



คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ



JOURNAL OF
BUSINESS
AND
SOCIETY INNOVATION

วารสารนวัตกรรมทางธุรกิจและสังคม

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2567

Vol. 1 (1), January - April 2024

ISSN 3027-8228 (Online)

BUSINESS SCHOOL, RAJAMANGALA OF UNIVERSITY TECHNOLOGY KRUNGTHAP



ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2567

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ที่มีความเป็นต้นฉบับ (Originality) ซึ่งได้จากการวิจัย หรือการทบทวนวรรณกรรม อันเป็นประโยชน์ทั้งในการพัฒนาองค์ความรู้ และนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมทั้งทางธุรกิจและสังคม

2. เพื่อส่งเสริมให้นักวิชาการทั้งภายในและภายนอกมีแหล่งเผยแพร่ผลงานวิชาการที่มีคุณภาพ

3. เพื่อเป็นแหล่งในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเชิงวิชาการกับคณาจารย์ภายนอก

4. เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลงานของคณาจารย์ภายในมหาวิทยาลัย

นโยบายและขอบเขตการตีพิมพ์

วารสารมีการรับตีพิมพ์ในด้านต่างๆ ได้แก่ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ การสื่อสารภาษาอังกฤษ เศรษฐศาสตร์ ธุรกิจระหว่างประเทศ รัฐศาสตร์ กฎหมาย การจัดการ การบริหารทรัพยากรบุคคล การเงิน การบัญชี โลจิสติกส์ เทคโนโลยีสารสนเทศ สาขาวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ธุรกิจการบิน ธุรกิจสหสัมพันธ์ การท่องเที่ยวการโรงแรม และสาขาวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการพิจารณาบทความ

บทความทุกเรื่องที่ตีพิมพ์ได้จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตามเกณฑ์ที่กำหนดในลักษณะปกปิดข้อมูลทั้งสองฝ่าย (Double-blind peer review)

กำหนดออก : วารสารตีพิมพ์ 3 ฉบับต่อปี ดังนี้

ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน)

ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม)

ฉบับที่ 3 (กันยายน - ธันวาคม)

เจ้าของวารสาร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ จันทน์โบล

รองบรรณาธิการ

ดร.นิติรัฐ มาลีวัตร

ออกแบบปก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อธิยุต ทัดตมณัส

เว็บไซต์วารสาร

<https://so14.tci-thaijo.org/index.php/J-BSI/index>

บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่มีประสบการณ์
บทความหรือข้อความที่เขียนลงในวารสารเป็นความคิดเห็นของผู้แต่ง ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับคณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพแต่อย่างไร
ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.พิชัย จันทน์มณี

อธิการบดี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

กองบรรณาธิการภายในมหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ โสภณธรรมภาณ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูริวัตร คัมภีร์ภาพพัฒน์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ดร.สมศักดิ์ บุตรสาคร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ดร.คุณากร ไวยวุฒิ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ดร.ปรมินทร์ โฆษิตกุลพร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ดร.จินตนา พลศรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ดร.ภัทริยา ศรีสุข

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ดร.เพ็ญจันทร์ แสงอาวุธ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ดร.ปริญญา สีม่วง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ดร.กฤษณา กิมเล่งจิ๋ว

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ดร.อิทธิพันธ์ วรรณสุริยะ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ดร.สุพัฒนา เตโชชลาลัย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ดร.ณภัทร ดีมาก

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

กองบรรณาธิการภายนอกมหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.มนตรี สังข์ทอง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

รองศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ รัตนสิทธิ์

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวัต ลิ้มป้าณิชย์กุล

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒน์ พิสิษฐเกษม

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติมา ไชยะกุล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวรัตน์ แสงวิภาค

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติยา ทศนะบรรจง

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พร้อมพร ภูวดิน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิญญู ปรอยกระโทก

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญ์ บุญแซม

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรรัตน์ ไทตระไวศยะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ ศักดิ์ศิริฤทัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรวิทย์ เลิศไทยตระกูล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รพี อุซชิน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทิ สุทธิการณณัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพันธ์ เขจรนันท์
ดร. พิพัทธเวช วันนารี
ดร.จุมพจ บริราช
ดร.อภิรดา นามแสง
ดร.วราภรณ์ เต็มแก้ว
ดร. วิทยา อรุณศิริเพชร
ดร. ศรินธร เอียบศิริเมธี
ดร.สุรศักดิ์ จำรัสการ

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรัชญ์ บุญแซม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรรัตน์ ไทตระไวศยะ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หทัยพันธ์ สุนทรพิพิธ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พร้อมพร ภูวดิน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพปฎล ธาระวานิช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อธิยุต ทัดตมน์ส
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนกร ณรงค์วานิช
เรือโท ดร.วีระชัย โกสาแสง
ดร.คงศักดิ์ ชมชุม
ดร.สงกรานต์ ไชยหาวงศ์
ดร.วรินทร์ ปลั่งวัฒนะ
ดร.ศรียุญา คงเที่ยง
ดร.นิติรัฐ มาลีวัตร
ดร.นพดล เดชประเสริฐ
ดร. ศรินธร เอียบศิริเมธี
ดร. ชิตพงษ์ อัยสานนท์
อาจารย์สุรเทพ แป้นเกิด
อาจารย์ ทศนาวดี ไพโรจน์บริบูรณ์
อาจารย์ ณัฐพร ชื่นสุวรรณ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยทักษิณ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
สถาบันการbinพลเรือน
สถาบันการbinพลเรือน
มหาวิทยาลัยสยาม
วิทยาลัยนครราชสีมา
นักวิชาการอิสระ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้เชี่ยวชาญด้านขนส่งทางน้ำ และโลจิสติกส์
สถาบันการbinพลเรือน
สถาบันการbinพลเรือน
สถาบันการbinพลเรือน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
วิทยาลัยนครราชสีมา
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
มหาวิทยาลัยรังสิต
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมทางธุรกิจและสังคม (Journal of Business and Society Innovation) ของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ เป็นฉบับปฐมฤกษ์ ฉบับที่ 1 ปีที่ 1 ประจำเดือนมกราคม-เมษายน พ.ศ. 2567 ในฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 5 เรื่อง สำหรับบทความวิจัยในฉบับนี้ จะประกอบด้วยบทความวิจัย สาขาโลจิสติกส์ การจัดการธุรกิจการบิน การท่องเที่ยว โดยภาพรวมแล้วคาดหวังว่าผู้อ่านจะได้รับความรู้เพิ่มขึ้นจากสิ่งที่ค้นพบในบทความวิจัยที่ได้ตีพิมพ์ ในวารสารฉบับนี้ในนามของกองบรรณาธิการวารสารนวัตกรรมทางธุรกิจและสังคม ขอขอบคุณอาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาทุกท่าน ที่ให้ความสนใจต่อวารสารวิชาการของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพโดยส่งบทความวิจัยมาตีพิมพ์เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการเสริมความเข้มแข็งทางวิชาการให้กับสังคมและประเทศชาติ สิ่งที่ค้นพบจากงานวิจัย สามารถนำไปประยุกต์ได้ตามความเหมาะสมของบริบทปัญหาหรือเหตุการณ์ที่เผชิญหน้า ขอขอบคุณทีมงานวารสารทุกท่านที่ร่วมไม่ร่วมมือกันตั้งแต่ต้นทางจนถึงเกิดวารสารขึ้นมา สุดท้ายนี้ขอขอบคุณท่านคณบดี คณะบริหารธุรกิจ ในการส่งเสริมสนับสนุนในทุกๆอย่างจนสำเร็จทำ สำหรับท่านที่สนใจจะนำบทความวิจัยและบทความวิชาการมาตีพิมพ์เผยแพร่ให้ติดต่อกับกองบรรณาธิการตามที่อยู่ในเล่มวารสาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ จันทโหลบล
บรรณาธิการ

บทความวิจัย	สารบัญ	หน้า
● ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง กรณีศึกษาของบริษัท เอ บี ซี จำกัด ธวัช เลหาอรุณทัย และ ชิตพงษ์ อัยสานนท์		1
● สมรรถนะของพนักงานต้อนรับผู้โดยสารภาคพื้นที่ยี่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ ของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ อิชยาพร ช่วยชู		11
● ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมการบินของนักศึกษา สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบินและการขนส่ง วิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต ศุภสิน โสมดา อรัญญา พิสิษฐเกษม และ ทศนาวดี ไพโรจน์บริบูรณ์		27
● การศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสีเขียว ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ศรินธร เอื้อยศิริเมธี		38
● การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) ของผู้รับบริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพชรบุรีตัดใหม่ เกริกไชยพิสิฐ มีศีล และ ชิตพงษ์ อัยสานนท์		47

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง

กรณีศึกษาของบริษัท เอ บี ซี จำกัด

The Factors Influencing the Selection of Logistics Service Providers in Freight Transportation: A Case Study of Company ABC Limited

ธวัช เลหาอรุณทัย^{1*} และชิตพงษ์ อัยสานนท์²

Thawat Laohaarunotai¹ and Chitpong Ayasanond²

Received: February 17, 2024

Revised: February 23, 2024

Accepted: February 24, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการให้บริการขนส่งสินค้าของ บริษัท เอ บี ซี จำกัด 2) วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์กรณีของบริษัท เอ บี ซี จำกัด และ 3) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งของบริษัท เอ บี ซี จำกัด ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัท เอ บี ซี จำกัด ในช่วงเดือนตุลาคม ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 จำนวน 401 ราย กลุ่มตัวอย่างคำนวณขนาดโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 200 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม มีค่า IOC = 0.67 และ Cronbach's Alpha = 0.72 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัท ABC โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16, S.D. = 0.40) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.21, S.D. = 0.45) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านลักษณะองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.04, S.D. = 0.64) 2) ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการขนส่งสินค้าของ บริษัท เอ บี ซี โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16, S.D. = 0.40) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.21, S.D. = 0.45) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านลักษณะองค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.04, S.D. = 0.64) และปัจจัยด้านประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ด้านราคา และด้านลักษณะองค์กรผู้ให้บริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งอย่างมีนัยสำคัญ 0.01

คำสำคัญ: การให้บริการขนส่งสินค้า ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the opinion levels of entrepreneurs towards the transportation service of ABC Company Limited, 2) to analyze the opinion levels towards decision making in choosing ABC Company Limited as the logistics service provider, and 3) to study the factors influencing the decision to choose ABC Company Limited for logistics services in transportation. The population used in this research was 401 freight service users of ABC Company Limited during October to December 2022. Using Taro Yamane's formula at 95% confidence level, the sample size was 200. Purposive sampling was applied. Data was collected via a questionnaire with IOC = 0.67 and Cronbach's Alpha = 0.72. Data was analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The results found that 1) the overall opinion level of entrepreneurs towards the transportation service of ABC Company was high (mean = 4.16, S.D. = 0.40). The aspect with the highest mean was logistics efficiency and pricing (mean = 4.21, S.D. = 0.45). The aspect with the lowest mean was organizational characteristics (mean = 4.04, S.D. = 0.64). 2) Entrepreneurs had high opinion levels towards the transportation service of ABC Company (mean = 4.16, S.D. = 0.40). The aspect with the highest mean was logistics efficiency and pricing (mean = 4.21, S.D. = 0.45). The aspect with the lowest mean was organizational characteristics (mean = 4.04, S.D. = 0.64). And factors of logistics efficiency, price, and organizational characteristics of service providers had significant influence on the decision to choose logistics service providers for transportation.

1 นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ถนนอุทองนอก เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300

¹ Ph.D student, The collage of Hospitality management Suansunandha Rajabhat University, 1 Authong Nok rd, Bangkok 10300.

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี 16, 10 ถ. ทวีวัฒนา แขวงทวีวัฒนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170

² Faculty of Business Administration Bangkokthonburi University 16, 10 Thawi Watthana Road, Thawi Watthana District, Bangkok 10170

* Corresponding author. E-mail: 65584953002@ssru.ac.th

0.45), while the lowest was organizational characteristics (mean = 4.04, S.D. = 0.64). 2) The entrepreneurs had a high overall opinion level towards the transportation service of ABC Company (mean = 4.16, S.D. = 0.40). The aspect with the highest mean was logistics efficiency and pricing (mean = 4.21, S.D. = 0.45), while the lowest was organizational characteristics (mean = 4.04, S.D. = 0.64). 3) Logistics efficiency, pricing, and organizational characteristics of the service provider significantly influenced the decision to choose the freight logistics service provider at the 0.01 level.

Keywords: Transportation services, Logistics service provider, Logistics efficiency

บทนำ (Introduction)

การขนส่งสินค้าทางบกยังคงเป็นรูปแบบหลักของการขนส่งในประเทศไทย แม้ว่าจะมีต้นทุนค่าเชื้อเพลิงและค่าแรงค่อนข้างสูง แต่การขนส่งทางบกก็ยังมีความคล่องตัวและสะดวกสบาย อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักของการขนส่งทางบก คือ การพึ่งพาการขนส่งทางถนนมากเกินไป ส่งผลให้เกิดต้นทุนสูง (สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร, 2566) การขนส่งทางบกมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทย ในฐานะกลไกหลักในการเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมการขนส่งทางบกมีการแข่งขันสูง ทั้งด้านราคาและคุณภาพบริการ (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565; กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2566) ดังนั้น ผู้ให้บริการจำเป็นต้องพัฒนากลยุทธ์ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และรักษฐานลูกค้าเดิมพร้อมดึงดูดลูกค้าใหม่

จากงานวิจัยของธีรศักดิ์ สุภักดิ์ และศิริศักดิ์ ภูมิคุ้มกัน (2562) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ คุณภาพการให้บริการ ราคา และชื่อเสียงของผู้ให้บริการ (Theerakulpisut & Phumuangsuk, 2019) การเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งที่มีประสิทธิภาพมีความสำคัญ และจำเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เพราะช่วยให้สามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงเวลา ลดต้นทุน และเพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้า (Liu et al., 2019) Mavengere, (2021) ศึกษาบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศต่อคุณภาพบริการและความพึงพอใจของลูกค้า พบว่าเทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง Liu, Prajogo & Oke, (2022) ศึกษาอิทธิพลของเทคโนโลยีห่วงโซ่อุปทาน เช่น RFID, EDI และการเชื่อมต่อในห่วงโซ่อุปทานต่อพฤติกรรมการบริการโลจิสติกส์ พบว่าเทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและพฤติกรรมการบริการ ซึ่งมีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ Wong (2022) ศึกษาปัจจัยสำคัญในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านยาในตลาดเกิดใหม่ พบว่าคุณภาพบริการ ความรวดเร็ว ราคา และชื่อเสียงเป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ การศึกษาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า ปัจจัยด้านคุณภาพ ราคา และเทคโนโลยี ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งในปัจจุบัน

บริษัท เอ บี ซี จำกัด เป็นบริษัทผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง ที่ทำหน้าที่ในการขนส่งสินค้า วัตถุดิบ และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง โดยใช้ยานพาหนะทางบก (ณัฐพงศ์ สีสานบุญพงศ์, 2564) บริษัทขนส่ง เช่น บริษัท เอ บี ซี จำกัด เป็นส่วนสำคัญของห่วงโซ่อุปทาน เชื่อมโยงการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ช่วยให้อุตสาหกรรมสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ (Kannegiesser, 2008)

ในฐานะที่บริษัท เอ บี ซี จำกัด เป็นบริษัทผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งทางบก ซึ่งมีบทบาทสำคัญในห่วงโซ่อุปทานของประเทศ การรักษาฐานลูกค้าเดิมและดึงดูดลูกค้าใหม่จึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งนี้ จากการศึกษาของ Theerakulpisut & Phumuangsuk (2019) พบว่า ความน่าเชื่อถือ คุณภาพการให้บริการ ราคา และชื่อเสียง เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพบริการ ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า ดังนั้น บริษัท เอ บี ซี จำกัด ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้ เพื่อวางกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการให้บริการขนส่งสินค้าของ บริษัท เอ บี ซี จำกัด
2. วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์กรณีของบริษัท เอ บี ซี จำกัด
3. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งของบริษัท เอ บี ซี จำกัด

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการศึกษา (Methodology)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าของบริษัท เอ บี ซี จำกัด ในช่วงเดือนตุลาคม ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 จำนวน 401 ราย (รายงานประจำปีบริษัท เอ บี ซี จำกัด, 2566)

กลุ่มตัวอย่างคำนวณขนาดโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%การคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่าง = 200 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการให้บริการ ข้อมูลด้านการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ และข้อเสนอแนะ ซึ่งผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.67 และทดสอบความเชื่อมั่นโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.72 (ธีระศักดิ์ วิจิต, 2562)

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ ด้านราคา และด้านลักษณะองค์กร ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง (Liu et al., 2019; Mavengere, 2021)

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา ใช้วิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 และ 2 ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

สถิติอ้างอิง ใช้วิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Regression Coefficient) ของแต่ละตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม

ผลการศึกษา (Results)

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งของบริษัท เอ บี ซี จำกัด เป็นกรณีศึกษาที่นำเสนอข้อมูลและข้อเสนอแนะที่มีความสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์และการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์และการขนส่งปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละ ลักษณะของกิจการ

n=200

ลักษณะของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
บริษัทมหาชน	3	1.60	4
บริษัทจำกัด	129	64.30	1
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	62	29.40	2
เจ้าของคนเดียว	6	4.70	3

จากตารางที่ 1 พบว่า กิจการที่เป็นบริษัทจำกัดมีจำนวนมากที่สุด 129 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 64.30 รองลงมาเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 62 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 29.40 กิจการที่เป็นเจ้าของคนเดียวมีน้อยที่สุด จำนวน 6 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 4.70 กิจการที่เป็นบริษัทมหาชนมีจำนวนน้อยที่สุดเป็นอันดับ 4 จำนวน 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 1.60 สรุปได้ว่า กิจการส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด รองลงมาเป็นห้างหุ้นส่วนจำกัด โดยกิจการที่เป็นบริษัทมหาชนมีจำนวนน้อยที่สุด

ตารางที่ 2 จำนวน และร้อยละ เงินทุนจดทะเบียน

n=200

เงินทุนจดทะเบียน	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
ต่ำกว่า 1 ล้านบาท	1	0.80	4
1 - 50 ล้านบาท	143	71.40	1
51 - 100 ล้านบาท	37	18.30	2
มากกว่า 100 ล้านบาท	19	9.50	3

จากตารางที่ 2 พบว่า กิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 1 - 50 ล้านบาท มีจำนวนมากที่สุด 143 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 71.40 รองลงมา คือ กิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 51 - 100 ล้านบาท จำนวน 37 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18.30 กิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนมากกว่า 100 ล้านบาท มีจำนวน 19 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 9.50 กิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท มีน้อยที่สุด จำนวน 1 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 0.80 สรุปได้ว่า ส่วนใหญ่เป็นกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียน 1 - 50 ล้านบาท รองลงมาคือ 51 - 100 ล้านบาท โดยกิจการที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาทมีจำนวนน้อยที่สุด

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละ จำนวนพนักงานในบริษัท

n=200

จำนวนพนักงานในบริษัท	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
น้อยกว่า 50 คน	11	5.50	3
51-100 คน	38	19.00	2
101 คนขึ้นไป	151	75.50	1

จากตารางที่ 3 พบว่า กิจกรรมที่มีจำนวนพนักงาน 101 คนขึ้นไป มีจำนวนมากที่สุด 151 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 75.50 รองลงมา คือ กิจกรรมที่มีจำนวนพนักงาน 51-100 คน จำนวน 38 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 19.00 กิจกรรมที่มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีจำนวนน้อยที่สุด 11 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 5.50 สรุปได้ว่า ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่มีจำนวนพนักงาน 101 คนขึ้นไป รองลงมา คือ 51-100 คน โดยกิจกรรมที่มีพนักงานน้อยกว่า 50 คน มีจำนวนน้อยที่สุด

ตารางที่ 4 จำนวน และร้อยละ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

n=200

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
3-5 ปี	28	15.00	3
6-10 ปี	49	24.50	2
10 ปีขึ้นไป	123	61.50	1

จากตารางที่ 4 พบว่า กิจกรรมที่ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 10 ปีขึ้นไป มีจำนวนมากที่สุด 123 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมา คือ กิจกรรมที่ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 6-10 ปี จำนวน 49 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 24.50 กิจกรรมที่ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 3-5 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด 28 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 15.00 สรุปได้ว่า ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมที่ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 10 ปีขึ้นไป รองลงมา คือ 6-10 ปี โดยกิจกรรมที่ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 3-5 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการให้บริการขนส่งสินค้าของ บริษัท เอ บี ซี จำกัด

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัท เอ บี ซี จำกัด

n=200

ปัจจัยการให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัท เอ บี ซี จำกัด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
ด้านการให้บริการ	4.18	0.45	มาก	3
ด้านประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์	4.21	0.45	มากที่สุด	1
ด้านราคา	4.21	0.45	มากที่สุด	1
ด้านลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการ	4.04	0.64	มาก	4
รวม	4.16	0.40	มาก	

