรับปรุงคุณภาพด้านความมั่นคงปลอดภัย ด้วยควร ปรับปรุงคุณภาพบริการผู้โดยสารมีความเชื่อมั่นในความ มั่นคงและความปลอดภัยเมื่อใช้บริการเครื่องบินของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยปรับปรุงคุณภาพ ด้วย การอบรมพัฒนาพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมี ประสิทธิภาพการบริการที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นกับ ผู้โดยสาร ปรับปรุงการบริการตัวเครื่องบิน อุปกรณ์ และ

สิ่งอำนวยความสะดวกผู้โดยสารเกิดความปลอดภัย ระหว่างเดินทางบนเครื่องบิน พร้อมอบรมพัฒนาผู้ขับ เครื่องบินมีความสามารถและแก้ไขปัญหาระหว่างการ เดินทางประสบการณ์มากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งปรับปรุงสิ่ง อำนวยความสะดวกต่างๆ บนเครื่องบินสามารถใช้งานได้ ดี จะสามารถยกระดับคุณภาพการบริการของบริษัท การ บินไทย จำกัด (มหาชน) สูงขึ้นซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของธนพร เรืองพนิชยกุล (2555). ความคิดเห็นของ ผู้โดยสารคนไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) บริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย มหาวิทยลัย สุโขทัยธรรมาธิราช พบ ระดับคุณภาพการ บริการที่ผู้โดยสารคนไทยได้รับจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีระดับคุณภาพด้านความลำดับเกือบ ท้ายสุดเช่นเดียวกัน

1.3 ด้านความสะดวกในการเข้าถึงระดับ คุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ลำดับท้ายสุดลำดับสาม ดังนั้นผู้บริหาร บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต้องดำเนินการ ปรับปรุงแก้ไขยกระดับการบริการด้านความสะดวกใน การเข้าถึงควรปรับปรุงคุณภาพบริการในด้านความ สะดวกในการเข้าถึงการบริการบนเครื่องบินโดยควร ปรับปรุงคุณภาพบริการในด้านมารยาทโดยฝึกอบรม พัฒนาพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บกระเป๋าบนเครื่องบิน เพิ่มความ รวดเร็วในการสนองตอบของพนักงานเมื่อผู้โดยสารเรียก ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้ห้องน้ำ ความ สะดวกในการเข้าถึงอุปกรณ์บันเทิงบนเครื่องบิน และ ความสะดวกในการหาที่นั่งของผู้โดยสารเพิ่มขึ้น จะช่วย ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ธนพร เจริญโสมสิต (2557) .อิทธิพลของความมุ่งมั่นของผู้บริหาร และผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริการต่อการรับ รู้ คุณภาพการบริการของลูกค้าสายการบินประเภทต้นทุน ต่ำในประเทศไทย พบว่า ด้านความสามารถในการเข้าถึง

ผู้โดยสารความสำคัญมาก

1.4. ด้านความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยระดับคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ลำดับท้ายสุดลำดับสี่ ดังนั้นผู้บริหาร บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขยกระดับการบริการ ด้วยการสร้างความน่าเชื่อถือในเรื่องความปลอดภัยของอาหารที่บริการ ความน่าเชื่อถือการปฏิบัติหน้าที่ของนักบินและทีมงาน ความน่าเชื่อถือในพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือในการตรวจสอบเครื่องบินมีค่าเฉลี่ย และความน่าเชื่อถือในระยะเวลาที่เดินทางเรียงตามลำดับจะช่วยคุณภาพการบริการดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ (2552) ได้ศึกษา ในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายใน ประเทศของผู้โดยสารชาวไทย การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทย พบว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญมากที่สุด คือความน่าเชื่อถือถึงในเครื่องบิน ตารางบิน ความตรงต่อเวลา

