

ศักยภาพการให้บริการมูลค่าสูงด้วยนวัตกรรมของท่าอากาศยาน สำหรับผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดี The Potential of Airports' Innovative High-Value Services for Affluent Passengers

ธนพล อินประเสริฐกุล¹, อังคณา ธนอมเกียรติ², ดาวสุกร บุญญะสานต์^{3*}

Thanapol Inprasertkul¹, Angkana Thanomkiat², Daosook Boonyasarn^{3*}

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา¹, คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์²

คณะการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต^{3*}

Burapha Business School, Burapha University¹, Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University²

Faculty of Tourism and Hospitality, Dhurakij Pundit University^{3*}

daosook.bon@dpu.ac.th^{3*}

ผู้ประพันธ์บรรณกิจ (Corresponding Author)^{3*}

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาศักยภาพของท่าอากาศยานนานาชาติอุড়েเกาะในการให้บริการมูลค่าสูงด้วยนวัตกรรม มุ่งเน้นผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดี โดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง กับผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้บริหารท่าอากาศยาน ผู้ประกอบการร้านค้า และตัวแทนสายการบิน จำนวน 12 คน และนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ท่าอากาศยานนานาชาติอุড়েเกาะมีการบูรณาการการทำงานร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารกลุ่มนี้ได้อย่างครบถ้วน อีกทั้งท่าอากาศยานฯ ได้มีการเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ เพื่อให้บริการมูลค่าสูง โดยเฉพาะการนำนวัตกรรมด้านกระบวนการ และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ ซึ่งเทคโนโลยีที่ทันสมัยเหล่านี้ช่วยลดความซับซ้อนของการให้บริการภายในท่าอากาศยานได้อย่างมีนัยสำคัญ สำหรับการออกแบบเชิงพื้นที่ภายในท่าอากาศยาน ยังได้นำได้นวัตกรรมที่เน้นการประหยัดพลังงานและการรักษาสภาพแวดล้อมมาใช้อย่างเป็นระบบ แต่ยังมี ความท้าทายในเรื่องการพัฒนาระบบคมนาคมเข้าและออกจากท่าอากาศยาน ที่ยังขาดประสิทธิภาพและความพร้อม ในด้านการจัดการ ปัจจัยสำคัญที่เสริมสร้างศักยภาพการให้บริการมูลค่าสูงของท่าอากาศยาน ประกอบด้วย นโยบายของหน่วยงานที่สอดคล้องกับแนวโน้มของอุตสาหกรรมการบินในปัจจุบัน อาทิ นโยบายพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ทันสมัย รวมถึงนโยบายด้านพลังงาน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ท่าอากาศยานฯ ยังมีปัจจัยจำกัดใน ด้านความสามารถในการเข้าถึงนวัตกรรม ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยทางการบิน ความเข้าใจของผู้ใช้บริการ และต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับการใช้พลังงานทดแทน

คำสำคัญ: การบริการมูลค่าสูง, ศักยภาพการให้บริการ, นวัตกรรม, ผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดี

Abstract

This study explores the potential of U-Tapao International Airport in delivering high-value services driven by innovative practices, with a particular focus on affluent passengers. The researcher employed a qualitative methodology, utilizing semi-structured interviews with 12 key informants, including airport executives, retail operators, and airline representatives. Content analysis was employed to analyze data. The findings reveal that U-Tapao International effectively integrates operations with stakeholders to comprehensively meet the needs of this passenger group. The airport has proactively undertaken comprehensive preparations across multiple domains to facilitate high-value service provision, with an emphasis on the integration of technological innovations in process, product and service offerings. These advanced technologies significantly reduce the complexity of service delivery within the airport. Additionally, the airport's spatial design incorporates energy-saving and environmentally sustainable innovations systematically. However, notable challenges persist, particularly in improving transportation systems to and from the airport, which still lack efficiency and full readiness. Key factors enhancing the airport's capability to provide high-value services include policies aligned with current aviation industry trends, such as the advancement of modernized products and services, as well as energy policy initiatives. Nevertheless, the airport encounters limitations, notably in terms of access to cutting-edge innovations, aviation safety concerns, passenger comprehension of services, and the financial implications associated with the adoption of renewable energy technologies.

Keyword: High-value Services, Service Potential, Innovation, Affluent Passenger

บทนำ

ในสภาพการณ์ปัจจุบัน ความท้าทายจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความไม่แน่นอน สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแต่ทำให้ธุรกิจและผู้ประกอบการภาคบริการของไทยต้องพยายามปรับตัว เพื่อให้สามารถอยู่รอดให้ได้ท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรง เมื่อมองภาพรวมของ ภาคบริการพบว่าโครงสร้างภาคบริการไทยยังอยู่ในกลุ่มบริการแบบดั้งเดิม (Traditional Services) ไม่เน้นการใช้เทคโนโลยี และยังคงพึ่งพาแรงงานทักษะต่ำในการให้บริการ ซึ่งการบริการประเภทนี้ไม่ค่อยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่เศรษฐกิจมากนัก (ฐิตา เอกานนท์, 2563) ทั้งนี้ การที่ธุรกิจจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จำเป็นต้องมีคุณลักษณะพิเศษที่เหนือคู่แข่ง ที่จะช่วยให้สามารถนำเสนอสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูงกว่า ตอบสนองต่อผู้บริโภคได้ดีกว่า โดยมีต้นทุนสินค้าและต้นทุนในการดำเนินงานที่ต่ำกว่าคู่แข่ง คุณลักษณะดังกล่าวนี้ สามารถอธิบายโดยใช้ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource Base View) ซึ่งกล่าวว่า ทรัพยากรที่องค์กรครอบครองอยู่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ หากทรัพยากรเหล่านั้นมีคุณค่า หายาก ไม่สามารถหาสิ่งอื่นมาทดแทนได้ง่าย และคู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (Barney & Arkan, 2005) นอกจากคุณลักษณะของฐานทรัพยากรดังกล่าวแล้ว ความได้เปรียบในการแข่งขันยังสามารถเกิดจากรูปแบบการพัฒนาที่เหมาะสม เพื่อให้สามารถแข่งขันได้และสร้างความยั่งยืน ผ่านการขับเคลื่อนคุณค่าทางเศรษฐกิจ Value-Based Economy (Kourtis et al., 2022) หรือ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Lopes et al., 2022) จากนโยบายของรัฐบาลที่ตั้งเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ตามนโยบาย Thailand 4.0 ที่ต้องการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและภาคบริการบนฐานของเทคโนโลยีสมัยใหม่และนวัตกรรม

โดยเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมาย ซึ่งรวมถึง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และอุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2562) ทั้งนี้ อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ เป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพและเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) ในรูปแบบ First S-curve เน้นการลงทุนภายในประเทศกับกลุ่มอุตสาหกรรมเดิม สามารถใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนและช่วยให้เกิดการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจได้ เช่น การเชื่อมต่อศูนย์กลางอุตสาหกรรมการผลิต และการส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ (ทักษิณา แสนเย็น และคณะ, 2563) โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ผ่านการสนับสนุน ต่อยอด ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และพัฒนาอุตสาหกรรมเดิม สู่อุตสาหกรรมที่เป็นรูปแบบการลงทุนในอุตสาหกรรมใหม่ หรือ New S-curve เพื่อพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบสินค้าและเทคโนโลยี จะส่งผลให้สามารถเพิ่มรายได้ให้กับประชากรมากขึ้น (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2563)

