

ปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน
บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์)

MOTIVATIONAL FACTORS INFLUENCING SERVICE QUALITY OF THE
FLIGHT ATTENDANTS OF THAI LION MENTARI CO.,LTD. (THAI LION AIR)

ปฐิมปรีชญ์ ม่วงพา¹ และ ชีระเดช รวิ้มงคล²

Purimprat Muangpa¹ and Teeredech Rewmongkol²

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อแรงจูงใจในคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) และ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) ระเบียบวิธีวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจรวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) จำนวน 400 ตัวอย่าง ทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ตามแนวคิดของครอนบัท (Cronbach) ได้ผลทดสอบความน่าเชื่อถือเครื่องมือที่ 0.961 และค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา (IOC) เท่ากับ 1.00 สถิติในการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณทดสอบความแตกต่างโดยใช้สถิติแบบ T - Test และ F - Test ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เลือกตัวแปรโดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter) ประมวลผลข้อมูลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

ผลวิจัยปัจจัยส่วนบุคคลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุ 20 - 30 ปี มากที่สุด รองลงมา อายุ 31 - 40 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีประสบการณ์ในการทำงานมากที่สุดต่ำกว่า 1 ปี รองลงมา มากกว่า 1 - 5 ปี ปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยสูงสุดด้านความมั่นคงในอาชีพ รองลงมา ด้านผลตอบแทนที่ได้รับ ด้านความสัมพันธ์กับทีมงาน ด้านโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพและด้านลักษณะของงาน

¹นักศึกษาโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยรามคำแหง

²รองศาสตราจารย์ โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ตามลำดับ และมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการระดับมาก โดยสูงสุด ด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมา ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสารและ ด้านความเข้าใจและรู้จักผู้โดยสาร ตามลำดับ และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพและประสบการณ์ในการทำงานมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) ที่แตกต่างกัน และปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อพฤติกรรม การให้บริการ ได้แก่ ด้านลักษณะของงาน ด้านความมั่นคงในอาชีพ และด้านโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ปัจจัยแรงจูงใจที่มีสูงสุดคือ ด้านโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ รองลงมา ด้านความมั่นคงในอาชีพและด้านลักษณะของงาน โดยผลทดสอบแสดงให้เห็นว่าปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อพฤติกรรม การให้บริการมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลง คุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับ บนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) ได้ร้อยละ 69.20% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญในการสนับสนุนให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินได้พัฒนาทักษะความรู้ ความสามารถ และควรให้ความสำคัญกับการมอบหมายงานและสภาพการปฏิบัติงานที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับทักษะความสามารถในการปฏิบัติงาน ตลอดจนควรมีการอบรมสัมมนาให้ความรู้ในการปฏิบัติงาน อีกทั้งควรส่งเสริมให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีบุคลิกภาพที่ดีเหมาะสมกับการให้บริการ และส่งเสริมให้เกิดการให้บริการอย่างถูกต้องตามกระบวนการการให้บริการ เพื่อให้พนักงานสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

คำสำคัญ: พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน; สายการบินต้นทุนต่ำ; สายการบินไทยไลอ้อนแอร์; ปัจจัยแรงจูงใจ; คุณภาพการบริการ

Abstract

The research aims to study (1) The personal factors that affecting the motivation in facet of service quality of the flight attendants of Thai Lion Mentari Co., Ltd. (Thai Lion Air). (2) The motivation factor that affecting service quality of the flight attendants of Thai Lion Mentari Co., Ltd. (Thai Lion Air). This research methodology is quantitative and uses the method in kind of the collect the specific data from simple group's questionnaires from 400 person of the flight attendants of Thai Lion Mentari Co., Ltd. (Thai Lion Air). Testing rate of the reliable tool related with Cronbach and get 0.961 in the result. Meanwhile, the index value (IOC)

is 0.924 related with the content. The analysis of the descriptive statistics statistics, which are frequencies distribution, percentage, mean, standard deviation, analyse quantitative data, testing the difference by using the statistics in kind of T-test, and F-test, testing difference of the questionnaire's result in kind of couple, Least Significant Difference's test, Multiple Regression Analysis's test, selecting the variable number by entering all of the number data and analyse with professional statistical computer programme.

The research found that result of the personal factors reflect on the influence of gender, age, personal status, education and working period. In depth, the result demonstrates most of the sampling were female than male, age between 20 - 30 year old the second is 31-40 year old, single status, with bachelor degree, and work period less than 1 year the second is more than 1-5 year. The majority's factor affecting the motivation in facet of service quality of The Flight Attendants of Thai Lion Mentari Co., Ltd. (Thai Lion Air). have a high level. The highest is the stability of the occupation. Meanwhile, the minority of this factor are compensation, relationship between staffs, opportunity in the future and job description. Moreover, the highest conception of the service quality is the reliability. The second is responsive to the passenger. Other factor associated with the conception of the service quality are concrete of the service mind, the confidence and comprehension to the passengers and the result from the hypothesis demonstrates that the personal's factor, which are gender, age, personal status and working experiences, reflect on the different quality of the service mind in airline service's staffs (Thai Lion Airline Co, Ltd). Meanwhile, the factor that affect the motivation in facet of service's characteristic, which are work description, stability in occupation and opportunity in the future, have positive influence of the quality in facet of the service mind in airline's business. The highest factor of the motivation is opportunity in the future, while the second is the stability and work description. The result also demonstrates that 69.2% of the motivation's factor affect characteristic, and have influence on changing quality in facet of service in airline business. With statistical significance of 0.05

