



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 4 เดือนเมษายน ถึง ธันวาคม 2567

การเปลี่ยนผ่านสู่โลกดิจิทัล และการปรับตัวยุคใหม่ในธุรกิจการบิน

DIGITAL TRANSFORMATION AND THE NEW ERA IN AVIATION BUSINESS

ลลิตลักษณ์ ธารีเกษ*

Lalitlak Tharekes*

สาขาการจัดการธุรกิจการบิน คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Aviation Business Management, Faculty of Management Sciences,

Panyapiwat Institute of Management

*Corresponding Author e-Mail: lalitlaktha@pim.ac.th

(Received: 2024, March 6; Revised: 2024, May 12; Accepted: 2024, May 14)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรมไร้สัมผัส ของธุรกิจการบินในปัจจุบัน และเพื่อศึกษาประโยชน์ ข้อจำกัด รวมถึงการปรับตัวเข้าสู่การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลในธุรกิจการบิน ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมการบินกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญโดยได้รับแรงหนุนจากพลังของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้โดยสารและปรับปรุงประสบการณ์ในการเดินทาง อีกทั้งยังเป็นการลดการสัมผัสระหว่างผู้คน ป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโรค ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ปัจจุบันธุรกิจการบินได้มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในการให้บริการในทุกขั้นตอนของการเดินทาง เช่น การจองตั๋วโดยสาร การชำระเงินแบบไร้สัมผัส การเช็คอินการเดินทางผ่านแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ หนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ การโหลดกระเป๋าเดินทางอัตโนมัติ การตรวจคนเข้าเมืองอัตโนมัติ และประตูขึ้นเครื่องบินอัตโนมัติ เพื่อให้ผู้โดยสารเกิดประสบการณ์ในการเดินทางที่ราบรื่นและไร้รอยต่อ โดยเทคโนโลยีไร้สัมผัสสามารถช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงานโดยการลดความจำเป็นในการมีปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ ซึ่งจะช่วยให้พนักงานมีอิสระในการมุ่งความสนใจไปที่งานอื่น ๆ เช่น การบริการลูกค้า และช่วยลดเวลาการรอคอย สายการบินจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงยุคใหม่ โดยควรมีการจัดสรรและวางแผนทรัพยากรด้านงบประมาณเพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล รวมถึงเตรียมความพร้อมในการค้นหาและฝึกอบรมพนักงานให้มีทักษะในการจัดการเทคโนโลยีดิจิทัล อย่างไรก็ตามเทคโนโลยีดิจิทัลอาจไม่สามารถแก้ไขปัญหาการบริการบางอย่างที่ซับซ้อนได้ ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้ง่ายต่อการใช้งานของผู้คนมากขึ้นเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและก้าวเข้าสู่การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ



คำสำคัญ: ดิจิทัล; เทคโนโลยี; การบิน

ABSTRACT

This article aimed to study the use of digital technology, contactless innovation of the current aviation business, and the benefits, limitations, and adaptation to digital transformation in the aviation business. Nowadays, the aviation industry is facing a significant change driven by the power of digital transformation, which is an important tool to improve the travel experience. Digital technology is integrated in every stage of the journey, from the ticketing process to the baggage claim stage, to provide a smooth and seamless travel experience. It is also a touch reduction, which was crucial in the course of the recent Covid-19 pandemic. At the present, the aviation business has introduced digital technology to provide services at every step of the journey, such as booking tickets, contactless payments, travel check-in via application or website electronic passport, automatic loading of luggage, automatic immigration, and automatic airplane boarding gates, etc., which provide passengers with a smooth and seamless travel experience. Contactless technology can help improve operational efficiency by reducing the need for human interaction. This frees up employees to focus on other tasks, such as customer service and reduces waiting time. Airlines need to adapt themselves to meet modern changes, budget resources should be allocated and planned to support digital transformation including preparing to find and train employees to have skills in managing digital technology. However, digital technology may not be able to solve some complex service problems. Therefore, existing technology should be developed to make it easier for people to use in order to gain a competitive advantage and step into the digital transformation efficiently.