จากนโยบายของภาครัฐที่มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี (Affluent Tourists) ที่มีคุณภาพและศักยภาพในการซื้อมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอื่น จะช่วยให้ผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวมีรายได้มากขึ้น ถือเป็นโอกาสสำหรับกลุ่มธุรกิจในการภาคอุตสาหกรรมการบินในการนำนโยบายดังกล่าวมาสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มธุรกิจสนามบินหรือท่าอากาศยาน ทั้งนี้ ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา เป็นธุรกิจหนึ่งในภาคอุตสาหกรรมการบินที่มีความสำคัญในฐานะเป็นสนามบินหลักในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก จะต้องมุ่งเน้นการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ รวมถึงผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดีที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่นอกเหนือจากการท่องเที่ยวด้วย และจากพฤติกรรมของการเดินทางและการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป (บริสุทธิ แสนคำ, 2564) ทำให้ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการจำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาแนวทางการบริการเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปได้ รวมถึงปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้นทั้งในปัจจุบันและอนาคต อีกทั้งการให้บริการของสนามบินยังมีความหลากหลายทางด้านคุณภาพการบริการอีกด้วย (Hong et al., 2020) โดยการให้บริการที่มีมูลค่าสูง (High Value Services) ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการนำวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่ม อาจเป็นหนึ่งในกลไกของการส่งเสริมและยกระดับศักยภาพของธุรกิจบริการของประเทศ รวมทั้งการให้บริการของสนามบินได้ (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2560) เพื่อนำมาใช้ในการตอบสนองความต้องการและทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดของผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดี ที่ประกอบไปด้วยนักท่องเที่ยวและนักเดินทาง ด้วยเหตุนี้ การวิจัยนี้มุ่งศึกษาศักยภาพการให้บริการมูลค่าสูงด้วยนวัตกรรมของท่าอากาศยาน เพื่อนำผลจากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนารูปแบบการบริการที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้โดยสารรายได้ดี

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงศักยภาพการให้บริการมูลค่าสูงด้วยนวัตกรรมของท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา ในการรองรับผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดี เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการบินภาคตะวันออก และท่าอากาศยานนานาชาติหลักแห่งที่ 3 ของประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัยและสอดคล้องกับประเภทของการวิจัยตามที่กำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้ 1) ขอบเขตด้านประชากร ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการ และกำหนดนโยบายการบริการของท่าอากาศยาน จำนวน 12 คน 2) ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพหรือความสามารถในการให้บริการมูลค่าสูงที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมด้านต่าง ๆ ของท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา

เพื่อนำเสนอรูปแบบการให้บริการมูลค่าสูงที่เหมาะสม และ 3) ขอบเขตด้านพื้นที่ กำหนดพื้นที่หลักในการวิจัย คือ ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา ระยอง-พัทยา เนื่องจากเป็นท่าอากาศยานหลักในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

การทบทวนวรรณกรรม

การบริการมูลค่าสูง (High-Value Services)

การบริการมูลค่าสูง (High-Value Services) อยู่ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นมูลค่า (Value-Based Economy) โดยมุ่งเน้นที่มูลค่าเศรษฐกิจสูงผ่านการดำเนินการที่เพิ่มกำไรสุทธิ ด้วยการบรรลุผลกำไรที่สูงกว่าต้นทุนการผลิต ในบริบทของการบริการมูลค่าสูง จะเป็นการบริการที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือการบริการด้วยคุณสมบัติพิเศษ ทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการมีความแตกต่างจากคู่แข่ง และสามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้น การบริการมูลค่าสูงจะเน้นใช้ทรัพยากรที่จำกัดอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างกำไรมากขึ้นจากกิจกรรมที่มีมูลค่าเพิ่ม ส่งเสริมภาคบริการให้เติบโตอย่างยั่งยืนผ่านนวัตกรรม เทคโนโลยี และการใช้ทรัพยากรอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Argandoña, 2011; Olya et al., 2018; Wells, 2021; Giannopoulos et al., 2020) การพัฒนาบริการมูลค่าสูง ขึ้นอยู่กับระบบนิเวศที่ได้รับการสนับสนุนอย่างดี ที่ส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างผู้มีส่วนได้เสียต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจ พนักงาน และสถาบันที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มมูลค่าของบริการ (Nahlik et al., 2012) ทั้งนี้ระบบนิเวศของการบริการมูลค่าสูง ประกอบไปด้วย 4 มิติ ของการสร้างมูลค่า ได้แก่ 1) การกำหนดมูลค่าที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางผ่านการมุ่งเน้นตลาดและการมองการณ์ไกลของผู้ประกอบการ (Zehrer et al., 2016; Orfila-Sintes & Mattsson, 2009) 2) การสร้างนวัตกรรมและการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างบริการที่ยอดเยี่ยม โดยได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายธุรกิจเชิงกลยุทธ์และสถาบันวิจัย (Murat & Baki, 2011; Hagedoorn et al., 2018) 3) การส่งมอบบริการเหล่านั้นอย่างมีประสิทธิภาพผ่านแรงงานที่มีทักษะและระบบการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ (Busch-Casler et al., 2021) และ 4) การรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมบริการ โดยได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการศึกษาและนโยบาย (Valkokari, 2015) ดังนั้น ความสำเร็จของการบริการมูลค่าสูง จึงต้องพึ่งพาระบบนิเวศที่มีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวได้ รวมทั้งบูรณาการมิติทั้งสี่ เพื่อเสริมสร้างและส่งมอบบริการมูลค่าสูงได้อย่างยั่งยืน

นวัตกรรมบริการ (Service Innovation)

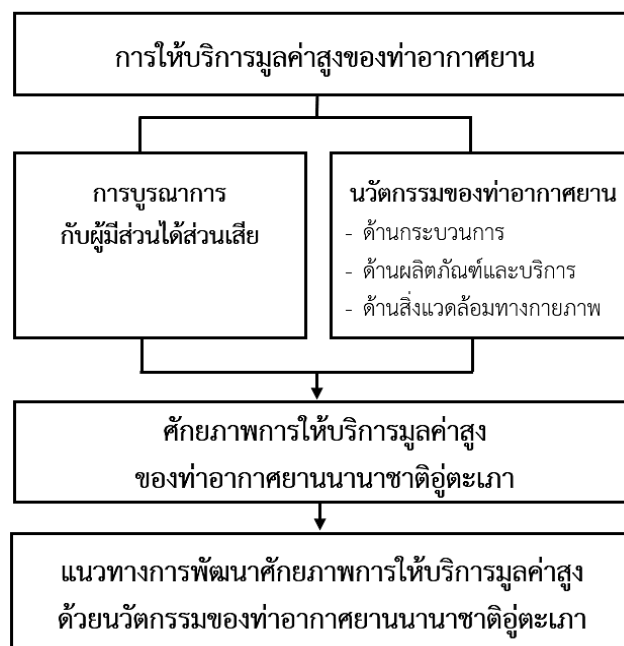
นวัตกรรมเป็นกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านแนวคิด วิธีการ หรืออุปกรณ์ใหม่ ๆ โดยเกี่ยวข้องกับการโต้ตอบระหว่างเทคโนโลยี ตลาด และองค์กร เพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขันผ่านผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเอกลักษณ์ การที่บริษัทต่าง ๆ ลงทุนในนวัตกรรมนั้น ไม่ได้เป็นการมุ่งเน้นไม่เพียงแต่ผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่ยังรวมถึงการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าและมูลค่าที่ร่วมสร้าง นอกจากนี้ นวัตกรรมยังครอบคลุมถึงกระบวนการทางธุรกิจและโมเดลต่าง ๆ อีกด้วย (Kilic, et al., 2021) ในแง่ของประเภทนวัตกรรม องค์กรเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ หรือ OECD (2018) ได้แบ่งประเภทนวัตกรรม ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ด้านองค์กร และด้านการตลาด ทั้งนี้ นวัตกรรมในภาคธุรกิจบริการ เป็นแนวปฏิบัติด้านการจัดการสมัยใหม่ หรือด้านการแก้ปัญหาหลายมิติ ประกอบด้วย นวัตกรรมบริการ ที่เป็นผลิตภัณฑ์ด้านการบริการ นวัตกรรมวิธีการบริการ ตลอดจน นวัตกรรมในการจัดการองค์กรบริการ (Patrício et al., 2018). โดยที่ นวัตกรรมบริการ เป็นการประยุกต์ใช้แนวคิดและเทคโนโลยีใหม่ ในกระบวนการให้บริการ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่ เพิ่มคุณภาพของบริการ ขยายขอบเขตการให้บริการ ปรับปรุงรูปแบบของบริการ การสร้างบริการใหม่ และเป็นการเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร (Alremeithi et al., 2022). รวมทั้ง นวัตกรรมบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาธุรกิจอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสถานการณ์การหยุดชะงักอย่างรุนแรง เช่น การแพร่ระบาดของโรค หรือความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นตัวเร่งให้เกิด

