

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ธุรกิจสายการบินพาณิชย์ของโลกได้เผชิญกับวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ตลอดช่วง 5-6 ปีที่ผ่านมา นับตั้งแต่เหตุการณ์วินาศกรรม 11 กันยายน 2544 สงครามระหว่างสหรัฐอเมริกา-อิรัก ภาวะซบเซาของเศรษฐกิจโลก การแพร่ระบาดของโรคซาร์ส และยังมีเหตุซ้ำเติมจากสถานการณ์ราคาน้ำมัน ส่งผลให้ธุรกิจสายการบินต้องประสบกับภาวะขาดทุนสะสมตั้งแต่ปี 2544 ถึง 2548 สูงถึง 42 พันล้านเหรียญสหรัฐ อย่างไรก็ตาม จากภาวะเศรษฐกิจโลกและการค้าระหว่างประเทศที่มีการเติบโตดีในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมาจนปัจจุบัน ได้ทำให้ปริมาณการเดินทางและการขนส่งสินค้าทางอากาศขยายตัวค่อนข้างดี แม้สถานการณ์ด้านราคาน้ำมันจะทำให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายของธุรกิจการบินพุ่งสูงขึ้นมากก็ตาม สมาคมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศหรือไออาต้า (IATA: International Air Transport Association)¹ จึงคาดว่า หากแนวโน้มการเติบโตของการเดินทางโดยสารและการขนส่งสินค้าทางอากาศกระเตื้องขึ้นอย่างต่อเนื่องดังที่เป็นอยู่ขณะนี้ ธุรกิจสายการบินของโลกก็อาจจะได้เห็นผลกำไรเป็นครั้งแรกในรอบหลายปี ทั้งนี้เมื่อเดือนสิงหาคม 2549 สมาคมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) ได้คาดการณ์ผลประกอบการของธุรกิจสายการบินทั่วโลกประจำปี 2549 ว่าจะมียอดขาดทุนรวมกันประมาณ 1.7 พันล้านเหรียญสหรัฐเท่านั้น (เทียบกับที่ขาดทุนถึง 3.2 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2548) และจะมีต้นทุนค่าเชื้อเพลิงการบินประมาณ 115 พันล้านเหรียญสหรัฐ บนพื้นฐานราคาน้ำมันดิบที่ใช้ในการคำนวณเฉลี่ยอยู่ที่ 68 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล

¹“แสดงอัตราการเติบโตของบริการขนส่งทางอากาศในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก,”

<<http://positioningmag.com/pmews/pmews.aspx?id=52391>>, 28 กรกฎาคม 2549.

ตารางที่ 1.1

อัตราการเติบโตของบริการขนส่งทางอากาศในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก

ร้อยละ

ภูมิภาคของโลก	อัตราเติบโตปี 2548	อัตราเติบโตปี 2549 (มกราคม - กรกฎาคม)
	การเดินทางโดยสารทางอากาศ (Passenger Traffic) และการขนส่งสินค้าทางอากาศ (Freight Traffic)	การเดินทางโดยสารทางอากาศ (Passenger Traffic) และการขนส่งสินค้าทางอากาศ (Freight Traffic)
แอฟริกา	9.90	15.90
เอเชีย-แปซิฟิก	10.50	11.0
ยุโรป	7.50	7.60
ละตินอเมริกา	11.90	13.40
ตะวันออกกลาง	27.70	34.60
อเมริกาเหนือ	9.30	12.40
เฉลี่ยทุกภูมิภาค	13.90	15.80

หมายเหตุ :

1. อัตราเติบโตเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันปีก่อนหน้า
2. Passenger Traffic หรือ RPK (Revenue Passenger Kilometers) เป็นตัวเลขดัชนีชี้วัดที่คำนวณจากจำนวนผู้โดยสาร, จำนวนระยะทางที่ให้บริการ และรายได้ของสายการบิน
3. Freight Traffic หรือ FTK (Freight Tonne Kilometers) เป็นตัวเลขดัชนีชี้วัดที่คำนวณจากอัตราค่าระวางบรรทุก, ปริมาณ, น้ำหนักบรรทุก และระยะทางที่ให้บริการ

ที่มา : International Air Transport Association : IATA

ทั้งนี้ สมาคมการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) ยังได้คาดการณ์แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจสายการบินในอนาคต โดยได้ประมาณการขยายตัวของการขนส่งผู้ให้บริการทางอากาศ (Passenger Traffic) และการขนส่งสินค้าทางอากาศ (Freight Traffic) ของโลกในช่วงเวลา 5 ปีระหว่างปี 2548 - 2552 ว่าจะมีอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5.6 ต่อปี และร้อยละ 6.3 ต่อปีตามลำดับ โดยที่ปริมาณการเดินทางและการขนส่งสินค้าทางอากาศ ทั้งภายในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกเอง และระหว่างเอเชีย-แปซิฟิกกับภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก จะมีอัตราขยายตัวมากที่สุดเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น ๆ ของโลก (ดูในตารางที่ 1.2)