Keywords: Digital; Technology; Aviation

บทนำ

อุตสาหกรรมการบินเป็นอุตสาหกรรมที่ให้บริการขนส่งทางอากาศแก่ผู้โดยสารและสินค้าเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ อุตสาหกรรมนี้ยังเป็นส่วนสำคัญของเครือข่ายการขนส่งทั่วโลก โดยหลังจากวิกฤติการณ์ชะลอตัวทางเศรษฐกิจของธุรกิจการบินอันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่ผ่านมานั้น ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตในวิถีปกติรูปแบบใหม่ (New Normal) และนำมาซึ่งการเปลี่ยนผ่านสู่โลกดิจิทัล (Digital Transformation) อย่าง



ฉบับพลัน และส่งผลให้ธุรกิจการบินเกิดการปรับตัวครั้งยิ่งใหญ่ ปัจจุบันธุรกิจขนส่งทางอากาศมีแนวโน้มเติบโตดีขึ้นเรื่อย ๆ โดยสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศคาดว่าในปีพ.ศ.2567 และ 2568 นี้ การขนส่งผู้โดยสารทั้งในประเทศและระหว่างประเทศจะกลับมาเป็นปกติ และเติบโตมากขึ้นตามการฟื้นตัวของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในภาพรวมประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นกว่า 5 เท่า จากปีพ.ศ. 2565 ที่ผ่านมา โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยในไตรมาสที่ 1 และ 2 ของปี พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวสะสมเป็นจำนวน 13,033,879 คน สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยยังคงเป็นจุดหมายสำคัญที่นักท่องเที่ยวจากต่างชาติให้ความสนใจ (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2566) ส่งผลให้เกิดการการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจสายการบินที่มากขึ้นเช่นกัน โดยมีการเพิ่มเที่ยวบินและเปิดเส้นทางบินใหม่ การขยายฝูงบินของสายการบิน รวมถึงแผนการเปิดสายการบินใหม่ๆของทั้งสายการบินสัญชาติไทยและสายการบินต่างชาติ รวมไปถึงการลงทุนในด้านต่าง ๆ เพื่อยกระดับความปลอดภัยในช่วงหลังวิกฤตโควิด-19 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทาง สายการบินต่างต้องพยายามแข่งขันเพื่อครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำนวัตกรรมระบบอัตโนมัติต่าง ๆ เข้ามาใช้ในการปฏิบัติการบินและการให้บริการ เพื่อเพิ่มความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่ผู้โดยสารมากขึ้น (สถาบันการบินพลเรือน, ออนไลน์, 2566)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรมไร้สัมผัส ของธุรกิจการบินในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาประโยชน์ ข้อจำกัด และการปรับตัวเข้าสู่การเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลในธุรกิจการบิน

การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในธุรกิจการบิน

ธุรกิจการบินมีการเปลี่ยนผ่านสู่โลกดิจิทัลอย่างชัดเจนในปัจจุบัน โดยเริ่มจากรูปแบบพฤติกรรมการเดินทางของผู้โดยสารที่ต้องการความเชื่อมั่นในความปลอดภัยด้านสาธารณสุข (Health Safety) การก้าวเข้าสู่เทคโนโลยีไร้สัมผัสเพื่อลดโอกาสในการติดเชื้อ (Touchless Technology) โดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการจากเดิมในรูปแบบ Face to Face ที่ใช้มนุษย์เป็นศูนย์กลางในการให้บริการมาเป็นการให้บริการผ่านช่องทางดิจิทัล ลดความจำเป็นในการมีปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ซึ่งจะช่วยให้พนักงานมีอิสระในการมุ่งความสนใจไปที่งานอื่น ๆ เช่น การบริการลูกค้า และช่วยลดเวลาการรอคอย จากการที่ผู้โดยสารเช็คอินการเดินทางที่หน้าเคาเตอร์ของสายการบิน มาเป็นการเช็คอินด้วยตนเองผ่านตู้คีออส (Self Service Check-In: KIOSK) หรือการเช็คอินการเดินทางผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของสายการบิน โดยพบว่าผู้โดยสารส่วนใหญ่ใช้แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือในการจองเที่ยวบิน และจัดการการเดินทางมากขึ้น ซึ่งช่วยให้ผู้โดยสารสามารถเช็คอิน ติดตามเที่ยวบิน และจัดการการจองทั้งหมดได้อย่างสะดวก ง่ายดาย และสามารถเข้าถึงได้จากทุกที่ นอกจากนี้สายการบินบางแห่งยังเริ่มมีการใช้เทคโนโลยีการระบุตัวตนด้วยไบโอเมตริกซ์ (Biometric