1.5. ด้านขีดความสามารถมีค่าเฉลี่ยระดับคุณภาพการบริการที่มีประสิทธิผลของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ลำดับท้ายสุดลำดับห้า ดังนั้นผู้บริหาร บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต้องดำเนินการปรับปรุงแก้ไขยกระดับการบริการด้านขีดความสามารถในการให้บริการ ด้วยการปรับปรุงระดับคุณภาพการบริการที่มีคุณภาพแตกต่างจากสายการบินอื่น เพิ่มทักษะความชำนาญในการบริการมี เพิ่มความสามารถแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดกรณีฉุกเฉิน เพิ่มความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงาน และความสามารถในการบริการของพนักงานมีเรียงตามลำดับจะช่วยให้คุณคุณภาพการบริการบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของณพร เจียมโมลิต (2557). อิทธิพลของความมุ่งมั่นของผู้บริหารและผลการปฏิบัติงานของพนักงานให้บริการต่อการรับรู้คุณภาพการ

ให้บริการของลูกค้าสายการบิน ประเภทต้นทุนต่ำในประเทศไทย. การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความมุ่งมั่นของผู้บริหารในการส่งเสริมคุณภาพการบริการลูกค้า ที่มีต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าสายการบินประเภท ต้นทุนต่ำของประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริการที่มีต่อการ รับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าสายการบินประเภทต้นทุนต่ำของประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างความมุ่งมั่นของผู้บริหารในการส่งเสริมคุณภาพการบริการลูกค้า และผลการปฏิบัติงานของ พนักงานบริการ ต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของลูกค้าสายการบินประเภทต้นทุนต่ำของประเทศไทย 4) เพื่อศึกษาความแตกต่างของการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าสายการบินประเภทต้นทุนต่ำของ ประเทศไทย ที่มีลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันประชากรที่ทำการศึกษามี 3 กลุ่ม โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มการศึกษา กลุ่มขั้นต้นได้แก่ กลุ่มผู้บริหารฝ่ายปฏิบัติการสายการบินจำนวนตัวอย่าง 5 ราย และ กลุ่มพนักงานบริการจาก 3 แผนก ได้แก่พนักงานขับเครื่องบิน พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน และพนักงานต้อนรับส่วนภาคพื้น จำนวนตัวอย่าง 18 ราย พบว่า การเพิ่มขีดความสามารถพนักงานบริษัทสายการบินมีความสำคัญมากต่อการเพิ่มคุณภาพการบริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะนำจากการนำรูปแบบคุณภาพการให้บริการที่มีประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ให้มีประสิทธิผล บริษัทต้องดำเนินการ ดังนี้

1. บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต้องลงทุน 1360 หน่วยเพื่อยกระดับการบริการที่มีคุณภาพสูงขึ้นทั้งในส่วนของการอบรม พัฒนาลูกเรือผู้ให้บริการบนเครื่องบินทั้งในด้านตอบสนองความต้องการลูกค้า ด้าน

มารยาทในการให้บริการ และด้านการสื่อสารข้อความกับ ผู้โดยสาร พร้อมทั้งตกแต่งในสิ่งที่ผู้โดยสารสามารถ มองเห็นและสัมผัสได้ให้มีความสะอาดและความสวยงาม นำนวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่มีสนับสนุนให้ผู้โดยสาร สามารถเข้าถึงทั้งในส่วนของอุปกรณ์บนเครื่องและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญต้องสร้างเชื่อมั่นว่าการให้บริการกับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความปลอดภัยจะช่วยยกระดับคุณภาพการให้บริการบนเครื่องบินของสายการบินไทยให้สูงขึ้นได้