การปรับแนวคิดด้านการจัดการใหม่ ใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจที่ก้าวข้ามขอบเขตเดิม (Heinonen & Strandvik, 2020) ด้วยเหตุข้างต้น ทุกภาคส่วนในภาคธุรกิจบริการ รวมถึงผู้ให้บริการท่าอากาศยาน ต้องนำเอานวัตกรรมเหล่านี้มาใช้เพื่อให้บริการใหม่ ๆ ปรับปรุงกระบวนการ และเพิ่มประสบการณ์ของผู้โดยสารด้วยคุณภาพและเทคโนโลยี

นวัตกรรมของท่าอากาศยาน (Airport Innovation)

นวัตกรรมของท่าอากาศยาน คือ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ ที่สามารถส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร ผ่านคุณภาพของบริการที่พวกเขาได้รับ (Ma et al., 2022) เนื่องจากผู้โดยสารมีส่วนร่วมในทุกมิติของสภาพแวดล้อมทางกายภาพของท่าอากาศยาน เช่น ประสิทธิภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงอาคารท่าอากาศยาน การวางผัง และความสะอาด เป็นต้น โดยทั่วไป นวัตกรรมสำหรับท่าอากาศยาน ประกอบด้วยนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ และด้านกระบวนการ (Caetano et al., 2021) ในสภาพแวดล้อมของท่าอากาศยานที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการเพิ่มมูลค่าการบริการที่ตอบสนองต่อผู้ให้บริการสามารถบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และมีการวางแผนอย่างรอบคอบ ในด้านต่าง ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ และกระบวนการที่เป็นนวัตกรรม (Türel et al., 2019) ขณะที่นวัตกรรมทางเทคโนโลยีดิจิทัล จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของท่าอากาศยาน รวมถึงการพัฒนาปรับปรุงใหม่ ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อผู้โดยสารและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง (Medvedev et al., 2017) โดยสรุป นวัตกรรมของท่าอากาศยาน ประกอบด้วยนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญ 35 ประการ (Caetano et al., 2021)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปและกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยได้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: การทบทวนวรรณกรรมและคณะผู้วิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการให้บริการมูลค่าสูงด้วยนวัตกรรมของท่าอากาศยาน ในการนำเสนอรูปแบบการให้บริการมูลค่าสูงของท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภาสำหรับผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดีในอนาคต โดยมีรายละเอียดวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

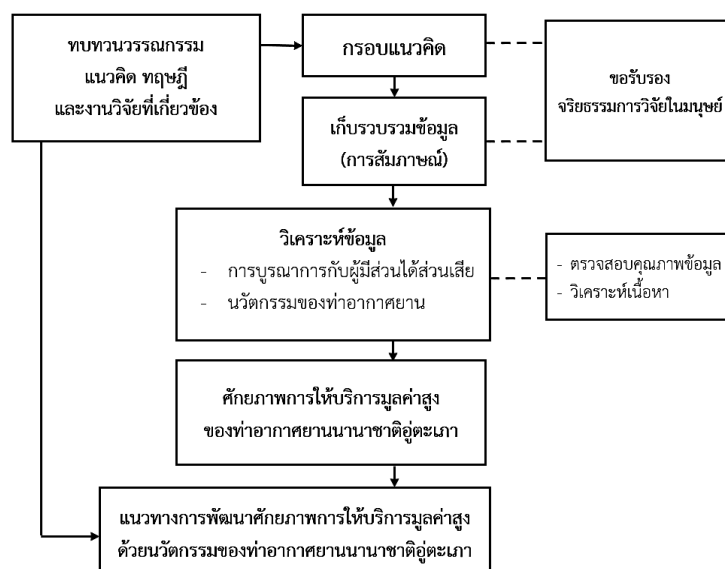
การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการและกำหนดนโยบายการบริการของท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา ได้แก่ ผู้บริหารท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้ประกอบการร้านค้าปลอดภาษี ผู้ประกอบการร้านอาหาร และผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่สายการบินที่ให้บริการ ณ ท่าอากาศยาน จำนวน 12 คน โดยคำนวณผู้ให้ข้อมูลหลักจากการประยุกต์ใช้แนวคิด Rule of Thumb (Sim et al., 2018) และแนวคิดความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) (Hennink & Kaiser, 2022; Fofana et al., 2020) เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการบริการมูลค่าสูงของท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา และใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเป็นเครื่องมือสำคัญ ผู้วิจัยศึกษาทบทวนข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับการให้บริการของท่าอากาศยาน และรูปแบบการให้บริการมูลค่าสูงเพื่อสังเคราะห์รูปแบบและสมรรถนะการให้บริการมูลค่าสูงของท่าอากาศยาน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับประเด็นคำถามของรูปแบบและสมรรถนะการให้บริการมูลค่าสูงของท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภาในปัจจุบัน และปัจจัยที่ส่งเสริมหรือจำกัดการให้บริการมูลค่าสูงของท่าอากาศยาน และตรวจสอบคุณภาพแบบสัมภาษณ์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน

จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

งานวิจัยนี้ วิธีการดำเนินการวิจัยและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา หนังสือรับรองเลขที่ IRB2-059/2566 ลงวันที่ 4 กรกฎาคม พ.ศ. 2566



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการวิจัย

ที่มา: คณะผู้วิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักเพียงจำนวน 10 คน เนื่องจากไม่มีข้อมูลเพิ่มเติมใหม่ที่สามารถขยายผลจากข้อค้นพบก่อนหน้านี้ ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้จากเกณฑ์แหล่งที่มาของข้อมูล โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก เวลา และสถานที่ให้ข้อมูลที่แตกต่างกัน แล้ววิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยสรุปความคิดรวบยอดจากเนื้อหาของการสัมภาษณ์

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ความสามารถในการให้บริการมูลค่าสูงของท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้บริหารท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการผู้โดยสาร โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) สรุปประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการให้บริการมูลค่าสูงของท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา ในปัจจุบัน โดยผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา มีการทำงานร่วมกันกับมีส่วนได้ส่วนเสียในการให้บริการผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดี ซึ่งได้แก่ สายการบิน ผู้ประกอบการให้บริการภาคพื้นดิน และผู้ประกอบการร้านค้าและร้านอาหาร เพื่อให้เกิดการให้บริการที่มุ่งเน้นให้ประสบการณ์การเดินทางของผู้โดยสารมีความสะดวกสบาย เพิ่มคุณค่า พร้อมใช้งานในทุกขั้นตอนของการเดินทาง รวมทั้งตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังที่สูงของกลุ่มผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดี โดยท่าอากาศยานฯ มีการดำเนินงานร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) การบริการการเช็คอินเที่ยวบิน (Flight Check-in) นอกสถานที่ในรูปแบบ Off Airport ช่วยให้ผู้โดยสารสามารถเช็คอินก่อนเดินทางไปยังสนามบิน หรือในสถานที่อื่นที่ไม่ใช่สนามบิน เพื่อลดเวลาที่ใช้ในการเช็คอินที่สนามบิน และเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสาร 2) การบริการสั่งซื้อสินค้าปลอดภาษีผ่านแอปพลิเคชันของบริษัทจำหน่ายสินค้าปลอดภาษี 3) นำส่งสินค้าผ่านระบบการรับสินค้า (Pick Up) ของท่าอากาศยาน และ 4) การจัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าปลอดภาษีให้กับผู้โดยสารสายการบินจากต่างประเทศ ซึ่งการบริการในลักษณะนี้ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและสร้างสัมพันธ์ทางธุรกิจระหว่างท่าอากาศยานและสายการบิน อาจเป็นการสร้างกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูงเพิ่มขึ้น และการพัฒนาแอปพลิเคชันร่วมกับบริษัทชั้นนำด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความสะดวกสบายในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร โดยทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูล บริการ และโปรโมชั่นต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย

ประเด็นที่ 2 นวัตกรรมที่สร้างคุณค่าด้านกระบวนการ

ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา ได้นำเสนอนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าในกระบวนการบริการต่อผู้โดยสาร ด้วยการพัฒนากระบวนการต่าง ๆ ให้มีความสามารถในการตอบสนองต่อความคาดหวังและความต้องการของผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดี ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการเพิ่มคุณภาพในการให้บริการ และเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการให้บริการที่ท่าอากาศยานให้กับผู้โดยสาร ประกอบไปด้วย การใช้ระบบยืนยันตัวตนเดียว (One ID) เป็นนวัตกรรมที่ช่วยให้ผู้โดยสารสามารถใช้ข้อมูลส่วนบุคคลเพียงหนึ่งรายการ เพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ในการเดินทาง ไม่ว่าจะเป็นการเช็คอิน การผ่านความปลอดภัยที่ตรวจสอบด้วยตนเอง หรือการเข้าถึงบริการอื่น ๆ ที่ท่าอากาศยานฯ มีการนำเสนอระบบบริการด้วยตนเอง (Self Service) ช่วยให้ผู้โดยสารสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยไม่ต้องพึ่งพาเจ้าหน้าที่สายการบินหรือสนามบิน เช่น การเลือกที่นั่ง หรือพิมพ์ตั๋วขึ้นเครื่องบิน การใช้ระบบประตูอัตโนมัติ (Auto Gate) ช่วยลดเวลา

ในการผ่าน ความปลอดภัยในสนามบินโดยอัตโนมัติ โดยตรวจสอบข้อมูลและตรวจสอบตัวตนของผู้โดยสารโดยอัตโนมัติ และการบริการการเช็คอินเที่ยวบินนอกสถานที่ในรูปแบบ Off Airport การให้บริการนี้จะช่วยลดเวลาในการรอคอย ลดเวลาการเดินทาง ความยุ่งยากในกระบวนการ ทำให้สามารถเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสารได้

ทั้งนี้ การเสนอรูปแบบการให้บริการนี้ สามารถช่วยลดความแออัดภายในอาคารผู้โดยสารของสนามบินเป็นอย่างมาก โดยปัจจัยที่ส่งเสริมความสามารถในการให้บริการมูลค่าสูงด้วยนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าด้านกระบวนการ คือ ท่าอากาศยานฯ มีนโยบายที่จะพัฒนาและนำเสนอการบริการที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างคุณค่าให้กับผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดี รวมถึงความร่วมมือกับสายการบิน ในการให้บริการรูปแบบพิเศษให้กับสายการบินที่มีลูกค้าที่มีรายได้สูง เป็นตัวช่วยเสริมความสำเร็จของการนำเสนอนวัตกรรมกระบวนการใหม่ ๆ ด้วย และปัจจัยที่จำกัดความสามารถในการให้บริการ ประกอบไปด้วย 2 ประเด็นหลัก คือ 1) ความสามารถในการเข้าถึงผู้โดยสารที่ไม่สามารถเข้าถึงการเช็คอินนอกสถานที่ได้ เนื่องจากมีความยุ่งยากในการใช้บริการหรือไม่สะดวกสบาย เช่น ผู้สูงอายุหรือผู้พิการที่มีความจำเป็นในการใช้บริการภายในท่าอากาศยาน และ 2) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย การให้บริการเช็คอินนอก ท่าอากาศยานฯ อาจมีความเสี่ยงด้านความปลอดภัยที่เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจต้องมีการดูแลและควบคุมเพิ่มเติม เพื่อให้มั่นใจว่าการบริการนี้ปลอดภัยต่อผู้โดยสารทั้งหมด

ประเด็นที่ 3 นวัตกรรมที่สร้างคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา ได้นำนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ มาให้บริการแก่ผู้โดยสาร ประกอบไปด้วย แอปพลิเคชันบนมือถือ (Mobile Application) ทำให้ผู้โดยสารสามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางได้อย่างสะดวก โดยมีมาตรฐานที่สอดคล้องกับท่าอากาศยานนานาชาติในระดับสากล เช่น ข้อมูลเที่ยวบิน การเช็คอิน แผนที่ของท่าอากาศยาน รวมถึงมีระบบเทคโนโลยีที่นำข้อมูลเสมือนมาผสมผสานกับโลกความเป็นจริง (Augmented Reality - AR) ที่ช่วยในการแนะนำเส้นทางต่าง ๆ และตำแหน่งของจุดบริการต่าง ๆ เช่น จุดคืนภาษี (Vat Refund) ร้านค้าสินค้าปลอดภาษี (Duty Free Shop) และร้านค้าปลีก (Retail Shop) ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความสะดวกสบายในการเดินทางของผู้โดยสาร รวมถึงการใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในการเชื่อมโยงสื่อสารกับผู้โดยสาร โดยท่าอากาศยานมีช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย เช่น เฟสบุ๊ก ยูทูบ และเว็บไซต์ ซึ่งช่วยให้ผู้โดยสารสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับท่าอากาศยานได้อย่างง่ายดาย และมีความสอดคล้องกับการใช้ชีวิตประจำวันในยุคปัจจุบัน

ทั้งนี้ การใช้นวัตกรรมดังกล่าว มีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และการเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสาร โดยเฉพาะในการเช็คอินและการเข้าถึงข้อมูลผ่านแอปพลิเคชันมือถือ ระบบเทคโนโลยีที่นำข้อมูลเสมือนมาผสมผสานกับโลกความเป็นจริงสำหรับการนำทาง รวมถึงการใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ช่วยเพิ่มการเข้าถึงข้อมูลและการสื่อสารกับผู้โดยสารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยปัจจัยที่ส่งเสริมความสามารถในการให้บริการมูลค่าสูงด้วยนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือ ท่าอากาศยานฯ วางนโยบายที่เน้นการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ทันสมัย สร้างคุณค่า และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้โดยสารอย่างทันถ่วงที เช่น การสำรวจความพึงพอใจของผู้โดยสารอย่างเป็นระยะในทุก 3 เดือน และ 6 เดือน และการส่งเสริมการให้บริการรูปแบบ Self-service ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ช่วยให้ท่าอากาศยานฯ สามารถปรับปรุงและพัฒนาบริการให้มีคุณภาพมากขึ้น และสามารถตอบสนองต่อนโยบายของรัฐบาลอย่างเหมาะสม สำหรับปัจจัยที่จำกัดความสามารถในการให้บริการ อาจเป็นความเข้าใจของผู้ใช้บริการ เช่น ผู้โดยสารอาจมีความเข้าใจที่ไม่เพียงพอเกี่ยวกับการใช้งานหรือการเข้าถึงข้อมูลในแอปพลิเคชัน หรือช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ อาจทำให้ผู้โดยสารไม่สามารถใช้งานอย่างเต็มประสิทธิภาพได้

ประเด็นที่ 4 นวัตกรรมที่สร้างคุณค่าด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ หรือการออกแบบเชิงพื้นที่

ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา ได้นำนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ประกอบด้วย การประหยัดพลังงานในอาคารผู้โดยสาร เน้นการออกแบบให้เป็นอาคารที่ประหยัดพลังงาน โดยใช้แสงสว่างจากภายนอกอาคารเพิ่มขึ้น ช่วยลดการใช้พลังงาน ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการบริหารจัดการสัตว์อันตรายในเขตการบิน การรับผิดชอบในการบริหารจัดการสัตว์อันตรายในเขตการบิน เช่น สุนัข โดยท่าอากาศยานฯ ได้มีความร่วมมือกับ ศูนย์ดูแลสุนัขจรจัดในเขตพื้นที่ทหารเรือสัตหีบ ในการรับเลี้ยงสุนัขที่จับได้ในเขตการบิน ช่วยลดความเสี่ยงจากสัตว์อันตรายและรักษาสีสิ่งแวดล้อมในเขตการบินได้เป็นอย่างดี การนำเสนอวัตกรรมการดังกล่าว เน้นไปที่การประหยัดพลังงาน และการรักษาสีสิ่งแวดล้อมที่มากขึ้น