identification) เช่น การจดจำใบหน้าหรือการสแกนลายนิ้วมือ เพื่อยืนยันตัวตนของผู้โดยสารอีกด้วย โดย บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ได้นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไร้สัมผัสเข้ามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน โดยได้ดำเนินการพัฒนานวัตกรรมตามกระบวนการ (Innovation Circle of Work) ของท่าอากาศยาน ได้แก่ นวัตกรรมด้านคมนาคมขนส่ง, การเช็คอินการเดินทางของผู้โดยสาร, จุดตรวจค้นผู้โดยสาร, จุดตรวจหนังสือเดินทาง, ร้านค้าและร้านอาหาร, ประตูทางออกขึ้นเครื่อง, ความสะอาดภายในสนามบิน และบรรยากาศภายในสนามบิน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการท่าอากาศยานผ่านโครงการ Digital Platform ซึ่งเป็นการบูรณาการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารตลอดจนอุปกรณ์ที่มีอยู่ให้อยู่ในชุดข้อมูลเดียวกันในรูปแบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) โดยสามารถนำมาแสดงผลแบบ Real Time การวิเคราะห์ข้อมูล และการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในการคาดการณ์ล่วงหน้าเพื่อให้สามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติงานของพนักงาน และสามารถเป็นเครื่องมือในการทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด สอดคล้องกับความต้องการและรูปแบบการให้บริการที่ตรงตามลักษณะฐานข้อมูลการใช้งานของลูกค้า (User Profile) นอกจากนี้ยังพัฒนาระบบแอปพลิเคชัน (AOT Airports Application) เพื่อรองรับระบบการให้บริการผู้โดยสารขึ้นเครื่อง (Common Use Passenger Processing System: CUPPS) ซึ่งประกอบด้วย ระบบตรวจบัตรโดยสารขึ้นเครื่อง ระบบเช็คอินด้วยตนเองอัตโนมัติ ระบบรับกระเป๋าสัมภาระอัตโนมัติ (ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), ออนไลน์, 2564) นอกจากนี้ยังมีเทคโนโลยีดิจิทัลที่ถูกนำมาใช้ในธุรกิจการบินอีกมากมาย เช่น หนังสือเดินทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Passport) ซึ่งสามารถป้องกันการปลอมแปลงได้สูง สามารถตรวจสอบเพื่อพิสูจน์ตัวบุคคลได้แม่นยำและอำนวยความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง, ประตูขึ้นเครื่องอัตโนมัติ (Automated Gates) โดยใช้เทคโนโลยีจดจำใบหน้าหรือเทคโนโลยีไบโอเมตริกอื่น ๆ เพื่อยืนยันตัวตนโดยไม่ต้องแสดงบัตรผ่านขึ้นเครื่องหรือหนังสือเดินทาง ประตูอัตโนมัติสามารถช่วยเร่งกระบวนการขึ้นเครื่อง และลดความแออัดได้, In-flight Wi-Fi ที่กำลังแพร่หลายมากขึ้น โดย 5G ถูกนำมาใช้เพื่อปรับปรุงความเร็วของ Wi-Fi บนเครื่องบิน ซึ่งสามารถใช้ในการสตรีมภาพยนตร์ เล่นเกม และทำงานจากระยะไกล รวมถึงการเก็บข้อมูลขนาดใหญ่ไว้ในระบบ Cloud (Cloud Computing) เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้โดยสาร โดยสายการบินสามารถใช้ข้อมูลขนาดใหญ่คาดการณ์ความต้องการของผู้โดยสารและเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการผู้โดยสาร อีกทั้งยังมีการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เข้ามาใช้ในการบินอย่างแพร่หลาย ยกตัวอย่างเช่น แชทบอทที่ขับเคลื่อนด้วย AI สามารถตอบคำถามของผู้โดยสาร แนะนำผลิตภัณฑ์และบริการ หรือแม้แต่จองเที่ยวบินได้ ซึ่งขับเคลื่อนด้วยหลักการ Personalization โดย AI จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อปรับแต่งข้อเสนอ โปรโมชั่น และประสบการณ์บนเครื่องบินตามความต้องการของแต่ละบุคคล ตัวอย่างเช่น สายการบินสิงคโปร์แอร์ไลน์ (Singapore Airlines) ที่ใช้ AI คริส แชทบอท โดยสามารถตอบคำถามผู้โดยสารเกี่ยวกับเที่ยวบินและให้คำแนะนำเกี่ยวกับอาหารและกิจกรรมที่จุดหมายปลายทางได้ (Singapore Airlines, Online, 2024) และสายการบินเอมิเรตส์ที่ใช้เทคโนโลยีอัจฉริยะไร้สัมผัสมากมาย ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ แอปพลิเคชัน IATA Travel Pass App การเก็บข้อมูลอัตลักษณ์บุคคลสำหรับยืนยันตัวตนบุคคล (Biometric Path) การเช็คอินด้วยตนเองผ่านเครื่องอัตโนมัติ