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัท เอ บี ซี จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16, S.D. = 0.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.21, S.D. = 0.45) ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับด้านประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ (ค่าเฉลี่ย 4.21, S.D. = 0.45) ด้านการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยรองลงมา (ค่าเฉลี่ย 4.18, S.D. = 0.45) ด้านลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (ค่าเฉลี่ย 4.04, S.D. = 0.64) ตามลำดับ สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัท เอ บี ซี จำกัด โดยเฉพาะด้านประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และด้านราคา อย่างไรก็ตาม บริษัทควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรให้ดียิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าต่อไป

3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์กรณีของบริษัท เอ บี ซี จำกัด

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

n=200

การตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
ท่านมีการค้นหาข้อมูลของผู้ให้บริการขนส่งสินค้าจากแหล่งต่าง ๆ ก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	4.18	0.91	มาก	6
ท่านมีการเปรียบเทียบผู้ให้บริการขนส่งสินค้าหลายรายก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	4.19	0.78	มาก	5
หากท่านพึงพอใจกับการให้บริการ ท่านจะเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าจากผู้ให้บริการรายเดิมอีก	4.38	0.92	มากที่สุด	4
ท่านมีการแนะนำผู้ให้บริการขนส่งสินค้าที่ท่านพึงพอใจให้กับบุคคลอื่น	4.58	0.60	มากที่สุด	1
เมื่อมีความจำเป็นต้องใช้บริการขนส่งสินค้า ท่านจะพิจารณาเลือกใช้บริการจากผู้ให้บริการรายเดิมก่อน	4.44	0.89	มากที่สุด	2
หลังการใช้บริการขนส่งสินค้าแล้วเสร็จ ท่านมีการประเมินผลการใช้บริการของผู้ให้บริการขนส่งสินค้า	4.44	0.73	มากที่สุด	2
รวม	4.37	0.55	มากที่สุด	

จากตารางที่ 6 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.37, S.D. = 0.55) ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การแนะนำผู้ให้บริการให้กับบุคคลอื่น (ค่าเฉลี่ย 4.58, S.D. = 0.60) ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจ (ค่าเฉลี่ย 4.18, S.D. = 0.91) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทุกตัวแปรมีค่าไม่มาก แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นสอดคล้องกันในระดับหนึ่ง โดยสรุป ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในระดับมากที่สุด

4. วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งของบริษัทเอ บี ซี จำกัด

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง

ตัวแปร	การตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง			
	B	Std.Error	t	Sig.
ค่าคงที่	4.85	0.45	10.77	0.000*
ด้านการให้บริการ	-0.02	0.10	-0.23	0.821
ด้านประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์	-0.50	0.11	-4.61	0.000*
ด้านราคา	-0.48	0.10	-4.78	0.000*
ด้านลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการ	0.93	0.09	10.56	0.000*

หมายเหตุ: $R^2 = 0.520$, $AR^2 = 0.504$, $F = 32.81$, $*p < 0.01$

จากตารางที่ 7 พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) และค่า p-value (Sig) ที่มีความสำคัญทางสถิติเพื่อการตัดสินใจในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง ดังนี้ ด้านลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการ ($B = 0.93$, $Sig < 0.01$) ด้านราคา ($B = -0.48$, $Sig < 0.01$) ด้านประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ ($B = -0.50$, $Sig < 0.01$)

จากการวิเคราะห์และสรุปผล พบว่าลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ มีผลมากที่สุดต่อการตัดสินใจ ตามด้วยราคาและประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ สามารถเขียนสมการเชิงเส้นหลายตัวแปรเพื่อพยากรณ์ผลการตัดสินใจในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งได้ดังนี้

$$Y = B_0 + 0.93X_1 - 0.48X_2 - 0.50X_3$$

เมื่อ Y คือผลการตัดสินใจในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง

B_0 คือค่าคงที่ (intercept) หรือค่า Y เมื่อ X_1 , X_2 , X_3 ทุกตัวมีค่าเป็นศูนย์

X_1 คือด้านลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการโลจิสติกส์

X_2 คือด้านราคา

X_3 คือด้านประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์

อภิปรายผล (Discussion)

จากผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกิจการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานาน สอดคล้องกับงานวิจัยของอริศรา อ่วมธานี และคณะ (2565) ที่พบว่า ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานาน การที่กลุ่มตัวอย่างเป็นบริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมสะท้อนให้เห็นว่า ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ในประเทศไทยยังคงพึ่งพาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นสำคัญ สอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564)

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อการให้บริการขนส่งสินค้าของบริษัท เอ บี ซี จำกัด จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการของบริษัท เอ บี ซี จำกัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ และด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lai et al. (2022) ที่พบว่า ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์และราคาที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการ กล่าวคือ หากผู้ให้บริการขนส่งสามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงต่อเวลาลดความเสียหายระหว่างการขนส่ง และเสนอราคาที่เหมาะสม จะช่วยให้ผู้ประกอบการตัดสินใจเลือกใช้บริการ งานวิจัยของ Sohn et al. (2022) ยังพบว่า คุณภาพการให้บริการที่ดีเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งของลูกค้า โดยเฉพาะการให้บริการที่ตรงต่อเวลา บุคลากรมีความชำนาญ และระบบติดตามสถานการณ์จัดส่งที่มีประสิทธิภาพ งานวิจัยของ Lee (2020) และ Lin (2021) ยังได้สนับสนุนว่า คุณภาพการให้บริการและชื่อเสียงขององค์กรเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของลูกค้า ดังนั้น บริษัทควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้กับลูกค้า

3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์กรณีของบริษัท เอ บี ซี จำกัด จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะการแนะนำผู้ให้บริการที่ตนเองพึงพอใจให้กับบุคคลอื่น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee (2022) ที่พบว่า การแนะนำมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์มากที่สุด เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการแนะนำจากบุคคลอื่น กล่าวคือ หากลูกค้ามีประสบการณ์ที่ดีกับการใช้บริการโลจิสติกส์ ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะแนะนำบริษัทผู้ให้บริการรายนั้นๆ ให้กับเพื่อนหรือคนรู้จักต่อไป ซึ่งเป็นการ

สื่อสารแบบปากต่อปากที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ลูกค้ารายอื่นๆ เกิดการรับรู้และมีแนวโน้มเลือกใช้บริการมากขึ้น งานวิจัยของ Ali et al. (2021) ยังพบว่า ชื่อเสียงและการรับรู้ตราสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจใช้บริการโลจิสติกส์ของลูกค้า ดังนั้น บริษัทควรให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า เพื่อให้เกิดการแนะนำต่อแบบปากต่อปาก และยกระดับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ขององค์กร อันเป็นกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ และเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้า

4. วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ในการศึกษาตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งของบริษัท เอ บี ซี จำกัด เป็นการกำหนดความสำคัญของตัวแปรที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท โดยทำให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้า เช่น ประสิทธิภาพของการให้บริการโลจิสติกส์ ราคา และลักษณะขององค์กรผู้ให้บริการ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Khanh and Hau (2019) ที่ระบุถึงความสำคัญของปัจจัยเหล่านี้ต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ และลำดับการสำคัญของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Lee (2020) ที่ระบุว่า คุณภาพการให้บริการ ราคา และชื่อเสียงขององค์กร ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ เป็นสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการโลจิสติกส์อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นฐานการวิเคราะห์และการจัดทำแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในวงการโลจิสติกส์อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพล จันทรสมบูรณ์ (2564) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการโลจิสติกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในไทย พบว่า (1) ปัจจัยบุคลากร (ทักษะ ประสิทธิภาพ และขวัญกำลังใจของพนักงาน) มีผลต่อประสิทธิภาพของการให้บริการโลจิสติกส์ เนื่องจากพนักงานที่มีทักษะและประสิทธิภาพมากพอสมควรจะสามารถให้บริการโลจิสติกส์อย่างมีคุณภาพและเชี่ยวชาญได้ (2) ปัจจัยกลยุทธ์ (ด้านราคา บริการ และการตลาด) มีผลต่อราคาของลูกค้าต้องจ่ายและบริการที่น่าเสนอ ซึ่งมีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ โดยเฉพาะในสภาวะการแข่งขัน (3) ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน (อุปกรณ์ คลังสินค้า และระบบขนส่ง) มีผลต่อลักษณะขององค์กรผู้ให้บริการโลจิสติกส์ เนื่องจากมีบทบาทสำคัญในการสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมสำหรับการให้บริการ ดังนั้น เพื่อให้บริการโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทั้งสามปัจจัยนี้อย่างสม่ำเสมอและให้ความสำคัญเท่าเทียมกัน

สรุป (Conclusion)

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งศึกษากรณีของบริษัท เอ บี ซี จำกัด สามารถสรุปได้ตามนี้

ข้อที่ 1 ระดับความคิดเห็นต่อการให้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท

ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นที่ดีต่อการให้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอ บี ซี จำกัด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่ได้รับความคิดเห็นสูงสุดคือ ประสิทธิภาพด้านโลจิสติกส์ และราคา ในขณะที่ลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการได้รับความคิดเห็นต่ำสุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการมีความคิดเห็นสอดคล้องกันในระดับหนึ่ง

ข้อที่ 2 การตัดสินใจในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอ บี ซี จำกัดอย่างมากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการแนะนำผู้ให้บริการให้กับบุคคลอื่น ในขณะที่การค้นหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นสอดคล้องกันในระดับหนึ่ง

ข้อที่ 3 ตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์

จากการวิเคราะห์ทางสถิติในการศึกษาของบริษัท เอ บี ซี จำกัด พบว่า ประสิทธิภาพโลจิสติกส์ ราคา และลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น การวิเคราะห์แนวโน้มของการตัดสินใจในการเลือกผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของบริษัท เอ บี ซี จำกัดสามารถสรุปได้ว่า บริษัทควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงประสิทธิภาพการ

ให้บริการทางโลจิสติกส์ การกำหนดราคาที่เหมาะสม และการจัดโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสม เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้นในอนาคต

การวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการรักษามาตรฐานและคุณภาพการให้บริการ การสร้างประสบการณ์ที่ดี และการแนะนำผู้ให้บริการให้กับบุคคลอื่น และการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาบริการ เพื่อเพิ่มโอกาสในการรักษาลูกค้าเก่าและสร้างพฤติกรรมการสั่งซื้อที่ยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีความสำคัญในการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาบริการโลจิสติกส์เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืนในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านลักษณะองค์กรของผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาลักษณะองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงคุณภาพและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าในระยะยาว ด้วยเหตุนี้ ด้วยการตั้งเป้าหมายในการปรับปรุงด้านลักษณะองค์กร เช่น การพัฒนากระบวนการทำงาน เสริมสร้างทีมงาน และปรับปรุงโครงสร้างองค์กร เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในระยะยาว

2. บริษัทควรพัฒนาและปรับปรุงข้อมูลเชิงการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เช่น การเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับบริการและคุณสมบัติของผู้ให้บริการในเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของบริษัท เพื่อช่วยลูกค้าในการตัดสินใจอย่างมีประสิทธิภาพ และเพิ่มโอกาสในการเปรียบเทียบระหว่างผู้ให้บริการโดยตรงกับผู้ให้บริการอื่น ๆ ที่มีอยู่ในตลาด ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการของบริษัทเอ บี ซี จำกัด ในระยะยาว

3. บริษัทควรเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพของการให้บริการโลจิสติกส์ ลดต้นทุนในด้านราคา และปรับปรุงลักษณะองค์กรให้เหมาะสมเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการขนส่งสินค้าจากบริษัท เอ บี ซี จำกัด โดยใช้ข้อมูลจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทำนายพฤติกรรมของลูกค้าในการตัดสินใจ การปรับปรุงให้เห็นผลทันทีจะช่วยให้บริษัทมีความแข็งแกร่งในการแข่งขันในตลาดโลจิสติกส์และควบคุมการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ สามารถทำได้โดยการสำรวจข้อมูลที่เชื่อถือได้จากตลาดและการสำรวจลูกค้าเพิ่มเติม เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสำรวจออนไลน์หรือการจัดกลุ่มสัมภาษณ์เพื่อเข้าใจถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้า

2. การสำรวจเชิงลึกเกี่ยวกับความคาดหวังของลูกค้าในด้านการให้บริการขนส่งสินค้าจะช่วยให้บริษัทเข้าใจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของลูกค้าอย่างละเอียด เช่น การสำรวจผ่านการสัมภาษณ์ลึกที่สามารถสอบถามถึงปัญหาและความต้องการของลูกค้าในแต่ละขั้นตอนของการให้บริการ

3. การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีการปรับปรุงการบริการโลจิสติกส์ในด้านที่มีความสำคัญตามผลการวิจัยที่ได้ สามารถโฆษณาถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและความสะดวกสบายในการให้บริการ หรือการพัฒนากระบวนการที่เป็นมิตรต่อลูกค้าเพื่อเพิ่มความโปร่งใสและความเป็นธรรมในการทำธุรกรรม

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2566). รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ปี 2566. กรุงเทพฯ: กระทรวงพาณิชย์.
- ณัฐพล จันทรมุข. (2564). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการให้บริการโลจิสติกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาเอก, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- ณัฐพงศ์ ลีลาบุรณพงศ์. (2564). การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). รายงานภาวะเศรษฐกิจไทย ปี 2565. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.

- ธีระศักดิ์ วิจิต. (2562). การพัฒนาเครื่องมือวัดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในองค์กร. วารสารวิจัยและพัฒนา, 3(2), 56-59.
- ธีระศักดิ์ สุภักดิ์ และศิริศักดิ์ ภูมิมังคัง. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่งสินค้าทางบกในประเทศไทย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 17(2), 194-206.
- บริษัท เอ บี ซี จำกัด. (2566). รายงานประจำปีบริษัท เอ บี ซี จำกัด. กรุงเทพฯ: เอ บี ซี.
- สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร. (2566). ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570. กระทรวงคมนาคม.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ.
- อริศรา อ่วมตานี, สมชาย หิรัญกิตติ, วัชรภรณ์ วงศ์สุวรรณ, และสมพร เกษสมบุรณ์. (2565). ความพร้อมในการปรับตัวของ SME ด้านโลจิสติกส์ไทยภายใต้สถานการณ์โควิด-19. วารสารวิจัยรำไพพรรณี, 14(1), 167-180.
- Ali, M., Kim, W.G. and Ryu, K. (2021). The influence of country image, subjective knowledge and perceived quality on visiting intentions moderated by perceived risk. Journal of Travel & Tourism Marketing, 37(1), 86-100.
- Kannegiesser, M. (2008). Value Chain Management in the Chemical Industry: Global Value Chain Planning of Commodities. Physica-Verlag HD.
- Khanh, L. T. M., & Hau, L. N. (2019). The impact of logistics service quality on customer satisfaction and loyalty: Evidence from Vietnam. International Journal of Logistics Systems and Management, 33(3), 307-322.
- Lai, K.H., Ngai, E.W.T., Cheng, T.C.E., Au, S. and Lai, M.K. (2022). Logistics service quality and price: Key determinants affecting shipper's usage of freight services of logistics service providers. Transportation Journal, 61(1), 23-46.
- Lee, J. (2020). The influence of logistics service quality, price, and company reputation on customer satisfaction and loyalty in the online shopping mall logistics. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 6(3), 66.
- Lee, M.C. (2022). Recommendation: A key influencer on logistics service selection. Journal of Business Logistics, 43(1), 69-89.
- Lin, C.Y. (2021). Examining logistics service capability and logistics service quality and their influence on customer satisfaction. International Journal of Operations & Production Management, 41(3), 263-285.
- Liu, C.L., Prajogo, D., & Oke, A. (2019). Supply chain technologies: Linking adoption, utilization, and performance. Journal of Supply Chain Management, 55(4), 22-41.
- Liu, Z., Prajogo, D. & Oke, A. (2022). Supply chain technologies and logistics service innovation: The role of supply chain connectivity. International Journal of Production Economics, 244, 108367.
- Mavengere, N.B. (2021). Role of information systems in logistics service quality and customer satisfaction. Cogent Business & Management, 8(1).
- Sohn, M.K., Seeger, G. and Carver, C. (2022). The importance of service quality on customer repurchase decisions in B2B logistics relationships. Industrial Marketing Management, 100, 22-32.
- Theerakulpisut, S., & Phumuangsuk, S. (2019). Factors influencing logistics service selection for road freight transportation in Thailand. ABAC Journal, 39(3), 1-23.

Wong, W.Y., Wong, K.Y. & Ali, A. (2022). Key determinants of pharmaceutical logistics provider selection in an emerging market. *The International Journal of Logistics Management*, 33(1), 62-84.

Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3 rd ed.) New York: Harper and Row Publication

สมรรถนะของพนักงานต้อนรับผู้โดยสารภาคพื้นดินที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ ของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ

The Impact Of The Competencies Of Passenger Ground Services Agent On The Service Quality Of Full-Service Airlines

อิชยาพร ช้วยชู¹

Ichayaporn Chuaychoo¹

Received: March 7, 2024

Revised: March 20, 2024

Accepted: March 22, 2024

บทคัดย่อ

ในปัจจุบัน หลายหลายองค์กรได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร เนื่องจากสมรรถนะของบุคลากรในองค์กรนั้น จะส่งผลต่อคุณภาพของการบริการ และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรได้ งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับสมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินที่ปฏิบัติงานในสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย 2) ระดับคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย และ 3) อิทธิพลของสมรรถนะของพนักงานต้อนรับผู้โดยสารภาคพื้นดินที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้โดยสารที่เคยใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย จำนวน 419 คน และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ความถี่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ความถดถอย

ผลการวิจัยนี้ พบว่า สมรรถนะของพนักงานต้อนรับผู้โดยสารภาคพื้นดินที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การตรวจสอบการรักษาความปลอดภัยบริเวณประตูทางออกขึ้นเครื่อง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.53 (S.D. = .47) ส่วนคุณภาพบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบด้านที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การประกันคุณภาพ (Assurance) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (S.D. = .50) โดยสมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินที่มีอิทธิพลต่อ คุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ สูงสุด 3 อันดับ ได้แก่ 1) การอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับบัตรโดยสาร มีค่า Beta เท่ากับ .680 2) การให้บริการสำรองที่นั่งแก่ผู้โดยสาร มีค่า Beta เท่ากับ .642 และ 3) การตรวจสอบการรักษาความปลอดภัยบริเวณประตูทางออกขึ้นเครื่อง มีค่า Beta เท่ากับ .616 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสมรรถนะทั้ง 3 ข้อนี้นี้เป็นสมรรถนะที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)

คำสำคัญ: สมรรถนะ คุณภาพบริการ สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน

Abstract

Nowadays, many organizations have given importance to developing the competencies of their personnel since the competency of personnel in that organization will affect the service quality and create a competitive advantage for the organization. This research therefore aims to study 1) competency level of passenger ground services agent in full-service airlines in Thailand. 2) service quality level of full-service airlines in Thailand. and 3) the influence of the competency of passenger ground services agents on the service quality of full-service airlines. Data were collected from a sample group of 419 passengers who had previously used full-service airlines operated in Thailand and the data were analyzed with descriptive statistics such as percentage, frequency, and standard deviation and inferential statistics, including correlation analysis and regression analysis.

The results of this research found that the competencies of passenger ground services agent had the highest average values was the security inspection at the boarding gate with a mean value of 4.53 (S.D. = .47). The service

¹คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

¹Faculty of Management Sciences, Panyapiwat Institute of Management

*Corresponding Author E-mail: ichayapornchu@pim.ac.th

quality of airlines that received the highest mean value was assurance with a mean value of 4.48 (S.D. = .50). Moreover, the highest competencies of passenger ground services agent that affect the service quality of full-service airlines are; 1) Ticket facilitation with a Beta value of .680 2) Reservation service for passengers with a Beta value of .642 and 3) Security inspection at the boarding gate had a Beta value of .616 with statistical significance at the 0.01level. All 3 competencies are an influence on service quality in terms of responsiveness.