2. ด้านความมั่นคงปลอดภัย เป็นคุณภาพ การให้บริการบนเครื่องบินที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการ ดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ถึง .986 หน่วยดังนั้นผู้บริหารบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ควรปรับปรุงคุณภาพบริการให้ผู้โดยสารมีความเชื่อมั่นในความมั่นคงและความปลอดภัยเมื่อใช้ บริการเครื่องบินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยปรับปรุงคุณภาพด้วยการอบรมพัฒนาพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินให้มีประสิทธิภาพการให้บริการที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้โดยสาร ปรับปรุงการ ให้บริการตัวเครื่องบิน อุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสารเกิดความปลอดภัยระหว่างเดินทาง บนเครื่องบิน พร้อมอบรมพัฒนาผู้ขับเครื่องบินให้มีความสามารถและแก้ไขปัญหาระหว่างการเดินทาง ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ บนเครื่องบินให้สามารถใช้งานได้ดี จะสามารถยกระดับคุณภาพการบริการของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ให้สูงขึ้น โดยควรมีมาตรการต่าง ๆ เหล่านี้สนับสนุน

มาตรการมาตรการการพัฒนาบุคลากร ที่ทีมงาน ทุกคน ปฏิบัติตามมาตรฐานบริการ (Service Operation) ที่กำหนดไว้ อย่างเข้าใจและเต็มใจ เพื่อให้ การบริการลูกค้านั้นออกมาอย่างเป็นธรรมชาติ จากใจ บริการของเจ้าหน้าที่ โดยมีต้องบังคับ ชูเชื้อเครื่องมือที่

ช่วยในการพัฒนาหลักไมล์ที่ 3 นี้ คือ การฝึกอบรม (Training) การโค้ชงาน (Coaching)

มาตรการฝึกอบรมและสร้างความเข้าใจ เกี่ยวกับเกณฑ์ประเมินรางวัลคุณภาพแห่งชาติในหมวด 5 ที่มุ่งเน้นไปที่บุคลากรทุกคนมีความเข้าใจวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการทำงานให้บริการลูกค้ามีรูปแบบเดียวกัน

มาตรการปลูกฝังทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน ต่อการให้บริการลูกค้าที่ดีด้วย การโค้ชงาน คือ การที่ หัวหน้างาน ผู้จัดการให้คำแนะนำแก่ทีมงาน เพื่อให้เขาได้ มีทัศนคติ วิถีคิด มุมมอง และทักษะในการทำงานที่ ถูกต้องตามมาตรฐานบริการที่กำหนดไว้ และเป็น เครื่องมือที่ช่วยในการติดตามผลคุณภาพการบริการของ พนักงานแต่ละคนด้วย

3. ด้านตอบสนองความต้องการลูกค้าเป็น คุณภาพการให้บริการบนเครื่องบินที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ถึง .973 หน่วยดังนั้นผู้บริหารบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ควรปรับปรุงคุณภาพบริการให้ผู้โดยสารด้าน ตอบสนองความต้องการลูกค้าโดยอบรมพัฒนาพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินให้มีความพร้อมในการให้บริการ ผู้โดยสาร พิจารณาทบทวนระเบียบวิธีปฏิบัติให้สามารถ ตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารอย่างต่อเนื่องทั้งใน ส่วนของการบริการ ด้านอื่นๆที่ลูกค้าร้องขอ ให้มีความ รวดเร็วตลอดระยะเวลาเดินทางบนเครื่องบินจะส่งผลต่อ การเพิ่มขึ้นประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การ บินไทย จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมเฉลี่ยด้านผู้โดยสาร ด้านความยั่งยืน หรือการเรียนรู้และการพัฒนา มีความสัมพันธ์ระดับคุณภาพการให้บริการด้านตอบสนอง ความต้องการผู้โดยสารระดับระดับสูงมาก รวมทั้งด้าน กระบวน การภายใน ด้านการเงินมีความสัมพันธ์กันกับ ระดับคุณภาพการให้บริการด้านตอบสนองความต้องการ ผู้โดยสารระดับสูงโดยควรมีมาตรการต่าง ๆ เหล่านี้ สนับสนุน