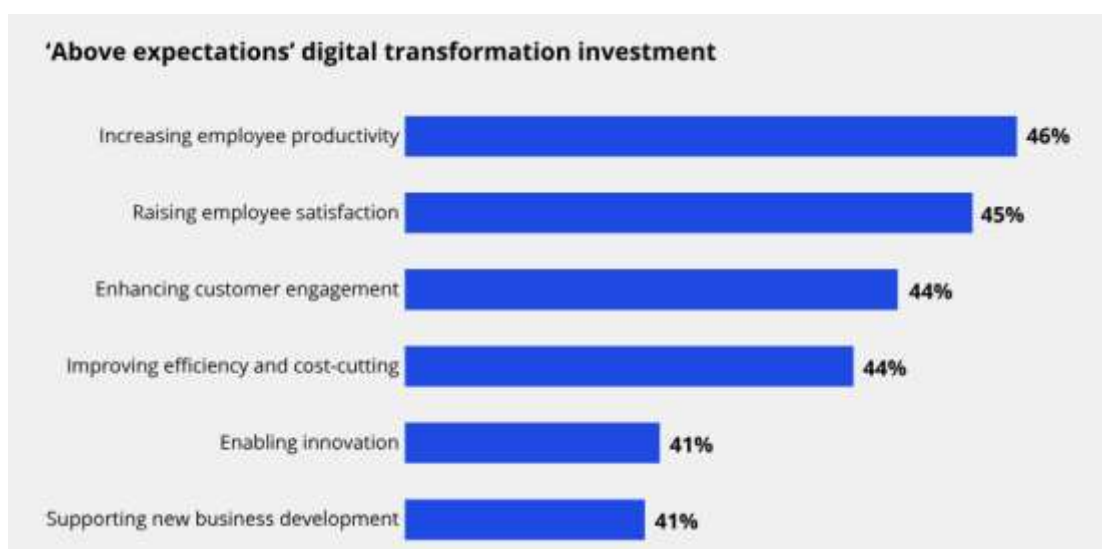


วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 4 เดือนเมษายน ถึง ธันวาคม 2567

(Self Check-in Kiosks) ประตูอัจฉริยะ (Smart Gates) และ การเลือกเมนูอาหารผ่านระบบดิจิทัล (Digital Menus) เพื่อลดความเสี่ยง พร้อมเพิ่มความสะดวกและปลอดภัยให้แก่ลูกค้าตลอดการเดินทาง (Emirates Airlines, Online, 2024)

อาจกล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลคือ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจการบิน เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลโดยการเชื่อมต่อเครือข่ายจะสามารถเปลี่ยนแปลงโมเดลทางธุรกิจ และสร้างสภาพแวดล้อมทางดิจิทัลที่เน้นข้อมูลเป็นศูนย์กลางที่ดียิ่งขึ้น โดยสายการบินใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า รวมถึงช่วยออกแบบประสบการณ์เฉพาะแต่ละบุคคลมากยิ่งขึ้น การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลถือเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า (Iryna, Jiezhuma, Wenhui, Shaoxin, Xingyue, Yuchen, Online, 2022) และยังสามารถพัฒนาคุณภาพการบริการ ปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้า และเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้แข็งแกร่งได้มากยิ่งขึ้น โดยพบว่าผู้โดยสารส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อเทคโนโลยีดิจิทัล (Kitsios & Kamariotou, Online, 2019) โดยจากผลสำรวจของ KPMG บริษัทที่ปรึกษาด้านธุรกิจของประเทศออสเตรเลีย พบว่าการลงทุนทางเทคโนโลยีดิจิทัลนั้นสามารถให้ผลที่เหนือความคาดหวัง โดยสามารถเพิ่มผลผลิตการทำงานของพนักงานได้ร้อยละ 46.00 เพิ่มความพึงพอใจของพนักงานร้อยละ 45.00 ส่งเสริมความผูกพันของลูกค้าร้อยละ 44.00 ปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานและลดต้นทุนร้อยละ 44.00 ทำให้เกิดนวัตกรรมร้อยละ 41.00 และสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจใหม่ร้อยละ 41.00 ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การลงทุนด้านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลที่เหนือความคาดหวัง
(KPMG global tech report, Online, 2023)



นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลยังสามารถสร้างแหล่งรายได้ใหม่ให้แก่สายการบิน เช่น การขายผลิตภัณฑ์และบริการเสริมเพิ่มเติม การอัปเดตที่นั่ง และ Wi-Fi สอดคล้องกับ Vicky & Ioulia (Online, 2021) ที่พบว่า การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้ในสายการบิน Aegean Airline สามารถเพิ่มรายได้ให้กับสายการบินได้จริง เนื่องจากพบว่าผู้โดยสารสามารถซื้อบัตรโดยสารผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายดิจิทัลของสายการบินได้โดยตรง เช่น เว็บไซต์ของสายการบินโดยไม่ต้องผ่านตัวแทนจำหน่าย การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัลนั้นสามารถจะเพิ่มรายได้ให้กับองค์กร ส่งเสริมเศรษฐกิจระดับภูมิภาคและโลก (Vicky & Ioulia, Online, 2021) อย่างไรก็ตามการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลยังคงมีข้อจำกัด เนื่องจากผู้โดยสารยังมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล และเทคโนโลยีดิจิทัลอาจไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดจากงานบริการที่ซับซ้อนได้ และผู้โดยสารบางส่วนยังคงต้องการการบริการจากคน โดยเฉพาะผู้โดยสารสูงอายุ (Shiwakoti, Hu, Pang, Cheung, Xu, & Jiang, 2022, p. 998)

บทสรุป

หลังจากผ่านพ้นวิกฤติการณ์การแพร่ระบาดของโรค Covid-19 สายการบินต่างต้องพยายามแข่งขันเพื่อฟื้นตัวทางธุรกิจเพื่อครองส่วนแบ่งทางการตลาด ทั้งด้านการบริการและด้านราคา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันทางเทคโนโลยี และนวัตกรรม ด้วยการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและทำให้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง โดยสายการบินสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อปรับปรุงประสบการณ์ของผู้โดยสารในทุกจุดสัมผัสต่าง ๆ เช่น การใช้แอปบนอุปกรณ์เคลื่อนที่เพื่อให้ผู้โดยสารเช็คอินเที่ยวบิน ฝากสัมภาระ และขึ้นเครื่องได้ โดยไม่ต้องโต้ตอบกับพนักงานสายการบิน สายการบินยังสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อให้ผู้โดยสารได้รับข้อมูลแบบเรียลไทม์เกี่ยวกับสถานะเที่ยวบิน การกำหนดประตูขึ้นเครื่อง และสถานที่รับกระเป๋าสัมภาระ การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลให้ธุรกิจการบินของไทยจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีในกระบวนการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และก้าวทันการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลของสถานการณ์โลกยุคใหม่ในปัจจุบัน แม้จะมีความท้าทายต่าง ๆ มากมาย แต่การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับสายการบินที่จะรักษาความสามารถในการแข่งขันไว้ได้ในศตวรรษที่ 21 สายการบินที่เปิดรับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลได้อย่างรวดเร็วย่อมสามารถก้าวขึ้นสู่ผู้นำด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาด และเพื่อเป็นการรองรับพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตในวิถีปกติรูปแบบใหม่ของผู้ใช้บริการสายการบินและสนามบินในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

สายการบินควรมีการจัดสรรและวางแผนทรัพยากรด้านงบประมาณเพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลอาจมีต้นทุนสูง และใช้เวลาในการดำเนินการโดยเฉพาะสำหรับสายการบินขนาดเล็ก รวมถึงการบำรุงรักษา และจัดเตรียมบุคลากร ฝึกอบรมพนักงานให้มีความทักษะในการปรับใช้



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 20 ฉบับที่ 4 เดือนเมษายน ถึง ธันวาคม 2567