Keywords: Competency, Service Quality, Full-Service Airlines, Passenger Ground Services

บทนำ (Introduction)

สมรรถนะของบุคลากรเป็นประเด็นที่องค์กรธุรกิจต่างๆ ให้ความสำคัญอย่างมากในปัจจุบัน ประกอบกับการศึกษาวิจัยต่างๆ พบว่า ผลการดำเนินงานและความสำเร็จขององค์กรขึ้นอยู่กับสมรรถนะของบุคลากรในองค์กรนั่นเอง (Salman, M., Ganie, S. A., & Saleem, I. (2020); Kolibáčová, 2014; Majeed, 2011; Otoo, 2019) ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กร จึงนำประเด็นเรื่อง “สมรรถนะ” มาใช้ในการจัดการบุคลากรในหลายกระบวนการไม่ว่าจะเป็นการสรรหาและคัดเลือกบุคลากร การพัฒนาบุคลากร และกำหนดเกณฑ์การให้ผลตอบแทนแก่บุคลากร พนักงานที่ให้บริการส่วนหน้าในธุรกิจสายการบิน ได้แก่ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน และพนักงานต้อนรับภาคพื้น เป็นตำแหน่งงานที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้โดยสาร ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินโดยตรง ตามมุมมองของผู้โดยสาร (Abdullah, Mohamed, and Mekawy, 2007) อย่างไรก็ตามสำหรับสมรรถนะที่จำเป็นของตำแหน่งพนักงานต้อนรับภาคพื้นในสายการบิน ซึ่งถือเป็นตำแหน่งงานที่มีความสำคัญของการบริการของสายการบินนั้น ยังไม่ได้มีหน่วยงานหรือองค์กรสากลใดที่ได้กำหนดมาตรฐานของสมรรถนะตำแหน่งงานบริการผู้โดยสารภาคพื้นอย่างชัดเจนไม่ว่าจะเป็นองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) หรือ สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) แต่ในบริบทของประเทศไทย สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) ได้มีการกำหนดกรอบคุณวุฒิวิชาชีพเป็นมาตรฐานสำหรับตำแหน่งพนักงานต้อนรับภาคพื้นเพื่อรับรองสมรรถนะของกำลังคนตามมาตรฐานอาชีพ ตอบสนองความต้องการของภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม และยังเป็นกระบวนการรับรองให้บุคคลได้รับการยอมรับในความรู้ ทักษะ ตลอดจนความสามารถ และได้รับคุณวุฒิวิชาชีพที่สอดคล้องกับสมรรถนะประสบการณ์และความรู้ของตนเอง (Thailand Professional Qualification Institute, 2022) ดังที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงสมรรถนะต่าง ๆ ของพนักงานต้อนรับภาคพื้นซึ่งส่งผลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินในมุมมองของผู้โดยสาร ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยนี้จะสามารถใช้เป็นแนวทางของสายการบินในการวางแผนในการคัดเลือกบุคลากรและการพัฒนาสมรรถนะด้านต่าง ๆ ของพนักงานต้อนรับภาคพื้น เพื่อพัฒนาคุณภาพบริการของสายการบินต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงระดับสมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นปฏิบัติงานในสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาถึงระดับคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของสมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นซึ่งส่งผลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับสมรรถนะ

มีผู้ให้คำจำกัดความของ คำว่า สมรรถนะ (Competency) ไว้หลากหลาย โดย Winterton และ Tumbow (2020) ได้สรุปว่า สมรรถนะ (Competency) หมายถึง ทักษะ ความรู้ และพฤติกรรมที่จำเป็นในการดำเนินการตามมาตรฐานของปฏิบัติงานในอาชีพต่างๆ และ การศึกษาของ McClelland และ Boyatzis (1982) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสมรรถนะไว้ว่าเป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลที่นำไปสู่หรือก่อให้เกิดผลงานที่มีประสิทธิภาพและโดดเด่น ซึ่งสำหรับธุรกิจการบินเอง องค์การ

การบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) ได้ให้ความสำคัญกับสมรรถนะว่า เป็นการผสมผสานระหว่างทักษะ ความรู้ และทัศนคติที่จำเป็นในการปฏิบัติงานตามมาตรฐานที่กำหนด (ICAO, 2014)

สมรรถนะของตำแหน่งพนักงานต้อนรับภาคพื้น

ในบริบทของประเทศไทย สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) ได้กำหนดมาตรฐานกรอบคุณวุฒิวิชาชีพ ของตำแหน่งพนักงานต้อนรับภาคพื้นในสายการบินไว้ โดยประกอบด้วย สมรรถนะหลัก 17 ข้อ และสมรรถนะย่อย 43 ข้อ ซึ่งเป็นเกณฑ์มาตรฐานที่สายการบินสามารถนำมาใช้เพื่อการรับรองให้บุคคลได้รับการยอมรับใน ความรู้ ทักษะ และความสามารถ ตลอดจนได้รับคุณวุฒิวิชาชีพในตำแหน่งดังกล่าว ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกสมรรถนะของตำแหน่งพนักงานต้อนรับภาคพื้นที่กำหนดโดยสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) มาเฉพาะข้อที่ผู้โดยสารสามารถสังเกต รับรู้ และสามารถประเมินการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับภาคพื้นได้ ส่วนสมรรถนะในข้อที่เป็นความสามารถในการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นสมรรถนะการปฏิบัติงานที่อยู่เบื้องหลังที่ผู้โดยสารไม่สามารถสังเกตเห็น หรือ มีประสบการณ์ในการใช้บริการได้ เช่น สมรรถนะด้านการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และ การจัดการทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ฯลฯ จะไม่นำมารวมในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดังนั้น งานวิจัยนี้ จึงได้ศึกษาสมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้น ทั้งหมด 11 ข้อ ซึ่งประกอบไปด้วยสมรรถนะย่อย 29 ข้อ ดังรายละเอียดในตารางที่ 1.1 ด้านล่าง

ตารางที่ 1 หน่วยสมรรถนะและหน่วยสมรรถนะย่อยของตำแหน่งพนักงานต้อนรับภาคพื้น

สมรรถนะ ข้อที่	หน่วยสมรรถนะ		หน่วยสมรรถนะย่อย	
	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
1	30102	การอำนวยความสะดวกใน การลงทะเบียน ผู้โดยสาร	30102.01	เตรียมความพร้อมก่อนการให้บริการ
			30102.02	ต้อนรับผู้โดยสาร
			30102.03	ออกบัตรขึ้นเครื่อง (Boarding Pass) ให้แก่ ผู้โดยสาร
			30102.04	ตรวจสอบสัมภาระลงห้องเก็บสัมภาระใต้ท้องเครื่อง
			30102.05	ตรวจรับสัมภาระลงห้องเก็บสัมภาระใต้ท้องเครื่อง
			30102.06	ตรวจสอบสัมภาระนำติดตัวขึ้นเครื่อง
2	30103	การอำนวยความสะดวกด้าน ข้อมูลแก่ผู้โดยสาร	30103.01	ให้ข้อมูลด้านการบริการ และกฎข้อบังคับที่ เกี่ยวข้อง
			30103.02	ให้ข้อมูลในการแก้ไขปัญหาแก่ผู้โดยสาร
3	30104	การให้ความช่วยเหลือ ผู้โดยสารในกรณีเหตุการณ์ไม่ ปกติ	30104.01	แก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผู้โดยสาร
			30104.02	แก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเที่ยวบิน
4	30105	การอำนวยความสะดวกแก่ ผู้โดยสารบริเวณประตูทางออก ขึ้นเครื่อง	30105.01	ให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการขึ้นเครื่อง
			30105.02	ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้โดยสารบริเวณประตูทางออก ขึ้นเครื่อง
5	30106	การตรวจสอบการรักษาความ ปลอดภัยบริเวณประตูทางออก ขึ้นเครื่อง	30106.01	ตรวจสอบเอกสารการเดินทางของผู้โดยสาร
			30106.02	ตรวจสอบผู้โดยสารบริเวณประตูทางออกขึ้นเครื่อง

สมรรถนะ ข้อที่	หน่วยสมรรถนะ		หน่วยสมรรถนะย่อย	
	รหัส	คำอธิบาย	รหัส	คำอธิบาย
6	30108	การอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับบัตรโดยสาร	30108.01	ออกบัตรโดยสารตามความต้องการของผู้โดยสาร
			30108.02	ตรวจสอบเงื่อนไขของบัตรโดยสาร
			30108.03	ยกเลิกบัตรโดยสารตามความต้องการของผู้โดยสาร
7	30109	การจัดการเปลี่ยนแปลงการเดินทาง (Itinerary Change)	30109.01	เปลี่ยนแปลงข้อมูลการเดินทางตามความต้องการของผู้โดยสาร
			30109.02	ให้ความช่วยเหลือกรณีบัตรโดยสารไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้
8	30110	การอำนวยความสะดวกในการเรียกเก็บค่าระวางสัมภาระเกินจากที่สายการบินกำหนด	110.01	ให้ข้อมูลการเรียกเก็บค่าระวางสัมภาระเกิน
			110.02	เรียกเก็บค่าระวางสัมภาระเกิน
9	30111	การค้นหาข้อมูลการสำรองที่นั่งให้แก่ผู้โดยสาร	111.01	เข้าระบบเพื่อค้นหาข้อมูลการสำรองที่นั่ง
			0111.02	แสดงข้อมูลที่จำเป็นในการสำรองที่นั่ง
10	30112	การให้บริการสำรองที่นั่งแก่ผู้โดยสาร	0112.01	ตรวจสอบที่นั่งตามความต้องการของผู้โดยสาร
			0112.02	บันทึกข้อมูลการสำรองที่นั่งของผู้โดยสาร
11	30113	การให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลการเดินทางแก่ผู้โดยสาร	30113.01	ให้ข้อมูลเที่ยวบินแก่ผู้โดยสาร
			113.02	ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารการเดินทาง
			113.03	ให้ข้อมูลสัมภาระของผู้โดยสารตามมาตรฐานความปลอดภัยสากล
			113.04	ให้ข้อมูลด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารท่าอากาศยาน

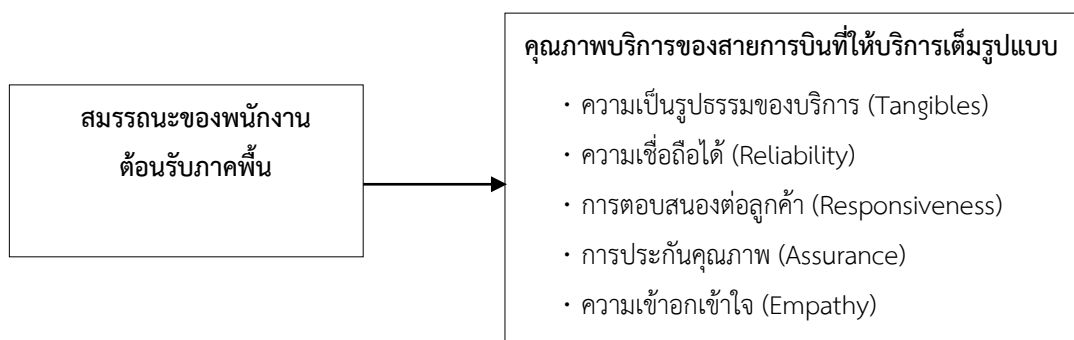
ที่มา: สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ, 2022 ให้ข้อมูลมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพของสาขาวิชาชีพการบิน สาขาบริการภาคพื้นและสนับสนุนการบินภาคพื้นในอาคาร

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ หมายถึง การกระทำหรือกิจกรรมที่ฝ่ายหนึ่งสามารถเสนอให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งโดยพื้นฐานแล้วเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Kotler, 1997) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ประเมินคุณภาพการบริการที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย คือ แนวคิด SERVQUAL ของ Parasuraman (1985) อันประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่จับต้องได้ เช่น สิ่งแวดล้อม ความสะอาดสบายของสถานที่ ที่นั่งบนเครื่องบิน การตกแต่งสวยงาม 2) ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง การให้บริการตรงตามที่กำหนดไว้ ตามมาตรฐานที่ลูกค้าควรจะได้รับ 3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การให้บริการในทันที การช่วยเหลือแก้ปัญหาให้ลูกค้า ให้ความสนใจกับข้อคำถามหรือข้อร้องเรียนของลูกค้า 4) การประกันคุณภาพ (Assurance) หมายถึง ความมั่นใจในการรับบริการ ความรู้สึกมั่นคงปลอดภัย ความเชี่ยวชาญของพนักงานอันจะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า และ 5) การเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง การ

เอาใจใส่รับฟังปัญหา เห็นอกเห็นใจ พนักงานมีอัธยาศัยที่ดี การให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นรายบุคคล ซึ่งในการประเมินคุณภาพการบริการโดยส่วนใหญ่ นักทฤษฎีจะให้ความสำคัญกับช่วงเวลาที่เกิดการบริการ (Moment of truth) เพราะถือว่าเป็นตัวกำหนดคุณภาพของบริการและความพึงพอใจของลูกค้านั่นเอง ทั้งนี้ จะขึ้นอยู่กับความคาดหวังที่ลูกค้ามีต่อบริการนั้นๆ โดยเปรียบเทียบกับรับรู้ต่อบริการที่ได้รับ ดังนั้น ช่วงเวลาที่ลูกค้าปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ เป็นจุดสัมผัสที่องค์กรต้องให้ความสำคัญ (Bitner, 1995)

นอกจากนี้ Grönroos (1978) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่กำหนดคุณภาพบริการ ว่ามาจากองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ 1) คุณภาพทางเทคนิคของผลลัพธ์การบริการ 2) คุณภาพเชิงหน้าที่ของการปฏิสัมพันธ์ในการบริการ และ 3) ภาพลักษณ์ขององค์กร ประกอบกับ Lehtinen และ Lehtinen (1982) ยังได้ระบุว่าคุณภาพการบริการนั้นประกอบด้วย 3 มิติเช่นกัน ได้แก่ 1) คุณภาพทางกายภาพ 2) คุณภาพขององค์กร และ 3) คุณภาพเชิงโต้ตอบ ซึ่งเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรขององค์กรที่ให้บริการกับลูกค้า จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีผู้ศึกษาเรื่องอิทธิพลระหว่างสมรรถนะของพนักงานที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการ ในจำนวนที่ค่อนข้างจำกัด อย่างไรก็ตาม พบงานวิจัยของ Charemnit และ Kankaew (2020) ซึ่งได้ศึกษาถึงอิทธิพลของพนักงานบริการของท่าอากาศยานดอนเมืองที่มีผลต่อคุณภาพบริการในมุมมองของผู้โดยสาร พบว่า 1) การแต่งกายและบุคลิกภาพของพนักงานสนามบิน และ 2) ความสุภาพและเต็มใจช่วยเหลือผู้โดยสาร ส่งผลต่อคุณภาพบริการของท่าอากาศยาน และงานวิจัยของ Wattanacharoensil และ Yoopetch (2012) ได้ศึกษาถึงสมรรถนะของพนักงานบริการภาคพื้นของสายการบิน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่ส่งผลต่อคุณภาพบริการของสายการบิน พบว่า พนักงานผู้ให้บริการเป็นปัจจัยหลักที่อาจจำกัดคุณภาพของสายการบินได้ นอกจากนี้ ยังพบงานวิจัยของ Kittipich (2018) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาสมรรถนะการบริการของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินสายการบินต้นทุนต่ำ โดยแบ่งการศึกษาสมรรถนะออกเป็น ทักษะ ความรู้ และพฤติกรรม และการรับรู้ของผู้โดยสารต่อคุณภาพบริการ โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ตามแนวคิด SERVQUAL พบว่าด้านความรู้ของพนักงานได้ค่าเฉลี่ยในระดับมาก และคุณภาพบริการด้านที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ คุณภาพด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) จึงสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่กำหนดคุณภาพของการบริการ ก็คือ พนักงานผู้ส่งมอบการบริการนั่นเอง งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาอิทธิพลของผู้ให้บริการในธุรกิจสายการบิน โดยพิจารณาจากสมรรถนะตามตำแหน่งของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินว่าส่งผลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินอย่างไร ซึ่งจากการศึกษาทฤษฎีแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการศึกษา (Methodology)

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรในงานวิจัยนี้ คือ ผู้โดยสารที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ จึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณของ W.G. Cochran (1963) ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน และกำหนดค่าความเชื่อมั่น ที่ร้อยละ 99 และ

กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ไว้ที่ร้อยละ 5 ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 10 เปอร์เซนต์ จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 424 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเองจากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งสิ้น 51 ข้อ โดยในส่วนของข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นที่มีต่อสมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้น และคุณภาพบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ใช้มาตรวัด 5 ระดับของลิเคิร์ต และเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านแบบสอบถามออนไลน์

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ก่อนการนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ได้มีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน และหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Congruence: IOC) ได้ค่ามากกว่า 0.50 ในทุกข้อจากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูลจำนวน 30 ชุดและนำผลที่ได้มาหาความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1990) ได้ผลเท่ากับ 0.961 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามที่ใช้มีความเชื่อมั่นสูง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับสมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้น และระดับคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาอิทธิพลของสมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย ใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย

ผลการศึกษา (Results)

จากการรวบรวมแบบสอบถามผ่านแบบสำรวจออนไลน์ ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมา จำนวน 419 ชุด คิดเป็นร้อยละ 98.82 โดยสรุปข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 63.96 มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 59.18 จบการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 48.21 จำนวนครั้งในการใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ อยู่ที่ 1-3 ครั้งต่อปี จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 70.40 และส่วนใหญ่เคยใช้บริการทั้ง 2 สายการบิน (ได้แก่ สายการบินไทย และ บางกอกแอร์เวย์ส) จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 50.83

สำหรับระดับสมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้น แสดงในตารางที่ 2 โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าสมรรถนะที่อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) การตรวจสอบการรักษาความปลอดภัยบริเวณประตูทางออกขึ้นเครื่อง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.53 2) การอำนวยความสะดวกในการลงทะเบียนผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และ 3) การให้บริการสำรองที่นั่งแก่ผู้โดยสาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

นอกจากนี้ ผลการศึกษาระดับคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ได้ผลดังที่แสดงในตารางที่ 3 ซึ่งด้านที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การประกันคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 การเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และความเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อสมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้น (n = 419)

สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้น	$\bar{x}$	S.D.
1. การอำนวยความสะดวกในการลงทะเบียนผู้โดยสาร	4.34	.49
2. การอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลแก่ผู้โดยสาร	4.20	.60
3. การให้ความช่วยเหลือผู้โดยสารในกรณีเหตุการณ์ไม่ปกติ	4.01	.61
4. การอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสารบริเวณประตูทางออกขึ้นเครื่อง	4.18	.59
5. การตรวจสอบการรักษาความปลอดภัยบริเวณประตูทางออกขึ้นเครื่อง	4.53	.47
6. การอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับบัตรโดยสาร	4.07	.67
7. การจัดการเปลี่ยนแปลงการเดินทาง (Itinerary Change)	3.88	.72
8. การอำนวยความสะดวกในการเรียกเก็บค่าระวางสัมภาระเกินจากที่สายการบินกำหนด	3.87	.89
9. การค้นหาข้อมูลการสำรองที่นั่งให้แก่ผู้โดยสาร	4.30	.70
10. การให้บริการสำรองที่นั่งแก่ผู้โดยสาร	4.29	.63
11. การให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลการเดินทางแก่ผู้โดยสาร	4.33	.52

ที่มา: จากการคำนวณของผู้วิจัย

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (n = 419)

คุณภาพการบริการของสายการบิน	$\bar{x}$	S.D.
SQ1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)	4.02	.55
SQ2. ความเชื่อถือได้ (Reliability)	4.13	.46
SQ3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)	4.11	.48
SQ4. การประกันคุณภาพ (Assurance)	4.48	.50
SQ5. การเข้าใจลูกค้า (Empathy)	4.31	.51

ที่มา: จากการคำนวณของผู้วิจัย

ผลการวิเคราะห์หัตถิทธิพลของสมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้น ที่ส่งผลต่อ คุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ โดยวิเคราะห์แบ่งเป็นรายด้าน ดังนี้

1) **คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ** ได้ผลแสดงตามตารางที่ 4 (ตารางที่ 4 แสดงผลเฉพาะตัวแปรที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ) ซึ่งอธิบายได้ดังนี้ สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นส่งผลต่อคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) มากที่สุดเป็นลำดับแรก ได้แก่ การค้นหาข้อมูลการสำรองที่นั่งให้แก่ผู้โดยสาร มีค่า Beta เท่ากับ .364 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อสมรรถนะด้านการค้นหาข้อมูลการสำรองที่นั่งให้แก่ผู้โดยสาร เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ เพิ่มขึ้น 0.364 หน่วย โดยสามารถสร้างสมการทำนายได้ดังนี้

$$Y = 1.603 + .559X$$

เมื่อ Y = ค่าพยากรณ์คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ

X = การค้นหาข้อมูลการสำรองที่นั่งให้แก่ผู้โดยสาร

2) คุณภาพบริการด้านความเชื่อถือได้ แสดงผลดังตารางที่ 5 ซึ่งอธิบายได้ดังนี้ สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินส่งผลต่อคุณภาพบริการด้านความเชื่อถือได้ มากที่สุดเป็นลำดับแรก ได้แก่ การตรวจสอบการรักษาความปลอดภัยบริเวณประตูทางออกขึ้นเครื่อง มีค่า Beta เท่ากับ .581 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อสมรรถนะด้านการตรวจสอบการรักษาความปลอดภัยบริเวณประตูทางออกขึ้นเครื่อง เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ คุณภาพบริการด้านความเชื่อถือได้ เพิ่มขึ้น 0.581 หน่วย โดยสามารถสร้างสมการทำนายได้ดังนี้

$$Y = 1.603 + .559X$$

เมื่อ Y = ค่าพยากรณ์คุณภาพบริการด้านความเชื่อถือได้

X = การตรวจสอบการรักษาความปลอดภัยบริเวณประตูทางออกขึ้นเครื่อง

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอย สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินส่งผลต่อคุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible)

สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน	คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ				
	b	S.E.	β	t	Sig.
(Constant)	2.465				
Competency 1	.359	.051	.325	7.017	.000
	$R^2 = .106$ SEE. = .520 $F = 49.23$ Sig. of $F = .000$				
(Constant)	3.031				
Competency 4	.237	.044	.256	5.398	.000
	$R^2 = .065$ SEE. = .532 $F = 29.14$ Sig. of $F = .000$				
(Constant)	3.298				
Competency 5	.160	.056	.140	2.879	.000
	$R^2 = .019$ SEE. = .545 $F = 8.28$ Sig. of $F = .000$				
(Constant)	3.160				
Competency 6	.212	.039	.259	5.469	.000
	$R^2 = .067$ SEE. = .532 $F = 29.90$ Sig. of $F = .000$				
(Constant)	2.805				
Competency 9	.283	.035	.364	7.987	.000
	$R^2 = .133$ SEE. = .512 $F = 63.78$ Sig. of $F = .000$				
(Constant)	3.450				
Competency 10	.134	.042	.154	3.191	.001
	$R^2 = .024$ SEE. = .544 $F = 10.17$ Sig. of $F = .000$				
(Constant)	2.509				
Competency 11	.349	.048	.334	7.247	.000
	$R^2 = .112$ SEE. = .519 $F = 52.52$ Sig. of $F = .000$				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอย สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นที่จะส่งผลต่อคุณภาพบริการด้านความเชื่อถือได้ (Reliability)

สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้น	คุณภาพบริการด้านความเชื่อถือได้				
	b	S.E.	β	t	Sig.
(Constant)	1.938				
Competency 1	.505	.038	.546	13.315	.000
	$R^2 = .298$ SEE. = .387 F = 177.278 Sig. of F = .000				
(Constant)	3.384				
Competency 2	.179	.036	.236	4.952	.000
	$R^2 = .056$ SEE. = .448 F = 24.52 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.983				
Competency 3	.288	.034	.384	8.492	.000
	$R^2 = .147$ SEE. = .426 F = 72.11 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.576				
Competency 4	.373	.033	.479	11.142	.000
	$R^2 = .229$ SEE. = .405 F = 124.13 Sig. of F = .000				
(Constant)	1.603				
Competency 5	.559	.038	.581	14.576	.000
	$R^2 = .338$ SEE. = .376 F = 212.45 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.518				
Competency 6	.397	.027	.578	14.450	.000
	$R^2 = .334$ SEE. = .377 F = 208.79 Sig. of F = .000				
(Constant)	3.405				
Competency 7	.188	.030	.295	6.296	.000
	$R^2 = .087$ SEE. = .441 F = 39.63 Sig. of F = .000				
(Constant)	3.404				
Competency 8	.189	.023	.368	8.072	.000
	$R^2 = .135$ SEE. = .429 F = 65.15 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.810				
Competency 9	.308	.028	.473	10.951	.000
	$R^2 = .223$ SEE. = .407 F = 119.92 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.356				
Competency 10	.415	.029	.571	14.216	.000
	$R^2 = .326$ SEE. = .379 F = 202.10 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.347				
Competency 11	.412	.038	.471	10.902	.000
	$R^2 = .222$ SEE. = .407 F = 118.85 Sig. of F = .000				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3) **คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า** แสดงผลดังตารางที่ 6 ซึ่งอธิบายได้ดังนี้ สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินส่งผลต่อคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มากที่สุดเป็นลำดับแรก ได้แก่ การอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับบัตรโดยสาร มีค่า Beta เท่ากับ .680 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อสมรรถนะด้านการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับบัตรโดยสารเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า เพิ่มขึ้น 0.68 หน่วย โดยสามารถสร้างสมการทำนายได้ดังนี้

$$Y = 2.106 + .493X$$

เมื่อ Y = ค่าพยากรณ์คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

X = การอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับบัตรโดยสาร

4) **คุณภาพบริการด้านการประกันคุณภาพ** แสดงผลดังตารางที่ 7 ซึ่งอธิบายได้ดังนี้ สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินส่งผลต่อคุณภาพบริการด้านการประกันคุณภาพ มากที่สุดเป็นลำดับแรก ได้แก่ การค้นหาข้อมูลการสำรองที่นั่งให้แก่ผู้โดยสาร มีค่า Beta เท่ากับ .596 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อสมรรถนะด้านการค้นหาข้อมูลการสำรองที่นั่งให้แก่ผู้โดยสารเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้คุณภาพบริการด้านการประกันคุณภาพ เพิ่มขึ้น 0.596 หน่วย โดยสามารถสร้างสมการทำนายได้ดังนี้

$$Y = 2.656 + .424X$$

เมื่อ Y = ค่าพยากรณ์คุณภาพบริการด้านการประกันคุณภาพ

X = การค้นหาข้อมูลการสำรองที่นั่งให้แก่ผู้โดยสาร

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์การถดถอย สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินส่งผลต่อคุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness)

สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน	คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า				
	b	S.E.	β	t	Sig.
(Constant)	2.514				
Competency 1	.368	.044	.377	8.311	.000
	$R^2 = .142$ SEE. = .541 F = 69.08 Sig. of F = .000				
(Constant)	3.038				
Competency 2	.256	.037	.319	6.885	.000
	$R^2 = .102$ SEE. = .462 F = 47.39 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.312				
Competency 3	.450	.032	.569	14.112	.000
	$R^2 = .323$ SEE. = .401 F = 199.139 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.159				
Competency 4	.467	.033	.569	14.122	.000
	$R^2 = .324$ SEE. = .401 F = 199.42 Sig. of F = .000				
(Constant)	1.280				

สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้น	คุณภาพบริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า				
	b	S.E.	β	t	Sig.
Competency 5	.625	.039	.616	15.963	.000
	$R^2 = .379$ SEE. = .384 F = 254.81 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.106				
Competency 6	.493	.026	.680	18.913	.000
	$R^2 = .462$ SEE. = .357 F = 357.70, Sig. of F = .000				
(Constant)	2.877				
Competency 7	.319	.029	.473	10.955	.000
	$R^2 = .223$ SEE. = .429 F = 120.00 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.989				
Competency 8	.291	.022	.536	12.967	.000
	$R^2 = .287$ SEE. = .411 F = 168.13 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.385				
Competency 9	.402	.027	.584	14.699	.000
	$R^2 = .341$ SEE. = .395 F = 216.04 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.002				
Competency 10	.492	.029	.642	17.104	.000
	$R^2 = .412$ SEE. = .374 F = 292.52 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.120				
Competency 11	.460	.039	.497	11.709	.000
	$R^2 = .247$ SEE. = .423 F = 137.10 Sig. of F = .000				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์การถดถอย สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นส่งผลต่อคุณภาพบริการด้านการประกันคุณภาพ (Assurance)

สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้น	คุณภาพบริการด้านการประกันคุณภาพ				
	b	S.E.	β	t	Sig.
(Constant)	2.651				
Competency 1	.420	.045	.416	9.352	.000
	$R^2 = .173$ SEE. = .458 F = 87.45 Sig. of F = .000				
(Constant)	3.769				
Competency 2	.169	.040	.204	4.252	.000
	$R^2 = .042$ SEE. = .493 F = 18.07 Sig. of F = .000				
(Constant)	3.687				
Competency 3	.198	.039	.242	5.089	.000
	$R^2 = .058$ SEE. = .488 F = 25.89 Sig. of F = .000				

สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้น	คุณภาพบริการด้านการประกันคุณภาพ				
	b	S.E.	β	t	Sig.
(Constant)	2.880				
Competency 4	.382	.037	.450	10.287	.000
	$R^2 = .202$ SEE. = .450 F = 105.83 Sig. of F = .000				
(Constant)	1.673				
Competency 5	.619	.041	.590	14.919	.000
	$R^2 = .348$ SEE. = .406 F = 222.58 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.939				
Competency 6	.172	.033	.248	5.217	.000
	$R^2 = .254$ SEE. = .435 F = 141.94 Sig. of F = .000				
(Constant)	3.809				
Competency 7	.319	.029	.473	10.955	.000
	$R^2 = .061$ SEE. = .488 F = 27.21 Sig. of F = .000				
(Constant)	3.707				
Competency 8	.199	.026	.356	7.768	.000
	$R^2 = .126$ SEE. = .470 F = 60.34 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.656				
Competency 9	.424	.028	.596	15.143	.000
	$R^2 = .355$, SEE. = .404, F = 229.31, Sig. of F = .000				
(Constant)	2.641				
Competency 10	.428	.033	.541	13.129	.000
	$R^2 = .292$ SEE. = .423 F = 172.37 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.175				
Competency 11	.531	.039	.556	13.660	.000
	$R^2 = .309$ SEE. = .418 F = 186 Sig. of F = .000				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

5) คุณภาพบริการด้านความเข้าใจลูกค้า แสดงผลดังตารางที่ 8 ซึ่งอธิบายได้ดังนี้ สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นส่งผลต่อคุณภาพบริการด้านความเข้าใจลูกค้า มากที่สุด เป็นลำดับแรก ได้แก่ การให้บริการสำรองที่นั่งแก่ผู้โดยสาร มีค่า Beta เท่ากับ .528 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อสมรรถนะการให้บริการสำรองที่นั่งแก่ผู้โดยสารเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลให้ คุณภาพบริการด้านความเข้าใจลูกค้า เพิ่มขึ้น 0.528 หน่วย โดยสามารถสร้างสมการทำนายได้ดังนี้

$$Y = 2.490 + .426X$$

เมื่อ Y = ค่าพยากรณ์คุณภาพบริการด้านความเข้าใจลูกค้า

X = การให้บริการสำรองที่นั่งแก่ผู้โดยสาร

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์การถดถอย สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้นที่ยาส่งผลต่อคุณภาพบริการด้านการเข้าใจลูกค้า (Empathy)

สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้น	คุณภาพบริการด้านการเข้าใจลูกค้า				
	b	S.E.	β	t	Sig.
(Constant)	2.970				
Competency 1	.310	.048	.302	6.460	.000
	R ² = .091 SEE. = .489 F = 41.73 Sig. of F = .000				
(Constant)	3.003				
Competency 2	.313	.038	.371	8.154	.000
	R ² = .138 SEE. = .477 F = 66.49 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.941				
Competency 3	.344	.037	.413	9.257	.000
	R ² = .170 SEE. = .467 F = 85.69 Sig. of F = .000				
(Constant)	3.046				
Competency 4	.304	.040	.352	7.670	.000
	R ² = .124 SEE. = .480 F = 58.82 Sig. of F = .000				
(Constant)	1.821				
Competency 5	.551	.045	.515	12.278	.000
	R ² = .266 SEE. = .440 F = 150.75 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.810				
Competency 6	.370	.033	.485	11.315	.000
	R ² = .235 SEE. = .449 F = 128.02 Sig. of F = .000				
(Constant)	3.691				
Competency 7	.162	.034	.228	4.783	.000
	R ² = .052 SEE. = .500 F = 22.88 Sig. of F = .000				
(Constant)	3.720				
Competency 8	.155	.027	.271	5.743	.000
	R ² = .073 SEE. = .494 F = 32.98 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.992				
Competency 9	.309	.032	.425	9.600	.000
	R ² = .181 SEE. = .464 F = 92.16 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.490				
Competency 10	.426	.034	.528	12.701	.000
	R ² = .279 SEE. = .436 F = 161.30 Sig. of F = .000				
(Constant)	2.529				
Competency 11	.413	.043	.424	9.558	.000
	R ² = .180 SEE. = .465 F = 91.35 Sig. of F = .000				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล (Discussion)

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ในประเด็น ดังต่อไปนี้

1) จากผลการศึกษาถึงระดับสมรรถนะของพนักงานต้อนรับผู้โดยสารภาคพื้น ซึ่งได้พบว่า สมรรถนะที่ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การตรวจสอบการรักษาความปลอดภัยบริเวณประตูทางออกขึ้นเครื่อง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.53 อันหมายถึง การตรวจสอบ สังเกตลักษณะของผู้โดยสาร รวมถึงกระเป๋าสัมภาระติดตัวของผู้โดยสาร ก่อนที่จะขึ้นเครื่องบินว่ามีแนวโน้มที่จะเป็นอันตรายต่อเที่ยวบินหรือไม่ ทั้งนี้ เนื่องจากบริเวณประตูทางออกขึ้นเครื่อง เป็นจุดรอคอยที่มีระยะเวลาพอสมควรที่ผู้โดยสารสามารถสังเกตเห็นการปฏิบัติงานของพนักงานบริการภาคพื้นได้ จึงอาจทำให้ได้รับคะแนนประเมินสมรรถนะข้อนี้สูงที่สุด

2) จากผลการศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การประกันคุณภาพ (Assurance) ซึ่งประเด็นนี้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กิตติพิชญ์ (2561) ที่ศึกษาเรื่องสมรรถนะการบริการของพนักงานภาคพื้นในสายการบินต้นทุนต่ำ และได้ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangible) เป็นด้านที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดจากคุณภาพบริการ ทั้ง 5 ด้าน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากความแตกต่างของลักษณะการให้บริการของสายการบินทั้ง 2 รูปแบบ คือ สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ และ สายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งพนักงานบริการภาคพื้นมีขอบเขตการให้บริการที่มากน้อยต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้และความคิดเห็นในการใช้บริการของผู้โดยสาร

3) จากผลการวิเคราะห์อิทธิพลของสมรรถนะของพนักงานต้อนรับผู้โดยสารภาคพื้น ที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ พบว่า สมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้น ส่งผลต่อคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน ซึ่งมีความสอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Kanittha และ Kannapat (2020) และ งานวิจัยของ Walanchalee และ Chanin (2012) ซึ่งอธิบายได้ว่า สมรรถนะของพนักงาน สามารถเป็นตัวกำหนดคุณภาพของสายการบินได้ แต่เนื่องจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ไม่ได้มีการศึกษาคุณภาพบริการแบ่งเป็น 5 ด้าน เช่นเดียวกับงานวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ไม่สามารถเปรียบเทียบอิทธิพลของสมรรถนะที่มีต่อคุณภาพบริการในแต่ละด้านได้ จึงอภิปรายผลถึงความสอดคล้องในภาพรวมของงานวิจัยเท่านั้น

สรุป (Conclusion)

จากการศึกษาถึงอิทธิพลของสมรรถนะของพนักงานต้อนรับผู้โดยสารภาคพื้น ที่ส่งผลต่อ คุณภาพบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้โดยสารชาวไทย อายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เคยใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย โดยได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมาจำนวน 419 ชุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อสมรรถนะของพนักงานต้อนรับผู้โดยสารภาคพื้น สูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1) การอำนวยความสะดวกในการลงทะเบียนผู้โดยสาร 2) การให้บริการสำรองที่นั่งแก่ผู้โดยสาร และ 3) การค้นหาข้อมูลการสำรองที่นั่งให้แก่ผู้โดยสาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 4.33 และ 4.29 ตามลำดับ ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณภาพการบริการของสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ เรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ลำดับ ได้แก่ 1) การประกันคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 2) การเข้าใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ 3) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของสมรรถนะของพนักงานต้อนรับภาคพื้น ที่มีต่อคุณภาพบริการของสายการบินพบว่า สมรรถนะของพนักงานต้อนรับผู้โดยสารภาคพื้น มีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการทั้ง 5 ด้าน โดยคุณภาพบริการด้าน

การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) เป็นด้านที่ได้อิทธิพลจากสมรรถนะของพนักงานต้อนรับผู้โดยสารภาคพื้นมากที่สุด โดยได้อิทธิพลจาก 1) สมรรถนะข้อที่ 6 การอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับบัตรโดยสาร มีค่า Beta เท่ากับ .680 2) สมรรถนะข้อที่ 10 การให้บริการสำรองที่นั่งแก่ผู้โดยสาร มีค่า Beta เท่ากับ .642 และ 3) สมรรถนะข้อที่ 5 การตรวจสอบการรักษาความปลอดภัยบริเวณประตูทางออกขึ้นเครื่อง มีค่า Beta เท่ากับ .616 จากผลการวิจัยดังกล่าวมา หากสายการบินต้องการพัฒนาคุณภาพบริการในด้านต่างๆ ทั้ง 5 ด้านดังกล่าว ก็สามารถส่งเสริมสร้างสมรรถนะของพนักงานผู้ให้บริการ อันจะส่งผลต่อคุณภาพบริการของสายการบินในมุมมองของผู้โดยสารได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการศึกษานี้ ไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพบริการของสายการบินในแต่ละด้านโดยการมุ่งพัฒนาสมรรถนะของพนักงานผู้ให้บริการ อันจะส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของคุณภาพการบริการได้ ทั้งนี้อาจมีข้อจำกัดในการนำผลวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในสายการบินต้นทุนต่ำ เนื่องจากไม่ได้อยู่ในขอบเขตของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจาก งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยศึกษาจากการวัดระดับการรับรู้ของผู้ใช้บริการเท่านั้น ไม่ได้เป็นการเปรียบเทียบกับมาตรฐานการปฏิบัติงานจริงของสายการบิน จึงขอแนะนำให้มีการศึกษาข้อมูลด้านมาตรฐานบุคลากรเพิ่มเติมด้วยซึ่งจะได้ผลการวิจัยที่แม่นยำยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผู้ที่สนใจศึกษาในประเด็นของสมรรถนะของพนักงานผู้ให้บริการเพื่อพัฒนาคุณภาพบริการของสายการบิน อาจศึกษาเพิ่มเติมในสมรรถนะของพนักงานตำแหน่งอื่น เช่น พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการของสายการบินในภาพรวมเช่นกัน

เอกสารอ้างอิง (References)

- Abdullah, G., Mohamed, A. R., & Mekawy, M. A. (2007). Managing tourists' needs and expectations: An empirical analysis of the Egyptian airline sector. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 55(3), 277-296.
- Bitner MJ. 1995. Building service relationships: It's all about promises. *J. Acad. Mark. Sci.* 23: 246-51.
- Charernnit, K., & Kankaew, K. (2020). The airport's workforces that reflecting service quality: A passenger's perspective. *Journal of Critical Reviews*, 7(13), 2039-2042.
- Cochran, William. G. (1963). *Sampling Technique (2nd Ed)*. New York, NY: John Wiley & Son.
- Gronroos, C. (1978). A service-orientated approach to marketing of services. *European Journal of marketing*, 12(8), 588-601.
- International Civil Aviation Organization (ICAO). (2014). *Cabin crew safety training manual*. Doc 10002.
- Kittiphich Noothong (2018). *The Development Guideline on Service Competencies of Low Cost Airline Ground Staff: A Case Study of Phuket International Airport*. Retrieved from: <https://repository.nida.ac.th/handle/662723737/5052>.
- Kolibáčová, G. (2014). The relationship between competency and performance. *Acta universitatis agriculturae et silviculturae mendelianae brunensis*, 62(6), 1315-1327.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control (9th Edition)*. New Jersey: Prentice Hall International.

- Lehtinen, U., & Lehtinen, J. R. (1982). *Service quality: a study of quality dimensions*. Service Management Institute.
- Majeed, S. (2011). The impact of competitive advantage on organizational performance. *European Journal of Business and Management*, 3(4), 191-196.
- McClelland, D. C., & Boyatzis, R. E. (1982). Leadership motive pattern and long-term success in management. *Journal of Applied psychology*, 67(6), 737.
- Otoo, F. N. K. (2019). Human resource management (HRM) practices and organizational performance: The mediating role of employee competencies. *Employee Relations: The International Journal*, 41(5), 949-970.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research, *The Journal of Marketing*, 49(4): 41-50.
- Salman, M., Ganie, S. A., & Saleem, I. (2020). Employee competencies as predictors of organizational performance: a study of public and private sector banks. *Management and Labour Studies*, 45(4), 416-432.
- Wattanacharoensil, W., & Yoopetch, C. (2012). Thailand's human resource competencies in airline service quality: Voices from the airline industry. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 11(4), 280-302.
- Winterton, J., & Turnbow, T. (2020). *What is competence? Theory, policy and practice. Case studies in work, employment and human resource management*.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมการบินของนักศึกษา

สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบินและการขนส่ง

วิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต

Factors affecting students' choice of careers in the aviation industry.

Major: Aviation and Transportation Business Management

College of Tourism, Hospitality and Sports, Rangsit University

ศุภสิน โสมดา^{1*} อรุณญา พิธิษฐเกษม² ทศนาวดี ไพโรจน์บริบูรณ์³

Supasin Somdam¹ Arunya Pisitkasem² Tasnawadee Pairoj-Boriboon³

Received: March 18, 2024

Revised: April 3, 2024

Accepted: April 5, 2024

บทคัดย่อ

จากการวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเรียน การเลือกสาขาวิชา และการเลือกสถานที่ฝึกงานของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบินและการขนส่ง วิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการเลือกประกอบอาชีพในอนาคตด้านอุตสาหกรรมการบินของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน และการขนส่ง วิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบของแบบสอบถามทั้งหมด 131 ฉบับ และทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน และการขนส่ง วิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 131 คน เป็นเพศชาย 54 คน เป็นเพศหญิง 70 คน และเป็น LGBTQ+ 7 คน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอายุ 20.48 ปี โดยมีอายุน้อยที่สุด 18 ปี และมีอายุมากที่สุด 25 ปี กำลังศึกษาในระดับชั้นปีที่ 1-4 ซึ่งนักศึกษามีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยในการเลือกประกอบอาชีพด้านอุตสาหกรรมการบินอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

คำสำคัญ: การประกอบอาชีพ การบิน พฤติกรรม

Abstract

The objectives of this research were to 1) study behavior; Choosing a field of study and selecting internship locations for aviation and transportation business management students. College of Tourism, Hospitality and Sports 2) study the level of opinions towards future career choices in the aviation industry of students in Aviation and Transportation Business Management, College of Tourism, Hospitality and Sports, by collecting data in the form of a total of 131 questionnaires and processed using a program to analyze data, including frequencies, percentages, means and standard deviations. The research results found that There were 131 students in the Aviation and Transportation Business Management program, College of Tourism, Hospitality and Sports, Rangsit University, of which 54 were male, 70 were female, and 7 were LGBTQ+, with an average age of 20.48 years, with the youngest being 18 years old. and the oldest being 25 years old, studying in Years 1-4. Most students' opinions on the factors in choosing a career in the aviation industry were at the high level of agreement.