มาตรการและการดำเนินการจำแนกระดับ การให้บริการผู้โดยสารให้ชัดเจน ว่าเป็นผู้โดยสารชั้น ประหยัด ชั้นธุรกิจ หรือชั้น 1 เพื่อให้มีวิธีการปฏิบัติในการนำเสนอที่แตกต่างกันไปตามพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละประเภท ซึ่งสามารถที่จะแบ่งได้ดังนี้

1) ผู้โดยสารชั้น 1 และชั้นธุรกิจ เป็น ผู้โดยสารประเภทวีไอพี หรือคนพิเศษ ผู้โดยสารประเภทนี้ต้องการบริการที่มีความเป็นพิเศษมากกว่าปกติ ดังนั้น การให้บริการแก่ผู้โดยสารประเภทนี้ด้วยการแสดงให้เห็นถึงความพิเศษที่ได้รับย่อมนำมาซึ่งความพึงพอใจอันจะนำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการที่จะเกิดขึ้นตามมานั่นเอง

2) ผู้โดยสารลูกค้า ประเภทขาประจำ เป็นสมาชิกบัตรเงิน บัตรทอง และบัตรแพลทินัม ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่สร้างรายได้ให้กับธุรกิจ และเป็นกลุ่มที่มีความภักดีในตราสินค้าเป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่จะช่วยแนะนำลูกค้าใหม่ให้กับธุรกิจได้เพิ่มขึ้น การให้บริการกับลูกค้าประเภทนี้ต้องเน้นความเป็นกันเอง แต่คงไว้ซึ่งการปฏิบัติอย่างให้เกียรติในฐานะขาประจำ ห้ามให้รอนานต้องกล่าว “ยินดีต้อนรับ” เพื่อให้รู้สึกว่ามีได้ถูกทอดทิ้งและต้องไม่ปฏิเสธคำแนะนำหรือคำทัก แต่ต้อง ยินดีน้อมรับไว้เพื่อการปรับปรุงในโอกาสต่อไป

3) ผู้โดยสารประเภทวางตัวเป็นนาย ลูกค้าประเภทนี้มีพฤติกรรมที่ต้องการอยู่เหนือคนอื่น ๆ ดังนั้นในการให้บริการควรมีการรับรองแบบจริงจัง แต่ไม่เกินเลยเพื่อจะได้ไม่ละเลยลูกค้าคนอื่น ๆ ต้องหลีกเลี่ยงการโต้แย้ง ผู้ให้บริการทำหน้าที่ในการให้ข้อมูลและแนะนำ ควรปล่อยให้ทำการตัดสินใจด้วยตนเอง

มาตรการจัดการข้อร้องเรียน (Customer Complaint Management) เพราะคำแนะนำจากลูกค้า เพื่อให้องค์กรมีการปรับปรุงพัฒนา เมื่อองค์กรได้รับแล้ว จำเป็นต้องมีการตอบลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ หรือได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรตามเหตุตามผล สิ่งสำคัญ ก็คือ องค์กรต้องมีระบบ กลไกในการทำงาน เพื่อนำคำร้องเรียน

4. ด้านสิ่งที่สัมผัสได้เป็นคุณภาพการ ให้บริการบนเครื่องบินที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการ ดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ถึง . 904 หน่วยดังนั้นผู้บริหารบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ควรปรับปรุงคุณภาพบริการในด้านสิ่งที่ ผู้โดยสารสัมผัสได้ในเครื่องบินโดยปรับปรุงเก้าอี้ที่นั่ง อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความสะอาดสวยงาม ทันสมัย เครื่องแบบของพนักงานต้อนรับ ให้มีความ สวยงามมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการอบรมบุคลิกลักษณะ ท่าทางแสดงออกของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ตลอดระยะเวลาโดยสารบนเครื่องบินจะช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านผู้โดยสาร และ ด้านความยั่งยืน หรือการเรียนรู้และการพัฒนา มีความสัมพันธ์ระดับคุณภาพการให้บริการด้านสิ่งที่สัมผัส ได้ระดับสูงมาก และประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)ด้านกระบวนการ ภายใน ด้านการเงินมีความสัมพันธ์ระดับสูง โดยมี มาตรการเสริมต่างดังนี้