และจัดการเทคโนโลยีดิจิทัลให้เกิดประสิทธิภาพ รวมถึงเสริมสร้างวัฒนธรรมที่เปิดกว้างต่อการเปลี่ยนแปลง และนวัตกรรม เพื่อที่จะนำการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลไปปฏิบัติได้สำเร็จ นอกจากนี้จำเป็นต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่าระบบดิจิทัลของเรามีความปลอดภัยในการปกป้องข้อมูลผู้โดยสาร อย่างไรก็ตามสายการบินควรคำนึงถึงข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ประสิทธิภาพในการใช้งานของเทคโนโลยี ซึ่งอาจไม่สามารถทดแทนการบริการจากคนได้ทั้งหมด เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดจากงานบริการที่ซับซ้อนหรือเมื่อมีปัญหาเรื่องเรียนรู้ของผู้โดยสารได้ ดังนั้นจึงควรพัฒนากระบวนการทางเทคโนโลยีให้ตอบสนองต่อการใช้งานของผู้โดยสารมากขึ้น และกระบวนการในการพัฒนาสถานะของพนักงานผู้ให้บริการไปควบคู่กัน

บรรณานุกรม

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2564). **รายงานประจำปี 2564** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

[https://www.airportthai.co.th/wp-](https://www.airportthai.co.th/wp-content/uploads/2021/12/AnnualReport2021th.pdf)

[content/uploads/2021/12/AnnualReport2021th.pdf](https://www.airportthai.co.th/wp-content/uploads/2021/12/AnnualReport2021th.pdf) [2567, 10 มกราคม].

สถาบันการบินพลเรือน. (2566). **สรุปข้อมูลข่าวสารอุตสาหกรรมการบิน** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<https://www.catc.or.th/th/aviation-industry-news/> [2567, 15 มกราคม].

สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2566). **รายงานสถิติการขนส่งทางอากาศไตรมาสที่ 2**

ประจำปี 2566 (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: [https://www.caat.or.th/wp-](https://www.caat.or.th/wp-content/uploads/2023/07/รายงานสถิติการขนส่งทางอากาศ-ไตรมาส-2_2566.pdf)

[content/uploads/2023/07/รายงานสถิติการขนส่งทางอากาศ-ไตรมาส-2_2566.pdf](https://www.caat.or.th/wp-content/uploads/2023/07/รายงานสถิติการขนส่งทางอากาศ-ไตรมาส-2_2566.pdf) [2567, 16 มกราคม].

Emirates Airlines. (2024). **Contactless journey** (Online). Available:

<https://www.emirates.com/dz/english/experience/contactless-journey/> [2024, February 1].

Iryna Heiets, Jiezhuma La, Wenhui Zhou, Shaoxin Xu, Xingyue Wang, & Yuchen Xu. (2022).

Research in Transportation (Online). Available:

[https://www.researchgate.net/profile/Iryna-](https://www.researchgate.net/profile/Iryna-Heiets/publication/363875717_Digitalization_in_Passengers'_Air_Travel/links/63645a5837878b3e877e380c/Digitalization-in-Passengers-Air-Travel.pdf)

[Heiets/publication/363875717_Digitalization_in_Passengers'_Air_Travel/links/63645a5837878b3e877e380c/Digitalization-in-Passengers-Air-Travel.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Iryna-Heiets/publication/363875717_Digitalization_in_Passengers'_Air_Travel/links/63645a5837878b3e877e380c/Digitalization-in-Passengers-Air-Travel.pdf) [2024, January 20].



- Kitsios, F., & Kamariotou, M. (2021). *Service innovation process digitization: areas for exploitation and exploration* (Online). Available: <https://ruomo.lib.uom.gr/bitstream/7000/990/1/Service%20innovation%20process%20digitization%20areas%20for%20exploitation%20and%20exploration.pdf> [2024, January 22].
- KPMG international: global tech report. (2023). *The value of digital transformation in financial services* (Online). Available: <https://kpmg.com/au/en/home/insights/2024/03/value-of-digital-transformation-financial-services.html> [2024, February 5].
- Shiwakoti, N., Hu, Q., Pang, M. K., Cheung, T. M., Xu, Z., & Jiang, H. (2022). Passengers' perceptions and satisfaction with digital technology adopted by airlines during COVID-19 pandemic. *Future Transportation*, 2(4), pp. 988-1009.
- Singapore Airlines. (2024). *Kris the chatbot* (Online). Available: https://www.singaporeair.com/en_UK/th/support/kris-the-chatbot/. [2024, February 3].
- Vicky, Katsoni., & Ioulia, Poulaki. (2021). *Digital evolution and emerging revenue management practices: evidence from Aegean airlines distribution channels* (Online). Available: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JHTT-12-2019-0145/full/html> [2024, January 25].