ตารางที่ 1.2

แนวโน้มการเติบโตของบริการขนส่งทางอากาศของโลก ปี (2548 - 2552)

เส้นทางบินในภูมิภาคต่าง ๆ	อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี ระหว่างปี 2548 - 2552	
	การเดินทางโดยสารทางอากาศ (Passenger Traffic)	การขนส่งสินค้าทางอากาศ (Freight Traffic)
ภายในภูมิภาคในเอเชีย-แปซิฟิก	6.80%	8.50%
ระหว่างเอเชียแปซิฟิก-อเมริกาเหนือ/ใต้ (Trans Pacific)	5.80%	6.00%
ระหว่างเอเชียแปซิฟิก-ยุโรป	5.90%	5.70%
ระหว่างเอเชียแปซิฟิก-ตะวันออกกลาง	6.70%	8.80%
ภายในทวีปยุโรป	5.10%	4.10%
ระหว่างยุโรป-ตะวันออกกลาง	6.60%	5.10%
ระหว่างยุโรป-แอฟริกา	5.70%	4.50%
ระหว่างยุโรป-อเมริกาเหนือ	5.30%	4.60%
ระหว่างอเมริกาเหนือ-ละตินอเมริกา	4.60%	3.70%
ภายในละตินอเมริกา	4.20%	5.00%
ทุกเส้นทางบิน	5.60%	6.30%

ที่มา : คาดการณ์โดย International Air Transport Association : IATA

นอกเหนือจากจำนวนผู้ใช้บริการเที่ยวบินและปริมาณสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้นแล้ว ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ทำให้ผลประกอบการของธุรกิจการบินกระเตื้องขึ้นได้ก็คือ ความสามารถในการปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจสายการบินทั่วโลกมีความตื่นตัวเป็นอย่างมาก สายการบินหลายแห่งได้มีการปรับโครงสร้างองค์กร และปรับปรุงการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ซึ่งหนึ่งในนโยบายหลักคือการปรับปรุงคุณภาพด้านการบริการนั่นเอง

จากการแข่งขันในธุรกิจการบินที่สูงขึ้นทั้งในส่วนของการแข่งขันทางด้านราคา การนำเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่ทันสมัย อุปกรณ์อำนวยความสะดวก รวมทั้งเครื่องบินรุ่นใหม่ ๆ มาทำการบิน การเพิ่มขึ้นของสายการบินต้นทุนต่ำ สิ่งต่างๆ ที่กล่าวมาเหล่านี้ในทุกสายการบินต้องให้ความสำคัญเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน แต่สิ่งหนึ่งที่จะสร้างความแตกต่างและสร้างจุดเด่นให้กับสายการบินก็คือคุณภาพด้านการบริการ ทั้งการบริการภาคพื้นดิน และการบริการบนเครื่องบิน เพราะไม่ว่าสายการบินจะใช้กลยุทธ์ทางการตลาด การแข่งขันทางด้านราคา มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ผสมผสานด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง แต่หากขาดคุณภาพของการบริการ ก็เป็นไปได้ยากที่สายการบินนั้นจะสามารถแข่งขันหรือดำเนินธุรกิจให้ทัดเทียมกับธุรกิจการบินโลกได้ ดังนั้นการบริการที่มีคุณภาพ ย่อมสร้างความเชื่อมั่นและทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อันจะส่งผลให้สายการบินนั้น ๆ เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติที่ดี และพร้อมที่จะกลับเข้ามาใช้บริการในครั้งต่อไป

ธุรกิจการบินเป็นธุรกิจที่มีลักษณะพิเศษและค่อนข้างซับซ้อน อีกทั้งยังมีข้อจำกัดบางประการที่ทำให้มีความแตกต่างจากธุรกิจประเภทอื่น เพราะสินค้าสำคัญของธุรกิจการบินนั้นไม่ใช่สินค้าที่สามารถจับต้องได้ แต่เป็นธุรกิจที่ให้บริการ (Services) เป็นประสบการณ์ (Experience) ที่ลูกค้าได้รับจากการใช้บริการในการเดินทางทางอากาศ (Air Transport Service) ซึ่งไม่สามารถลองก่อนใช้บริการได้ ดังนั้นงานด้านบริการของสายการบินจึงเกี่ยวเนื่องกับการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการเป็นหลัก หากผู้ใช้บริการมีภาพลักษณ์ด้านการให้บริการของสายการบินเป็นไปในทางที่ดี ย่อมสร้างความประทับใจ ความเชื่อถือและความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ในทางกลับกันหากผู้ใช้บริการมีภาพลักษณ์ด้านการให้บริการของสายการบินเป็นไปในทางไม่ดี ย่อมเกิดอุปสรรคในการให้บริการและยากในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการได้ และอาจมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโอกาสต่อไป อีกทั้งบั่นทอนความเชื่อถือและความไว้วางใจของผู้ใช้บริการต่อสายการบินนั้น

