

การวิเคราะห์ปัจจัยและพัฒนาองค์ประกอบการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการ ในธุรกิจสายการบิน

THE FACTOR ANALYSIS AND DEVELOPMENT FACTORS OF AIR TRANSPORT SERVICES; SERVICE RISKS IN AIRLINE BUSINESS

ธิตินันท์ ชานุกอสอน

Thitinan Chankoson

คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

Faculty of Applied Arts, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้เกิดความเสี่ยงและพัฒนาองค์ประกอบการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน โดยเป็นวิจัยเชิงสำรวจและพัฒนา ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติวิเคราะห์องค์ประกอบ 2 วิธี คือ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อค้นหาตัวแปรแฝง และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในการทดสอบสมมติฐานและพัฒนาองค์ประกอบที่มีนัยสำคัญ ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ มีองค์ประกอบรวม 6 องค์ประกอบ คือ การปฏิบัติงานบริการและบุคลากร ความรวดเร็วและการเอาใจใส่ การอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ความเหนียวแน่นของผู้โดยสาร และการส่งมอบบริการที่มีประสิทธิภาพตามลำดับ โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 75.64 และผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่ได้พัฒนาขึ้น มีความกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์คือ Chi-square = 564.711, df = 246, GFI = 0.926, AGFI = 0.902, CFI = 0.969, RMR = 0.035, RMSEA = 0.046

คำสำคัญ: ความเสี่ยงของการบริการ ธุรกิจสายการบิน บริการขนส่งทางอากาศ

Abstract

The purposes of this study were to find factors causing service risks and to develop the factors of Air Transport Services; service risks in Airline business. This research was the survey research and development. The data were collected by using questionnaires. The data were statistically analyzed by factor Analysis into two parts, which are the Exploratory Factor Analysis: EFA to find the latent variable and the Confirmatory Factor Analysis: CFA to prove whether or not the hypothesis was statistically significant. The analysis's result of EFA indicated that the six factors

including People and Service operation, Timeliness and Priority, Facilitation, Service environment, Fatigue, and Service Delivery, respectively. These could be interpreting 75.64% of variance. Moreover, the consistency of the model in each component was tested. The analysis's result of CFA proves that the development model was validated the empirical data due to the comprised indicators as Chi-square = 564.711, df = 246, GFI = 0.926, AGFI = 0.902, CFI = 0.969, RMR = 0.035, RMSEA = 0.046

Keywords: Service Risks, Airline Business, Air Transport Services

บทนำ

ภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับมหภาค (Macro perspective level) ตลอดจนความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Technological Advances) ความเชื่อมโยงทางสังคมโลกาภิวัตน์ (Globalization) ย่อมสร้างการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรมอย่างผสมผสานกัน ส่งผลต่อความสำคัญในการดำเนินงานทางธุรกิจ ด้วยเหตุดังกล่าว องค์กรธุรกิจพาณิชย์จึงต้องปรับทิศทางและบทบาทในการเสริมสร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันสำหรับรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น จากดัชนีชี้วัดการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมการบริการ ถือว่ามีบทบาทที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ดังรายงานปี พ.ศ. 2556 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) มีมูลค่ารวม 12.9 ล้านล้านบาท ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงมูลค่าผลผลิตที่เกิดจากภาคบริการต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 38 หรือคิดเป็นจำนวนเงินมูลค่า 4.9 ล้านล้านบาท (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) ดังนั้น เมื่อกล่าวถึงธุรกิจสายการบิน ซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการคมนาคมของชาติ จัดเป็นการขนส่งทางอากาศ (Air Transport) ประเภทหนึ่งที่เป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ดังข้อมูลแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมการบินพาณิชย์ โดยสมาคมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ

(International Air Transport Association: IATA) ได้คาดการณ์ความต้องการของจำนวนผู้โดยสารที่มีการเดินทางจราจรทางอากาศ ในระหว่างปี 2013-2017 ซึ่งคาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 5.4 (IATA, 2013) ในขณะที่ยังคงมีการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization: ICAO) ได้กล่าวถึง อัตราการเติบโตไปในทิศทางบวกเช่นเดียวกันคือ อัตราจำนวนผู้โดยสารที่จะใช้บริการการขนส่งทางอากาศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปี 2015 และปี 2016 ที่ร้อยละ 6.3 และร้อยละ 6.5 ตามลำดับ (ICAO, 2014) จากข้อมูลข้างต้นย่อมแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและทิศทางของอุตสาหกรรมการบินพาณิชย์ที่มีแนวโน้มเชิงบวก ตามการคาดการณ์ขององค์กรการบินที่สำคัญของโลก