มาตรการปรับปรุง บำรุงรักษาเก้าอี้ที่นั่ง อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความสะอาดสวยงาม ทันสมัยใช้งานได้ในทุกเที่ยวบิน

มาตรการการสำรวจความพึงพอใจเกี่ยวกับ เก้าอี้ที่นั่ง อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกและปรับปรุงแก้ไขอย่างต่อเนื่อง

มาตรการนำนวัตกรรมใหม่ๆมาให้บริการ บนเครื่องบินอย่างต่อเนื่อง

มาตรการนำประเด็นที่พบจากการสำรวจ หรือข้อร้องเรียนไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกบนเครื่องบินอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

5. ด้านมารยาทเป็นคุณภาพการให้บริการบน เครื่องบินที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ถึง .772 หน่วย ดังนั้นผู้บริหารบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ควร

ปรับปรุงคุณภาพบริการในด้านมารยาทฝึกอบรมพัฒนาพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินให้มีความตั้งใจในการฟังผู้โดยสารปรับปรุงบุคลิกลักษณะท่าทางที่สุภาพเรียบร้อย ทั้งการนั่งหรือยืนมีค่าเฉลี่ย การใช้น้ำเสียงให้เหมาะสมกับเรื่องที่พูดรวมทั้งมารยาทในการให้บริการของพนักงานตลอดจนท่าทางที่แสดงออกในการให้บริการตลอดการให้บริการบนเครื่องบินประกอบกับหากสามารถปรับปรุงด้านมารยาทเป็นคุณภาพการให้บริการบนเครื่องบินจะส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับด้านผู้โดยสาร โดยจะช่วยให้ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น มีผู้โดยสารใหม่เพิ่มขึ้น สามารถสร้างความพึงพอใจของผู้โดยสารและผู้โดยสารมีความภักดีเพิ่มขึ้นรวมทั้งผู้โดยสารเก่ากลับมาใช้บริการอีก มารยาทในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพด้านผู้โดยสารระดับสูง โดยควรมีมาตรการต่างๆ ดังต่อไปนี้

มาตรการให้ฝึกอบรม พัฒนาพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินและผู้ที่เกี่ยวข้องให้มีทักษะสู่ความเป็นเลิศ ดังนี้

1) มีความมั่นใจ เมื่อสื่อสารกับผู้โดยสารด้วยความมั่นใจแล้ว การโน้มน้าวหรือแก้ไขปัญหาต่างๆ จะประสบความสำเร็จ

2) มีความสามารถใช้ภาษากาย เสริมสร้างท่าทางการแสดงออก บุคลิก ของพนักงานด้วยการยิ้ม และมีความสุขเมื่อระหว่างที่สนทนากับผู้โดยสาร

3) มีความสามารถทำงานภายใต้แรงกดดัน รู้แนวทางในการแก้ไขปัญหาให้กับผู้โดยสารในสถานการณ์ต่างๆ และใช้แนวทางที่เหมาะสมสร้างความพึงพอใจให้กับผู้โดยสาร

4) ใช้คำพูดเชิงบวก จะช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้โดยสารได้ง่าย

5) มีความสามารถในการคอมพิวเตอร์ พนักงานมีความสามารถใช้คอมพิวเตอร์จะสามารถค้นพบแนวทางการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสู่ความเป็นเลิศได้

6) ให้บริการมากกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง การให้บริการสูงกว่าลูกค้าคาดหวังจะสร้างประสบการณ์ที่ดีกับผู้โดยสารและก่อให้เกิดความภักดีต่อบริษัทฯ

7) เรียนรู้จากข้อผิดพลาด มั่นใจเรียนรู้จากข้อผิดพลาด เพื่อเป็นบทเรียนไม่ให้เกิดขึ้นอีก

8) มีภาวะผู้นำ แสดงออกถึงการเป็นผู้นำแนวทางการแก้ไขปัญหาใหม่ๆ ให้กับผู้โดยสารเสมอ