ฟินแอร์ เป็นสายการบินของประเทศฟินแลนด์ และถือว่าเป็นสายการบินที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก หลังจากก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ.2475 โดยสายการบินฟินแอร์ได้ให้บริการที่ครอบคลุมทั้งในเรื่องของการเดินทางตามตารางเที่ยวบินปกติ และเที่ยวบินเพื่อการท่องเที่ยว การปฏิบัติงานทางเทคนิค การนำเสนอความบันเทิง ครีวการบิน รวมไปถึงการเป็นตัวแทนและแหล่งข้อมูลของการท่องเที่ยว การจองตั๋วล่วงหน้า โดยบริษัทในเครือจะให้บริการเสริมในการเดินทางโดยเครื่องบิน หรือให้บริการทางการบินในพื้นที่ใกล้เคียง²

ฟินแอร์ให้บริการครอบคลุมถึง 52 เส้นทางสู่สนามบินนานาชาติทั่วโลก ในแถบเอเชียจะมีเส้นทางไปยัง สิงคโปร์ กรุงเทพมหานคร ฮองกง เมืองนาโกยา เมืองโตเกียวและเมืองโอซากา ประเทศญี่ปุ่น เมืองกวางเจา เมืองเซี่ยงไฮ้ และเมืองปักกิ่ง ประเทศจีน เมืองเดลี ประเทศอินเดีย³

เป้าหมายและนโยบายด้านธุรกิจของฟินแอร์ คือการทำกำไรและเติบโตต่อไปในธุรกิจทางการบิน โดยมีแผนด้านการตลาดในแถบเอเชียและทะเลบอลติกที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องสำหรับแผนการแข่งขันทางธุรกิจของสายการบินนั้นขึ้นอยู่กับสิ่งสำคัญ นั่นคือคุณภาพการให้บริการทางสายการบินจึงต้องพยายามปรับปรุงและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ เพื่อช่วยให้สายการบินมีบริการที่ครอบคลุมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวแก่ลูกค้า และสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้รับบริการ ซึ่งจะส่งผลให้ฟินแอร์เป็นผู้นำการให้บริการด้านการบินในแถบเอเชีย และตอนเหนือของยุโรป

เพื่อให้เป้าหมายด้านธุรกิจของฟินแอร์ประสบผลสำเร็จ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องใช้องค์ประกอบที่ดีในงานด้านการบริการของสายการบินฟินแอร์ เนื่องจากสินค้าการบริการเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมองว่าสามารถเข้าถึงตัวสินค้าได้โดยตรง ภาพลักษณ์ของตัวสินค้าการบริการจึงปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัด การใช้ภาพลักษณ์ที่ดีในด้านการให้บริการ จึงเป็นวิธีการที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งของสายการบินฟินแอร์ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าสนับสนุนและเชื่อมั่นในการให้บริการของสายการบินฟินแอร์

การศึกษาวิจัยเพื่อสำรวจภาพลักษณ์ด้านการบริการของสายการบินฟินแอร์ จึงมีความจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้ทราบถึงภาพลักษณ์ปัจจุบันของผู้ใช้บริการว่าเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกหรือเชิงลบ โดยเฉพาะผู้ที่ใช้บริการบนเที่ยวบินของสายการบินฟินแอร์ที่ทำการเดินทางออกจากสนามบินสุวรรณภูมิ ประเทศไทย

²“History of Finnair,” Take Off Magazine 9 (December 2004):20-21.

³“สายการบินฟินแอร์,” <www.finnair.com>, 6 พฤศจิกายน 2549.

ดังนั้นการศึกษาวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของสายการบินฟินแอร์ด้านการบริการ : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ใช้บริการบนเที่ยวบินที่เดินทางออกจากประเทศไทย โดยศึกษาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เชื้อชาติ ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม และการเปิดรับข่าวสาร ทั้งนี้เพื่อให้ครอบคลุม และสามารถประมวลผลทางด้านภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นของสายการบินฟินแอร์ด้านการบริการ เพื่อจะได้นำข้อมูลที่สำคัญมาใช่วางแนวทางในการพัฒนานโยบายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของสายการบินฟินแอร์ โดยกำหนดปัญหำการวิจัย วัตถุประสงค์การศึกษา สมมติฐาน ขอบเขตการศึกษา และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับดังนี้