ทั้งนี้ปัจจุบัน ท่าอากาศยานฯ มีนโยบายในการประหยัดพลังงาน รักษาสิ่งแวดล้อม รวมทั้งช่วยลดปริมาณ ก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกมาจากการใช้งานยานยนต์ โดยใช้ระบบจ่ายพลังงานในเขตการบินด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ การนำรถยนต์พลังงานไฟฟ้า รถยนต์ต้นแบบพลังงานไฮโดรเจน และรถยนต์ให้บริการอากาศยานพลังงานไฟฟ้า มาใช้ในบริเวณภายในท่าอากาศยานฯ โดยปัจจัยที่ส่งเสริมความสามารถในการให้บริการมูลค่าสูงด้วยนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เกิดจากนโยบายด้านพลังงานที่สนับสนุนการใช้พลังงานทดแทน และการลดการใช้พลังงานที่มาจากแหล่งพลังงานที่ไม่นิ่งหรือหนึ่ง และส่งเสริมการนำเสนอวัตกรรมการที่เกี่ยวข้องกับพลังงาน และปัจจัยที่จำกัดความสามารถในการให้บริการ คือต้นทุนการใช้พลังงานทดแทน

การวิเคราะห์ความสามารถในการให้บริการมูลค่าสูงของท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1 พบว่า ในปัจจุบัน ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา มีศักยภาพหรือความสามารถในการให้บริการมูลค่าสูงแก่ผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดี

ตารางที่ 1 ศักยภาพการให้บริการมูลค่าสูงด้วยนวัตกรรมของท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา

หัวข้อ/ประเด็น	ความสามารถ/ความพร้อม	ปัจจัยส่งเสริม/จำกัด
1. การบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ท่าอากาศยานฯ มีการทำงานร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการให้บริการ เช่น สายการบิน บริษัทให้บริการภาคพื้นดิน ร้านค้า รถเช่า เป็นต้น	<u>ปัจจัยส่งเสริม:</u> การให้บริการต่าง ๆ อยู่ภายใต้ระบบนิเวศที่ต้องทำงานร่วมกัน จึงง่ายต่อการบูรณาการ การทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ <u>ปัจจัยจำกัด:</u> ความล่าช้าในการทำงานที่อาจเกิดขึ้น เนื่องจากต้องเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน
2. นวัตกรรมที่สร้างคุณค่าด้านกระบวนการ	ท่าอากาศยานฯ นำระบบ One ID, Self-service, Auto Gate และ Off Airport Check-in มาใช้ในกระบวนการให้บริการผู้โดยสาร เพื่อลดระยะเวลาการรอคอย และเพิ่มความสะดวกสบาย	<u>ปัจจัยส่งเสริม:</u> นโยบายพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการที่ทันสมัย <u>ปัจจัยจำกัด:</u> ความสามารถในการเข้าถึงนวัตกรรม และความเสี่ยงด้านความปลอดภัยการบิน

หัวข้อ/ประเด็น	ความสามารถ/ความพร้อม	ปัจจัยส่งเสริม/จำกัด
3. นวัตกรรมที่สร้างคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	ท่าอากาศยานฯ มีผลิตภัณฑ์และบริการที่เพิ่มคุณค่า ได้แก่ การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือ การนำเสนอ Augmented Reality (AR) ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) และสร้างบริการมูลค่าสูง สร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ	<u>ปัจจัยส่งเสริม:</u> นโยบายพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ทันสมัย <u>ปัจจัยจำกัด:</u> ความเข้าใจนวัตกรรมของผู้ใช้บริการ
4. นวัตกรรมที่สร้างคุณค่าด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ	ท่าอากาศยานฯ มีการใช้พลังงานทดแทน และการบริหารจัดการสัตว์อันตรายในพื้นที่เขตการบิน	<u>ปัจจัยส่งเสริม:</u> นโยบายด้านพลังงาน <u>ปัจจัยจำกัด:</u> ต้นทุนการใช้พลังงานทดแทน

อภิปรายผล

ความสามารถในการให้บริการมูลค่าสูงของท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา

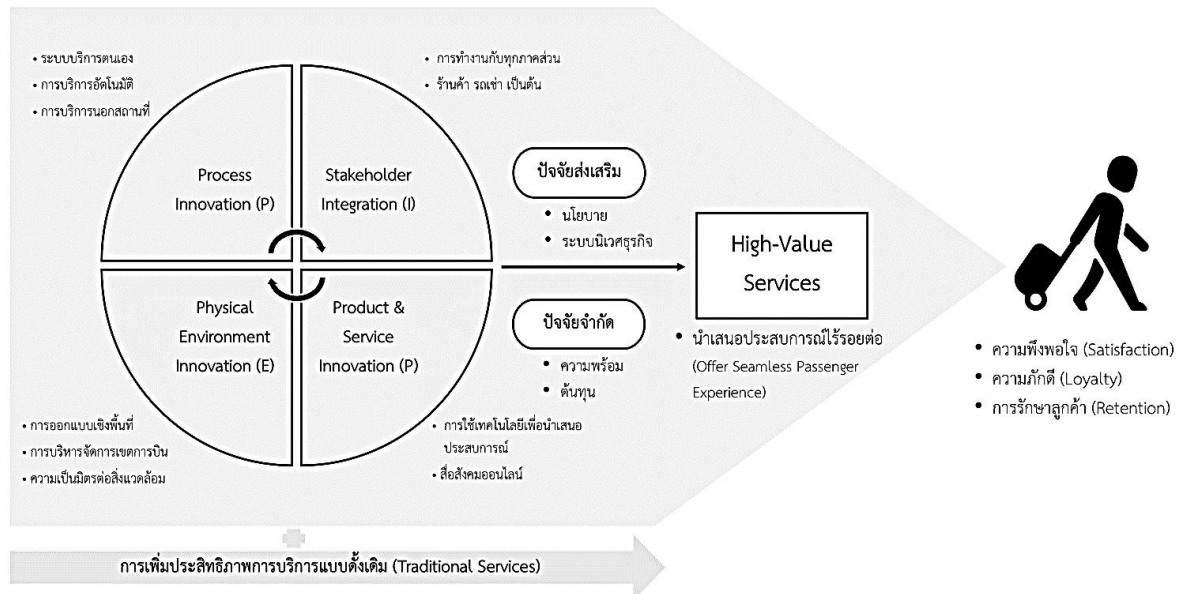
ผลการวิจัย พบว่า ท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภาอยู่ในระหว่างการพัฒนากระบวนการให้บริการผู้โดยสารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้โดยสาร แนวโน้ม และสถานการณ์ในอุตสาหกรรมการบินในปัจจุบัน โดยมีการมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำให้แก่ผู้โดยสาร (Passenger Experience) ผ่านกระบวนการที่ราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่ขั้นตอนเริ่มต้นจนถึงสิ้นสุด อย่างไร้รอยต่อ ซึ่งแตกต่างจากการให้บริการในอดีตที่มุ่งเน้นเพียงจุดใดจุดหนึ่ง หรือเฉพาะในส่วนที่ท่าอากาศยานรับผิดชอบเท่านั้น ในปัจจุบัน ท่าอากาศยานฯ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการให้บริการมูลค่าสูงผ่านการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในกระบวนการให้บริการผู้โดยสารอย่างครอบคลุม โดยไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะการให้บริการที่มีการปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับผู้โดยสาร หรือการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สามารถบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพเพียงอย่างเดียว แต่ยังพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ กระบวนการในการส่งมอบการให้บริการ และการบูรณาการการทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน

ท่าอากาศยานฯ มีการบูรณาการการทำงานร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น สายการบิน ผู้ประกอบการให้บริการภาคพื้นดิน และผู้ประกอบการร้านค้าและร้านอาหาร เป็นต้น เพื่อให้สามารถส่งมอบการบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดีได้อย่างมีประสิทธิภาพ การทำงานร่วมกันของท่าอากาศยานกับสายการบินและบริษัทผู้ให้บริการภาคพื้นดิน เช่น การให้บริการเช็คอินนอกสถานที่ (Off-Airport Check-in) เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการทำงานร่วมกันที่ช่วยลดเวลาการรอคอยในสนามบินและเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ผู้โดยสาร โดยเฉพาะในกลุ่มที่คาดหวังประสบการณ์การเดินทางที่ราบรื่นและมีความสะดวกสูง และพบว่า ท่าอากาศยานฯ มีการเตรียมความพร้อมในการให้บริการมูลค่าสูงแก่ผู้โดยสารในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นวัตกรรมด้านกระบวนการ และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ที่เน้นการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาพัฒนาและประยุกต์ใช้ เป็นการลดความซับซ้อนของกระบวนการบริการต่าง ๆ ภายในท่าอากาศยาน เช่น ระบบยืนยันตัวตนเดียว (One ID) ที่ช่วยลดขั้นตอนในการตรวจสอบตัวตนของผู้โดยสาร การพัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการบริการด้วยตนเอง (Self-service) ที่ช่วยให้ผู้โดยสารสามารถดำเนินการต่าง ๆ ด้วยตนเองได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ โดยไม่ต้องพึ่งพาพนักงาน เช่น การเลือกที่นั่งและการพิมพ์บัตรขึ้นเครื่องบิน หรือระบบประตูอัตโนมัติ (Auto Gate) ที่ช่วยให้กระบวนการตรวจสอบความปลอดภัยเป็นไปอย่างรวดเร็วมากขึ้น รวมถึงระบบเทคโนโลยีที่นำข้อมูลเสมือนมาผสมผสานกับโลกความเป็นจริง (Augmented Reality - AR) ที่ช่วยในการแนะนำ

ตำแหน่งและเส้นทางภายในอาคารผู้โดยสาร สามารถเพิ่มความสะดวกสบาย ทั้งนี้การให้บริการของท่าอากาศยาน ที่เน้นการใช้เทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสารได้ (Bezerra & Gomes, 2015) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Suwannakul (2021) พบว่า ความพร้อมทางด้านเทคโนโลยี ของธุรกิจการบินด้านต่าง ๆ เช่น ด้านนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการของท่าอากาศยาน สำหรับนวัตกรรมการออกแบบเชิงพื้นที่ ท่าอากาศยานฯ ได้มีใช้นวัตกรรมต่าง ๆ ที่มุ่งเน้นการประหยัดพลังงานและการ รักษาสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม นวัตกรรมที่มีอยู่ยังไม่ครอบคลุมการให้บริการมูลค่าสูงทั้งหมด เช่น การพัฒนาระบบ การคมนาคมขนส่งเข้าและออกจากท่าอากาศยานที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะท่าอากาศยานเพิ่งกลับมา เปิดบริการยังไม่เต็มรูปแบบ หลังการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 รวมถึงอยู่ในระหว่างการพัฒนา ขีดความสามารถ เพื่อเป็นท่าอากาศยานพาณิชย์หลักแห่งที่ 3 ของประเทศไทย ยกระดับเป็นศูนย์กลางการบิน ภาคตะวันออกและพัฒนาพื้นที่โดยรอบให้เป็นเมืองการบินภาคตะวันออก ภายใต้โครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานหลัก ของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก และผลการวิจัยยังพบว่า ท่าอากาศยานมีปัจจัย ส่งเสริมความสามารถในการให้บริการมูลค่าสูงที่สำคัญ คือ นโยบายของหน่วยงานที่สอดคล้องกับสถานการณ์และแนวโน้ม ของอุตสาหกรรมการบินในปัจจุบัน เช่น นโยบายพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ทันสมัย นโยบาย ด้านพลังงาน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ท่าอากาศยานฯ ยังมีข้อจำกัดในด้านความสามารถในการเข้าถึงนวัตกรรม และ ความเสี่ยงด้านความปลอดภัยการบิน ความเข้าใจของผู้ใช้บริการ และต้นทุนการใช้พลังงานทดแทน

ถึงแม้ว่าท่าอากาศยานนานาชาติอยู่ตะเภาจะมีความสามารถในการนำเสนอนวัตกรรมที่ทันสมัยในการให้บริการ มูลค่าสูง ควรให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหาเรื่องการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้โดยสารรายได้ดีบางกลุ่ม โดยเฉพาะ กลุ่มผู้สูงอายุและผู้พิการ ที่อาจพบความยุ่งยากในการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ แม้ว่าจะช่วยเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ ผู้โดยสารในกลุ่มที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี แต่กลับกลายเป็นอุปสรรคสำหรับผู้โดยสารกลุ่มที่ไม่ถนัดการใช้งาน นอกจากนี้ ความซับซ้อนของระบบอาจทำให้เกิดความสับสนและความไม่สะดวกในกระบวนการเช็คอินหรือการให้บริการภายใน สนามบิน การให้บริการเช็คอินนอกสถานที่ยังเพิ่มความเสี่ยงด้านความปลอดภัย เนื่องจากมาตรการตรวจสอบ ความปลอดภัยที่เข้มงวดอาจทำได้ยากขึ้น เมื่อมีการเช็คอินในสถานที่ที่ไม่ได้มีมาตรฐานความปลอดภัยเช่นเดียวกับ ในสนามบิน อีกทั้ง การให้บริการด้วยเทคโนโลยีเหล่านี้ยังอาจไม่ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้โดยสารที่ต้องการบริการ แบบดั้งเดิม ซึ่งอาจส่งผลให้ความพึงพอใจลดลง การให้คำแนะนำ การเพิ่มความเข้าใจในเทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้แก่ผู้โดยสาร จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยลดปัญหาการเข้าถึงบริการที่ทันสมัยเหล่านี้ (Bezerra & Gomes, 2015) โดยที่การพัฒนา การบริการมูลค่าสูงด้วยนวัตกรรม ควรมุ่งเน้นที่ความสามารถรองรับผู้โดยสารทุกกลุ่ม เพื่อให้บริการนั้นสามารถเข้าถึงและ ตอบสนองต่อความต้องการของผู้โดยสารทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม

จากข้อค้นพบที่ได้มาจากการวิเคราะห์ศักยภาพการให้บริการมูลค่าสูงของท่าอากาศยานนานาชาติอยู่ตะเภา สามารถนำเสนอรูปแบบหรือแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการมูลค่าสูง เพื่อให้ท่าอากาศยานอื่น ๆ นำไปประยุกต์ใช้ ในการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับผู้โดยสารกลุ่มต่าง ๆ ในรูปแบบกลยุทธ์ PIPE⁺ (ไปป์พลัส) ที่ประกอบไปด้วย 5 มิติ ได้แก่ P คือ นวัตกรรมที่สร้างคุณค่าด้านกระบวนการ (Process Innovation) I คือ การบูรณาการการทำงานร่วมกัน ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Integration) P คือ นวัตกรรมที่สร้างคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service Innovation) E คือ นวัตกรรมที่สร้างคุณค่าด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment Innovation) และ + คือ ปัจจัยส่งเสริมและจำกัด (Promoting and Limiting Factors) พร้อมกับการเพิ่ม ประสิทธิภาพการบริการแบบดั้งเดิม (Traditional Services) อย่างต่อเนื่อง แสดงเป็นแผนภาพ ได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 กลยุทธ์การให้บริการมูลค่าสูง PIPE+ สำหรับท่าอากาศยาน (High-Value Services PIPE+ Model for Airport)
ที่มา: คณะผู้วิจัย

