

การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ณิชากรีย์ จิตต์พิทยกุล¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาองค์ประกอบของคุณลักษณะการบริการที่ดี (2) วิเคราะห์องค์ประกอบของคุณลักษณะการบริการที่ดี และ (3) ยืนยันองค์ประกอบของคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 700 คน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ๆ ละ 350 คน กลุ่มที่ 1 คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน กลุ่มที่ 2 คือ ผู้โดยสารผู้ใช้บริการ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ผลการวิจัยพบว่า 1) องค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดี ตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) เห็นคุณค่าในหน้าที่ที่ผู้อื่นมีต่อท่าน (2) ให้ความใส่ใจในเรื่องความปลอดภัยบนเครื่องบิน และ (3) มีความสุขที่ได้ทำให้ผู้อื่นพอใจ 2) ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจคุณลักษณะ ประกอบด้วย 12 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ความรับผิดชอบ (2) ความฉลาดทางสังคม (3) บุคลิกภาพ (4) ความฉลาดทางวัฒนธรรม (5) การให้ความสำคัญกับลูกค้า (6) การช่วยเหลือผู้อื่น (7) ทักษะการทำงาน (8) มนุษย์สัมพันธ์ (9) ความเป็นมืออาชีพ (10) ความสะดวกสบายในการให้บริการ (11) การใส่ใจในเรื่องการบริการที่ดี และ (12) เทคนิคการให้บริการ และ 3) ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโครงสร้างองค์ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่ามีความสอดคล้อง กลมกลืนกัน

คำสำคัญ: คุณลักษณะการบริการ; การบริการที่ดี; พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน; การวิเคราะห์องค์ประกอบ; บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ณิชากรีย์ จิตต์พิทยกุล. (2563). การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 10(3), 788-801.

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาศักยภาพคน มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: jtikoon@gmail.com

Factors Analysis of the Good Services Characterizing of the Flight Attendants of Thai Airways International Public Company Limited

Nijcharie Jitatiekoon¹

Abstract

The research aims were 1) to study the components of the good services characterizing of the flight attendants of Thai Airways. 2) to analyze the components of the good services characterizing of the flight attendants of Thai Airways and 3) to confirm the components of the good services characterizing of the flight attendants of Thai Airways. The samples were 700 samples which divided into 2 groups. The first group was flight attendants of Thai Airways population consisted of 350 crews. The second group was Thai Airways passengers population consisted of 350 persons.

The research results were as follows: 1) the components of the good services characterizing of the flight attendants of Thai Airways found the most 3 highest means were (1) appreciated the kindness from the others, (2) pay attention on flight safety and (3) being happy when made others happy. 2) the exploratory factor analysis indicated that the components of the good services characterizing of the flight attendants of Thai Airways were composed of 12 factors as of following: (1) responsibility, (2) social intelligence, (3) personality, (4) cultural intelligence, (5) customer focus, (6) helping others, (7) attitude, (8) human relationship, (9) professional, (10) service enthusiasm, (11) service mind and (12) service technique. 3) The confirm factor analysis found that the model was fit the structure from the exploratory factor analysis.

Keywords: Services Characterizing; Good Services; Flight Attendants; Factor Analysis; Thai Airways International Public Company Limited.

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Jitatiekoon, N. (2020). Factors analysis of the good services characterizing of the flight attendants of Thai Airways International Public Company Limited. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 10(3), 788-801.

¹ Doctor of Philosophy Program in Human Resource Development, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Haumark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand
Email: jitatiekoon@gmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกยุคปัจจุบันที่การสื่อสารและการคมนาคมได้มีการพัฒนาและเติบโตขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อติดต่อทำธุรกิจ และเพื่อการศึกษา เป็นต้น การเดินทางโดยเครื่องบินโดยสารได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากได้รับความสะดวกสบายและความรวดเร็ว รวมทั้งค่าโดยสารที่มีราคาถูกกว่าในอดีตทำให้สามารถเดินทางได้ง่ายขึ้น การแข่งขันในอุตสาหกรรมธุรกิจการบิน นอกจากเรื่องของเครื่องบินโดยสารที่มีความทันสมัย ที่นั่งที่มีความสะดวกสบาย เทคโนโลยีบนเครื่องบินที่ทันสมัยให้ความบันเทิงระหว่างการเดินทาง (inflight entertainment) รวมทั้งความปลอดภัยทางการบินแล้ว การบริการบนเครื่องบินก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจการบิน โดยเฉพาะพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (flight attendant) ซึ่งมีหน้าที่หลักในการให้การดูแลความปลอดภัย ความช่วยเหลือและความสะดวกสบายต่างๆ ตลอดการเดินทางกับผู้โดยสารตามมาตรฐานที่สายการบินกำหนดไว้ มาตรฐานการบริการของสายการบินต่างๆ มีส่วนสำคัญในการทำให้ผู้โดยสารได้รับการบริการที่ดีอันเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ผู้โดยสารเลือกที่จะใช้บริการของสายการบินนั้นๆ

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงคมนาคมดำเนินกิจการด้านการบินพาณิชย์ในประเทศและระหว่างประเทศในฐานะสายการบินแห่งชาติมาเป็นเวลามากกว่า 50 ปี นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังมุ่งเผยแพร่วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีและเอกลักษณ์ของประเทศไทยสู่สายตาชาวโลกอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องในการบินพาณิชย์ ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทให้มีทักษะและวิชาชีพที่เป็นมาตรฐานสากล พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเป็นด่านแรกที่คุณโดยสารพบเมื่อเดินทางกับการบินไทย