ปัญหำการศึกษา

1. ภาพลักษณ์ของสายการบินฟินแอร์ด้านการบริการ ในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการบนเที่ยวบิน ที่เดินทางออกจากสนามบินสุวรรณภูมิ ประเทศไทย เป็นอย่างไร
2. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการบนเที่ยวบินของสายการบินฟินแอร์ ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสายการบินฟินแอร์ด้านการบริการแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
3. พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสายการบินฟินแอร์ด้านการบริการของผู้ใช้บริการบนเที่ยวบินของสายการบินฟินแอร์ จะมีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสายการบินฟินแอร์ด้านการบริการอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของสายการบินฟินแอร์ด้านการบริการ ในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการบนเที่ยวบินของสายการบินฟินแอร์ ที่เดินทางออกจากสนามบินสุวรรณภูมิ ประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการบนเที่ยวบินของสายการบินฟินแอร์ที่มีต่อภาพลักษณ์ของสายการบินฟินแอร์ด้านการบริการ
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสายการบินฟินแอร์ด้านการบริการ ของผู้ใช้บริการบนเที่ยวบินของสายการบินฟินแอร์ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของสายการบินฟินแอร์ด้านการบริการ

สมมติฐานของการศึกษา

1. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการบนเที่ยวบินของสายการบินฟินแอร์ มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของสายการบินฟินแอร์ด้านการบริการแตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสายการบินฟินแอร์ด้านการบริการของผู้ใช้บริการบนเที่ยวบินของสายการบินฟินแอร์ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสายการบินฟินแอร์ด้านการบริการ

ขอบเขตในการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในกลุ่มผู้ให้บริการชาวไทย และผู้ให้บริการชาวต่างชาติที่ให้บริการเที่ยวบินของสายการบินฟินแอร์ ที่เดินทางออกจากสนามบินสุวรรณภูมิ ประเทศไทยเท่านั้น

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการสุ่มตัวอย่างทั้งผู้ให้บริการชาวไทยที่ให้บริการบนเที่ยวบิน และผู้ให้บริการชาวต่างชาติที่ให้บริการบนเที่ยวบิน ซึ่งเป็นเที่ยวบินระหว่างประเทศ โดยเริ่มเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่วันที่ 1 – 25 มีนาคม 2550 เพื่อให้ครอบคลุมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด

ข้อจำกัดในการศึกษา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้กระทำบนเครื่องบิน ดังนั้น ขั้นตอนการเก็บข้อมูลจะต้องมีการขออนุญาตจากผู้บังคับบัญชา เนื่องจากเป็นการรบกวนผู้ให้บริการบนเที่ยวบิน อีกประการหนึ่งคือ ผู้ให้บริการชาวต่างชาติบางรายไม่มีทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษ จึงอาจทำให้การตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร

นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ผู้ให้บริการ หมายถึง บุคคลหรือองค์กรซึ่งใช้สินค้าหรือบริการ

การบริการ หมายถึง กิจกรรม หรือการกระทำที่ส่งผลถึงความพอใจหรือไม่พอใจของผู้รับ ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ โดยการให้บริการของสายการบินประกอบด้วย

1. การบริการภาคพื้นดิน การบริการของพนักงานบริการภาคพื้นดิน บริการการเช็คอิน (Check-In) ตรวจเช็คสัมภาระที่จะนำขึ้นเครื่อง และสัมภาระที่ต้องการบรรจุในหีบบรรจุสัมภาระ และสุดท้ายจึงได้รับบัตรขึ้นเครื่อง (Boarding Pass)

2. การบริการบนเครื่องบิน ประกอบด้วยขนาดและความกว้างขวางของห้องโดยสาร การบริการอาหาร เครื่องดื่ม สิ่งบันเทิงระหว่างการบิน และการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

ภาพลักษณ์ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัยประสบการณ์และข่าวสารที่เผยแพร่

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง องค์ประกอบทางด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สัญชาติ ของผู้ให้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

สายการบินฟินแอร์ หมายถึง สายการบินของประเทศฟินแลนด์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน ค.ศ.1923

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงภาพลักษณ์ของสายการบินฟินแอร์ด้านการบริการ จากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงภาพลักษณ์ด้านการบริการของสายการบินฟินแอร์

2. เพื่อทราบถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ด้านการบริการของสายการบินฟินแอร์

3. เพื่อทราบถึงการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการบริการของสายการบินฟินแอร์ของผู้ใช้บริการว่ามีมากน้อยเพียงใด และจากสื่อประเภทใด

4. เพื่อทราบถึงประสิทธิภาพในการให้บริการของสายการบินฟินแอร์ ในความคิดเห็นของผู้ใช้บริการบนเที่ยวบิน ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำมาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการให้มีคุณภาพที่ดีขึ้นและสามารถตอบสนองความคาดหวังของผู้ใช้บริการต่อไป

5. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงวิธีการบริหารงานด้านการบริการของสายการบินฟินแอร์ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสายการบินฟินแอร์