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

การให้บริการมูลค่าสูงด้วยนวัตกรรมของท่าอากาศยานนานาชาติอยู่ตะเภา สำหรับผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดี ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยการให้บริการมูลค่าสูงในทุกมิติ เน้นให้บริการตั้งแต่ต้นจนจบอย่างไร้รอยต่อเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้โดยสาร (Passenger Experience) เนื่องจากผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดีมีพฤติกรรมและความคาดหวังต่อการให้บริการมากกว่ากลุ่มอื่น ให้ความสำคัญต่อการบริการที่ราบรื่น มีประสิทธิภาพ และปลอดภัยมากขึ้น รวมถึงปัจจัยการเข้าถึงสนามบินที่มีระบบการขนส่งสาธารณะที่สะดวกจะส่งผลต่อประสบการณ์ที่ดีของผู้โดยสาร (วีรชัย บุญญาพัฒนาพงศ์ และ ไพฑูรย์ มนต์พานทอง, 2565) ทั้งนี้ประสบการณ์ผู้โดยสารในเชิงบวก จะสามารถสร้างความพึงพอใจ ความภักดี และการรักษาไว้ซึ่งลูกค้าหรือผู้โดยสารกลุ่มนี้ได้ ในระยะแรก ผู้ประกอบการท่าอากาศยานควรมุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการขนส่งทางในท้องถิ่น เช่น รถบัสสนามบิน หรือการบริการแท็กซี่ เป็นต้น เพื่อเชื่อมต่อท่าอากาศยานกับในเมืองและสถานที่ท่องเที่ยวหลัก อาจสามารถทำได้โดยการประสานงานกับผู้ประกอบการขนส่งสาธารณะในท้องถิ่น เพื่อสร้างเส้นทางขนส่งที่เชื่อมต่อสนามบินกับสถานที่ต่าง ๆ รวมทั้งหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง อาจพิจารณาให้อนุญาตให้ใช้การขนส่งสาธารณะ เพื่อให้มีบริการเชื่อมต่อระหว่างสนามบิน สำหรับเส้นทางหรือพื้นที่ที่เฉพาะเจาะจง

ท่าอากาศยานฯ ควรนำต้นแบบนวัตกรรมบริการมูลค่าสูงระดับสากล มาปรับใช้พัฒนาเพื่อยกระดับและเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการให้ดียิ่งขึ้น และควรพิจารณาองค์ประกอบปัจจัยการให้บริการมูลค่าสูงในแต่ละด้าน เนื่องจากบริการของสนามบินเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่สุด ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริการของผู้โดยสาร และผู้ประกอบการสนามบินควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคารผู้โดยสาร เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้โดยสาร รวมทั้งสร้างความพึงพอใจอีกด้วย (Suwannakul et al., 2024) เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ใช้บริการที่ให้ความสำคัญแตกต่างกันได้ โดยพิจารณาตามลำดับความสำคัญการพัฒนาเป็นรายด้าน

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัย พบประเด็นที่น่าสนใจสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนา และปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านการบริการมูลค่าสูงด้วยนวัตกรรมของท่าอากาศยาน ดังนี้

1) การพัฒนาระบบบริการที่เข้าถึงได้ง่ายและมีความปลอดภัยสูง: ควรมีการออกแบบระบบบริการที่คำนึงถึงผู้โดยสารทุกกลุ่ม โดยเฉพาะผู้สูงอายุและผู้พิการที่อาจประสบปัญหาในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น การเช็คอินนอกสถานที่และระบบ Self-service ซึ่งการพัฒนาระบบที่เข้าถึงได้ง่าย จะช่วยลดปัญหาในการใช้งานและเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสารทุกคน นอกจากนี้ ควรเพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยในขั้นตอนการเช็คอินนอกสถานที่ เพื่อให้ผู้โดยสารมั่นใจในความปลอดภัยของการเดินทาง

2) การให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ แก่ผู้โดยสาร: ควรมีการจัดทำแคมเปญหรือกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น แอปพลิเคชันมือถือและระบบ AR เพื่อให้ผู้โดยสารมีความมั่นใจและสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดทำคู่มือการใช้งานหรือวิดีโอแนะนำวิธีใช้งานจะช่วยให้ผู้โดยสารสามารถใช้งานนวัตกรรมเหล่านี้ได้อย่างคล่องตัว

3) การประเมินและปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่อง: ควรมีการประเมินความพึงพอใจของผู้โดยสารอย่างสม่ำเสมอเพื่อตรวจสอบและปรับปรุงการให้บริการให้ทันสมัยและตรงกับความต้องการของผู้โดยสารกลุ่มรายได้ดี เช่น การสำรวจความคิดเห็นหลังการให้บริการหรือการจัดทำแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจ ซึ่งจะช่วยให้ท่าอากาศยานสามารถปรับปรุงการให้บริการให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งต่อไปควรมุ่งเน้นไปการนำเสนอผลการวิจัยในเชิงปริมาณ รวมถึงมุ่งเน้นไปที่ที่ประชากรกลุ่มตัวอย่างเฉพาะที่เป็นผู้โดยสารชาวต่างชาติและกลุ่มรักสุขภาพ ทั้งในด้านความคาดหวัง การรับรู้ ความพึงพอใจ และความภักดีต่อท่าอากาศยาน เพื่อให้ทราบปัจจัยหลักที่มีผลต่อความพึงพอใจและความภักดีจนกลับมาใช้บริการใหม่ของผู้โดยสารทั้ง 2 กลุ่ม และสามารถพัฒนารูปแบบบริการมูลค่าสูงได้อย่างเหมาะสม สำหรับท่าอากาศยานฯ ที่จะยกระดับเป็นท่าอากาศยานนานาชาติเชิงพาณิชย์หลักแห่งที่ 3 ของประเทศไทย และเพื่อรองรับการเป็นเมืองการบินภาคตะวันออก และรองรับการเติบโตอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและเชิงสุขภาพในภูมิภาค

เอกสารอ้างอิง

- ฐิตา เอกกานนท์. (2563). *ภาคบริการไทย เปลี่ยนให้ปัง! ปรับให้โดน! Focus and Quick*. ธนาครแห่งประเทศไทย. จาก <https://content.botl.or.th/mm-info/BOTCollection/BOTFAQ/FAQ167.pdf>
- ทักษิณา แสนเย็น, วรวิมล เว้นบาป, วีระพันธ์ ช่วยประสิทธิ์, กุลธวัช ศรายุทธ และอาภาภรณ์ หาโສ. (2563). บทวิเคราะห์การรับบทวิเคราะห์การรับมือโรคโควิด 19: ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการบิน. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 3(2). 209-220.
- บริสุทธิ์ แสนคำ. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด 19. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ*, 4(1), 160-167.
- วีรชัย บุญญาพัฒนาพงศ์ และไพฑูรย์ มนต์พานทอง. (2565) ปัจจัยด้านการจัดการสนามบินที่ส่งผลต่อประสบการณ์ผู้โดยสารที่ใช้บริการสนามบินนานาชาติภูเก็ต. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 17(1), 147-158.
- สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2560). Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน. *วารสารไทยคู่ฟ้า*, 33, 1-43. จาก <https://spm.thaigov.go.th/FILEROOM/spm-thaigov/DRAWER004/GENERAL/DATA0000/00000368.PDF>

- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2562). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. จาก <https://www.eeco.or.th/th/high-value-and-medical-tourism-industries>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2563). *อุตสาหกรรมนวัตกรรม: โอกาสใหม่ของอุตสาหกรรมกลุ่ม 2nd Wave S-Curve ด้วย นวัตกรรมวัสดุ*. จาก https://intelligence.bussineseventsthailand.com/files/keyindustries/keyindustries_document1_a44861e9203695d7b990bce6a49f5d90.pdf
- Alremeithi, S. M., Kudus, N., & Hussein, S. A. (2022). The effectiveness of service innovation on service innovation performance in Abu Dhabi International Airport in UAE. *Journal of Positive School Psychology*, 6(3), 4777-4786.
- Argandoña, A. (2011). Stakeholder theory and value creation (Working paper WP-922). Navara, Spain: IESE Business School, University of Navara.
- Barney, J. B., & Arikan, A. M. (2005). The resource-based view: origins and implications. *The Blackwell handbook of strategic management*, 123-182. Retrieved from <https://doi.org/10.1111/b.9780631218616.2006.00006.x>
- Bezerra, G. C., & Gomes, C. F. (2015). The effects of service quality dimensions and passenger characteristics on passenger's overall satisfaction with an airport. *Journal of Air Transport Management*, 44, 77-81. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2015.03.001>
- Busch-Casler, J., Haubner, S., & Pinkwart, A. (2021). Employee involvement in innovation activities in hospitals: How perception matters. *Health Services Management Research*, 34(2), 70-79. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1177/0951484820943600>
- Caetano, M., Alves, C. J., & Alves, L. B. (2021). *Model for measuring airport innovation*. *Revista Brasileira de Inovação*, 20, e21012. Retrieved from <https://doi.org/10.20396/rbi.v20i00.8661362>
- Fofana, F., Bazeley, P., & Regnault, A. (2020). Applying a mixed methods design to test saturation for qualitative data in health outcomes research. *PloS one*, 15(6), e0234898. Retrieved from <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0234898>
- Giannopoulos, A., Skourtis, G., Kalliga, A., Dontas-Chrysis, D. M., & Paschalidis, D. (2020). Co-creating high-value hospitality services in the tourism ecosystem: Towards a paradigm shift?. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 6(2), 3-11. Retrieved from <http://doi.org/10.5281/zenodo.3822065>
- Hagedoorn, J., Lokshin, B., & Malo, S. (2018). Alliances and the innovation performance of corporate and public research spin-off firms. *Small Business Economics*, 50, 763-781. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9894-2>
- Heinonen, K., & Strandvik, T. (2020). Reframing service innovation: COVID-19 as a catalyst for imposed service innovation. *Journal of service management*, 32(1), 101-112. <https://doi.org/10.1108/JOS-M-05-2020-0161>
- Hennink, M., & Kaiser, B. N. (2022). Sample sizes for saturation in qualitative research: A systematic review of empirical tests. *Social science & medicine*, 292, 114523. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.socsci-med.2021.114523>

- Hong, S. J., Choi, D., & Chae, J. (2020). Exploring different airport users' service quality satisfaction between service providers and air travelers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101917.
- Kilic, S., Üçler, Ç., & Martin-Domingo, L. (2021). Innovation at airports: A systematic literature review (2000–2019). *Aviation*, 25(3), 101-120. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3846/aviation.2021.14917>
- Kourtis, E., Kourtis, M., Curtis, P., & Hantias, M. (2022). Sustainable business growth, value creation and dynamic competitive advantage: the Greek pharmaceutical industry. *European Research Studies Journal*, 25(2), 46 – 79. <https://doi.org/10.35808/ersj/2906>
- Lopes, J. M., Gomes, S., Pacheco, R., Monteiro, E., & Santos, C. (2022). Drivers of sustainable innovation strategies for increased competition among companies. *Sustainability*, 14(9), 5471. <https://doi.org/10.3390/su14095471>
- Ma, G., Ding, Y., & Ma, J. (2022). The impact of airport physical environment on perceived safety and domestic travel intention of Chinese passengers during the COVID-19 pandemic: The mediating role of passenger satisfaction. *Sustainability*, 14(9), 5628. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3390/su14095628>
- Medvedev, A., Alomar, I., & Augustyn, S. (2017). Innovation in airport design. *Aviation*, 21(1), 23-28. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3846/16487788.2017.1303542>
- Murat Ar, I., & Baki, B. (2011). Antecedents and performance impacts of product versus process innovation: Empirical evidence from SMEs located in Turkish science and technology parks. *European journal of innovation management*, 14(2), 172-206. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/14601061111124885>
- Nahlik, A. M., Kentula, M. E., Fennessy, M. S., & Landers, D. H. (2012). Where is the consensus? A proposed foundation for moving ecosystem service concepts into practice. *Ecological economics*, 77, 27-35. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2012.01.001>
- OECD/Eurostat. (2018). Oslo Manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation, the measurement of scientific, technological and innovation activities. OECD Publishing. Retrieved from https://www.oecd.org/en/publications/oslo-manual-2018_9789264304604-en.html
- Olya, H., Altinay, L., & De Vita, G. (2018). An exploratory study of value-added services. *Journal of Services Marketing*. 32(3). 334-345. Retrieved from DOI: 10.1108/JSM-12-2016-0415
- Orfila-Sintes, F., & Mattsson, J. (2009). Innovation behavior in the hotel industry. *Omega*, 37(2), 380-394. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.omega.2007.04.002>
- Patrício, L., Gustafsson, A., & Fisk, R. (2018). Upframing service design and innovation for research impact. *Journal of Service Research*, 21(1), 3-16. <https://doi.org/10.1177/1094670517746780>
- Sim, J., Saunders, B., Waterfield, J., & Kingstone, T. (2018). Can sample size in qualitative research be determined a priori?. *International journal of social research methodology*, 21(5), 619-634. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1080/13645579.2018.1454643>

- Suwannakul, E. (2021). Role of technology readiness in airline passengers' perceptions of self-service technology quality. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 10(2), 670-681. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-125>
- Suwannakul, E., Khetjenkarn, S., & Wichaidit, S. (2024). Examining service gaps and passengers' perceived service performance of Thailand's regional airports: A comparative analysis of different characteristics. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 13(1), 142-148. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.46222/ajhtl.19770720.491>
- Türeli, N. Ş., Durmaz, V., Bahçecik, Y. S., & Akay, S. S. (2019). An analysis of importance of innovative behaviors of ground handling human resources in ensuring customer satisfaction. *Procedia Computer Science*, 158, 1077-1087. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.149>
- Valkokari, K. (2015). Business innovation and knowledge ecosystems: How they differ and how to survive and thrive within them. *Technology Innovation Review*, 5(8), 17-24. Retrieved from DOI:10.22215/timreview/919
- Well, T. (2021). How it works - Value added services: Example and importance. Retrieved from <https://taylorwells.com.au/value-added-services-examp>
- Zehrer, A., Muskat, B., & Muskat, M. (2016). Innovation in tourism firms. In *Competence-based innovation in hospitality and tourism* (pp. 81-93). Routledge. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/281278300_Innovation_in_Tourism_Firms

Translated Thai References

- Bunyapattanapong, W. & Monpanthong, P. (2022). Airport Management Factors Affecting the Passenger Experience at Phuket International Airport. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 17(1), 147-158. (in Thai)
- Eastern Economic Corridor (EEC). (2019). Business Opportunity - High-Value and Medical Tourism. Retrieved from <https://www.eeco.or.th/th/high-value-and-medical-tourism-industries>. (in Thai)
- getDetail&cateMenu=KNOWLEDGE&catelId=42&itemId=238 (in Thai)
- Krungthai Bank. (2015). New targeted industries, the driver of economic mechanism for the future. Retrieved from <https://sme.krungthai.com/sme/productListAction.action?command=>
- Saenkam, B. (2021). The behavior of Thai tourists after COVID 19 situations. *Journal of Liberal Arts and Service Industry*, 4(1), 160-167. (in Thai)
- Seanyen, T., Wentbap, W., Chuayprasit, W., Srayudh, K., & Hasoh, A. (2020). Analysis of Dealing with COVID-19: The Impact on Aviation Industry. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 3(2), 209-220. (in Thai)

- The Secretariat of the Prime Minister. (2017). Thailand 4.0, Driving the Future to Stability, Prosperity, Sustainability. *Thaikhufah*, 33, 1-43. Retrieved from <https://spm.thaigov.go.th/FILEROOM/spm-thaigov/DRAWER004/GENERAL/DATA0000/00000368.PDF> (in Thai)
- Tita, P. (2020). Thailand Hospitality, change it, adjust to strike!. Focus and Quick. Bank of Thailand. Retrieved from <https://content.botlc.or.th/mm-info/BOTCollection/BOTFAQ/FAQ167.pdf> (in Thai)