ภายใต้สถานการณ์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจพาณิชย์ในปัจจุบันของธุรกิจสายการบิน ซึ่งอาจมีลักษณะเที่ยวบินแบบประจำกำหนด (Scheduled flight) และเที่ยวบินแบบไม่ประจำกำหนด (Non-Scheduled flight) ตลอดจนนโยบายการเปิดน่านฟ้าเสรี หรือการทำการผ่อนปรนด้านการขนส่งทางอากาศ โดยมีการเปิดน่านฟ้าเสรีในลักษณะแบบค่อยเป็นค่อยไป (Progressive Liberalization) อันเป็นการเตรียมความพร้อมในการเปิดเสรีภาคการขนส่งทางอากาศแบบเต็มรูปแบบ เพื่อการส่งเสริมการค้าและการท่องเที่ยว (ศูนย์ข้อมูลความรู้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2558) ส่งผลทำให้เกิดสถานการณ์ของการแข่งขันในอุตสาหกรรมการบินพาณิชย์ที่มีความรุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ ในขณะที่ความสามารถในการเข้าถึงการบริการขนส่งทางอากาศเพื่อการเดินทาง

ระหว่างประเทศเป็นไปได้มากขึ้นกว่าในอดีต ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถได้รับการให้บริการจากสายการบินที่มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น ประเด็นการตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารที่มารับบริการ อันได้แก่ มาตรฐานการบินที่ดี ความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความไม่พึงพอใจในการใช้บริการและคุณภาพการบริการฯ จึงถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีนัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับผู้โดยสารที่มารับบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจสายการบิน จึงควรให้ความสำคัญต่อการมุ่งเน้นการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาประสิทธิภาพการบริการ อันเป็นการสร้างความแตกต่างสู่ความเป็นเลิศ รวมถึงการบริหารจัดการด้านปัจจัยความเสี่ยงของการบริการ ซึ่งจะเป็นปัจจัยเสริมที่อาจสร้างมูลค่าหรือคุณค่าเพิ่มทางธุรกิจในอนาคตทั้งสิ้น ทั้งนี้ อาจกล่าวได้ว่าเป็นการเตรียมความพร้อมด้านการบริหารจัดการเชิงรุก และเชิงรับในภาคการบริการขนส่งทางอากาศ ซึ่งอยู่ภายใต้ความตกลงว่าด้วยการค้าบริการ (General Agreement on Trade in Services: GATS) โดยที่จะทำให้อุตสาหกรรมสายการบินประสบความสำเร็จและสามารถดำรงธุรกิจอยู่รอดได้ ภายหลังจากการเปลี่ยนแปลงต่างๆ และมีความพร้อมต่อการเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนแบบเต็มรูปแบบในอนาคตอันใกล้

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการวิเคราะห์ปัจจัยและพัฒนาองค์ประกอบการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการ ในธุรกิจสายการบิน ตามแนวคิดการตัดสินใจเลือกซื้อบริการด้านความเสี่ยงของการบริการ หรือความไม่พึงพอใจในการได้รับบริการ อันเป็นพื้นฐานการบริการเชิงบวกที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยนำมาประยุกต์ปรับใช้ในงานวิจัยนี้ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการ ภายใต้อิทธิพลการสร้าง ความพึงพอใจด้วยการลดความเสี่ยงของการบริการที่ผู้โดยสารอาจจะได้รับ หรือลดความไม่พึงพอใจในการได้รับบริการ ซึ่งจะเป็นปัจจัยเชิงสนับสนุนหนึ่งของการยกระดับคุณภาพบริการ เพิ่มศักยภาพเชิงพาณิชย์และ

คุณค่าเพิ่มทางการแข่งขันเชิงรุก ในธุรกิจสายการบิน อันส่งผลให้ผู้ใช้บริการหรือผู้โดยสารเกิดประสบการณ์ที่ดี และเกิดความประทับใจ ซึ่งอาจทำให้เกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำและบอกต่อไปยังผู้ใช้บริการรายอื่น ทำให้ธุรกิจมีผลประกอบการที่ดี มีจำนวนผู้โดยสารที่มาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นปัจจัยเกื้อหนุนโดยอ้อมต่อระบบเศรษฐกิจเชิงมหภาคของประเทศชาติโดยส่วนรวม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยและพัฒนาองค์ประกอบการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการ ในธุรกิจสายการบิน โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบ 2 วิธี คือ

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เพื่อการค้นหาค่าหรือสำรวจตัวแปรแฝง
2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อตรวจสอบโมเดลการวัด

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติของการวิจัย โดยเป็นสถิติวิเคราะห์ตัวแปรพหุนาม (Multivariate statistical analysis) ประเภทเทคนิคตัวแปรสัมพันธ์กัน (Inter-dependent techniques) นั่นคือ การมุ่งลดปริมาณข้อมูลหรือลดจำนวนตัวแปรที่มีอยู่มาก ด้วยการรวมตัวแปรหลายตัวที่มีความสัมพันธ์กัน สร้างเป็นตัวแปรใหม่ที่เป็นคุณลักษณะ (Trait) เบื้องหลังตัวแปรเหล่านั้น โดยตัวแปรใหม่ที่สร้างจากตัวแปรหรือตัวบ่งชี้ (Indicator) หลายตัวที่วัดคุณลักษณะเดียวกันนี้ เรียกว่า องค์ประกอบ (Factor) ซึ่งมีคุณสมบัติโดดเด่นต่างจากตัวบ่งชี้ตรงที่องค์ประกอบเป็นตัวแปรที่ไม่มีความคลาดเคลื่อนจากการวัด (Measurement error) (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) โดยมีความสัมพันธ์อาจเป็นทางบวกหรือทางลบก็ได้ ส่วนตัวแปรที่อยู่แต่ละองค์ประกอบนั้นจะไม่มีความสัมพันธ์กันหรือสัมพันธ์กันน้อย องค์ประกอบหนึ่งๆ จะแทนตัวแปรแฝง อันเป็นไปตามคุณลักษณะที่ทำให้