ซึ่งการเดินทางมีทั้งระยะทางไกลใช้เวลาไม่กี่ชั่วโมง และระยะทางไกลใช้เวลาถึงสิบชั่วโมง หน้าที่สำคัญของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินนอกจากดูแลด้านความปลอดภัยแล้ว หน้าที่ด้านการให้ความสะดวกระหว่างการเดินทางก็มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ แต่ผู้รับบริการสามารถรู้สึกได้ถึงความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ ใส่ใจหรือไม่ใส่ใจในการให้บริการ ถึงแม้ว่าก่อนการที่จะมาปฏิบัติงานได้นั้น พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินทุกคนต้องผ่านขั้นตอนการฝึกอบรมทั้งด้านความปลอดภัยทางการบิน และด้านการบริการอย่างเข้มงวดมาแล้ว แต่ก็ยังมีความไม่เสมอต้นเสมอปลายในการให้บริการทั้งเนื่องจากความแตกต่างระหว่างบุคคลที่หลากหลาย ประสบการณ์ในการทำงาน ความแตกต่างทางวิถีชีวิตที่ส่งผลให้มีพฤติกรรมในการให้บริการที่ต่างกัน อีกทั้งข้อเสนอแนะจากการทำการประเมินผลความพึงพอใจของผู้รับบริการ พบว่า ผู้โดยสารมีข้อเสนอแนะทั้งด้านตัวบุคคลผู้ให้บริการ และความสม่ำเสมอในการให้บริการเป็นจำนวนมาก เพื่อให้การให้บริการมีความเป็นมาตรฐานมากขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะการให้บริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะและเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเพื่อให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจให้ผู้มาใช้บริการ เพื่อให้เกิดความสม่ำเสมอในการให้บริการและเพื่อส่งเสริมการฝึกอบรม ฝึกทักษะในเชิงอาชีพ ตลอดจนเป็นแนวทางในการวางแผน การประเมินสมรรถภาพทางวิชาชีพและการบริการที่ดีให้มีคุณภาพมากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

3. เพื่อยืนยันองค์ประกอบของคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้มี 2 กลุ่มได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย ผู้จัดการเที่ยวบิน หัวหน้าเที่ยวบิน และพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จำนวน 350 คน และกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้โดยสารผู้ใช้บริการบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 350 คน ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 700 คน โดยเก็บข้อมูลฝ่ายพนักงานที่ศูนย์ฝึกอบรมลูกเรือที่สำนักงานหลักสี่ สำหรับการเก็บข้อมูลฝ่ายผู้ให้บริการ ดำเนินการเก็บข้อมูลที่สนามบินสามารถได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการบริษัท การบินไทยฯ จริง โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2560 - พฤษภาคม พ.ศ. 2561

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางในการนำองค์ประกอบของคุณลักษณะการบริการที่ดีไปใช้ในการปรับปรุงและส่งเสริมการฝึกอบรมและฝึกทักษะในเชิงอาชีพให้เป็นไปตามความต้องการขององค์กร เพื่อให้เอื้อต่อการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินและผู้ปฏิบัติหน้าที่ด้านการบริการในสาขาอื่นๆ

2. หน่วยงานต่างๆ สามารถนำองค์ประกอบของคุณลักษณะการบริการที่ดีมาใช้ในการวางแผนการประเมินสมรรถภาพทางวิชาชีพและการบริการที่ดีเพื่อใช้ในการสนับสนุนการบริการได้อย่างเหมาะสมกับความต้องการ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะการบริการที่ดี ดังนี้

Nunthapaiboon (2008, pp. 121-124) กล่าวถึงหลัก 10 ประการในการบริการของ Bonnie Knutson ไว้ดังนี้ 1) ตระหนักถึงคุณค่าของลูกค้า โดยต้องคำนึงว่าลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุด เป็นผู้มีอำนาจซื้อและมีความต้องการรับบริการ หากลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีก็ย่อมนำมาซึ่งรายได้สูงต่อการและตัวผู้ให้บริการเอง อีกทั้งลูกค้ายังมีอำนาจของการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง การบอกปากต่อปากอีกด้วย 2) สร้างความประทับใจแรก ความประทับใจแรกเป็นความประทับใจที่อยู่ยาวนาน อาศัยความพร้อมทั้งด้านตัวผู้ให้บริการและด้านสถานที่ให้บริการ ความประทับใจแรกที่ดีจะช่วยให้ความผิดพลาดใดๆที่เกิดตามมาดูมีความรุนแรงน้อยลง แต่ในทางตรงกันข้าม หากความประทับใจแรกไม่ดีเสียแล้ว ไม่ว่าการบริการต่อๆมาจะดีเพียงใดก็ยากที่จะเปลี่ยนความรู้สึกของลูกค้าได้ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรสร้างความประทับใจแรกให้เป็นความประทับใจที่ดี 3) เต็มเต็มความต้องการของลูกค้าเพราะความต้องการของลูกค้าคืองานของผู้ให้บริการและเป็นวัตถุประสงค์หลักของธุรกิจที่ผู้ให้บริการทำงานอยู่นั่นเอง 4) ทำให้ลูกค้าออกแรงน้อยที่สุด การบริการคือการให้ทั้งความสะดวกและความสบายแก่ลูกค้า ลูกค้าจะรู้สึกสบายเมื่อเขาไม่ต้องออกแรงทำอะไรๆ หน้าที่ออกแรงเป็นของผู้ให้บริการ เมื่อเห็นลูกค้ายกมือก็ควรเข้าไปหาลูกค้าทันที อย่าให้ลูกค้าต้องเป็นฝ่ายเดินมาตาม 5) ช่วยการตัดสินใจของลูกค้า แต่ไม่ครอบงำการตัดสินใจระหว่างที่ลูกค้ารับบริการ บ่อยครั้งที่ลูกค้าไม่สามารถตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้ เขาอาจสอบถามหรือขอความเห็นจากผู้ให้บริการ สิ่งที่เราควรทำคือ ให้ข้อมูลกับลูกค้าให้มากที่สุดแต่ปล่อยให้ลูกค้าตัดสินใจเอง 6) มองจากมุมมองของลูกค้า เมื่อบริการจงบ่มองจากมุมมองของผู้ให้บริการอย่างเด็ดขาด เพราะทั้งสองฝ่ายย่อม