Keyword: Occupation aviation behavior

¹นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการจัดการธุรกิจการบินและการขนส่ง วิทยาลัยฮอสพิตอลิตี มหาวิทยาลัยรังสิต

¹Undergraduate students, Aviation Business Management and Transport Management, College of Hospitality, Rangsit University

²⁻³อาจารย์ประจำ สาขาการจัดการธุรกิจการบินและการขนส่ง วิทยาลัยฮอสพิตอลิตี มหาวิทยาลัยรังสิต

²⁻³Full Time Lecturer, Aviation Business Management and Transport Management, College of Hospitality, Rangsit University

*Corresponding author. E-mail: supasin.s62@rsu.ac.th

บทนำ (Introduction)

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวทางการเลือกประกอบอาชีพในอนาคตด้านอุตสาหกรรมการบินของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน และการขนส่ง วิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 อันเนื่องมาจากก่อนหน้านี้ได้เกิดสถานการณ์ โควิด - 19 ซึ่งทำให้การเรียนการสอนเป็นแบบออนไลน์ทั้งหมด ส่งผลให้นักศึกษาอาจจะมีข้อมูลไม่เพียงพอสำหรับการเลือกประกอบอาชีพในอนาคตด้านอุตสาหกรรมการบิน รวมไปถึงมีปัจจัยหลายๆ ที่มีผลต่อการแนวทางการเลือกประกอบอาชีพในอนาคตด้านอุตสาหกรรมการบินของนักศึกษา เช่น คะแนนการทดสอบทางด้านภาษา เกรดที่ได้ในระหว่างการศึกษา ฐานเงินเดือน สิ่งที่นักศึกษาคาดหวัง รวมไปถึงการเลือกวิชาชีพสายการเรียนของนักศึกษาฯ ดังนั้นจึงได้ทำงานวิจัยขึ้นนี้เพื่อเป็นแนวทางให้ทั้งนักศึกษา ผู้ปกครอง และคนที่สนใจในการเลือกประกอบอาชีพด้านธุรกิจการบิน เพื่อเป็นแนวเลือกประกอบอาชีพ โดยการทำแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแนวทางการเลือกประกอบอาชีพในอนาคตด้านอุตสาหกรรมการบินของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบินและการขนส่ง วิทยาลัย การท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อแนวทางการเลือกประกอบอาชีพในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมเรียน การเลือกสาขาวิชา และการเลือกสถานที่ฝึกงาน รวมไปถึงระดับแนวคิดต่อแนวทางการประกอบอาชีพในอนาคต โดยการเก็บข้อมูลและรวบรวมในการวิจัยนี้

วัตถุประสงค์ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพในอนาคตด้านอุตสาหกรรมการบินของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบินและการขนส่ง วิทยาลัย การท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต
- 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพในอนาคตด้านอุตสาหกรรมการบินของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบินและการขนส่ง วิทยาลัย การท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต

ขอบเขตงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างและประชากร คือ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบินและการขนส่ง ชั้นปีที่ 1 ถึง 4 ของวิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต จำนวน 131 คน โดยใช้ระยะเวลาการศึกษาในช่วงเวลาตั้งแต่เดือนกันยายน - ธันวาคม พ.ศ. 2565

การทบทวนวรรณกรรม

กองวิจัยตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน, 2557 ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประกอบอาชีพ หมายถึง สิ่งที่คนฝึกทำเป็นประจำจนเกิดความเชี่ยวชาญ ได้ค่าตอบแทนเป็นรูปแบบต่างๆ ได้แก่ เงินตรา การยกย่องให้เกียรติในหมู่คณะเพื่อนฝูงหรือองค์กร การแลกเปลี่ยนเป็นสิ่งของ เป็นต้น

ธีรยุทธ แก้วเกร็ด, 2560 กล่าวว่าทฤษฎีการเลือกอาชีพของฮอลแลนด์ ซึ่งเป็นนักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยจอห์นฮอปกินส์มาจากสมมติฐานพื้นฐาน 4 ประการ คือ (1) บุคลิกภาพของบุคคลทั่วไป แบ่งตามความสนใจอาชีพต่างๆ (2) สิ่งแวดล้อมของบุคคล แบ่งตามความสนใจในอาชีพประเภทต่างๆ (3) บุคคลจะค้นหาสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยให้เขาได้ฝึกทักษะและใช้ความสามารถของเขาทั้งยังเปิดโอกาสให้เขาได้แสดงทัศนคติ ค่านิยม และบทบาทของเขา และ (4) พฤติกรรมของบุคคลถูกกำหนดโดยบุคลิกภาพ และสิ่งแวดล้อม นอกจากนั้น ฮอลแลนด์ ยังได้แยกย่อยแนวคิดออกเป็นอีก 4 ประการ คือ (1) ความสอดคล้องต้องการ (2) ความแตกต่างกัน (3) ความเหมาะสมกัน และ (4) การคาดคะเน

ชมพู พงษ์, 2550 กล่าวว่าเทคนิคการจูงใจในการทำงาน สำหรับผู้บริหารที่นำมาใช้ในการบริหารการทำงานมีประสิทธิภาพ และสามารถเพิ่มผลผลิตในการทำงานได้ ได้แก่ (1) การจูงใจด้วยงาน (2) การจูงใจด้วยผลตอบแทนที่เป็นเงิน (3) การจูงใจด้วยผลตอบแทนที่ไม่ใช่เงิน (4) การจูงใจด้วยสภาพแวดล้อมในการทำงาน (5) การจูงใจด้วยสวัสดิการต่างๆ

นิปัทม์ พิชญโยธิน, 2551 กล่าวว่า แนวทางการตัดสินใจเลือกอาชีพของบุคคลมี 5 รูปแบบ คือ (1) การพยายามจับคู่อาชีพที่ตรงกับลักษณะของตน (2) การเลือกตัวเลือกอาชีพที่สามารถลดความรู้สึกตึงเครียดอันเกิดจากความต้องการของบุคคลได้ (3) การเลือกอาชีพโดยพิจารณาผลตอบแทน (4) การพิจารณาเลือกอาชีพจากความผันแปร และข้อจำกัดของสังคม และ (5) การเลือกอาชีพด้วยการพิจารณาผลลัพธ์ของอาชีพที่ต้องการแล้วจึงหาแนวทางสร้างพฤติกรรมที่เหมาะสมกับอาชีพนั้น

Allport, 1961 ให้ความหมายของบุคลิกภาพว่า บุคลิกภาพเป็นการเคลื่อนไหวภายในตัวบุคคลอย่างเป็นระบบ มีทั้งด้านร่างกาย และจิตใจจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม คุณลักษณะประจำตัว และความคิดของแต่ละบุคคล

Bootzin, Bower, Crocker & Hall, 1991 ให้ความหมายว่า บุคลิกภาพเป็นลักษณะนิสัยและรูปแบบของความคิด ความรู้สึก และการประพฤติปฏิบัติของบุคคลแต่ละคนในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อแนวทางการประกอบอาชีพในอนาคตของนักศึกษา

ศิริพร เจริญศรีวิริยะกุล, 2559 ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกสถานประกอบการณวิชาชีพของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานประกอบการในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยกลุ่มเดียว การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน พบว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือก สถานประกอบการในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพไม่แตกต่างกัน สาขาวิชา เกรดเฉลี่ย ประเภทการฝึก ประสบการณ์วิชาชีพ รูปแบบของสถานประกอบการ ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกสถานประกอบการในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพแตกต่างกัน และแนวคิดการเลือกอาชีพของนักศึกษามี ความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกสถานประกอบการในการฝึกประสบการณ์ วิชาชีพ โดยมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พัชรภรณ์ โภคาพาณิชย์, 2563 ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของนักศึกษาโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MLW 12 และ VLT 15/1 วิชาเอกการบัญชีคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกอาชีพของนักศึกษาโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MLW 12 และ VLT 15/1 วิชาเอกการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ โดยมีตัวแปรที่ใช้คือ ตัวแปรอิสระได้แก่ เกณฑ์การเลือกอาชีพประกอบด้วยบุคลิกภาพ และสิ่งแวดล้อมของบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจในการเลือกอาชีพ ประกอบด้วยความต้องการที่จะดำรงชีวิตอยู่ ความต้องการด้านความสัมพันธ์ และความต้องการด้านการเจริญเติบโต ตัวแปรตาม ได้แก่การตัดสินใจเลือกอาชีพของนักศึกษาโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MLW 12 และ VLT 15/1 วิชาเอกการบัญชีคณะบริหารธุรกิจ ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้คือ ปัจจัยแรงจูงใจในการเลือกอาชีพทางความต้องการด้านความเจริญเติบโต ปัจจัยแรงจูงใจในการเลือกอาชีพทางความต้องการด้านความสัมพันธ์ปัจจัยแรงจูงใจในการเลือกอาชีพทางความต้องการด้านงาน และ ปัจจัยแรงจูงใจในการเลือกอาชีพทางความต้องการที่จะดำรงอยู่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของนักศึกษา

วิธีการศึกษา (Methodology)

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกประกอบอาชีพในอนาคตด้านอุตสาหกรรมการบินของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบินและการขนส่ง วิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คือ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน และการขนส่ง มหาวิทยาลัยรังสิต ประกอบด้วยนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จนถึงนักศึกษาชั้นปีที่ 4 ข้อมูลจากฝ่ายทะเบียนของมหาวิทยาลัยรังสิตในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 มีนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 23 คน นักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 26 คน นักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 36 คน และนักศึกษาชั้นปีที่ 4 จำนวน 46 คน รวมเป็นทั้งหมด 131 คน

การสร้างเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้

1. ศึกษาหลักการรูปแบบ วิธีการสร้างแบบสอบถามจากหนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. กำหนดกรอบและแนวคิดเพื่อสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย
3. ร่างแบบสอบถามที่จะใช้สำหรับการวิจัยให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์ที่กำหนดไว้
4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้เพื่อขอคำแนะนำและนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสม

5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปให้กลุ่มตัวอย่างจริงเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้ทั้งคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) คำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยจัดลำดับเนื้อหาของแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเลือกสาขาวิชา พฤติกรรมการเรียน และการเลือกสถานที่ฝึกงานสร้างขึ้นเพื่อวัดพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยในการประกอบ อาชีพในอนาคต

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะอื่นๆ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการเลือกตัวอย่างตามความ น่าจะเป็น (probability sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (stratified Random Sampling) เนื่องจากทราบจำนวนประชากรทั้งหมดของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน และการขนส่ง โดยเก็บรวบรวมทั้งหมด 131 ชุด
2. เก็บแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ โดยกูเกิลฟอร์ม (Google Form) ทั้ง 4 ชั้นปี โดยแบ่งเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 จำนวน 23 คน นักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 26 คน นักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 36 คน และนักศึกษาชั้นปีที่ 4 จำนวน 46 คน รวมเป็นจำนวน 131 คน
3. เก็บคำตอบจากแบบสอบถามทางออนไลน์ระหว่างวันที่ 30 ตุลาคม 2565 ถึง วันที่ 22 พฤศจิกายน 2565
4. นำแบบสอบถามที่ได้ทั้งหมดไปทวนสอบความถูกต้องสมบูรณ์ เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์และประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) มาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ น้ำหนัก ความสูง ภูมิลำเนา ชั้นปีที่ศึกษา เกรดเฉลี่ย รายได้ค่าครองชีพต่อเดือน อาชีพของผู้ปกครอง กลุ่มวิชาชีพเลือกที่ศึกษา โดยแจกแจงความถี่ (frequency) และหาค่าร้อยละ (percentage) แล้วแปลผลความเรียง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกกลุ่มวิชาชีพของนักศึกษา พฤติกรรมการเรียน และการเลือกสถานที่ฝึกงาน โดยใช้การแจกแจงความถี่ (frequency) และหาค่าร้อยละ (percentage) แล้วแปลผลความเรียง

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยในการเลือกประกอบอาชีพในอนาคต ได้แก่ ด้านสังคมและการพัฒนาตนเอง ด้านเศรษฐกิจ ด้านจิตวิทยา และด้านรายละเอียดงาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ค่าระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด ค่าระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก ค่าระดับคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง ค่าระดับคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย ค่าระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด จากนั้นทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ด้วยวิธีการหาความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟาของคอนบราท (Cronbach, 1990) ซึ่งได้ค่าทดสอบแบบสอบถามเท่ากับ 0.946 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 โดยแสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น โดยใช้การตรวจนับคะแนน แล้วนำค่าที่ได้จากแบบสอบถามไปหาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ตามปัจจัยในแต่ละด้าน และจัดระดับคะแนน โดยใช้เกณฑ์การประเมินตามเกณฑ์ขอบเขตของคะแนนเฉลี่ย

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาหรืออุปสรรคใดบ้างที่ส่งผลต่อการเลือกประกอบอาชีพในอนาคตของนักศึกษา เป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended Questions)

ผลการศึกษา (Results)

จากผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกอาชีพในอนาคตเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการบินของนักศึกษา สาขาการจัดการธุรกิจการบินและการขนส่ง วิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต สามารถสรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงจำนวน 70 คน (53.4%) เพศชายจำนวน 54 คน (41.2%) และ LGBTQ+ จำนวน 7 คน (5.4%) ตามลำดับ

2. อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 20.48 ปี โดยมีอายุน้อยที่สุด 18 ปี และมีอายุมากที่สุด 25 ปี

3. น้ำหนักส่วนใหญ่หนัก 50 - 77 กิโลกรัม จำนวน 77 คน (58.77%) รองลงน้ำหนักต่ำกว่า 50 กิโลกรัม จำนวน 33 คน (25.2%) และสุดท้ายน้ำหนัก 70 กิโลกรัมขึ้นไป จำนวน 21 คน (16.03%) ตามลำดับ

4. ความสูงส่วนใหญ่อยู่ที่ 150 - 170 เซนติเมตร จำนวน 76 คน (58.02%) รองลงมาความสูง 170 เซนติเมตรขึ้นไป จำนวน 52 คน (39.68%) และสุดท้ายความสูงต่ำกว่า 150 เซนติเมตร จำนวน 3 คน (2.3%) ตามลำดับ

5. ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 75 คน (57.3%) รองลงมาคือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 23 คน (17.6%) ภาคเหนือและภาคใต้มีจำนวนเท่ากันคือ 12 คน (9.2%) ภาคตะวันออก จำนวน 7 คน (5.3%) และสุดท้ายภาคตะวันตก จำนวน 2 คน (1.5%) ตามลำดับ

6. เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4 จำนวน 46 คน (35.1%) รองลงคือนักศึกษาชั้นปีที่ 3 จำนวน 36 คน (27.5%) ชั้นปีที่ 2 จำนวน 26 คน (19.8%) และชั้นปีที่ 1 จำนวน 23 คน (17.6%) ตามลำดับ

7. มีระดับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาระหว่าง 3.00 - 3.49 จำนวน 52 คน (29.69%) รองลงมาคือ 2.5-2.99 จำนวน 51 คน (38.93%) ถัดมา 3.5 ขึ้นไป จำนวน 24 คน (18.32%) และสุดท้าย 2.00-2.49 จำนวน 4 คน (3.05%) ตามลำดับ

8. รายได้/ค่าครองชีพต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท จำนวน 53 คน (40.45%) รองลงมาคือ 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 39 คน (29.77%) ถัดมา 20,000 ขึ้นไป จำนวน 17 คน (12.97%) 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 14 คน (10.68%) และสุดท้ายต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 8 คน (6.10%) ตามลำดับ

9. อาชีพของผู้ปกครองประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 77 คน (58.8%) รองลงมาคือประกอบอาชีพข้าราชการ จำนวน 27 คน (20.6%) ถัดมาประกอบอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 20 คน (15.3%) และสุดท้ายคือประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 7 คน (5.3%) ตามลำดับ

10. กลุ่มวิชาชีพเลือกศึกษาหรือที่สนใจจะศึกษามากที่สุดคือ บริการผู้โดยสาร (Passenger Services) จำนวน 52 คน (39.7%) รองลงมาคือ ขนส่งสินค้าทางอากาศ (Cargo Services) จำนวน 48 คน (36.6%) สุดท้ายคือ อำนวยความสะดวก (Flight Operation) จำนวน 31 คน (23.7%) ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกกลุ่มวิชาชีพของนักศึกษา พฤติกรรมการเรียน และการเลือกสถานที่ฝึกงาน ได้ผลการวิจัยดังนี้

1. เหตุผลในการเลือกเรียนสาขาการจัดการธุรกิจการบินและการขนส่งของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ เป็นหลักสูตรบริหารธุรกิจสามารถทำงานได้หลากหลาย จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3

2. อาชีพที่กลุ่มตัวอย่างรู้จักมากที่สุดโดยแบ่งตามชั้นปีที่ 1-4 โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 1 รู้จักนักบิน (Airline Pilot) จำนวน 23 คน (ร้อยละ 20.5) นักศึกษาชั้นปีที่ 2 รู้จักนักบิน (Airline Pilot) จำนวน 23 คน (ร้อยละ 20.5) นักศึกษาชั้นปีที่ 3 รู้จักนักบิน (Airline Pilot) งานบริหารท่าอากาศยาน/พนักงานต้อนรับภาคพื้น (Ground/Airport Station Attendant) งานอำนวยความสะดวกและสนับสนุนการปฏิบัติการบิน (Flight Dispatcher) และงานบริการลานจอดอากาศยานและอุปกรณ์ (Ground Equipment Serviced) จำนวน 31 คน (ร้อยละ 27.7, 27.2, 29 และ 32.6 ตามลำดับ) และนักศึกษาชั้นปีที่ 4 รู้จักงานบริหารท่าอากาศยาน/พนักงานต้อนรับภาคพื้น (Ground/Airport Station Attendant) จำนวน 41 คน (ร้อยละ 36)

3. กลุ่มตัวอย่างรู้จักแหล่งอาชีพจากสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 104 คน (ร้อยละ 20.3)

4. อาชีพที่กลุ่มตัวอย่างที่สนใจหลังจบการศึกษามากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จำนวน 49 คน (ร้อยละ 37.4) พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน จำนวน 57 คน (ร้อยละ 43.5) และงานปฏิบัติการอื่นๆ ณ ท่าอากาศยาน จำนวน 36 คน (ร้อยละ 27.5)

5. สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างสนใจอาชีพ คือ ความชอบและความใฝ่ฝัน จำนวน 79 คน (ร้อยละ 60.3)

6. ทักษะที่กลุ่มตัวอย่างเห็นควรว่าต้องพัฒนา 3 ลำดับแรก คือ การพัฒนาผลการศึกษาระดับคะแนนผลการเรียน จำนวน 35 คน (ร้อยละ 26.7) รองลงมาคือ การเพิ่มเติมความรู้และทักษะเฉพาะด้านที่ตรงกับอาชีพ จำนวน 60 คน (ร้อยละ 45.8) และสุดท้ายคือ การพัฒนาผลการศึกษาระดับคะแนนผลการเรียน จำนวน 28 คน (ร้อยละ 21.4)

7. ฐานเงินเดือนที่กลุ่มตัวอย่างคาดหวังว่าจะได้รับจากการทำงาน มากที่สุดคือ มากกว่า 20,000 บาท (ร้อยละ 52.2)

8. กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการเลือกสถานที่ฝึกปฏิบัติงานมีผลต่อการหางานทำในอนาคตจำนวน 107 คน (ร้อยละ 81.7)

9. แหล่งฝึกงานที่กลุ่มตัวอย่างรู้จัก โดยแบ่งตามชั้นปีที่ 1-4 คือนักศึกษาชั้นปีที่ 1 รู้จักบริษัทสายการบินต่างๆ (Airlines) จำนวน 22 คน (ร้อยละ 19.1) นักศึกษาชั้นปีที่ 2 รู้จักบริษัทสายการบินต่างๆ (Airlines) จำนวน 24 คน (ร้อยละ 20.9) นักศึกษาชั้นปีที่ 3 รู้จักบริษัทโลจิสติกส์และการขนส่งต่างๆ (เกี่ยวกับการนำเข้า - ส่งออกสินค้า) จำนวน 30 คน (ร้อยละ 31.6) และนักศึกษชั้นปีที่ 4 รู้จักบริษัทสายการบินต่างๆ (Airlines) จำนวน 41 คน (ร้อยละ 35.7)

10. กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการที่จะทำงานหลังเรียนจบ จำนวน 111 คน (ร้อยละ 84.7)

11. กลุ่มตัวอย่างเลือกทำงานเมื่อจบการศึกษา โดยต้องการหาประสบการณ์ จำนวน 60 คน (ร้อยละ 45.8)

12. กลุ่มตัวอย่างที่เลือกศึกษาต่อเมื่อจบการศึกษา โดยต้องการหาความรู้เพิ่มเติม จำนวน 19 คน (ร้อยละ 14.5)

13. กลุ่มตัวอย่างมีผลสอบคะแนน TOEIC 301 – 400 คะแนน จำนวน 50 คน (ร้อยละ 38.2)

ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยในการประกอบอาชีพในอนาคต ประกอบด้วย ด้านสังคมและการพัฒนาตนเอง ด้านเศรษฐกิจ ด้านจิตวิทยา และ ด้านลักษณะงาน ได้ผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 1 ปัจจัยเลือกอาชีพเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการบินด้านสังคมและการพัฒนาตนเอง

ด้านสังคมและการพัฒนาตนเอง	Mean	S.D	Level of important	Priority
เป็นอาชีพที่ทำหายความสามารถของตนเป็นอาชีพที่มีโอกาสพัฒนาทักษะทางภาษาและความรู้ตลอดเวลา	4.48	0.637	Most important	1
เป็นอาชีพทำให้ได้พบปะผู้คน ใหม่ ๆ ซึ่งเกิดการเรียนรู้ตลอดเวลา	4.47	0.716	Most important	2
มีโอกาสได้เดินทางไปต่างประเทศจากสายงานที่เลือก และได้ศึกษาวัฒนธรรมที่หลากหลาย	4.41	0.763	Most important	3
มีสถานะทางสังคมที่ค่อนข้างดีกว่าอาชีพอื่น	4.25	0.906	Most important	4
ได้รับการยอมรับนับถือจากบุคคลรอบข้าง	4.19	0.937	Most important	5
$\bar{x}$	4.36			

จากตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยในการประกอบอาชีพในอนาคตเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการบินด้านสังคมและการพัฒนาตนเอง จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 131 คน นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านสังคมและการพัฒนาตัวเอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{x}$ = 4.36) สำหรับด้านสังคมและการพัฒนาตัวเองที่นักศึกษาเห็นด้วยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. เป็นอาชีพที่ทำหายความสามารถของตนเป็นอาชีพที่มีโอกาสพัฒนาทักษะทางภาษาและความรู้ตลอดเวลา 2. เป็นอาชีพทำให้ได้พบปะผู้คนใหม่ ๆ ซึ่งเกิดการเรียนรู้ตลอดเวลา 3. มีโอกาสได้เดินทางไปต่างประเทศจากสายงานที่เลือก และได้ศึกษาวัฒนธรรมที่หลากหลาย ($\bar{x}$ = 4.48 , 4.47 และ 4.41 ตามลำดับ)

ตารางที่ 2 ปัจจัยเลือกอาชีพในอนาคตเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการบินด้านเศรษฐกิจ

ด้านเศรษฐกิจ	Mean	S.D	Level of important	Priority
เงินเดือนมีความสัมพันธ์กับความผันผวนของเศรษฐกิจ โดยตรงรวมไปถึงสถานการณ์ต่างๆ	4.53	0.636	Most important	1
สามารถสร้างตัวได้อย่างรวดเร็วเนื่องจากมีฐานเงินเดือนที่สูง	4.52	0.672	Most important	2
มีรายได้เริ่มต้นสูงกว่าอาชีพอื่นๆ	4.46	0.715	Most important	3
มีสวัสดิการต่างๆ ที่ดี เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่าทันตกรรม รวมไปถึงสวัสดิการสำหรับครอบครัว	4.40	0.846	Most important	4

มีรายได้เพิ่มเติมจากเงินเดือนประจำ เช่น เข้ากะแทนเพื่อนร่วมงานได้ OT 2 เท่าจากปกติ	4.29	0.677	Most important	5
$\bar{x}$	4.44			

จากตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการประกอบอาชีพในอนาคตเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการบินด้านเศรษฐกิจ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 131 คน นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านเศรษฐกิจโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{x}$ = 4.44) สำหรับด้านเศรษฐกิจที่ นักศึกษาเห็นด้วยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. เงินเดือนมีความสัมพันธ์กับความผันผวนของ เศรษฐกิจโดยตรงรวมไปถึงสถานการณ์ต่างๆ 2. สามารถสร้างตัวได้อย่างรวดเร็วเนื่องจากมีฐานเงินเดือนที่สูง 3. มีรายได้เริ่มต้นสูงกว่าอาชีพ อื่นๆ ($\bar{x}$ = 4.53 , 4.52 และ 4.46 ตามลำดับ)

ตารางที่ 3 ปัจจัยเลือกอาชีพในอนาคตเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการบินด้านจิตวิทยา

ด้านจิตวิทยา	Mean	S.D	Level of important	Priority
เป็นอาชีพที่มีโอกาสในการ เจริญก้าวหน้าในชีวิต	4.49	0.672	Most important	1
เป็นอาชีพที่อยู่ในความชอบและความสนใจส่วนตัว	4.47	0.671	Most important	2
คนในครอบครัวให้การสนับสนุน ในด้านอาชีพ	4.44	0.703	Most important	3
สามารถสร้างความมั่นใจหรือ ความเชื่อมั่นในตนเองให้สูงขึ้น	4.40	0.698	Most important	4
ได้รับการยกย่องนับถือในสังคม	4.24	0.840	Most important	5
$\bar{x}$	4.40			

จากตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยในการประกอบอาชีพในอนาคตเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการบินด้านจิตวิทยา จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 131 คน นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านจิตวิทยาโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{x}$ = 4.40) สำหรับด้านจิตวิทยาที่นักศึกษา เห็นด้วยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. เป็นอาชีพที่มีโอกาสในการเจริญก้าวหน้าในชีวิต 2. เป็นอาชีพที่อยู่ในความชอบและความสนใจส่วนตัว 3. คนในครอบครัวให้การสนับสนุนในด้านอาชีพ ($\bar{x}$ = 4.49 , 4.47 และ 4.44 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4 ปัจจัยเลือกอาชีพในอนาคตเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการบินด้านรายละเอียดงาน

ด้านรายละเอียดงาน	Mean	S.D	Level of important	Priority
เป็นอาชีพที่ต้องใช้ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ	4.59	0.539	Most important	1
เป็นอาชีพที่ตรงกับสายการเรียนรู้ที่ได้เรียนมา	4.56	0.583	Most important	2
เป็นอาชีพที่ต้องใช้ทักษะวิชาชีพ เฉพาะด้าน	4.48	0.637	Most important	3
เป็นอาชีพที่ต้องมีความรับผิดชอบและมีความอดทนสูง	4.47	0.648	Most important	4
เป็นอาชีพที่สามารถท่องเที่ยว ไปพร้อมกับการทำงานได้	4.37	0.757	Most important	5
$\bar{x}$	4.49			

จากตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยในการประกอบอาชีพในอนาคตเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการบินด้านลักษณะงาน จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 131 คน นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านลักษณะงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{x}$ = 4.49) สำหรับด้านลักษณะงานที่นักศึกษาเห็นด้วยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. เป็นอาชีพที่ต้องใช้ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ 2. เป็นอาชีพที่ตรงกับสายการเรียนรู้ที่ได้เรียนมา 3. เป็นอาชีพที่ต้องใช้ทักษะวิชาชีพเฉพาะด้าน ($\bar{x}$ = 4.59 , 4.56 และ 4.48 ตามลำดับ)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาหรืออุปสรรคใดบ้างที่ส่งผลต่อการเลือกประกอบอาชีพในอนาคตเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการบินของนักศึกษาสาขาการจัดการธุรกิจการบินและการขนส่ง วิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต พบว่านักศึกษามีปัญหาเรื่องทักษะการใช้ภาษาอังกฤษหรือภาษาที่ 3 และมีความกังวลการแข่งขันในการเข้าทำงานสูง จึงทำให้นักศึกษาต้องพัฒนาตนเองในด้านดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผล (Discussion)

ผลการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมการบินของนักศึกษาสาขาวิชา การจัดการธุรกิจการบินและการขนส่ง วิทยาลัยการท่องเที่ยว การบริการ และกีฬา มหาวิทยาลัยรังสิต มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

นักศึกษามีส่วนใหญ่นับเป็นเพศหญิง กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 มีอายุ 20 ปี น้ำหนักส่วนใหญ่หนักระหว่าง 50-77 กิโลกรัม ส่วนสูง 150 – 170 เซนติเมตร มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล มีระดับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา 3.00 -3.49 มีรายได้/ค่าครองชีพต่อเดือนระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท ผู้ปกครองส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และมีความสนใจจะเลือกเรียนวิชาชีพเกี่ยวกับการบริการผู้โดยสาร (Passenger Services)

เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยในการประกอบอาชีพในอนาคตเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการบิน ด้านสังคมและการพัฒนาตนเอง เมื่อพิจารณาในรายด้าน คือ ด้านสังคมและการพัฒนาตนเอง ด้านเศรษฐกิจด้านจิตวิทยา และด้านลักษณะงาน ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดทุกด้านเช่นกัน ซึ่งสามารถ อภิปรายเป็นรายด้านได้ ดังนี้

1. ด้านสังคมและการพัฒนาตนเอง นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านสังคมและการพัฒนาตนเอง โดยภาพรวมจะอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. เป็นอาชีพที่ทำนายความสามารถของตนเองเป็นอาชีพที่มีโอกาสพัฒนาทักษะทางภาษาและความรู้ตลอดเวลา 2. เป็นอาชีพทำให้ได้พบปะผู้คนใหม่ๆ ซึ่งเกิดการเรียนรู้ตลอดเวลา 3. มีโอกาสได้เดินทางไปต่างประเทศจากสายงานที่เลือกและได้ศึกษาวัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวทฤษฎีความต้องการของ McClelland (1985) ที่ว่ามนุษย์ทุกคนต้องการความสำเร็จ ต้องการความสัมพันธ์ที่ดี ความท้าทาย และต้องการอำนาจ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อีระพงศ์ พึ่งแสง (2565) งานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานกับองค์กรด้านการบินของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี สถาบันการบินพลเรือน ที่มีผลว่าปัจจัยที่ทำให้ให้นักศึกษาเลือกประกอบอาชีพ คือ ปัจจัยด้านองค์กรและโอกาสในการเจริญก้าวหน้า และปัจจัยด้านลักษณะงาน

2. ด้านเศรษฐกิจ นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นภาพรวมจะอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดที่นักศึกษามองเห็นด้วยมากที่สุด โดย 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. เงินเดือนมีความสัมพันธ์กับความผันผวนของเศรษฐกิจโดยตรง รวมไปถึงสถานการณ์ต่างๆ 2. สามารถสร้างตัวได้อย่างรวดเร็วเนื่องจากมีฐานเงินเดือนที่สูง 3. มีรายได้เริ่มต้นสูงกว่าอาชีพอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร นวมณีนรัตน์ (2561) เรื่ององค์ประกอบที่ส่งผลต่อการทำงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินชาวไทยในสายการบินตะวันออกกลาง พบว่าเงินเดือนมีผลต่อการเลือกประกอบอาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน และยังพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภมาส เพชรพรหม (2550) เรื่อง แอร์โฮสเตส: กระบวนการเข้าสู่อาชีพ การดำเนินชีวิตการทำงานและการจัดการอารมณ์ โดยมีผลการศึกษาว่าการเข้าสู่อาชีพนั้นต้องมีภาพลักษณ์ที่ดี มีค่าตอบแทนที่สูง และสวัสดิการที่ดี

3. ด้านจิตวิทยา นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านจิตวิทยา โดยภาพรวมจะอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดสำหรับด้านจิตวิทยาที่นักศึกษามองเห็นด้วยมากที่สุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. เป็นอาชีพที่มีโอกาสในการเจริญก้าวหน้าในชีวิต 2. เป็นอาชีพที่อยู่ในความชอบและความสนใจส่วนตัว 3. คนในครอบครัวให้การสนับสนุนในด้านอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐกานต์ สิงห์ทองสุข (2559) เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่ ที่กล่าวถึงปัจจัยจูงใจในการทำงาน คือ ด้านประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน

ความก้าวหน้าในการทำงาน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพลิน บรรพโต (2561) ในงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการของนักศึกษา สาขาการจัดการโรงแรม ระดับชั้นปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ผลการวิจัยได้กล่าวว่า ความรู้เกียรติและชื่อเสียงของอาชีพ ความภูมิใจในอาชีพและทัศนคติที่มีต่ออาชีพ ค่าตอบแทน ลักษณะงาน และโอกาสในความก้าวหน้าของอาชีพ มีผลต่อการเลือกอาชีพของนักศึกษา

4. ด้านลักษณะงาน นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านลักษณะงาน โดยภาพรวมจะอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ซึ่ง 3 ลำดับแรก ได้แก่ 1. เป็นอาชีพที่ต้องใช้ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ 2. เป็นอาชีพที่ตรงกับสายการเรียนที่ได้เรียนมา 3. เป็นอาชีพที่ต้องใช้ทักษะวิชาชีพเฉพาะด้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติพร มลิพันธ์ คริสเตนเซน และคณะ (2564) ในการศึกษาสมรรถนะด้านอาชีพของนักศึกษาสาขาธุรกิจการบิน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ที่จบการศึกษาไปแล้วทำงานเกี่ยวกับธุรกิจการบิน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ พบว่านักศึกษาส่วนใหญ่คิดเห็นว่าภาษาอังกฤษมีความจำเป็นในการทำงานด้านนี้ และจะต้องมีการเพิ่มพูนความรู้ด้านภาษาที่สามเพื่อจะได้พัฒนาตัวเองให้ดีขึ้น

สรุป (Conclusion)

ปัจจัยในการเลือกประกอบอาชีพของในอนาคตด้านอุตสาหกรรมการบินของนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน และการขนส่ง มหาวิทยาลัยรังสิต สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 53.4 มีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 20.48 ปี ส่วนใหญ่น้ำหนักเฉลี่ยระหว่าง 50 - 77 กิโลกรัม มีความสูงเฉลี่ยระหว่าง 150 - 170 เซนติเมตร 76 คน มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑลคิดเป็นร้อยละ 57.3 ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 4 มีระดับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาระหว่าง 3.00 - 3.49 มีรายได้/ค่าครองชีพต่อเดือนระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท อาชีพของผู้ปกครองส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มวิชาชีพเลือกที่นักศึกษาสนใจศึกษามากที่สุดคือ บริการผู้โดยสาร (Passenger Service)

การเลือกสาขาวิชาและพฤติกรรมกรเรียน พบว่า เหตุผลในการเลือกเรียนสาขาวิชาการจัดการธุรกิจการบิน และการขนส่ง มหาวิทยาลัยรังสิต คือเป็นหลักสูตรบริหารธุรกิจสามารถเลือกทำงานได้หลากหลาย อาชีพที่นักศึกษารู้จักมากที่สุดโดยแบ่งตามชั้นปีที่ 1-4 โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 1 นักศึกษาชั้นปีที่ 2 และนักศึกษาชั้นปีที่ 3 รู้จักนักบินมากที่สุด และนักศึกษาชั้นปีที่ 4 รู้จักงานบริหารท่าอากาศยาน/พนักงานต้อนรับภาคพื้นมากที่สุด นักศึกษารู้จักแหล่งอาชีพจากสื่อสังคมออนไลน์ นักศึกษาสนใจอาชีพหลังจบการศึกษามากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน และงานปฏิบัติการอื่นๆ ณ ท่าอากาศยาน ตามลำดับ เหตุที่นักศึกษาสนใจอาชีพ คือ ความชอบและความใฝ่ฝัน ทักษะที่กลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาเห็นควรว่าต้องพัฒนา 3 ลำดับแรก ลำดับที่ 1 การพัฒนาผลการเรียนหรือระดับคะแนนผลการเรียน ลำดับที่ 2 การเพิ่มเติมความรู้และทักษะเฉพาะด้านที่ตรงกับอาชีพ ลำดับที่ 3 การพัฒนาผลการเรียนหรือระดับคะแนนผลการเรียน ฐานเงินเดือนที่กลุ่มตัวอย่างของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 - 4 คาดหวังว่าจะได้รับการ ทำงานโดยนักศึกษาชั้นปีที่ 1 -4 คาดหวังมากกว่า 20,000 บาท มากที่สุด นักศึกษาส่วนใหญ่คิดว่าการเลือกสถานที่ฝึกปฏิบัติงานมีผลต่อการหางานทำในอนาคต แหล่งฝึกงานที่นักศึกษารู้จักมากที่สุดคือ บริษัทสายการบินต่างๆ กลุ่มตัวอย่างต้องการทำงานหลังเรียนจบ เพื่อหาประสบการณ์การทำงาน กลุ่มตัวอย่างมีผลคะแนน TOEIC ส่วนใหญ่ที่ค่าระดับ 301-400 คะแนน

ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยในการเลือกประกอบอาชีพในอนาคตด้านอุตสาหกรรมการบินสรุปได้ดังนี้

ด้านสังคมและการพัฒนาตนเอง นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านสังคมและการ พัฒนาตนเอง โดยภาพรวมจะอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ด้านเศรษฐกิจ นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านเศรษฐกิจ โดยภาพรวมจะอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ด้านจิตวิทยา นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านจิตวิทยา โดยภาพรวมจะอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก
ด้านลักษณะงาน นักศึกษาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านลักษณะงาน โดยภาพรวมจะอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

เอกสารอ้างอิง (References)

- กองวิจัยตลาดแรงงาน. (2557). รายงานผลการวิจัย เรื่องแนวโน้มอาชีพอิสระในอนาคต 3 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2558-2560). การวิจัย, กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน
- ชมพูนุท ศรีพงษ์. (2550). กลยุทธ์การเพิ่มแรงจูงใจในการทำงาน. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม, หน้า 139-149
- ณัฐกานต์ สิงห์ทองสุข. (2559). เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) สำนักงานใหญ่. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- นิปัทม์ พิชญโยธิน.(2551). โมเดลการวัดโปรไฟล์การตัดสินใจเลือกอาชีพและผลต่อพัฒนาการทางอาชีพของผู้ใหญ่ตอนต้น : การพัฒนาและการตรวจสอบความตรงของโมเดลแข่งขัน. วิทยานิพนธ์ ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาพัฒนาการ คณะจิตวิทยา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ไพสิน บรรพโต. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเลือกประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมบริการของนักศึกษา สาขาการจัดการการโรงแรม ระดับชั้นปริญญาตรี ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- จิตติพร มลิพันธ์ คริสเตนเซนต์ สุภิสรา ทองจรรยา และกฤษฎณ์ วิทวัสสำราญกุล. (2564). สมรรถนะการปฏิบัติงานของพนักงานสายการบิน กรณีศึกษาบัณฑิตสาขาธุรกิจการบิน. ในการประชุมวิชาการระดับชาติ “วิถีใหม่ในสังคมที่เปลี่ยนแปลง” มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ, ปทุมธานี
- ธีรยุทธ แก้วเกร็ด. (2560). การตัดสินใจเลือกอาชีพของพนักงานองค์กรเอกชนในจังหวัดนครปฐม. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ธีระพงศ์ พึ่งแสง. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกทำงานกับองค์กรด้านการบินของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี สถาบันการบินพลเรือน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชรภรณ์ โกคาพานิชย์.(2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาชีพของ นักศึกษาโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต MLW 12 และ VLT 15/1วิชาเอกการบัญชีคณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุภมาส เพชรพรหม. (2550). แอร์โฮสเตส: กระบวนการเข้าสู่อาชีพ การดำเนินชีวิตการทำงานและการจัดการอารมณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศิริพร เจริญศรีวิริยะกุล. (2559). การศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกสถานประกอบการ. ใน การฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศศิธร นวมมณีนรัตน์. (2561). เรื่ององค์ประกอบที่ส่งผลต่อการทำงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินชาวไทยในสายการบินตะวันออกกลาง. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, สถาบันการบินพลเรือน สถาบันสมทบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
- Allport, G. W. (1961). Pattern and growth in personality. New York : Rinehart and Winston.
- Bootzin, R.R., Bower, G.H., Croker, J., & Hall, E. (1991). Psychology today: An Introduction (7th ed.). New York: Von Hoffmann Press, Inc
- McClelland, D.C. 1985. How motive, skills, and values determine what people do. American Psychologist, 40(70), 812-825.

การศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสีเขียวที่ ส่งผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

Study of the opinions of service providers regarding the quality of
Green service quality that affects the sustainable performance of the
hotel business In Pak Chong District Nakhon Ratchasima Province

ศิริรินทร์ เอียบศิริเมธี^{1*}

Sirinthorn Eapsirimetee^{1*}

Received: March 28, 2024

Revised: April 3, 2024

Accepted: April 5, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสีเขียว ของโรงแรม ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา และ 2) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานในโรงแรม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสีเขียว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปน้อย พบว่า พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสีเขียวด้านการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมสิ่งแวดล้อม ด้านการพัฒนาบุคลากร และด้านการใช้เทคโนโลยี ตามลำดับ และ 2) พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปน้อย พบว่า พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ด้านสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านความยั่งยืนขององค์กร ด้านผลการตอบรับของลูกค้า และด้านการสร้างความได้เปรียบตามลำดับ

คำสำคัญ: โรงแรมสีเขียว, ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน, คุณภาพการให้บริการสีเขียว

Abstract

The purposes of this research are to 1) Study the level of opinions of employees regarding the development of green service quality of hotels in Pak Chong District. Nakhon Ratchasima Province and 2) Study the relationship between green service quality and sustainable performance of hotels in Pak Chong District. Nakhon Ratchasima Province, the population was employees working in hotels; the sample group was the 400. The research instruments were the questionnaire. The data analysis statistics were the percentage mean and standard deviation. The results were as follows 1) Most hotel employees have high opinions about improving the quality of green services. Overall, it is a high level. When considering each aspect in order from highest to lowest, it was found that most hotel employees have high opinions about developing the quality of green services in marketing. is at the highest level, followed by environmental promotion Personnel development and the use of technology, respectively and 2) Most hotel employees have high opinions about the sustainable performance of the hotel business. Overall, it is a high level. When considering each aspect in descending order, it was found that many hotel employees have high opinions about

^{1*} อาจารย์ประจำหลักสูตร คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยนครราชสีมา 1

Instructor, Faculty of Business Administration and Information Technology Nakhon Ratchasima College

the sustainable performance of the hotel business. Environmental is at a high level, followed by organizational sustainability in terms of customer response and creating advantages, respectively

Keywords: Green Hote, Sustainable Performance, Green Service Quality

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันสภาวะโลกร้อนได้คุกคามโลกและมีความรุนแรงมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งน้ำท่วม ภัยแล้ง แผ่นดินไหว พายุ ตลอดจนมลภาวะที่เป็นพิษต่าง ๆ จากปรากฏการณ์ดังกล่าว สังคมโลกเริ่มตระหนักรู้และเข้าสู่จุดเปลี่ยนผ่านครั้งสำคัญ และโลกกำลังต้องการการดูแลอย่างเร่งด่วนจากการดำรงชีวิตโดยผ่านระบบเศรษฐกิจที่ผลาญทรัพยากรธรรมชาติและใช้ทุนมนุษย์อย่างไม่คำนึงถึงความยั่งยืนด้วยการแปลงโฉมมาสู่การประกอบธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสังคมที่สอดคล้องกับปรัชญาของ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” องค์กรธุรกิจโฉมใหม่เหล่านี้สังคมจะเรียกว่า องค์กรธุรกิจสีเขียว หรือ Green Organization (Chaudhary, 2019; Turayev et al., 2021 อ้างถึงใน ศรากุล สุโคตรพรหมมี และคณะ, 2566) และตั้งแต่ประเทศไทยได้เข้าสู่การรวมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้นในปี 2558 ประโยชน์ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกจะส่งเสริมให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในกลุ่มสมาชิกอาเซียนเพิ่มขึ้น ประกอบกับปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ด้านคมนาคม ช่วยดึงดูดทั้งนักท่องเที่ยวและนักลงทุนสนใจลงทุนในธุรกิจบริการด้านท่องเที่ยวและธุรกิจส่งผลให้ธุรกิจด้านที่พักและโรงแรมสำหรับนักท่องเที่ยวยังคงมีโอกาขยายตัวสูงขึ้น หลังจากที่ประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นหนึ่งในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ยิ่งเพิ่มโอกาสในการขยายตัวแก่ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวโดยตรงได้แก่ธุรกิจโรงแรม ซึ่งการขยายตัวของสถานประกอบการโรงแรมอย่างต่อเนื่องทำให้สิ่งแวดล้อมและสังคมได้รับผลกระทบอย่างมาก จากการให้บริการของสถานประกอบการมีการใช้พลังงานน้ำ และทรัพยากรจำนวนมาก (Robinot & Giannelloni, 2010 อ้างถึงในปิยะดา วชิระ และคณะ, 2558) ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้มีธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและโรงแรมได้รับผลกระทบอย่างมาก แหล่งการท่องเที่ยว ที่พัก และโรงแรมต้องเผชิญกับการปิดทำการชั่วคราว เมื่อการแพร่ระบาดไวรัส COVID-19 เริ่มลดน้อยลงก็ทำให้มาตรการ Social Distancing เริ่มผ่อนปรนลงตามไปด้วย ธุรกิจการโรงแรมต่างก็พยายามปรับตัวเพื่อหาช่องทางทำรายได้ ทั้งการลดราคาการจองที่พักล่วงหน้า รวมไปถึงการเปิดบริการให้เป็นสถานที่กักตัวชั่วคราวของผู้ต้องสงสัยว่าอาจจะติดเชื้อ COVID-19 เป็นการชั่วคราวจนกว่าจะมีการเปิดให้มีการเดินทางเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้กลับมาพักที่โรงแรมอีกครั้ง ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรมจะต้องเริ่มวางแผนการรับมือกับ New Normal เพื่อเรียกความน่าเชื่อถือจากนักท่องเที่ยวกลับมาให้มากที่สุด

โรงแรมเป็นสถานประกอบการที่ให้บริการแก่ผู้ให้บริการเพื่อให้ความสะดวกสบายและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ให้บริการซึ่งในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ล้วนต้องใช้ทรัพยากรพลังงานและก่อให้เกิดมลภาวะทั้งขยะและน้ำเสีย จึงมีส่วนในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศอันเป็นสาเหตุหลักของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและปรากฏการณ์โลกร้อนที่กำลังกลายเป็นวิกฤติด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ จากการบริหารงานโดยผ่านระบบเศรษฐกิจที่ผลาญทรัพยากรธรรมชาติ และใช้ทุนมนุษย์อย่างไม่คำนึงถึงความยั่งยืนด้วยการแปลงโฉมมาสู่การประกอบธุรกิจรูปแบบใหม่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสังคมที่สอดคล้องกับปรัชญาของ “การพัฒนาที่ยั่งยืน” โรงแรมธุรกิจโฉมใหม่เหล่านี้สังคมจะเรียกว่า “โรงแรมสีเขียว (Green Hotel)” และจากการศึกษาของปริญญ์ เลปนันทน์ และ อศวิน แสงพิกุล, (2566) พบว่า ในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา มีนักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจศึกษาวิจัยเกี่ยวกับโรงแรมสีเขียวในประเทศไทยอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจจะท่อนได้ว่า วงการวิชาการกำลังให้ความสำคัญกับธุรกิจที่พักแรมที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นด้านการรักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงานของโรงแรม ซึ่งเป็นเสาหลักสำคัญประการหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ประกอบด้วย ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ผู้บริหารโรงแรมสมัยใหม่ ควรให้ความสำคัญกับแนวคิดของการอนุรักษ์หรือการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย นอกเหนือจากมิติความยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ โดยในยุคปัจจุบันทั้งผู้บริโภคและสังคมต่างให้ความสำคัญกับธุรกิจที่ดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมาก

ขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินธุรกิจที่พหุภาคีที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและนักวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาโรงแรมสีเขียวในพื้นที่ภาคใต้และกรุงเทพมหานครมากที่สุด ในขณะที่การศึกษาโรงแรมสีเขียวในภูมิภาคอื่นยังมีอยู่น้อย ดังนั้น การศึกษาศึกษาโรงแรมสีเขียวขนาดเล็กในต่างจังหวัดหรือเมืองท่องเที่ยวรองเพื่อขยายองค์ความรู้ของการดำเนินงานโรงแรมสีเขียวให้กว้างขวางมากขึ้น

ดังนั้นในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสีเขียวที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เพื่อผลจากการศึกษาจะสามารถช่วยชี้แนะแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่มุ่งการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้กับกิจการตลอดจนเป็นประโยชน์ต่องานด้านวิชาการต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสีเขียว ของโรงแรม ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา
2. ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

วิธีการศึกษา (Methodology)

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตเนื้อหา ทบทวนเอกสารจาก เอกสาร ตำรา ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ 1) คุณภาพการให้บริการสีเขียว ซึ่งเป็นแนวทางในการเลือกวิธีการด้านการจัดการที่บูรณาการกันอย่างลงตัวเพื่อมุ่งเน้นการนำเสนอในคุณค่าในมิติในด้านต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุด (Maximize Satisfaction) ถึงเจตนาพร้อมเพื่อประโยชน์ทางสิ่งแวดล้อม และ 2) การดำเนินงานอย่างยั่งยืน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานที่ปฏิบัติงานโรงแรม อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากทางผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนประชากรจึงทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (Cochran, 1977) จำนวน 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล สร้างแบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถามปลายปิด คำถามปลายเปิด คำถามแบบมีตัวเลือกคำตอบ และคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยแบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ อยุ่งาน และรายได้ต่อเดือน จำนวน 6 ข้อ มีลักษณะคำถามแบบปลายปิด ให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสีเขียว โดยมีลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วน ประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) ดังนี้

4.50 – 5.00 = เห็นด้วยมากที่สุด

3.50 – 4.49 = เห็นด้วยมาก

2.50 – 3.49 = เห็นด้วยปานกลาง

1.50 – 2.49 = เห็นด้วยน้อย

1.00 – 1.49 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยมีลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและพัฒนาเครื่องโดยศึกษาหลักการ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโรงแรมสี่เหลี่ยม คุณภาพการให้บริการ ผลการดำเนินงาน แล้วนำผลการศึกษามาสร้างมาตรวัดหรือตัวชี้วัดในลักษณะข้อคำถาม โดยขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (Try-Out) กับประชาชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง และทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) แบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.828

ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมาศึกษาและนำมาประกอบ เพื่อให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของงานวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสี่เหลี่ยม ผลการดำเนินงาน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 3 เดือน ได้แบบสอบถามครบ 400 ชุด

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งได้จากการรวบรวม การค้นคว้าเอกสาร ตำรา บทความ วารสาร รายงานการวิจัย สารนิพนธ์/ปริญญาโท และงานวิจัยและข้อมูลต่าง ๆ จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเรียบร้อยแล้ว นำแบบสอบถามมาทำการกำหนดรหัส ลงรหัส บันทึกข้อมูล แล้วจึงนำไปประมวลผลข้อมูลหาค่าทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป วิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตาราง ควบคู่กับการบรรยาย และสรุปผลของการวิจัย

ผลการศึกษา (Results)

การศึกษาเรื่องการศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้ให้บริการเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสี่เหลี่ยมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา สรุปผลการศึกษา ดังนี้

1. ศึกษาความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสี่เหลี่ยมของโรงแรม ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสี่เหลี่ยม

คิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสี่เหลี่ยม	Mean	Std. Deviation	ลำดับที่
1.ด้านการพัฒนาบุคลากร			
1.1 มีการส่งเสริมกิจกรรมการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม	4.44	.657	2
1.2 มีการวัดความรู้ ความสามารถด้านสิ่งแวดล้อม	4.45	.684	1
1.3 มีการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านสิ่งแวดล้อม	4.43	.676	3
รวม	4.438	.618	
2. ด้านการตลาด			
2.1 มีการสำรวจข้อมูลความต้องการของลูกค้าด้านสิ่งแวดล้อม	4.57	.676	2
2.2 มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง	4.39	.741	4
2.3 มีช่องทางการตลาดรูปแบบต่างๆที่เข้าถึงความต้องการเฉพาะของลูกค้าด้านสิ่งแวดล้อม	4.60	.617	1

2.4 มีการวิเคราะห์ความสามารถในการเข้าสู่ตลาดด้านสิ่งแวดล้อม	4.51	.704	3
รวม	4.517	.539	
3. ด้านการใช้เทคโนโลยี			
3.1 มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเหมาะสมกับการปฏิบัติงานด้านบริการเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม	4.64	.635	1
3.2 มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการดำเนินการด้านบริการเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม	4.31	.699	3
3.3 มีระบบฐานข้อมูลภายในเพื่ออำนวยความสะดวกต่างๆแก่บุคลากรเพื่อแสวงหาความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม	4.33	.645	2
รวม	4.423	.581	
4. ด้านการส่งเสริมสิ่งแวดล้อม			
4.1 โรงแรมให้ความสำคัญกับปัญหาสิ่งแวดล้อม	4.28	.763	3
4.2 โรงแรมให้การสนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง	4.56	.723	1
4.3 โรงแรมดำเนินการตามกฎหมาย หรือข้อบังคับด้านสิ่งแวดล้อม	4.52	.701	2
รวม	4.440	.636	
รวมทุกด้าน	4.457	.513	

จากตารางที่ 1 พบว่า พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสีเขียว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.457, S.D. = 0.513) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปน้อย พบว่า พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสีเขียวด้านการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.517, S.D. = 0.539) รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.440, S.D. = 0.636) ด้านการพัฒนาบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 4.438, S.D. = 0.618) และด้านการใช้เทคโนโลยี (ค่าเฉลี่ย 4.423, S.D. = 0.581) ตามลำดับ

สรุปผลการศึกษา พบว่า พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสีเขียว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปน้อย พบว่า พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสีเขียวด้านการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมสิ่งแวดล้อม ด้านการพัฒนาบุคลากร และด้านการใช้เทคโนโลยี ตามลำดับ

2. ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

จากตารางที่ 2 พบว่า พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.050, S.D. = 0.325) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปน้อย พบว่า พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ด้านสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.380, S.D. = 0.588) รองลงมาคือ ด้านความยั่งยืนขององค์กร (ค่าเฉลี่ย 4.263, S.D. = 0.457) ด้านผลการตอบรับของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.910, S.D. = 0.466) และด้านการสร้างความได้เปรียบ (ค่าเฉลี่ย 3.646, S.D. = 0.924) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน	Mean	Std. Deviation	ลำดับที่
1.ผลการตอบรับของลูกค้า			
1.1 โรงแรมสามารถรักษารฐานลูกค้าเดิม	3.75	.681	
1.2 โรงแรมสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง	3.65	.805	
1.3 ลูกค้าให้การสนับสนุนและมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่างๆของโรงแรม	4.33	.776	
รวม	3.910	.466	
2.การสร้างควมได้เปรียบ			
2.1 โรงแรมมีบริการที่เป็นเอกลักษณ์	3.83	1.070	
2.2 โรงแรมได้รับการรับรองมาตรฐานด้านคุณภาพเป็นที่ยอมรับแก่ลูกค้า	3.52	1.101	
2.3 โรงแรมมีการให้บริการที่หลากหลาย	3.67	1.128	
2.4 โรงแรมมีการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า	3.57	1.176	
รวม	3.646	.924	
3.ด้านสิ่งแวดล้อม			
3.1 โรงแรมได้รับความน่าเชื่อถือด้านสิ่งแวดล้อม	4.43	.622	
3.2 โรงแรมได้รับการยอมรับการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	4.38	.657	
3.3 โรงแรมมีภาพลักษณ์ที่ดีด้านสิ่งแวดล้อม	4.33	.672	
รวม	4.380	.588	
4. ด้านความยั่งยืนขององค์กร			
4.1 โรงแรมมีบุคลากรที่มีความสามารถในการสร้างนวัตกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.35	.695	
4.2 โรงแรมมีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้มีส่วนได้เสีย	4.32	.682	
4.3 โรงแรมประสบความสำเร็จในการสร้างระบบการทำงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.120	.739	
รวม	4.263	.457	
รวมทุกด้าน	4.050	.325	

สรุปผลการศึกษา พบว่า พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปน้อย พบว่า พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ด้านสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความยั่งยืนขององค์กร ด้านผลการตอบรับของลูกค้า และด้านการสร้างควมได้เปรียบ ตามลำดับ

อภิปรายผล (Discussion)

จากผลการวิจัยดังกล่าว สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ศึกษาระดับความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสีเขียวของโรงแรม ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสีเขียวใน

ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปน้อย พบว่า พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสีเขียวด้านการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมสิ่งแวดล้อม ด้านการพัฒนาบุคลากร และด้านการใช้เทคโนโลยี ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเพราะคุณภาพการให้บริการด้านการตลาดจำเป็นต้องมีความสอดคล้องระหว่างความสามารถขององค์กรกับความต้องการของลูกค้า เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทั้งสองฝ่ายโดยองค์การมีความสามารถในการวิเคราะห์ตลาดได้ ในการวิเคราะห์ตลาดได้นั้นต้องมีการสำรวจความต้องการของลูกค้า มีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีการส่งเสริมการตลาด มีช่องทางรูปแบบใหม่ ๆ อยู่เสมอ จึงจะสามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและทำให้ลูกค้าพึงพอใจในด้านสิ่งแวดล้อมได้ ในขณะที่การส่งเสริมสิ่งแวดล้อม คือ การช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่ก่อให้เกิดแนวคิดใหม่ ๆ เพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้เกิดความเจริญก้าวหน้า ความเข้าใจ มีการร่วมมือ การปรับปรุงการทำงานในด้านสิ่งแวดล้อม มีการสนับสนุนด้วยงบประมาณด้านสิ่งแวดล้อมแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้้องค์การดำเนินตามกฎระเบียบด้านสิ่งแวดล้อมตามที่กฎหมายกำหนดไว้ ส่วนการพัฒนาบุคลากรมุ่งเน้นกระบวนการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงาน ความรู้ความสามารถ ทักษะและทัศนคติในด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยวิธีการส่งเสริม พัฒนาความรู้ ทักษะ คุณลักษณะที่้องค์การต้องการให้แก่บุคลากร มีการวัดความรู้ความสามารถของบุคลากร ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานเพื่อให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงานของบุคลากรด้านสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพและการที่้องค์การนำเทคโนโลยีมาปรับเปลี่ยน เชื่อมโยง เพื่อเสริมสร้างอำนวยความสะดวกเพื่อเป็นช่องทางการในการเข้าถึงข้อมูล ความรู้ต่าง ๆ ในด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อแบ่งปันความรู้ใน้องค์การ (สุพิเชษฐ์ ตองอ่อน,2565) เช่นเดียวกับการค้นคว้าของ สานิตย์ หนูนิล,(2557) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสนับสนุนการเป็นโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านความรู้และความเข้าใจและปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของการตัดสินใจเท่ากับร้อยละ 56.9 และจากการค้นคว้าของ ปรีทพูน เลปนันท และ อัคริน แสงพิกุล.(2566) พบว่า วงการวิชาการกำลังให้ความสำคัญกับธุรกิจที่แพคเกจที่ดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเด็นด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงานของโรงแรม ซึ่งเป็นเสาหลักสำคัญประการหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ประกอบด้วย ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ผู้บริหารโรงแรมสมัยใหม่ควรให้ความสำคัญกับแนวคิดของการอนุรักษ์หรือการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้วย นอกเหนือจากมิติความยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ โดยผู้บริหารโรงแรมทั่วไปอาจเริ่มพิจารณานำแผนงานด้านสิ่งแวดล้อมมาเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการโรงแรมในยุคปัจจุบัน ซึ่งทั้งผู้บริหารและสังคมต่างให้ความสำคัญกับธุรกิจที่ดำเนินการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินธุรกิจที่แพคเกจที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2. ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปน้อย พบว่า พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ด้านสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านความยั่งยืนขององค์กร ด้านผลการตอบรับของลูกค้า และด้านการสร้างความได้เปรียบ ตามลำดับ สอดคล้องกับการค้นคว้าของปรีทพูน เลปนันท และ อัคริน แสงพิกุล.(2566) พบว่า แนวคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืนในภาคธุรกิจโรงแรม ทำให้เกิดแนวคิดของการบริหารจัดการโรงแรมเพื่อความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อม การใช้พลังงานและทรัพยากร ทั้งนี้โรงแรมควรประชาสัมพันธ์และมีแนวทางในการส่งเสริมให้พนักงานได้รับข้อมูลข่าวสารด้านสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นประจำสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้ถูกต้อง นอกจากนี้ โรงแรมควรสนับสนุนให้บุคลากรมีส่วนร่วมในนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมและพัฒนาบุคลากรในด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้การดำเนินงานโรงแรมสีเขียวประสบความสำเร็จ ในขณะที่ สานิตย์ หนูนิล,(2559) ศึกษาการพัฒนาโมเดลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์เพื่อผลการดำเนินงาน ที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย พบว่า องค์ประกอบของความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ประกอบด้วย การดำเนินงานเชิงนโยบาย การมุ่งเน้นเป้าหมายระยะยาว การเชื่อมโยงกับกระบวนการ

ทางธุรกิจ และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่วนรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจขององค์กร ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางสังคม และด้านการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผลการวิเคราะห์โมเดลการวิจัยที่พัฒนาขึ้น พบว่า โมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่า X^2 เท่ากับ 115.01 p-value ของค่า X^2 เท่ากับ 0.93 ค่า X^2/df เท่ากับ 1.17 ค่า CFI เท่ากับ 1.00 ค่า GFI เท่ากับ 0.96 ค่า AGFI เท่ากับ 0.95 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.00 ผลการการวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานการวิจัย พบว่า 1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การมุ่งเน้นตลาด การสร้างความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และความพร้อมของทรัพยากรองค์กร มีผลกระทบทางตรงต่อความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ 2) ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์มีผลกระทบทางตรงต่อชื่อเสียงขององค์กร 3) ความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์มีผลกระทบทางอ้อมต่อ ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนโดยผ่านชื่อเสียงขององค์กร และ 4) ชื่อเสียงขององค์กรมีผลกระทบทางตรง ต่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน ผลที่ได้จากการศึกษานี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย และการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ขององค์กรให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

สรุป (Conclusion)

คุณภาพการให้บริการสีเขียวที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา สามารถสรุปดังนี้

1. พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสีเขียวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปน้อย พบว่า พนักงานความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสีเขียวด้านการตลาด ด้านการส่งเสริมสิ่งแวดล้อม ด้านการพัฒนาบุคลากร และด้านการใช้เทคโนโลยี ตามลำดับ

2. พนักงานโรงแรมส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของธุรกิจโรงแรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปน้อย พบว่า พนักงานโรงแรมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านสิ่งแวดล้อม ด้านความยั่งยืนขององค์กร ด้านผลการตอบรับของลูกค้า และด้านการสร้างความได้เปรียบ

ผลจากการวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าการจัดการด้านคุณภาพการให้บริการสีเขียวของโรงแรมในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมาเพื่อการดำเนินงานที่ยั่งยืนของกิจการ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการตลาดสีเขียว การส่งเสริมสิ่งแวดล้อม การพัฒนาบุคลากรและการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความภาคภูมิใจให้กับกิจการและกลับมาให้บริการอย่างต่อเนื่องเมื่อมีโอกาส นำไปสู่การสร้างความยั่งยืนของกิจการที่ต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ความยั่งยืนขององค์กร การตอบรับของลูกค้าและการสร้างความได้เปรียบจากคู่แข่งได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. กิจการอาจนำเทคโนโลยีมาใช้แทนการใช้หรือการส่งเอกสารต่าง ๆ ระหว่างหน่วยงานภายในโรงแรมเพื่อลดการใช้กระดาษ รวมทั้งอาจเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ที่ประทับใจให้แก่ลูกค้า

2. กิจการอาจการสร้างภาพลักษณ์ในการดำเนินกิจการเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับกิจการ โดยมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน ด้วยการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในท้องถิ่น การสร้างภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์การลดใช้พลังงานด้านต่าง ๆ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังของคุณภาพการให้บริการโรงแรมสีเขียว
2. ศึกษาการปัจจัยที่ส่งต่อการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของโรงแรมสีเขียว

เอกสารอ้างอิง (Reference)

- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปัทมณัน เลปนันทน์ และ อัครวิณ แสงพิกุล.(2566).การสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยเกี่ยวกับโรงแรมสีเขียวในประเทศไทย.*วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.)*,29(1),10-23
- ปิยะดา วชิระวงศกร, และอุษณีย์ ทิมสูงเนิน.(2558).การประเมินการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของสถานประกอบการประเภทโรงแรมในเขตภาคเหนือตอนล่าง.*วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม*,11(1),98-113
- ศรากุล สุโคตรพรหมมี และคณะ.(2566).ผลกระทบของการจัดการทรัพยากรมนุษย์สีเขียวที่มีต่อประสิทธิภาพในการผลิตมุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมในกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่.*วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*,6(3), 54 – 72
- सानิตย์ หนูนิล และประสพชัย พสุนนท์. (2557). พฤติกรรมสนับสนุนการเป็นโรงแรมที่มีมิตรกับสิ่งแวดล้อม: กรณีศึกษา โรงแรมดุสิต ปริ๊นเซส ศรีนครินทร์. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*,8(1),16-33
- सानิตย์ หนูนิล.(2559). *การพัฒนาโมเดลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์เพื่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*.วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สุพิเชษฐ์ ทองอ่อน.(2565).*กลยุทธ์การจัดการคุณภาพการบริการสีเขียวของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย*.วิทยานิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Robinot, E. & Giannelloni, J. (2010). Do hotels “Green” attributes contribute to customer satisfaction? *Journal of Services Marketing*, 24(2), 157 – 169

การใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) ของผู้รับบริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพชรบุรีตัดใหม่

The Use of Financial Transaction Services via Mobile Phone (SCB Mobile Banking) by Customers of Siam Commercial Bank, New Phetchaburi Road Branch

เกริกไชยพิสิฐ^{1*} มีศีล และชิตพงษ์ อัยสานนท์²

Krerchaipisit Meesin and Chitpong Ayasanond

Received: April 3, 2024

Revised: April 10, 2024

Accepted: April 23, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้รับบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) ของผู้รับบริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพชรบุรีตัดใหม่ (2) ศึกษาความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่าน ธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) ของผู้รับบริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพชรบุรีตัดใหม่ และ (3) เปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อการยอมรับเทคโนโลยีต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ จำแนกตาม ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมของผู้รับบริการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพชรบุรีตัดใหม่ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยคือ แบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรับบริการ ด้านการรับบริการคือ การลงทุนและการออมทรัพย์ รูปแบบอื่น ๆ ความถี่ในการรับบริการคือ 1 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ระยะเวลาที่เคยใช้บริการคือ 1 - 2 ปี ช่วงเวลาที่ใช้บริการคือ 12.01 – 13.00 น. และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการคือตนเอง ร้อยละ 51.50 (2) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการยอมรับเทคโนโลยีในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และ (3) อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พฤติกรรมการรับบริการ ความถี่ในการรับบริการ ระยะเวลาที่เคยใช้บริการ และช่วงเวลาที่ใช้บริการ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี พฤติกรรมของผู้รับบริการ ธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ

Abstract

The purposes of this research was to 1) study behavior of mobile banking service (SCB Mobile Banking) by customers of Siam Commercial Bank, New Phetchaburi Road branch. 2) study the opinions of users of accept mobile banking service (SCB Mobile Banking) technology of service by customers of Siam Commercial Bank, New Phetchaburi Road branch. And (3) compare the opinions of recipients to accept mobile banking service (SCB Mobile Banking) technology, classified by demography and service behavior. The sample is 400 people who used Siam Commercial Bank,

¹ นักศึกษาประจำหลักสูตรโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี คณะบริหารธุรกิจ 16/10 ถ.เลียบคลองทวีวัฒนา เขต/แขวงทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170 Logistics Management student, Bangkok Thonburi University, Faculty of Business Administration, 16/10 Thawi Watthana, Khwaeng Thawi Watthana, Khet Thawi Watthana, Krung Thep Maha Nakhon 10170

² อาจารย์ประจำหลักสูตรโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี คณะบริหารธุรกิจ 16/10 ถ.เลียบคลองทวีวัฒนา เขต/แขวงทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170

Logistics Management instructor, Bangkok Thonburi University, Faculty of Business Administration, 16/10 Thawi Watthana, Khwaeng Thawi Watthana, Khet Thawi Watthana, Krung Thep Maha Nakhon 10170

*Corresponding author. E-mail: Jane_manonly@hotmail.co.th

New Phetchaburi Road branch. The researchers use the questionnaire. Data analysis including mean standard deviation, t-test and One-way ANOVA.

The results found that (1) the most of the respondents had service behavior was investment and other forms of savings, the frequency of receiving the service was 1 - 3 times a week, the period of time service usage was 1 - 2 years, service time was from 12.01 – 13.00 o'clock, and the person who influences the used of the service was yourself. (2) The most of the opinions of users of accept mobile banking service (SCB Mobile Banking) technology was the high level. And (3) age, education level, income per month, type of service, frequency of service usage, the period of service usage and service time affected to the accept to mobile banking service (SCB Mobile Banking) technology at significance level of 0.05.

Keywords: Technology Acceptance, Customer Behavior, Mobile Banking

บทนำ (Introduction)

เทคโนโลยีในปัจจุบันมีความก้าวหน้าและพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ชีวิตของมนุษย์ ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีในการใช้ชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัลกำลังทำให้สังคมโลกเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วแบบก้าวกระโดด โดยเฉพาะในช่วงวิกฤตการแพร่ระบาดของโควิด -19 ทำให้เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการใช้ชีวิตแบบ New Normal ที่ส่งผลให้การทำธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ จำเป็นต้องทำผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ทำให้พฤติกรรมทางการเงิน ชำระค่าสินค้าและบริการของผู้บริโภคชาวไทยส่วนหนึ่งเปลี่ยนไปโดยมุ่งสู่การโอนเงิน และชำระค่าสินค้าและบริการแบบไร้การสัมผัส (Contactless Payment) ส่งผลให้การทำธุรกรรมออนไลน์ และชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน Mobile Banking เพิ่มขึ้น และนำมาซึ่งการแข่งขันในการพัฒนาและให้บริการ Mobile Banking ที่เข้มข้นมากขึ้นของธนาคารพาณิชย์ (นิพนธ์ บัวบาน และคณะ, 2566)

จากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ในปัจจุบัน รวมไปถึงวิกฤตการแพร่ระบาดของโควิด -19 ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้ธุรกรรมทางการเงิน Mobile Banking มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลสถิติจากธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้ธุรกรรมทางการเงิน Mobile Banking ในปี พ.ศ. 2566 จำนวน 107,240,928 บัญชี เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2563 จำนวน 68,697,059 บัญชี คิดเป็นร้อยละ 56.11 ซึ่งแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking

ปี พ.ศ.	จำนวนบัญชีลูกค้าที่ใช้บริการ Mobile Banking
2563	84,291,262
2564	106,439,691
2565	107,240,928
2566	107,240,928

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2567

จากการขยายตัวดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าผู้คนต่างยอมรับเทคโนโลยีมีการนำเทคโนโลยี มาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามลูกค้าผู้ใช้บริการบางส่วนยังเกิดความไม่มั่นใจในการทำธุรกรรม ซึ่งเกิดได้ จากหลายสาเหตุ อาทิ ความไม่สะดวกในการทำธุรกรรม ความกังวลจากความปลอดภัยของ ระบบและข้อมูลส่วนตัว (Nitin et al, 2014) ดังนั้นผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของปัญหาการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพชรบุรีตัดใหม่ เนื่องจากมีผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เพื่อให้เป็นประโยชน์ กับองค์กรที่เกี่ยวข้อง นำไปใช้ประกอบการกำหนดแนวทางการพัฒนา Mobile Banking ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research objectives)

- 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้รับบริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) ของผู้รับบริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพชรบุรีตัดใหม่
- 2 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) ของผู้รับบริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพชรบุรีตัดใหม่
- 3 เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้รับบริการต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) จำแนกตาม ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมของผู้รับบริการ

ขอบเขตของการวิจัย (Delimitation)

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพชรบุรีตัดใหม่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพชรบุรีตัดใหม่ จำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ 1) ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ 2) พฤติกรรมของผู้รับบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย ประเภของการรับบริการ ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่เคยใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ

ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการใช้บริการธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน ความตั้งใจที่จะใช้งาน การรับรู้ถึงความเสี่ยง ทศนคติที่มีต่อการใช้ และการนำมาใช้งานจริง

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking)
2. พฤติกรรมของผู้รับบริการ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking)

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)



รูปที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องบท (Review of the Literature)

การยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยีเป็นการนำเทคโนโลยีที่ยอมรับมาใช้งานซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตัวบุคคลหรือการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทัศนคติและการใช้งานเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีมาใช้งานทำให้แต่ละบุคคลมีประสบการณ์ ความรู้ และทักษะในการใช้งานเพิ่มเติม คือ การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ความตั้งใจที่จะใช้ (Intention to Use) การรับรู้ถึงความเสี่ยง (Perceived Risk) ทัศนคติที่มีต่อการ ใช้ (Attitude toward Using) และการนำมาใช้งานจริง (Actual Use) เป็นต้น (เกวรินทร์ ละเอียดดินันท์, 2557)

พฤติกรรมผู้รับบริการ

พฤติกรรมผู้รับบริการ คือ พฤติกรรมที่ผู้รับบริการแสดงออกในการแสวงหาสำหรับการซื้อ การใช้ การประเมินและการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการที่เขาคาดหวังว่าจะทำให้ความต้องการของเขาได้รับความพอใจ (Leon & Leslie, 1991)

วิธีการศึกษา (Methodology)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่มาใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพชรบุรีตัดใหม่ และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น สามารถหาขนาดตัวอย่างจากสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้ตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ 400 คน

งานวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งแบบสอบถามครั้งนี้ประกอบไปด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และ รายได้ต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการรับบริการ ซึ่งประกอบไปด้วย ประเภทของการรับบริการ ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาที่เคยใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ และผู้ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ ความง่ายในการใช้งาน ความตั้งใจที่จะใช้งาน การรับรู้ถึงความเสี่ยง ทัศนคติที่มีต่อการ ใช้ และการนำมาใช้งานจริง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test และ One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA

ผลการศึกษา (Results)

1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.25 อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 32.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 30.75 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 45.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 23.75

ข้อมูลพฤติกรรมบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมบริการ ด้านประเภทของการบริการคือ การลงทุนและการออมทรัพย์รูปแบบอื่น ๆ ร้อยละ 25.75 ด้านความถี่ในการบริการคือ 1 – 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 41.50 ด้านระยะเวลาที่เคยใช้บริการคือ 1 - 2 ปี ร้อยละ 32.5 ด้านช่วงเวลาที่ใช้บริการคือ 12.01 – 13.00 น. ร้อยละ 37.75 และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการคือตนเอง ร้อยละ 51.50

ข้อมูลปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) ของผู้รับบริการจากธนาคารไทยพาณิชย์ สาขาเพชรบุรีตัดใหม่

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการยอมรับเทคโนโลยีในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.60, S.D. = 0.15) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ การรับรู้ถึงประโยชน์ ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.25) รองลงมาคือ ทัศนคติที่มีต่อการใช้ ($\bar{X}$ = 4.69, S.D. = 0.30) ความง่ายในการใช้งาน ($\bar{X}$ = 4.66, S.D. = 0.24) การนำมาใช้งานจริง ($\bar{X}$ = 4.62, S.D. = 0.27) ความตั้งใจที่จะใช้งาน ($\bar{X}$ = 4.58, S.D. = 0.29) และการรับรู้ถึงความเสี่ยง ($\bar{X}$ = 4.31, S.D. = 0.43) ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 2 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์

ตัวแปร	สถิติ	ค่าสถิติ	P-Value	ผลการทดสอบ
เพศ	t-test	-2.226	0.814	ไม่สอดคล้อง
อายุ	F-test	4.417	0.000*	สอดคล้อง
อาชีพ	F-test	1.104	0.344	ไม่สอดคล้อง
ระดับการศึกษา	F-test	5.716	0.000*	สอดคล้อง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	F-test	4.606	0.000*	สอดคล้อง

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 3 แสดงการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยพฤติกรรมบริการ

ตัวแปร	สถิติ	ค่าสถิติ	P-Value	ผลการทดสอบ
พฤติกรรมบริการ	F-test	1.669	0.039*	สอดคล้อง
ความถี่ในการบริการ	F-test	3.994	0.000*	สอดคล้อง
ระยะเวลาที่เคยใช้บริการ	F-test	5.423	0.000*	สอดคล้อง
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	F-test	2.377	0.001*	สอดคล้อง
ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการ	F-test	1.128	0.320	ไม่สอดคล้อง

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยพฤติกรรมบริการ ได้แก่ ความถี่ในการบริการ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

อภิปรายผล (Discussion)

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีต่อการใช้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1.1 อายุ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) อาจเป็นเพราะอายุเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บุคคลมีการยอมรับเทคโนโลยีที่ต่างกันออกไป เช่น คนรุ่นใหม่จะมีการเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี ทำให้เกิดการเรียนรู้เทคโนโลยีต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาทายา ศรีสว่างสุข (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า อายุ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน

1.2 ระดับการศึกษา ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) อาจเป็นเพราะระดับการศึกษาจะเป็นพื้นฐานที่จำเป็นมีลักษณะนิสัย จิตใจที่ดีดีงาม การศึกษาจะช่วยให้คนเจริญงอกงาม ทั้งทางปัญญา จิตใจ ร่างกาย และรวมไปถึงการพิจารณาตัดสินใจเลือกสิ่งต่าง ๆ โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมักมีความเข้าใจทางเทคโนโลยีต่างๆ ได้ดีกว่า รวมไปถึงสามารถเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้ดีกว่า ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการใช้งานและประสบการณ์การใช้งานที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาลี คล้ายเพชร (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking กรณีศึกษา MYMO กับ K PLUS ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking กรณีศึกษา MYMO กับ K PLUS ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) อาจเป็นเพราะการมีรายได้เพียงพออาจช่วยให้บุคคลสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการใช้แอปพลิเคชันได้ โดยไม่มีข้อจำกัดทางการเงิน รวมไปถึงหากมีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือที่บ่อยขึ้น ทำให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมาภรณ์ จันทรวีภาวี (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมการเงินโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking) ผลการวิจัยพบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีด้านการ รับรู้ประโยชน์ (Perceived Usefulness) แตกต่างกัน พบว่า ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ปัจจัยพฤติกรรมกรับบริการ ได้แก่ พฤติกรรมกรับบริการ ความถี่ในการรับบริการ ระยะเวลาที่เคยใช้บริการ และช่วงเวลาที่ให้บริการ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 พฤติกรรมกรับบริการ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) อาจเป็นเพราะประเภทของธุรกรรมทางการเงินที่ต่างกัน ย่อมมีรูปแบบการใช้งานที่ต่างกันออกไป ทั้งรูปแบบการใช้งาน ความง่ายในการใช้งานเป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาทายา ศรีสว่างสุข (2558) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ฟังก์ชันการใช้งานเป็นประจำ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน

2.2 ความถี่ในการรับบริการ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) อาจเป็นเพราะหากผู้ใช้บริการโดยมีความถี่มากขึ้น นั้นแสดงให้เห็นถึง

การยอมรับในเทคโนโลยีนั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภิสรา คุณรัตน์ (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการใน กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ความถี่ในการใช้บริการ มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงินแอปพลิเคชัน โมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการใน กรุงเทพมหานคร

2.3 ระยะเวลาที่เคยใช้บริการ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) อาจเป็นเพราะหากผู้ใช้บริการเป็นระยะเวลาที่นานมากเท่าไร ย่อมมีความคุ้นชิน ความมั่นใจต่อการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภรัตน์ ถาวรชื่น (2560) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ แอปพลิเคชัน KTB netbank ของผู้รับบริการ ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังที่มีต่อการใช้ Application “Net Bank” ในภาพรวม ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความปลอดภัย และด้านความสะดวกรวดเร็วมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระยะเวลาในการใช้ Application “KTB Net Bank” อย่างมีนัยสำคัญ

2.4 ช่วงเวลาที่ให้บริการ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีต่อการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) อาจเป็นเพราะ ผู้ใช้ที่ให้บริการในช่วงเวลาที่สะดวก อาจมีความสามารถในการปรับตัวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ถูกนำเสนอได้มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ นาดยา ศรีสว่างสุข (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันโมบายในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ ธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่ได้รับความสะดวกสบายจากการใช้งาน โดยการทำธุรกรรมบางรายการไม่ต้องไปต่อคิวตามสาขาของธนาคาร ทำให้ช่วงเวลาทำการของธนาคารมีผู้รับบริการแอปพลิเคชันมากที่สุด

สรุป (Conclusion)

ผลการวิจัยพบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พฤติกรรมการรับบริการ ความถี่ในการรับบริการ ระยะเวลาที่เคยใช้บริการ และช่วงเวลาที่ให้บริการ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อ การยอมรับเทคโนโลยีในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์มากที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับ SCB Mobile Banking ควรพัฒนาแอปพลิเคชันให้สามารถแจ้งเตือนการเคลื่อนไหวของบัญชีทุกขั้นตอน และมีความเสถียร และคงไว้ซึ่งนโยบายไม่มีค่าธรรมเนียมในการโอนเงิน เพราะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้บริการ
2. อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พฤติกรรมการรับบริการ ความถี่ในการรับบริการ ระยะเวลาที่เคยใช้บริการ และช่วงเวลาที่ให้บริการ ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ต่อการให้บริการธุรกรรมทางการเงินผ่านธนาคารทางโทรศัพท์มือถือ (SCB Mobile Banking) แตกต่างกัน ดังนั้นการจะทำให้ผู้ใช้งานเกิดการยอมรับเทคโนโลยี ควรคำนึงปัจจัยเหล่านี้เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการรับบริการที่มากขึ้นและเกิดความคุ้นเคยกับการใช้งาน

เอกสารอ้างอิง (References)

เกวรินทร์ ละเอียดตินันท์. (2557). *การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*

- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2567). ธุรกิจการชำระเงินผ่านบริการ Mobile Banking และ Internet Banking. สืบค้นจาก <https://app.bot.or.th>. สืบค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2567.
- นาตยา ศรีสว่างสุข. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันมายโมในการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ : กรณีศึกษา ธนาคารออมสิน ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- นิพนธ์ บัวบาน, ทรงพร หาญสันติ และ ชื่นจิตต์ แจ่มเจนกิจ. (2566). การยอมรับเทคโนโลยีและความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้โดยมีความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นตัวแปรส่งผ่าน กรณีศึกษาแอปพลิเคชัน Krungthai NEX. *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์*, 17(27): 1–20.
- ปฐมาภรณ์ จันทร์วิภาวี. (2564). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บริการธุรกรรมการเงินโมบายแบงก์กิ้ง (Mobile Banking). สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต.
- ปาลี คล้ายเพชร. (2559). การเปรียบเทียบการยอมรับเทคโนโลยี Mobile Banking กรณีศึกษา MYMO กับ K PLUS ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศุภรัตน์ ถาวรชื่น. (2560). ความคาดหวังและความพึงพอใจที่มีต่อการใช้อแอปพลิเคชัน KTB netbank ของผู้รับบริการธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภิสรา คุณรัตน์. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีทางการเงิน แอปพลิเคชันโมบายแบงก์กิ้งของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.
- Nitin, N., Vikasm, N., and Nancy, G. (2014). A Study of adoption behavior mobile banking service by indian consumers. *International Journal of Research in Engineering & Technology*, 2(3): 209-222.
- Leon G. S., and Leslie, L. K. (1991). *Consumer Behavior*. 4th ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice - Hall.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Harper and Row: New York.