9) มีความเป็นกันเองและเห็นอกเห็นใจ ผู้โดยสาร ความเป็นกันเองของพนักงานจะสามารถสร้างบรรยากาศที่ดีและสามารถแก้ไขปัญหาให้ลุล่วงไปได้

10) มีความสามารถจัดการเวลาได้เป็นอย่างดี พนักงานมีความสามารถในการจัดการเวลาเป็นอย่างดีจะสามารถบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. ด้านความสะอาดในการเข้าถึงการให้บริการบนเครื่องบินที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ถึง 510 หน่วย ดังนั้นผู้บริหารบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ควรปรับปรุงคุณภาพบริการในด้านความสะอาดในการเข้าถึงการให้บริการบนเครื่องบินโดยควรปรับปรุงคุณภาพบริการในด้านมารยาทโดยฝึกอบรมพัฒนาพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินให้สามารถอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บกระเป๋าบนเครื่องบิน เพิ่มความรวดเร็วในการสนองตอบของพนักงานเมื่อผู้โดยสารเรียกปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้ห้องน้ำ ความสะอาดในการเข้าถึงอุปกรณ์บนเครื่องบิน และความสะดวกในการหาที่นั่งของผู้โดยสารเพิ่มขึ้น จะช่วยให้ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านผู้โดยสาร ด้านความยั่งยืน หรือการเรียนรู้และการพัฒนา และด้านกระบวนการภายใน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการด้านความสะดวกในการเข้าถึงการให้บริการบนเครื่องบินระดับสูงมาก รวมทั้งมีความสัมพันธ์กับด้านการเงินระดับสูง เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถเข้าถึงอาหารที่อร่อยบนเครื่องบินควรมีมาตรการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

มาตรการปรับปรุงด้านอาหารเครื่องดื่มที่ให้บริการบนเครื่องบิน จักรวที่เชี่ยวชาญด้านอาหารนานาชาติและพ่อครัวได้รับรางวัลการผลิตและประกอบอาหาร แต่ละประเภท เช่น อาหารตะวันตก, อาหารไทย, อาหารจีน, อาหารญี่ปุ่น, อาหารอินเดีย และอาหารอาหรับ/อิสลาม ให้สอดคล้องตามความต้องการของผู้โดยสาร

มาตรการนำนวัตกรรมอาหารที่เราได้คิดค้นและปรุงรสขึ้นนั้น เราได้นำจุดเด่นของเอกลักษณ์ของความเป็นไทยเข้ามาสร้างสรรค์เป็นเมนูอาหารจานโปรดที่รสเลิศ ให้ครัวการบินก้าวไปสู่ความเป็นผู้นำด้านการครัวสำหรับสายการบินของโลกและสามารถตอบสนองต่อความต้องการทั้งรายบุคคลและความต้องการที่เฉพาะเจาะจงได้อย่างรวดเร็ว

7. ด้านการสื่อสารข้อความของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินกับผู้โดยสารส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ถึง 178 หน่วย ดังนั้นผู้บริหารบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ควรปรับปรุงคุณภาพบริการในด้านการสื่อสารข้อความของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินกับผู้โดยสาร โดยฝึกอบรมพัฒนาพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินให้สามารถสื่อสารกับผู้โดยสารได้อย่างชัดเจนและ คุณภาพในการสื่อสารของลูกเรือบนเครื่องบิน และคุณภาพในการสื่อสารของนักบินให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งทำการแสดงออก พฤติกรรมการสื่อความที่แสดงความเป็นมิตรและกันเองและการใช้วาจาที่สุภาพในการสื่อสารกับผู้โดยสารมากยิ่งขึ้น จะช่วยให้ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านผู้โดยสารสูงขึ้นเพราะมีความสัมพันธ์ระดับคุณภาพการให้บริการด้านการสื่อสารข้อความระดับสูง ส่วนด้านความยั่งยืน หรือการเรียนรู้และการพัฒนา ด้านกระบวนการภายใน มีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพการให้บริการด้านการสื่อสารข้อความระดับปานกลาง โดยมีมาตรการ