มีความต้องการและมีสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน 7) ระบายเวลาลูกค้าให้น้อยที่สุด เมื่อลูกค้าจ่ายเงินให้กับบริการแล้ว เขาย่อมต้องการใช้เวลาที่มีอยู่เพื่อ “ถูกบริการ” ผู้ให้บริการจึงไม่ควรให้ลูกค้าใช้เวลาของเขาเพื่อทำสิ่งอื่นโดยไม่จำเป็น 8) สร้างความทรงจำที่จะทำให้ลูกค้าอยากกลับมา ความทรงจำที่จะทำให้ลูกค้าอยากกลับมาต้องมี “สิ่งพิเศษ (something extra)” อาจอยู่ในรูปสิ่งของหรือการบริการพิเศษที่ไม่เหมือนกับคู่แข่งก็ได้ เป็นสิ่งช่วยสร้างความประทับใจให้ลูกค้า ทำให้ลูกค้านึกถึงองค์กรนั้นๆ ก่อนเสมอเพราะมีสิ่งพิเศษให้ 9) ลูกค้าจะจำประสบการณ์ที่ไม่ได้เสมอ และจะจำได้นานกว่าประสบการณ์ที่ดีพร้อมกับบอกต่อกับจำนวนคนที่มากกว่าประสบการณ์ที่ดี ดังนั้น จึงเป็นความเสี่ยงที่จะทำให้ลูกค้ากลับจากการรับบริการไปด้วยความไม่ประทับใจ 10) มองลูกค้าเป็นเจ้านายให้มองลูกค้าเป็นเจ้านายที่ต้องตอบแทนด้วยการบริการที่ดี ผู้ให้บริการต้องระลึกว่าลูกค้าคือบุคคลที่ผู้ให้บริการไปยืมสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาจากเขา และมีหน้าที่ต้องใช้คืน แต่เจ้านายรายนี้ขอรับหนี้คืนในรูปแบบของการบริการที่ดีเท่านั้น

Lucas (2015) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้ให้บริการที่ลูกค้าต้องการ ได้แก่ 1) มีความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสินค้าและบริการ 2) ทักษะด้านการสื่อสาร ได้แก่ วัจนภาษา อวัจนภาษา ทักษะการฟัง การสื่อสารกับเพศที่ต่างกัน การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม เป็นต้น 3) เทคนิคหรือความเชี่ยวชาญพิเศษเกี่ยวกับสินค้าและบริการ 4) การให้ความสำคัญกับลูกค้าและทัศนคติที่ดี 5) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 6) แรงจูงใจ 7) ความซื่อสัตย์ 8) ความจงรักภักดีต่อองค์กรและลูกค้า 9) การทำงานเป็นทีม 10) จริยธรรม 11) ทักษะด้านการบริหารเวลา และ 12) ทักษะด้านการแก้ปัญหา นอกจากนี้ Suwanbundit and Adulpattanakit (2011, pp. 38-39) กล่าวว่า คุณสมบัติของผู้ปฏิบัติงานบริการมี 2 ประการ ได้แก่ 1.บุคลิกภาพที่เหมาะสม แบ่งเป็น สุขภาพสมบูรณ์ แข็งแรงอภัยภัยดี มีจิตสำนึกของการ

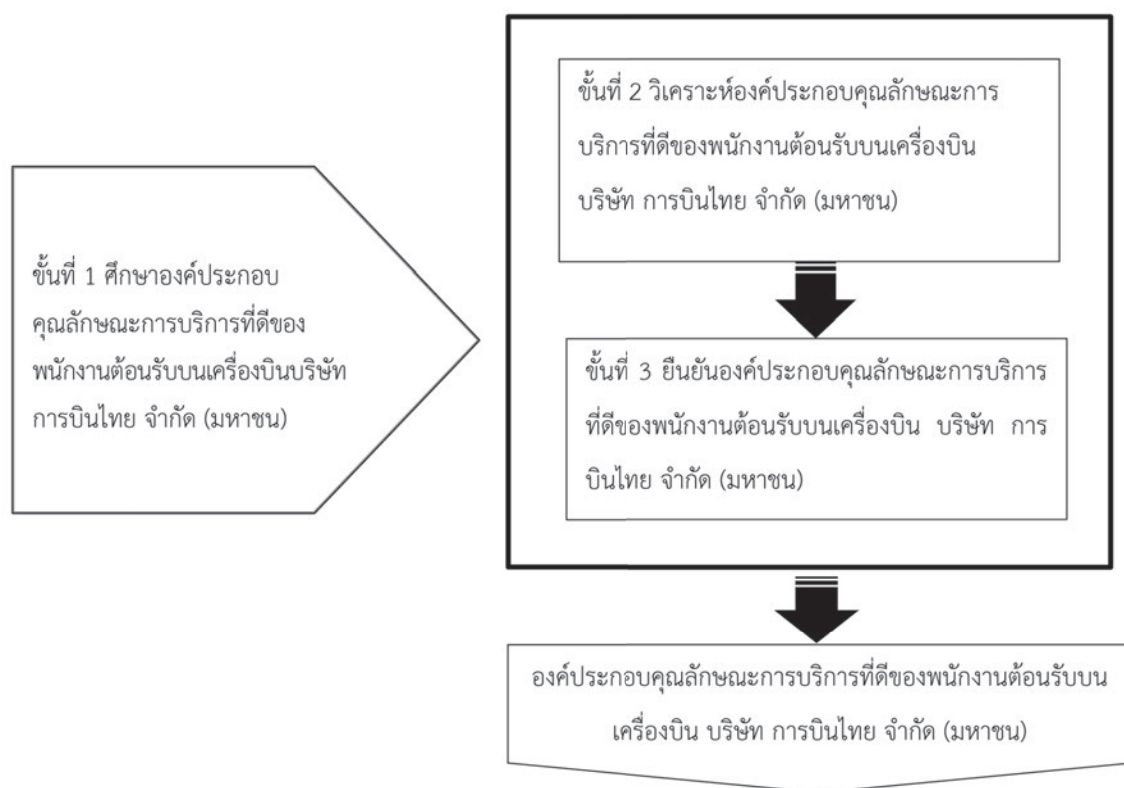
บริการ มีความสามารถในการปรับตัว และ 2. ความรู้ความสามารถที่เหมาะสม คือ มีความสามารถตามระดับการศึกษาของรัฐ มีความรู้จากประสบการณ์ในการทำงานที่ผ่านมา มีทักษะทางมนุษยสัมพันธ์ และมีทักษะเฉพาะทางของการบริการนั้นๆ