การศึกษา (สุภมาส อังคุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และ รัชนิกุล ภิญญานาวัฒน์, 2554) สำหรับวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) มุ่งศึกษาโมเดลการวัด (Measurement model) โดยเลือกใช้วิธีการสกัด (Factor Extraction) หรือค่าแปรปรวนจากตัวแปรเดิมมาไว้ในตัวแปรใหม่ให้มากที่สุด ด้วยเทคนิค Principal Component Analysis (PCA) และหมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) แบบ Varimax ซึ่งเป็นการหมุนแกนปัจจัยที่ทำให้ปัจจัยยังคงตั้งฉากกัน (หรือยังคงความเป็นอิสระกัน) ซึ่งการทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) ทั้งนี้ ค่าความแปรปรวนของตัวแปรค่าไอเกน Eigen value จะต้องมียค่ามากกว่า 1

2. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เป็นการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลการวัดในแต่ละองค์ประกอบและทดสอบโมเดลสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เพื่อทำการตรวจสอบโมเดลการวัด (Measurement Model) ซึ่งเป็นการประเมินผลความถูกต้องของโมเดล โดยการประเมินความกลมกลืนของโมเดลข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวม (Overall Model Fit Measure) และประเมินความกลมกลืนของผลลัพธ์ในส่วนประกอบที่สำคัญของโมเดล (Component Fit Measure) (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

3. แนวคิดการบริการและความเสี่ยงของการบริการ กล่าวคือ การบริการนั้นเป็นการดำเนินกิจกรรมของธุรกิจที่เกิดจากการติดต่อกันระหว่างผู้ให้กับผู้รับบริการ ซึ่งมีคุณลักษณะที่สำคัญในการบริการกล่าวคือ เป็นองค์ประกอบที่มีความไม่แน่นอน ไม่สามารถจับต้องได้/ไม่มีตัวตน ไม่สามารถแยกจากกัน/แบ่งแยกจากกันได้ และไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ แต่ผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้จากการรับบริการและส่งผลให้เกิดเป็นความพึงพอใจแก่ลูกค้า อีกทั้งแนวคิดองค์ประกอบบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการ อันได้แก่ การบริการด้านสังคม การเงิน กายภาพ จิตวิทยา/จิตใจ

เวลา ความผิดพลาดของระบบการทำงานและพนักงาน เป็นต้น ซึ่งมีผลต่อหลักพื้นฐานในการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ ทั้งนี้เป็นความเสี่ยงของการบริการหรือความไม่พึงพอใจในการได้รับบริการ โดยที่ไม่สามารถประเมินก่อนการซื้อได้ หรือเป็นการยากที่จะประเมินก่อนการซื้อและการบริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มารับบริการเป็นครั้งแรกซึ่งมักเกิดความไม่แน่นอน ด้วยเหตุนี้ ความเสี่ยงการบริการจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงการตัดสินใจของผู้บริโภคในเรื่องความเป็นไปได้ที่จะเกิดผลการตัดสินใจในเชิงลบ ถ้าหากว่าการรับรู้ความเสี่ยงของการบริการในประเด็นต่างๆ มีสูง ผู้บริโภคจะรู้สึกไม่สบายใจกับความเสี่ยงนั้น (Lovelock & Wright, 2002; Kotler & Armstrong, 2004; Gronroos, 2007) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงประยุกต์ปรับใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความเสี่ยงการบริการขององค์ประกอบรายด้านในการพิจารณาเพื่อพยายามลดความเสี่ยงภัยลง ตลอดจนเป็นหลักประกันให้แก่ผู้รับบริการได้ตัดสินใจได้เร็วขึ้น อันทำให้เกิดความเชื่อมั่นก่อนที่จะตัดสินใจเลือกซื้อบริการสำหรับการบริการขนส่งทางอากาศในธุรกิจสายการบิน อันเป็นพื้นฐานการบริการเชิงบวกที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นเชิงสำรวจและพัฒนา เครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม เพื่อใช้สำหรับวิเคราะห์ปัจจัยและพัฒนาองค์ประกอบบริการขนส่งทางอากาศด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน ประชากรคือ ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินระหว่างประเทศที่มีตารางการบินแบบประจำบนเส้นทางการบินระหว่างประเทศ โดยออกเดินทางจากสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ มีจำนวนทั้งสิ้น 6,207,706 ราย (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด, 2558) เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ตามแนวคิด Hair et al. (2006) กล่าวว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ดีควรมีสัดส่วนต่อตัวบ่งชี้ 20:1 ทั้งนี้ มีทั้งสิ้น 30 ตัวบ่งชี้ กลุ่มตัวอย่าง 600 ตัวอย่าง มีความสมบูรณ์เพียงพอในการวิเคราะห์

ข้อมูล โดยพิจารณาจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง มุ่งเน้นข้อความคำถามต่างๆ ให้ความสอดคล้องกับประเด็นที่ศึกษาและนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่ามากกว่า 0.5 ทุกข้อ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามในส่วนที่ใช้วัดมีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.844 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 ขึ้นไป (Cronbach, 2003) ผลทดสอบอยู่ในระดับที่สูงและเป็นเกณฑ์ที่นำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้วยเทคนิค 1) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจเพื่อสกัดองค์ประกอบด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบหลักด้วยเทคนิค Principal Component Analysis และหมุนแกนปัจจัยที่ทำให้ปัจจัยยังคงตั้งฉากกันด้วยวิธีแบบ Varimax 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลแบบข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวมและประเมินความกลมกลืนของผลลัพธ์ในส่วนประกอบที่สำคัญของโมเดล ด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) (นงลักษณ์วิรัชชัย, 2542; กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยและพัฒนาองค์ประกอบการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน ได้ผลสรุปผลดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 1 ผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแปรที่นำมาใช้ศึกษา โดยการวิเคราะห์ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy พบว่า KMO = 0.844 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 (เข้าใกล้ 1) และค่า Significant ของ Chi-Square = .000 (น้อยกว่า 0.05) สรุปได้ว่า ข้อมูลชุดนี้มีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบในระดับดี และผลการทดสอบ Bartlett's Test of Sphericity (Chi-Square = 18542.488, df = 435, P-Value = .000; <0.05) พบว่า ตัวแปรที่นำมามีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 แสดงว่า สามารถนำไปใช้วิเคราะห์องค์ประกอบได้ ส่วนผลของการสกัดองค์ประกอบ ด้วยเทคนิค Principal Component Analysis (PCA) และผลการหมุนแกนปัจจัยที่ทำให้ปัจจัยยังคงตั้งฉากกัน ด้วยวิธีแบบ Varimax อธิบายความแปรปรวนของข้อมูลร่วมกันที่ใช้วัดโดยรวม ได้ร้อยละ 75.642 ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	8.161	27.204	27.204	8.161	27.204	27.204	5.293	17.644	17.644
2	4.463	14.878	42.082	4.463	14.878	42.082	4.932	16.439	34.083
3	3.994	13.313	55.395	3.994	13.313	55.395	4.705	15.685	49.768
4	3.003	10.009	65.404	3.003	10.009	65.404	2.808	9.360	59.127
5	1.952	6.507	71.911	1.952	6.507	71.911	2.766	9.221	68.349
6	1.119	3.731	75.642	1.119	3.731	75.642	2.188	7.294	75.642

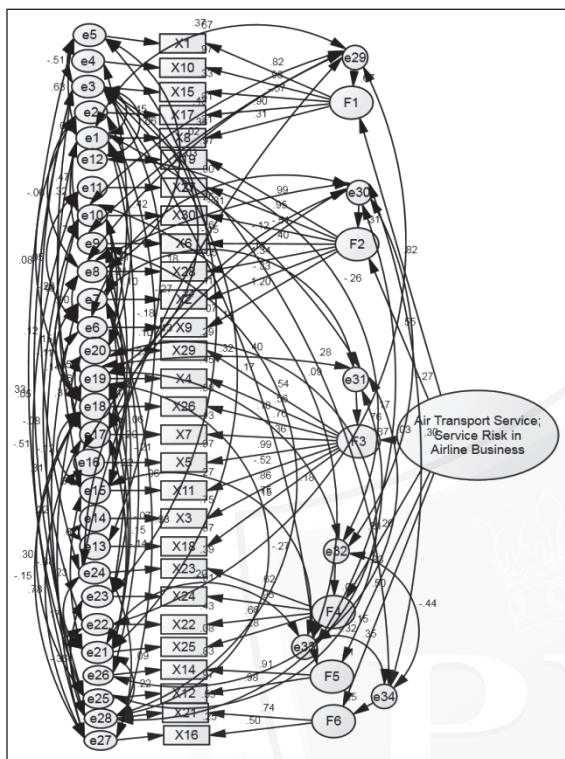
จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมดจำนวน 30 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มเข้าองค์ประกอบ (Component) ได้ 6 องค์ประกอบ โดยมีความแปรปรวนของตัวแปรค่าไอเกน (Eigenvalue) มากกว่า 1 จำนวน 28 ตัวแปร โดยองค์ประกอบที่ 1 (F1) ด้านการปฏิบัติงานบริการและบุคลากร (People and Service operation) ประกอบด้วย 5 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง .771-.905 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 17.644 องค์ประกอบที่ 2 (F2) ด้านความรวดเร็วและการเอาใจใส่ (Timeliness & Priority) ประกอบด้วย 7 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .578-.871 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 16.439 องค์ประกอบที่ 3 (F3) ด้านการอำนวยความสะดวก (Facilitation) ประกอบด้วย 8 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .544-.846 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 15.685 องค์ประกอบที่ 4 (F4) ด้านสภาพแวดล้อม (Service environment) ประกอบด้วย 4 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .628-.793 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 9.360 องค์ประกอบที่ 5 (F5) ด้านความเหนื่อยล้าของผู้โดยสาร (Fatigue) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .905-.919 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 9.221 องค์ประกอบที่ 6 (F6) ด้านการส่งมอบบริการที่มีประสิทธิภาพ (Service Delivery) ประกอบด้วย 2 ตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง .652-.655 สามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมกันร้อยละ 7.294

วัตถุประสงค์การวิจัยที่ 2 ผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในแต่ละปัจจัยของการพิจารณาทดสอบความกลมกลืนของโมเดลแบบข้อมูลเชิงประจักษ์และประเมินความกลมกลืนของผลลัพธ์ในส่วนประกอบที่สำคัญของโมเดลพบว่า ค่าสถิติที่คำนวณได้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนี	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล
χ^2/df	≤ 3	2.295
GFI	≥ 0.90	0.926
AGFI	≥ 0.90	0.902
NFI	≥ 0.90	0.906
NNFI (TLI)	≥ 0.90	0.935
IFI	≥ 0.90	0.970
CFI	≥ 0.90	0.969
HOELTER	> 200	272
RMR	< 0.05	0.035
RMSEA	< 0.05	0.046
ผลสรุป ผ่านเกณฑ์พิจารณาโมเดลองค์ประกอบที่ได้มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์		

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของโมเดลองค์ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์จากค่าสถิติที่คำนวณได้ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542; กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556) พบว่า สัดส่วนค่าสถิติไคสแควร์/ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 2.295 มีค่าน้อยกว่า 3 ซึ่งผ่านหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และเมื่อมีการพิจารณาถึงดัชนีกลุ่มที่กำหนดไว้ที่ระดับมากกว่าหรือเท่ากับ 0.90 พบว่า ค่าดัชนีทุกตัว ได้แก่ GFI = 0.926, AGFI = 0.902, NFI = 0.906, TLI = 0.935, IFI = 0.970, CFI = 0.969 ผ่านเกณฑ์การพิจารณาดัชนี Hoelter = 272 ผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่กำหนดไว้ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 200 ส่วนค่าดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า 0.05 พบว่า ค่าดัชนี RMR = 0.035 และ RMSEA = 0.046 ผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน สามารถสรุปได้ว่า โมเดลองค์ประกอบบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบินที่ได้พัฒนาขึ้นนั้น มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยแสดงได้ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 โมเดลองค์ประกอบบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน ที่ได้รับการพัฒนาขึ้น (หลังการปรับโมเดล)

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยและพัฒนาองค์ประกอบบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน มีประเด็นสำคัญที่จะอภิปรายผล ดังนี้

ผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจขององค์ประกอบบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน พบว่า ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมด 30 ตัวแปร สามารถจัดกลุ่มเข้าองค์ประกอบ (Component) ได้ 6 องค์ประกอบ โดยที่แต่ละองค์ประกอบมีค่าไอเกน (Eigenvalue) มากกว่า 1 จำนวน 28 ตัวแปรและสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของข้อมูลร่วมกันได้ร้อยละ 75.642 ทั้งนี้ มี 2 ตัวแปรซึ่งถูกตัดทิ้ง เนื่องจากมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ใช้วัดต่ำกว่า .50 (โดยไม่มีการคำนึงถึงเครื่องหมาย) โดยผู้วิจัยได้พิจารณา

ถึงตัวแปรต่างๆ ที่อยู่ในปัจจัยร่วม ซึ่งในการตั้งชื่อปัจจัยร่วมที่เกิดขึ้นจะพิจารณาจากกลุ่มตัวแปรที่พบโดยส่วนใหญ่เป็นหลัก ส่วนกลุ่มตัวแปรที่พบโดยส่วนน้อยนั้นจะถือเป็นปัจจัยส่วนประกอบเสริม สำหรับการพิจารณาถึงความเหมาะสมที่จะอยู่ในปัจจัยร่วมนั้นหรือไม่ ผู้วิจัยจึงดำเนินการทดสอบและตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างอีกครั้ง ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) เป็นลำดับถัดไป

ผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในแต่ละปัจจัยขององค์ประกอบบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบินพบว่า โมเดลองค์ประกอบที่ได้พัฒนาขึ้นนั้น มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ระดับดี โดยมีค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ที่ทุกตัว นั้นแสดงว่า โมเดลองค์ประกอบที่พัฒนาขึ้นมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างดีสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในแต่ละองค์ประกอบโดยเรียงลำดับตามนัยสำคัญ พบว่า ด้านการอำนวยความสะดวกมีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Gronroos (2007) ที่กล่าวว่า การอำนวยความสะดวกของการบริการ (Facilities Service) เป็นกระบวนการหนึ่งที่เป็นส่วนสนับสนุนของการบริการหลัก (Core Service) ซึ่งจะทำให้การบริการนั้นมีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น การอำนวยความสะดวกจะไม่เพียงแต่ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการได้รับความรวดเร็วเพียงอย่างเดียว แต่ยังทำให้การบริการของธุรกิจแตกต่างจากคู่แข่งได้อย่างชัดเจน อีกทั้งอาจส่งผลต่อการบริหารจัดการในแง่การสร้างคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มให้กับบริการโดยสามารถกำหนดราคาการให้บริการที่สูงมากกว่าราคาเดิม หรือสูงกว่าคู่แข่ง องค์ประกอบรองลงมาคือ ด้านการปฏิบัติงานบริการและบุคลากร ซึ่งถือได้ว่าเป็นรากฐานที่สำคัญของการบริการ โดยจะเห็นได้ว่าการปฏิบัติงานของบุคลากรผู้ให้บริการคือการโต้ตอบโดยตรงแบบเผชิญหน้ากับลูกค้า โดยผู้รับบริการสามารถรับรู้ได้ตลอดเวลาที่รับบริการ ซึ่งงานวิจัยของ Bamford & Xystouri (2005) ที่ได้สำรวจความเสี่ยง

ของการบริการ หรือความไม่พึงพอใจในการบริการของผู้โดยสารสายการบินระหว่างประเทศ แสดงให้เห็นว่าหนึ่งในปัญหาหลักคือ การให้บริการของพนักงานภาคพื้นดิน (Ground staff attitude) หรืออีกแนวคิดหนึ่งของ Lovelock & Wright (2002) และ Lovelock et al. (2005) ที่ระบุว่า บุคลากรที่ให้บริการมีบทบาทสำคัญมากต่องานบริการ หรือในอีกแง่มุมหนึ่ง ความสามารถและบทบาทในการปฏิบัติงานบริการของบุคลากร ความซื่อสัตย์ ความสุภาพอ่อนโยน การช่วยแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าและการดูแลเอาใจใส่ในรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ของลูกค้า เป็นสิ่งที่ลอกเลียนแบบได้ยากสำหรับงานบริการและเป็นส่วนสำคัญต่อการได้รับประสบการณ์ที่ดีของลูกค้า ลำดับถัดมาองค์ประกอบด้านความรวดเร็วและการเอาใจใส่ นั่นคือการแสวงหาการบริการที่ได้รับความสะดวกรวดเร็ว อาจจัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญหนึ่งในเรื่องการบริการที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Hudson (2008) ที่ระบุว่าในปัจจุบันชีวิตมีความเร่งรีบมากขึ้น การให้บริการที่สะดวกรวดเร็วเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถตอบโจทย้นักท่องเที่ยว ขณะเดียวกัน ลูกค้ามีความไวต่อความรู้สึกในเรื่องเวลา (Lovelock & Wright, 2002) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิด Stapleton (2003) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า คือการเอาใจใส่ ติดตาม และความสามารถในการแก้ไขปัญหา ความสัมพันธ์ทางสังคมกับคน คุณค่าที่ได้รับเพิ่มขึ้นของค่าบริการและการบริการที่มีคุณภาพ เป็นต้น องค์ประกอบลำดับที่ 4 ด้านการส่งมอบบริการที่มีประสิทธิภาพกล่าวคือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์และส่งมอบผลิตภัณฑ์บริการ ระเบียบวิธีการปฏิบัติด้านการบริการที่จะนำเสนอให้กับผู้โดยสารที่รับบริการ โดยมีกระบวนการวางแผนที่ดี มีประสิทธิภาพรวดเร็วและทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ทั้งนี้ ผลการศึกษาวิจัย Bejou & Palmer (1998) ได้อธิบายว่าความผิดพลาดที่เกิดจากการให้บริการของสายการบินถือเป็นความเสี่ยงของการบริการที่ลูกค้าจะได้รับ อันมี

อิทธิพลเชิงลบต่อความภักดีในสายการบินของลูกค้า ขณะที่ Wray, Palmer & Bejou (1994) ได้กล่าวถึงประเด็นการส่งมอบบริการ ควรมีคุณลักษณะตรงกับความต้องการตามที่คุณให้บริการให้สัญญาไว้ ซึ่งจะทำให้เกิดเป็นความไว้วางใจ อันเป็นการสะท้อนถึงภาพลักษณ์และชื่อเสียงทางด้านการบริการ ทั้งนี้ อาจส่งผลต่อการมีประสบการณ์ที่ดีของลูกค้า จนเกิดเป็นความประทับใจ โดยที่เป็นลูกค้าระยะยาวและลูกค้าตลอดไป ตลอดจนลูกค้าอาจกลับมาใช้บริการอีกครั้ง หรือบอกกล่าวกับบุคคลอื่นให้มาใช้บริการกับกิจการในอนาคต องค์ประกอบลำดับที่ 5 ด้านความเหนียวแน่นของลูกค้าโดยสาร อาจกล่าวได้ว่า ความเหนียวแน่น อ่อนล้า หรืออ่อนเพลีย อันเกิดจากความเสี่ยงของการบริการที่เป็นผลจากความล่าช้า ความเครียด สภาวะปัญหาทางอารมณ์/จิตใจของผู้ให้บริการในการปฏิบัติงานบริการ ทั้งนี้ ผลการศึกษาวิจัยของ Boksberger, Bieger & Laesser (2007) ที่ระบุว่า ความเสี่ยงของการบริการทางด้านร่างกาย (Physical risk) และด้านจิตใจ (Psychological risk) มีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสถานการณ์ของผู้โดยสารที่อาจได้รับผลกระทบในระดับปานกลาง และองค์ประกอบสุดท้ายด้านสภาพแวดล้อม กล่าวคือ สิ่งที่มีผู้โดยสารสามารถสัมผัสหรือมองเห็นจับต้องได้ ไม่ว่าจะเป็นสภาพการตกแต่ง เครื่องมืออุปกรณ์ ความสะอาด ความสกปรก กลิ่นแสงสว่าง เสียง ท่าทาง และการแสดงพฤติกรรมของลูกค้ารายอื่น นั่นถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดการปรุงแต่ง อันทำให้เกิดความคาดหวัง คาดหวัง และการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Hoffman & Bateson (2011) ที่กล่าวถึง ภูมิทัศน์ในการให้บริการ (Servicescape) โดยอธิบายเกี่ยวกับลักษณะทางกายภาพหรือสถานที่ในการให้บริการลูกค้า ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญที่สามารถสร้างความประทับใจทั้งในเชิงบวกและเชิงลบให้กับลูกค้า หรืออีกนัยหนึ่งมีอิทธิพลต่อการสร้างการรับรู้ถึงประสบการณ์การบริการอันดีที่ลูกค้าพึงจะได้รับ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะแนวทางการวางแผนและพัฒนาการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในธุรกิจสายการบิน ดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินควรมีการกำหนดเป็นนโยบายเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจของการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการในอุตสาหกรรมการบิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยสนับสนุนด้านกระบวนการในการให้บริการที่จะมีการอำนวยความสะดวก หรือมีการกำหนดมาตรฐานขั้นตอนการบริการระเบียบ วิธีปฏิบัติที่มีระบบแบบแผนและมอบหมายงานในแต่ละฝ่ายอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ อันจะเป็นการควบคุมความเสี่ยงของการบริการที่อาจเกิดขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันเชิงรุก จนนำไปสู่ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ

2. ด้านการพัฒนาตลาด เนื่องจากผู้โดยสารหรือลูกค้าผู้รับบริการนั้นจะพิจารณาจากประสบการณ์ที่ได้รับเป็นสำคัญ ดังนั้น ประเด็นปัญหาความเสี่ยงของการบริการ หรือความไม่พึงพอใจในการบริการที่ผู้โดยสารอาจได้รับจากการใช้บริการของสายการบิน มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจและอาจจะส่งผลกระทบต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้โดยสารที่ได้รับประสบการณ์จากการใช้บริการ ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการสายการบินควรมีความตระหนัก ด้วยการติดตาม และประเมินคุณภาพการให้บริการ ตั้งแต่กระบวนการก่อน-ระหว่าง-และหลังจากได้รับการบริการ โดยพิจารณาประเมินผลความพึงพอใจของผู้โดยสารผ่านระบบการรับทราบคำร้องเรียน การรับฟังคำตำหนิ ข้อเสนอแนะ และการวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบการบริการกับคู่แข่งในกลุ่มธุรกิจเดียวกัน รวมถึงการสำรวจความต้องการของลูกค้า/ผู้โดยสารอย่างสม่ำเสมอ เพื่อที่จะได้นำมาพัฒนาการให้บริการของธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

3. ด้านทรัพยากรบุคคล ผู้ประกอบการสายการบินควรมีการพิจารณาด้านบุคลากร ตั้งแต่กระบวนการ

คัดเลือก เลือกรสรร และการฝึกอบรมให้แก่พนักงานผู้ให้บริการ รวมถึงการสร้างควมมีมนุษยสัมพันธ์และทัศนคติเชิงบวกให้กับพนักงาน ด้วยการให้ความสำคัญด้านการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานในการให้บริการ จนเกิดเป็น “การให้บริการด้วยหัวใจที่มีความเป็นเลิศ” ซึ่งจะส่งผลทำให้ธุรกิจนั้น มีภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่งรายอื่น

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ให้ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบิน ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการด้านความเสี่ยงของการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินแต่ละประเทศในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีต่อตลาด เพื่อทำการศึกษาวิเคราะห์ และเปรียบเทียบแนวทางการบริหารจัดการ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเชิงรุกและเชิงรับ อีกทั้งสามารถพัฒนารูปแบบการบริการขนส่งทางอากาศที่มีความเหมาะสมในเชิงสนับสนุนและส่งเสริมขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับภูมิภาค

2. ให้ทำการศึกษาปัจจัยการบริการขนส่งทางอากาศ ด้านความเสี่ยงของการบริการ โดยการจำแนกประเภทกลุ่มผู้ใช้บริการ เพื่อให้ได้ความละเอียดลึกของข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมาตอบ ซึ่งจะทำให้ได้รูปแบบที่ค้นพบตามประเภทกลุ่มผู้ใช้บริการ อันเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ยังประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินระหว่างประเทศ สามารถพัฒนารูปแบบที่มีความเหมาะสมและนำไปประยุกต์ปรับใช้ได้ตามแต่ละกลุ่มผู้ใช้บริการในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงได้เป็นอย่างดี โดยได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากคณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ ท่านคณบดี อาจารย์ประจำภาควิชาสังคมศาสตร์ และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้

อ้างอิงไว้ อันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยนี้ ตลอดจนได้รับความ
ความอนุเคราะห์ในความร่วมมือจากท่านที่ไม่สามารถ
เอ่ยนามในที่นี้ ในความกรุณาที่ได้เสียสละเวลา และตอบ

แบบสอบถามทุกท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง
มา ณ ที่นี้

References

- AEC Information Center. (2015). *Knowledge of ASEAN Economic Community: AEC*. Retrieved May 23, 2015, from <http://www.thai-aec.com> [in Thai]
- Airports of Thailand Public Company Limited. (2015). *Air transport statistic report 2013*. Retrieved May 23, 2015, from <http://www.airportthai.co.th> [in Thai]
- Angsuchot, S., Wijitwanna, S. & Pinyopanuwat, R. (2011). *Statistical analysis for research in social science and behavioral science: Techniques using LISREL* (3rd ed.). Bangkok: Charoendee-munkong printing. [in Thai]
- Bamford, D. & Xystouri, T. (2005). A case study of service failure and recovery within and International Airline. *Managing service quality*, 15(3), 306-322.
- Bejou, D. & Palmer, A. (1998). Service failure and loyalty: an exploratory empirical study of Airline customers. *Journal of services marketing*, 12(1), 7-22.
- Boksberger, P., Bieger, T. & Laesser, C. (2007). Multi-Dimensional analysis of perceived risk in Commercial Air travel. *Journal of Air Transport Management*, 13, 90-96.
- Chankoson, T. (2013). *Business and Everyday Life*. Bangkok: Faculty of Applied Arts. King Mongkut's University of Technology North Bangkok. [in Thai]
- Cronbach, L. J. (2003). *Essential of Psychology Testing*. New York: Hanpercollishes.
- Gronroos, C. (2007). *Service management and marketing: Customer Management in Service competition* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Hair, J. F., Black, W. C., Bain, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data Analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education International.
- Hoffman, D. K. & Bateson, J. (2011). *Services marketing: Concepts, Strategies, & Cases* (4th ed.). South-Western: United State of America.
- Hudson, S. (2008). *Tourism and hospitality marketing: a global perspective*. Los Angeles: Sage.
- International Air Transport Association: IATA. (2013). *Airlines Expect 31% Rise in Passenger Demand by 2017*. Retrieved December 25, 2014, from <http://www.iata.org>
- International Civil Aviation Organization: ICAO. (2014). *Forecasts of Scheduled Passenger and Freight Traffic*. Retrieved December 25, 2014, from <http://www.icao.int>
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2004). *The Principles of Marketing* (10th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.

- Lovelock, C. & Wright, L. (2002). *Principles of service marketing and management* (2nd ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Lovelock, C., Wirtz, J., Keh, T. H. & Lu, X. W. (2005). *Services Marketing in ASIA: Managing People Technology and Strategy* (2nd ed.). Singapore: Pearson Prentice Hall.
- Office of the National Economics and Social Development Board. (2015). *National Income Account report for 2013, Chain Volume Measures*. Bangkok: The national economics and social development board. [in Thai]
- Stapleton, J. J. (2003). *Executive's guide to knowledge management: The last competitive Advantage*. New Jersey: Wiley.
- Vanichbuncha, K. (2013). *Structural Equation Model Analysis: SEM by AMOS*. Bangkok: Samlada. [in Thai]
- Wiratchai, N. (1999). *Linear structural relationship (LISREL): Statistical methods for research in social and behavioral sciences*. Bangkok: Chulalongkorn University Press. [in Thai]
- Wray, B., Palmer, A. & Bejou, D. (1994). Using neural network analysis to evaluate buyer-seller relationships. *European Journal of Marketing*, 28(10), 32-48.



Name and Surname: Thitinan Chankoson

Highest Education: Doctor of Science (D.Sc); International Service Business Management, North Eastern University

University or Agency: King Mongkut's University of Technology North Bangkok

Field of Expertise: The Researcher is interested in Service Business Management, Marketing Management, Entrepreneurs, International Business Management, Tourism and Hospitality Industry

Address: 1518 Pracharat 1 Road, Wongsawang, Bangsue, Bangkok 10800