การฝึกอบรมปรับปรุงพนักงานต้อนรับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)ต่าง ๆ ดังนี้

1) เป็นผู้รับฟังที่ดี รับฟังผู้โดยสารอย่างตั้งใจ แสดงออกให้เห็นว่าเราเข้าใจความรู้สึกเขา และรู้สึกเสียใจกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

2) มีทักษะในการสื่อสาร เรียนรู้การสื่อสารสู่ความเป็นเลิศกับผู้โดยสาร เรียนรู้เมื่อไรจะพูดและฟัง และสื่อสารกับผู้โดยสารด้วยคำพูดที่เรียบง่ายและเข้าใจง่าย

3) มีความสงบและอดทน ให้พนักงานสามารถควบคุมอารมณ์และสงบ เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้โดยสารสับสน เมื่อพนักงานอยู่อย่างสงบจะช่วยให้ผู้โดยสารมีความเชื่อถือมากขึ้น

4) รักษาคำพูด พัฒนาทักษะการเรียนรู้สิ่งที่ผู้โดยสารคาดหวังและคำร้องเรียนของผู้โดยสาร ศึกษาเรียนรู้นโยบายของบริษัทอย่างต่อเนื่อง เพราะสิ่งที่พนักงานรับปากผู้โดยสารสามารถทำได้ไม่ผิดกฎของบริษัท

5) มีความซื่อสัตย์ แสดงออกถึงความจริงใจและโปร่งใสกับผู้โดยสารในการสร้างความพึงพอใจและความสุขให้กับผู้โดยสาร

6) หมั่นสังเกตว่าผู้โดยสารมีความสุขกับการบริการ หมั่นตรวจสอบว่าผู้โดยสารมีความสุขที่แท้จริงจากการให้บริการหรือไม่ เพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการเสมอ

7) มีความเชี่ยวชาญ พนักงานต้องศึกษาผลิตภัณฑ์และการให้บริการของสายการบินไทย เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และให้บริการอย่างครบถ้วน

8) สามารถจัดการสิ่งที่ไม่คาดฝันได้ดี มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่างๆ ที่ไม่ได้คาดคิดมาก่อน

โดยทำการปรับปรุงทุกปี ไม่มีที่สิ้นสุด เพราะพฤติกรรมเพราะผู้โดยสารไม่เคยหยุดนิ่ง เปลี่ยนแปลงเสมอ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเปรียบเทียบประสิทธิผลในการดำเนินธุรกิจของสายการบินต่างๆ กับคุณภาพในการให้บริการของสายการบินนั้น

2. การนำรูปแบบคุณภาพการให้ บริการไปเพิ่ม ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัท การบินไทย

จำกัด (มหาชน) ของสายการบินต่างๆ ต้องปรับให้เข้ากับบริบทของบริษัทนั้นๆ

ควรหาความสัมพันธ์ระหว่างการนำรูปแบบคุณภาพการให้บริการไปเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจของบริษัท

บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจ. (2559). **การบินไทยรั้งอันดับ 13 ท็อป 100 สายการบินโลก**. กรุงเทพธุรกิจ ฉบับวันพฤหัสบดี ที่ 14 กรกฎาคม 2559.
- ณพร เจียมโมลิต. (2557). **อิทธิพลของความมุ่งมั่นของผู้บริหารและผลการปฏิบัติงานของพนักงานให้บริการต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการของลูกค้าสายการบินประเภทต้นทุนต่ำในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนพร เรืองพณิชกุล. (2555). **ความคิดเห็นของผู้โดยสารคนไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)**. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ. (2552). **การเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายใน ประเทศของผู้โดยสารชาวไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559). **ไทยกับการเป็นศูนย์กลางธุรกิจการบินอาเซียน**. บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด.