

การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้โดยสารต่อการบริการในด้านต่าง ๆ ของสายการบินไทยในเชิงเปรียบเทียบกับสายการบินอื่น 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้โดยสารต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยในเชิงเปรียบเทียบกับสายการบินอื่น

โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินอื่น ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 113 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่ามัชฌิมเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ ค่า F-test สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษา

1. **ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง** พบว่า กลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่งเป็นเพศชาย ประมาณ 1 ใน 3 มีอายุช่วง 31 – 40 ปี และมีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ เกือบครึ่งมีรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป มากกว่าครึ่งไม่มีบัตรสมาชิก Royal Orchid Plus ของสายการบินไทย โดยส่วนใหญ่ใช้บริการสายการบินไทยไม่เกิน 2 ครั้งต่อเดือน และใช้เงินส่วนตัวในการซื้อบัตรโดยสาร ในส่วนของทางเลือกในการใช้สายการบินผู้โดยสารส่วนใหญ่ไม่แน่นอนว่าจะเลือกใช้บริการสายการบินใด

2. **ทัศนะของผู้โดยสารต่อคุณภาพการบริการของสายการบินไทยเปรียบเทียบกับสายการบินอื่น** ในภาพรวมพบว่าร้อยละ 94.7 ของผู้โดยสารเห็นว่าคุณภาพบริการเท่ากันโดยมีเพียงร้อยละ 5.3 ที่ตอบว่าคุณภาพดีกว่า และหากพิจารณาบริการรายด้านทั้งด้านการซื้อบัตรโดยสาร การออกบัตรที่นั่ง การบริการบนเครื่องและด้านบริการหลังการขาย ผู้โดยสารมีทัศนะว่าบริการไม่แตกต่างจากสายการบินอื่น และพบว่าด้านที่ผู้โดยสารเห็นว่าบริการด้อยกว่าสายการบินอื่น ได้แก่ด้านต่อไปนี้ตามลำดับ ด้านบริการบนเครื่อง ด้านบริการการซื้อบัตรโดยสาร และด้านบริการหลังการขาย

1. ควรจัดตั้งระบบการขายบัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ให้แก่ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารทั้งภายในและต่างประเทศ หรือเพิ่มช่องทางการจำหน่ายบัตร ๆ อื่น ทั้งนี้เพื่อความสะดวก รวดเร็ว ในการซื้อบัตรโดยสารของลูกค้า

2. ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการใช้งานระบบ E – Ticketing โดยใช้สื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อให้เกิดความมั่นใจกับลูกค้า และเป็นทางเลือกในการซื้อบัตรโดยสาร

3. ควรปรับปรุงอุปกรณ์ด้านความบันเทิงให้มีความทันสมัย

4. พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน พนักงานจำหน่ายบัตร และพนักงานออกบัตรที่นั่ง ควรให้บริการเสมอภาคต่อผู้โดยสารทุกระดับ เพื่อไม่ให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการให้บริการ

5. ควรปรับปรุงการแก้ปัญหาเกี่ยวกับการเดินทาง เช่น การเลื่อนวันเวลาเดินทาง การขอบัตรโดยสารใหม่กรณีบัตรหาย การคืนบัตรโดยสารกรณีไม่สามารถเดินทางได้หรือการขอข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางเพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็ว และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากที่สุด

The purposes of the study were 1) to find out the opinion of passengers on the aspects of Thai Airways International Co.Ltd.(Public) service compared with the other airlines. 2) to find out the factor affecting the opinion of passengers on the service of Thai airways quality compared with the other airlines.

The sample group consisted of 113 passengers who used to use Thai Airways International Co.Ltd.(Public) and the other airlines' service by purposive sampling method. The questionnaire was used as a research tool to collect the data. Frequency, percentage, mean and standard deviation were used to describe the data, and t-test and F-test to test the hypotheses.

The findings were summarized below.

1. Base data of sample group more than half were male. About one of three were 31-40 years old and work as government enterprise employees. Nearly half had a salary of 30,001 bath or higher. More than half had not Royal Orchid Plus member card of Thai Airways International Co.Ltd.(Public). Most of the samples used the airline service 2 times or lower per month and paid their own budget for buying the ticket. For the alternatives of airline using, most of passengers uncertained to choose which airline among Thai Airways International Co.Ltd.(Public) and the others.

2. The opinion of passengers on the service of Thai Airways International Co.Ltd.(Public) quality compared with the other airlines. The whole vision found that 94.7 percent of passenger viewed that the service of Thai Airways International Co.Ltd.(Public) and the other airlines were the same only 5.3 percent answered that Thai Airways International Co.Ltd.(Public) service was better. If consider each aspects of service; ticket purchasing, check-in, in-flight service and post-sale service,

passengers gave opinion that the service was not different to the other airlines. In passengers' opinion these aspects; in flight service, ticket purchasing and after-sale service were worse than the other airlines consequently.

Recommendations

1. Company should install electronic ticketing system for domestic and international ticket sale agents or increase ticket purchasing channels for convenience and quickness in the ticket purchasing of customers.

2. It should make public relations about electronic ticketing system usage by using the media; print ad, radio and television etc. for ensuring the customers and being as the alternative of ticket purchasing.

3. It should improve modern entertainment equipment.

4. It should improve the solutions about travelling for example, reservation changing, issue of new ticket in case of losing, ticket refund or asking for travelling information for facilitating convenience, quickness and providing customer' satisfaction.

5. Cabin attendants, ticket selling agents, check in agents should serve all passengers equal.