เพื่อการทำงานที่มีมาตรฐานบริษัทการบินไทยฯ ได้มีการประเมินการทำงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินอย่างสม่ำเสมอ โดยผู้ที่ทำการประเมิน ได้แก่ ผู้จัดการประจำเที่ยวบิน (inflight manager) หรือหัวหน้าพนักงานต้อนรับบนเที่ยวบิน (air purser) โดยได้กำหนดหัวข้อในการประเมิน 15 ข้อ ได้แก่ 1) Personal Appearance ด้านบุคลิกภาพ 2) Service Attitude ด้านทัศนคติ 3) Safety Standard and Awareness ด้านการตระหนักในด้านความปลอดภัย 4) Service Pre-flight Duties ด้านการเตรียมงานก่อนเครื่องขึ้น 5) Passengers Interaction ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้โดยสาร 6) Passenger Handling Skills ด้านทักษะในการรับมือกับผู้โดยสาร 7) Responsiveness to Passengers Needs ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร 8) Job Knowledge ด้านความรู้ในงาน 9) Cabin Technical Knowledge and Handling ด้านความรู้ทางด้านเทคโนโลยีในห้องโดยสารและการใช้งาน 10) Quality of Work: Beverage Service ด้านคุณภาพในการทำงานทางด้านการบริการเครื่องดื่ม 11) Quality of Work: Meal Service ด้านคุณภาพในการทำงานทางด้านการบริการอาหาร 12) Cabin, Galley and Toilet Cleanliness: Hygiene ด้านการดูแลและรักษาความสะอาดของห้องโดยสาร สถานที่เตรียมอาหารและห้องน้ำ 13) Communication Skills ด้านทักษะทางการสื่อสาร 14) Behavior and Conduct ด้านความประพฤติและกิริยาอาการที่แสดงออก 15) Service Post-Flight Duties ด้านการทำงานหลังจากเครื่องลงจอดเรียบร้อยแล้ว

จากแนวคิดของนักวิชาการและหัวข้อในการประเมินการปฏิบัติของบริษัทการบินไทยที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ร่วมกับความฉลาดทางอารมณ์และความฉลาดทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

บินที่ต้องพบปะผู้โดยสารหลากหลายเชื้อชาติ และวัฒนธรรม จึงสนใจที่จะศึกษาว่าจะส่งผลต่อการทำงานหรือไม่ จึงนำแนวคิดต่างๆ เหล่านี้มาสังเคราะห์มาเป็นตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้ 70 ตัวแปรที่นำมาใช้ในงานวิจัยนี้

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัย เรื่องการวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาองค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ใช้สถิติการวิเคราะห์องค์

ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เพื่อจัดกลุ่มองค์ประกอบของคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

ขั้นตอนที่ 3 ยืนยันองค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัด ใช้สถิติ Bartlett's Test of Sphericity และค่าดัชนี KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) เพื่อทดสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) โดยการใช้โปรแกรม LISREL และนำเสนอผลยืนยันองค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 700 คน โดยแบ่งประชากรในกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ กลุ่มที่ 1 กลุ่มพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย ผู้จัดการเที่ยวบิน หัวหน้าเที่ยวบิน และพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จำนวน 350 คน โดยใช้การสุ่มแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน และกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้โดยสารผู้ใช้บริการบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 350 คน โดยใช้การสุ่มแบบบังเอิญพบ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล และตอนที่ 2 แบบสอบถามองค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบน

เครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 70 ข้อ ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายปิด โดยมีคำตอบให้เลือกเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.8-1.0 และมีค่าจำแนกของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.219-0.780 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.962

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามการวิจัยไปแจกให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้วยตัวเอง ที่ศูนย์ฝึกอบรมลูกเรือที่หลักสี่ กรุงเทพมหานคร ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มผู้โดยสารที่ใช้บริการผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปแจกให้กับผู้โดยสารขาออก ณ สนามบินสุวรรณภูมิ บริเวณหน้าเคาน์เตอร์เช็คอินของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยไม่เจาะจงว่าเป็นสัญชาติใด โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2560 จนถึง เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2561

ผลการวิจัย

1. เพื่อการศึกษาองค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.14 – 4.43 มีตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 59 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.43 ตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 10 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.11 – 3.47 ในระดับน้อย 1 ข้อ โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เห็นคุณค่าในน้ำใจที่ผู้อื่นมีต่อท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ให้ความใส่ใจในเรื่องความปลอดภัยบนเครื่องบิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และ มีความสุขที่ได้ทำให้ผู้อื่นพอใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) สกัดองค์ประกอบด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก (principal component method) ซึ่งพบว่าการวิเคราะห์ครั้งนี้ จาก 70 ตัวแปรที่วิเคราะห์หลังจากสกัดแล้ว เหลือ 41 ตัวแปรที่มีองค์ประกอบที่มีค่าไอเกนมากกว่า 1 และในแต่ละองค์ประกอบจะมีตัวแปรที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 โดยจำแนกเป็น 12 องค์ประกอบ ได้แก่ ความรับผิดชอบ ความฉลาดทางสังคม บุคลิกภาพ ความฉลาดทางวัฒนธรรม การให้ความสำคัญกับลูกค้า การ

ช่วยเหลือผู้อื่น ทักษะการทำงาน มนุษย์สัมพันธ์ ความเป็นมืออาชีพ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ การใส่ใจในเรื่องการบริการที่ดี และเทคนิคการให้บริการ ค่าดัชนี KMO มีค่าเท่ากับ 0.838 ซึ่งมีค่าดัชนีมากกว่าค่าดัชนีเกณฑ์ 0.5 แสดงว่า เป็นไปตามเกณฑ์การทดสอบ กล่าวคือ ข้อมูลชุดนี้มีความเหมาะสมในการใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ สำหรับการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติพบระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ α เท่ากับ 0.000 สรุปได้ว่า ข้อมูลชุดนี้มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของตัวแปรทั้งหมดเพียงพอ ที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันต่อไปได้

ตาราง 1

การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นความเหมาะสมของเมตริกซ์สหสัมพันธ์ในภาพรวมด้วย KMO และ Bartlett's Test

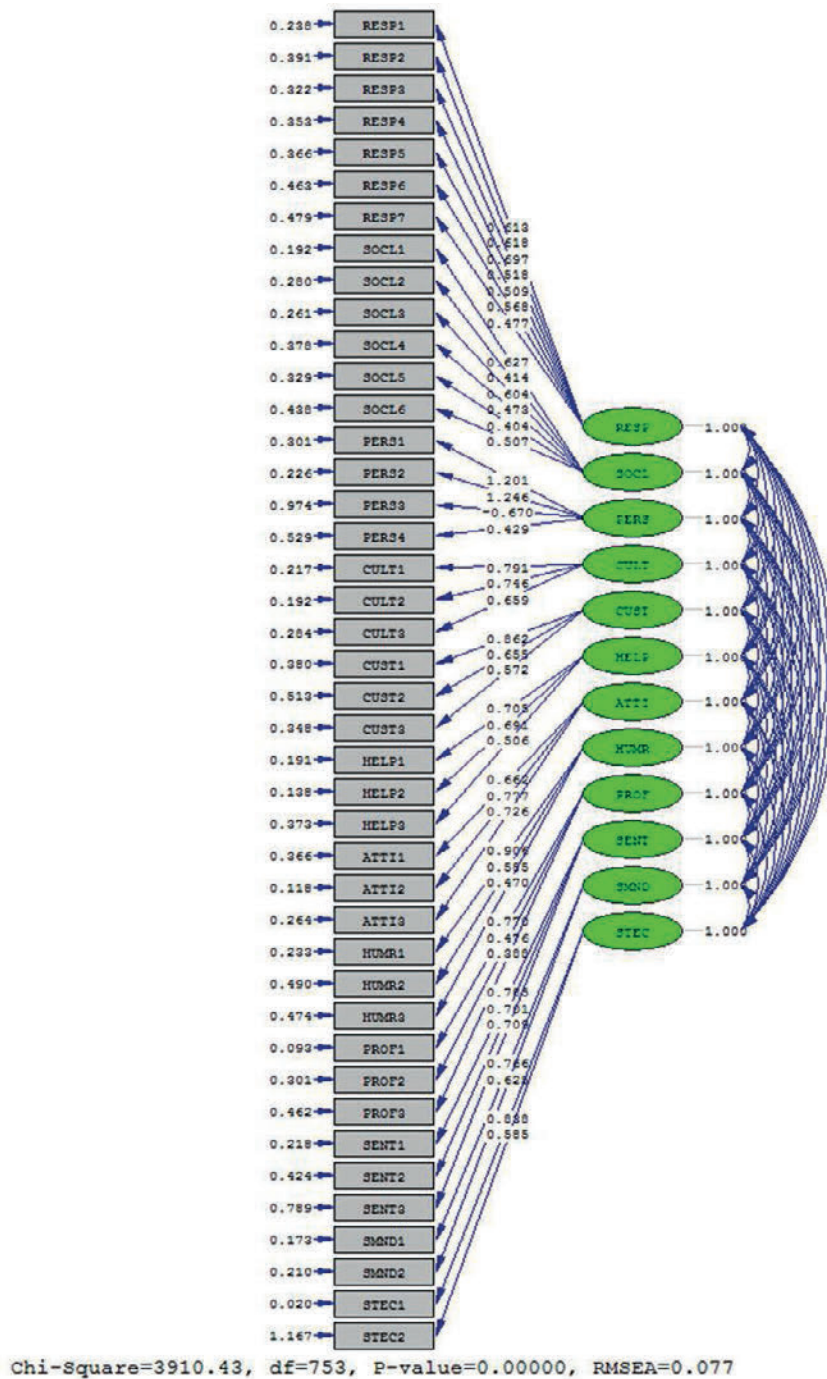
KMO and Bartlett's Test		
KMO		0.838
Bartlett's Test of sphericity	Approx. Chi-square	15421.862
	df	861.000
	Sig.	0.000

3. ผลการยืนยันองค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)

3.1 ผลการยืนยันองค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย 12 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ความรับผิดชอบ (Resp) (2) ความฉลาดทางสังคม (Socl) (3) บุคลิกภาพ (Pers) (4) ความฉลาดทางวัฒนธรรม (Cult) (5) การให้ความสำคัญกับลูกค้า (Cust) (6) การช่วยเหลือผู้อื่น (Help) (7) ทักษะการทำงาน (Atti) (8) มนุษย์สัมพันธ์ (Humn) (9) ความเป็นมืออาชีพ (Prof) (10) ความกระตือรือร้นในการให้บริการ (Sent) (11) การใส่ใจในเรื่องการ

บริการที่ดี (Smnd) (12) เทคนิคการให้บริการ (Stec)

3.2 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันคุณลักษณะการบริการที่ดี ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้วยโปรแกรม LISREL ครั้งที่ 2 เป็นการปรับโมเดล เพื่อให้กรอบแนวคิดสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยยอมให้ค่าความคลาดเคลื่อน (error variance) มีความสัมพันธ์กันได้ตามความเป็นจริง ได้ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 362.394 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 322 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (relative chi-square) ซึ่งหาได้จากสมการ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 1.125 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนด



ภาพ 2 การวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันยืนยันคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) หลังการปรับข้อมูลโดยวิธีการหา outlier ด้วยโปรแกรม LISREL

การอภิปรายผล

1. การศึกษาองค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เห็นคุณค่าในหน้าที่ผู้อื่นมีต่อท่าน ซึ่งเป็นปัจจัยด้านความฉลาดทางอารมณ์ให้ความใส่ใจในเรื่องความปลอดภัยบนเครื่องบิน ซึ่งเป็นปัจจัยด้านการใส่ใจในเรื่องการบริการที่ดี และมีความสุขที่ได้ทำให้ผู้อื่นพอใจ ซึ่งเป็นปัจจัยด้านทัศนคติตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องมาจาก ความสำคัญของปัจจัยทั้ง 3 ด้านที่มีต่อการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพ ซึ่งผู้วิจัยขออภิปรายแต่ละปัจจัย ดังนี้ ความฉลาดทางอารมณ์ หมายถึง ความสามารถในการรับรู้และเข้าใจตนเองและสังคม ทำให้สามารถบริหารจัดการอารมณ์ของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆ ส่งผลให้มีสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลอื่น ผู้ที่มีความฉลาดทางอารมณ์สูงจะเป็นผู้ที่รู้จักใช้ความคิดอ่านเกี่ยวกับของตนและผู้อื่นในทางสร้างสรรค์ ทำให้ผู้อื่นเป็นสุขและตนเองก็สบายใจ ดังความหมายของความฉลาดทางอารมณ์ของกรมสุขภาพจิต ที่กล่าวว่าความฉลาดทางอารมณ์ก่อให้เกิดปัญญา ทำให้การสื่อสารออกมาได้ดี ทั้งทางกายและวาจา นอกจากนี้ Mayer, Roberts and Barsade (2008) กล่าวว่า ความฉลาดทางอารมณ์หมายถึงความสามารถในการรับมือกับอารมณ์ต่างๆ ได้อย่างถูกต้องและมีเหตุผล และสามารถใช้อารมณ์และความรู้เกี่ยวกับอารมณ์เป็นตัวสนับสนุนการรับมือกับอารมณ์นั้นๆ ในการปฏิบัติหน้าที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินต้องพบปะผู้คนที่แตกต่างกันในทุกครั้งที่ทำงานพนักงานต้องมีความฉลาดทางอารมณ์สูงเพื่อให้ทำงานร่วมกับผู้อื่นและบริการผู้โดยสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับตัวแปรที่ได้คะแนนรองลงมา คือ ให้ความใส่ใจในเรื่องความปลอดภัยบนเครื่องบิน ซึ่งเป็นปัจจัยด้านการใส่ใจในเรื่องการบริการที่ดี แสดงให้เห็นถึงความสำคัญว่าผู้ที่

ปฏิบัติงานด้านการบริการต้องมีความใส่ใจในเรื่องการที่ดี ต้องให้ความสำคัญว่าต้องทำอะไรจริงให้บริการได้ดี เพื่อให้ผู้รับบริการประทับใจและมารับบริการอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chotivanich and Roongsrisawas (2014) เรื่องการสร้างความภักดีต่อการใช้บริการของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยความภักดีต่อการใช้บริการสายการบินภายในประเทศ ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ผ่านปัจจัยความพึงพอใจ และปัจจัยความพึงพอใจ มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยความภักดีต่อการใช้บริการสายการบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ดังนั้น การสร้างคุณภาพการให้บริการเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น และส่งผลให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อสายการบินภายในประเทศของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ดังที่ Schneider and White (2004) กล่าวว่า วัฏจักรการเป็นเรื่องของการประสบการณ์ที่ได้รับ ดังนั้นการใส่ใจในเรื่องการบริการที่ดีจึงเป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการพึงตระหนักและให้ความใส่ใจในการให้บริการที่ดีที่สุดแก่ผู้มาใช้บริการ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก สิ่งสำคัญอีกสิ่งของผู้ให้บริการคือ การมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ ซึ่งได้คะแนนในลำดับรองลงมาเนื่องมาจากทัศนคติต่องานบริการนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของพนักงานผู้ให้บริการเป็นอย่างมากเพราะจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของการบริการที่ดีที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการบริการและจะกลับมาใช้บริการใหม่ในครั้งต่อไป ซึ่งผู้ให้บริการพึงมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการคือ มีจิตใจรักงานบริการ มีความรู้ในงานที่จะบริการ มีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ และมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ซึ่ง Nunthapaiboon (2012) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะเบื้องต้นของผู้ให้บริการ ได้แก่ มีความเป็นคนที่รักในงานบริการ เพราะคนที่รักในงานบริการ

จะมีความเข้าใจและให้ความสำคัญต่อลูกค้า มีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือลูกค้า ยิ้มแย้มแจ่มใสและเอาใจใส่ และบุคคลใดมีทัศนคติต่องานบริการดี ก็จะทำให้มีความสำคัญต่องานบริการและปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เป็นผลให้งานบริการมีคุณค่าและส่งผลต่อการเกิดคุณลักษณะการบริการที่ดี ดังนั้นเมื่อพิจารณาโดยรวมองค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดี ทั้ง 3 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ส่งผลทั้งกับผู้ให้บริการและผู้รับบริการโดยตรง การที่ผู้ให้บริการมีความฉลาดทางอารมณ์ทำคามรู้จักและเข้าใจลูกค้าสามารถรับฟังความต้องการและสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างถูกต้อง ซึ่งแสดงถึงการใส่ใจในเรื่องการบริการที่ดี และยังแสดงถึงการมีทัศนคติต่อการบริการที่ดี

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม พบว่าตัวแปรที่มีค่าน้ำหนัก (factor loading) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป มีทั้งหมด 12 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ความรับผิดชอบ (responsibility) องค์ประกอบที่ 2 ความฉลาดทางสังคม (social intelligence) องค์ประกอบที่ 3 บุคลิกภาพ (personality) องค์ประกอบที่ 4 ความฉลาดทางวัฒนธรรม (cultural intelligence) องค์ประกอบที่ 5 การให้ความสำคัญกับลูกค้า (customer focus) องค์ประกอบที่ 6 การช่วยเหลือผู้อื่น (helping others) องค์ประกอบที่ 7 ทัศนคติต่องาน (attitude) องค์ประกอบที่ 8 มนุษย์สัมพันธ์ (human relationship) องค์ประกอบที่ 9 ความเป็นมืออาชีพ (professional) องค์ประกอบที่ 10 ความกระตือรือร้นในการให้บริการ (service enthusiasm) องค์ประกอบที่ 11 การใส่ใจในเรื่องการบริการที่ดี

(service mind) และองค์ประกอบที่ 12 เทคนิคการให้บริการ (service Technique) ทั้งนี้จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ได้มีนักวิชาการกล่าวถึงคุณลักษณะและความหมายของการบริการสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ได้ เช่น Nunthapaboon (2012) กล่าวว่า การบริการคือ การให้ความช่วยเหลือการดำเนินการเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ส่วน Suwanbudit and Adulpattanakit (2011) กล่าวว่า การบริการเป็นการปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความเอาใจใส่อย่างมีเมตตริจิต และสอดคล้องกับ Serirat (2017) ว่าลักษณะของคุณภาพการบริการ ได้แก่ การเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย ความสามารถของบุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และความรู้ความสามารถในงานความสุภาพของบุคลากร ที่ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นกันเองและมีวิจารณ์ญาณ เสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า ในการบริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอ และถูกต้อง พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ มีความปลอดภัย นอกจากนี้ การเข้าใจและรู้จักลูกค้า พนักงานต้องพยายามเข้าใจความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า จากความเห็นของนักวิชาการดังที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่ามีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบทั้ง 12 องค์ประกอบที่ได้มาจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ คือ ความรับผิดชอบ ความฉลาดทางสังคม บุคลิกภาพ ความฉลาดทางวัฒนธรรม การให้ความสำคัญกับลูกค้า การช่วยเหลือผู้อื่น ทัศนคติต่องาน มนุษย์สัมพันธ์ ความเป็นมืออาชีพ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ การใส่ใจในเรื่องการบริการที่ดี และเทคนิคการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Toprasert (2009) เรื่องการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ในด้านการ

ให้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจในสิ่งของเครื่องใช้ที่นำมาบริการและการให้บริการที่มีความสะอาดเรียบร้อย ในด้านบุคลิกภาพมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจในบุคลิกภาพที่แต่งกายสะอาดเรียบร้อย สำหรับในด้านสติปัญญาและความสามารถ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยพึงพอใจในการมีความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติหน้าที่ และยังพบว่าความถี่ในการใช้บริการบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้โดยสารชาวไทยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินในด้านการบริการและด้านบุคลิกภาพ ทั้งยังไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Yoosakul (2010) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความเป็นเลิศในการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยของคุณลักษณะของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความแตกต่างกันและมีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลการปฏิบัติงาน บริการส่งผลต่อความเป็นเลิศในการบริการตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ บุคลิกของพนักงาน การทำงานเป็นทีม รองลงมาคือความภักดีของพนักงาน ความรู้ และทัศนคติที่ดีต่อการบริการ ความสามารถในการบริหารและความพร้อมในการทำงาน ตามลำดับ

3. การยืนยันองค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า STEC1 สามารถต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตจาก wifi บนเครื่องบินได้ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด PERS2 มีอารมณ์ที่แจ่มใสถึงแม้จะมึนงาญมาก และ PERS1 คิดว่างานเป็นงานที่ทำหาย มีค่ารองลงมาตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องมาจาก คุณลักษณะเบื้องต้นของผู้ให้บริการข้อหนึ่งคือ การมีเทคนิคการให้บริการ รวมทั้งต้องมีความรู้ในงานที่ให้บริการ โดยผู้ให้บริการต้องมีความรู้ในงานที่ตนรับผิดชอบสามารถตอบข้อซักถามจากลูกค้าได้

อย่างถูกต้องและแม่นยำ (Nunthapaiboon, 2012) อีกทั้ง Anderson (1991) ได้กล่าวว่า การบริการต้องเผชิญกับความคาดหวังและค่านิยมต่อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าซึ่งรวมถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสอดคล้องกับที่บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดความรู้และทักษะในการปฏิบัติงานในตำแหน่งพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่จำเป็นข้อหนึ่งคือ ด้านความรู้ทางด้านเทคโนโลยีในห้องโดยสารและการใช้งาน การดูแลอุปกรณ์ต่างๆ เนื่องจากเครื่องบินรุ่นใหม่จะมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้มากขึ้นทั้งในด้านการบิน ด้านการให้ความบันเทิงระหว่างเที่ยวบิน หรือด้านการบริการอื่นๆ พนักงานต้องสามารถใช้เทคโนโลยีได้อย่างเชี่ยวชาญ และสามารถให้คำแนะนำในการใช้งานกับผู้โดยสารได้ รวมทั้งสามารถแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกับเทคโนโลยีต่างๆในระหว่างเที่ยวบินได้ เนื่องจากเทคโนโลยีต่างๆ ที่ใช้บนเครื่องบินมีความแตกต่างบางอย่างจากที่แตกต่างจากที่ใช้ในชีวิตประจำวัน พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีหน้าที่ที่ต้องให้การดูแลผู้โดยสารตลอดเที่ยวบิน ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำในด้านต่างๆ เพื่อให้ทุกคนเดินทางอย่างมีความสุขและปลอดภัย ในอดีตเมื่อเดินทางโดยเครื่องบินจะถูกตัดขาดจากการสื่อสารจากภายนอก แต่ในปัจจุบันที่เทคโนโลยีต่างๆ มีความทันสมัยมากขึ้น ผู้โดยสารสามารถติดต่อ รวมถึงติดตามข่าวสารจากภายนอกเครื่องบินได้ ทำให้เกิดความสะดวกสบายและมีความพึงพอใจในการเดินทางมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cheranont (2007) เรื่องความต้องการการบริการบนเครื่องบินของผู้โดยสารชาวต่างประเทศชั้นประหยัด บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าความต้องการการบริการบนเครื่องบินของผู้โดยสารชั้นประหยัดเที่ยวบินระหว่างประเทศเส้นทางยุโรปในด้านความบันเทิงบนเครื่องบินพบว่าผู้โดยสารมีความต้องการระดับมากโดยสิ่งที่ต้องการมากที่สุดคือ จอ LCD ส่วนตัว

สำหรับความสำคัญของบุคลิกภาพต่อการบริการที่ส่งผลให้ มีอารมณ์ที่แจ่มใสถึงแม้จะมีงานยุ่งมาก (PERS2) จะเห็นได้ว่า บุคลิกภาพ คือการแสดงออกและลักษณะโดยรวมของบุคคล ที่ปรากฏภายนอกและภายใน ได้แก่ รูปร่าง หน้าตา ผิวพรรณ ลักษณะกิริยาท่าทางต่างๆ เจตคติ ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ความมีคุณธรรมจริยธรรม เป็นต้น Thaveekoon (2013) กล่าวว่า ผู้ให้บริการควรมีบุคลิกภาพแบบสร้างสรรค์ กล่าวคือ มีความร่าเริงแจ่มใส สุขภาพกายใจดี กระตือรือร้น รักการพัฒนาตนเอง มีเสน่ห์และมีอารมณ์ดี สอดคล้องกับที่ Nunthapaiboon (2008) กล่าวว่า ผู้ให้บริการทำหน้าที่เป็นตัวแทนขององค์การ ความประทับใจแรกที่ลูกค้ามีต่อผู้ให้บริการจึงหมายถึงความประทับใจแรกที่มีต่อองค์การด้วย ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานวิจัยของ Toprasert (2009) เรื่องการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารชาวไทยที่มีต่อการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าผู้โดยสารมีความพึงพอใจในบุคลิกภาพของพนักงานในระดับมากที่สุดยังพบว่าความถี่ในการใช้บริการบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ของผู้โดยสารชาวไทยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินในด้านการบริการและด้านบุคลิกภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากปัจจัยด้านบุคลิกภาพและ ทักษะคติ เป็นปัจจัยที่ทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ต่างให้ความสำคัญมาก ในการรับสมัครพนักงานใหม่ อาจมีการทำแบบสอบถามด้านบุคลิกภาพและทัศนคติด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลบุคลิกภาพและทัศนคติที่พึงประสงค์ต่อองค์การ เพราะเป็นสิ่งที่ผู้สัมภาษณ์ไม่สามารถมองเห็นได้ มาประกอบการรับเข้าทำงานให้เหมาะสมกับบริบทขององค์การ และเพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาด้านบุคลิกภาพและทัศนคติของบุคลากรให้องค์การต่อไป

2. จากองค์ประกอบคุณลักษณะการบริการที่ดีของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มี 12 ด้านๆ ที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ องค์ประกอบเทคนิคในการให้บริการ องค์ประกอบบุคลิกภาพ องค์ประกอบการให้ความสำคัญกับลูกค้า องค์ประกอบความกระตือรือร้นในการให้บริการ และองค์ประกอบมนุษยสัมพันธ์ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ควรเร่งนำไปวางแผนพัฒนาพนักงานเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้า

3. นำองค์ประกอบด้านคุณลักษณะการบริการที่ดีมาเป็นแนวทางในการวางแผนการประเมินสมรรถภาพทางวิชาชีพและการบริการที่ดีให้กับบุคลากรในองค์การ

References

- Anderson, R. E. (1991). *Multivariable data analysis*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Cheranont, T. (2007). *The Economy Class Foreigner Passenger's Requirement On Board Services, European Route in Thai Airways International Public Company Limited*. Master Thesis. Eastern Asia University. [In Thai]
- Chotivanich, P., & Roongsrisawas, S. (2014). Loyalty Building Model of Using Flight Service of Thai Airways International (Public Company Limited). *HCU Journal*, 17(34), 93-107.[In Thai]
- Lucas, R. W. (2015). *Customer Service: Skills for Success* (6 th ed.). McGraw-Hill.
- Mayer, J. D., Roberts, R., & Barsade, S. G. (2008). Human abilities: Emotional intelligence. *Annual Review of Psychology*, 59, 507-536.
- Nunthapaiboon, J. (2008). *Service Psychology*. Se-Education. [In Thai]
- Nunthapaiboon, J. (2012). *Service Art*. Bangkok: Se-Education. [In Thai]
- Schneider, B., & White, S. S. (2004). *Service Qualit: Research Perspectives*. USA: Sage.
- Serirat, S., Serirat, S., Meejinda, P., Anuwichanont, J., & Lertwannawit, A. (2017). *Marketing management*. Dharmasarn. [In Thai]
- Suwanbundit, A., & Adulpattanakit, P. (2011). *Service Psychology*. Adulpattanakit. [In Thai]
- Thaveekoon, C. (2013). *Personality development techniques*. Odeon Store. [In Thai]
- Toprasert, V. (2009). *The Study on Satisfaction of Thai Passengers on the Service Quality of Thai Airways Cabin Crews*. Master Thesis. Thammasat University. [In Thai]
- Yoosakul, N. (2010). *Service Excellence of Thai Airways International's Cabin Crew*. Doctoral dissertation, National Institute of Development Administration. [In Thai]