So it very important to encourage the right knowledge for flight attendants to develop their skills. And should give assignment and working conditions that are appropriate with their operational skills. Training and seminars can also provide knowledge on how to operate on board. In addition the flight attendant should have knowledge of service and personality that suitable to the service process so that employees can apply them in their operations for maximum efficiency.

Keywords: The flight attendants; Low cost airline; Thai Lion Air; Motivational factor; Service quality

บทนำ

อุตสาหกรรมการบิน เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญและสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก โดยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา พบว่า ธุรกิจการบินและการขนส่งทางอากาศของประเทศไทย มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 11.4 ต่อปี ซึ่งแบ่งออกเป็นการบินของผู้โดยสารระหว่างประเทศ ร้อยละ 10.8 ต่อปี และผู้โดยสารภายในประเทศ ร้อยละ 12.1 ต่อปี (กองเศรษฐกิจการบิน ฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรมการบิน, 2562)

ปัจจุบันสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) ได้เข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมการบินเป็นอย่างมาก และมีแนวโน้มของอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีการมุ่งเน้นการทำให้ต้นทุนของสายการบินต่ำที่สุด โดยการลดการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่จำเป็นออก จึงทำให้สายการบินต้นทุนต่ำ มีต้นทุนที่ต่ำกว่า ซึ่งส่งผลให้มีอัตราค่าโดยสารและค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าสายการบินระดับพรีเมียม (Premium Airline) หรือสายการบินฟูลเซอร์วิส (Full Service Airline) ที่มีอัตราค่าโดยสารที่สูงและให้บริการอย่างเต็มรูปแบบตามมาตรฐานสากล

บริษัท ไทยไลอ้อน แอร์ จำกัด หรือสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ (Thai Lion Air) เป็นสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ซึ่งเกิดขึ้นจากการร่วมทุนระหว่างสายการบินไลอ้อนแอร์ (Lion Air) ประเทศอินโดนีเซีย และกลุ่มนักธุรกิจชาวไทย ซึ่งสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ไม่ใช่แค่เพียงสายการบินต้นทุนต่ำ แต่ยังเป็นสายการบินที่พร้อมจะบริการผู้โดยสารอย่างดีเลิศ ดังคำขวัญที่ว่า “Freedom to fly” ที่จะทำให้ผู้โดยสารทุกท่านรู้สึกได้ถึงความสะดวกสบายและผ่อนคลายในทุกการเดินทาง (ไทยไลอ้อนแอร์, 2560)

สายการบินไทยไลอ้อนแอร์มุ่งเพิ่มขนาดฝูงบินและขยายเส้นทางบิน เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมการบินในอนาคต ซึ่งจำนวนผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการของสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ เปรียบเสมือนตัวชี้วัดและเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตของธุรกิจได้เป็นอย่างดี โดยผู้โดยสารส่วนใหญ่มักคำนึงถึงเรื่องของความปลอดภัย การตรงต่อเวลาหรืออัตราค่าโดยสาร มากกว่าการให้บริการอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินถือได้ว่าเป็นความสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ เนื่องจากพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเป็นบุคคลที่มีความใกล้ชิดกับผู้โดยสาร ซึ่งเปรียบเสมือนตัวแทนของบริษัท อีกทั้งยังเป็นภาพลักษณ์ของสายการบินที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความประทับใจให้กับผู้โดยสาร นอกจากนี้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินยังเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการของสายการบิน เนื่องจากคุณภาพในการให้บริการ อาจส่งผลต่อการกลับมา ใช้บริการซ้ำหรือการบอกต่อเพื่อให้มาใช้บริการ ฉะนั้นปัจจัยแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการจึงเป็นสิ่งที่ผู้บริหารควรทราบและไม่ควรมองข้าม เพื่อสำรวจความพร้อมของพนักงาน เพื่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อคุณภาพสูงสุดในการให้บริการ อีกทั้งเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน พัฒนาการบริหาร และสร้างกลยุทธ์ให้

พนักงานภายในองค์กรมีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ดียิ่งขึ้นและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารให้ได้มากที่สุด ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จในอนาคตต่อไป

แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

(1) แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics Theory)

คำว่า “ ประชากรศาสตร์ หรือ Demography ” มีรากศัพท์มาจากคำว่า Demo ซึ่งแปลว่าประชาชน และคำว่า Graphy ซึ่งแปลว่าลักษณะ ดังนั้นประชากรศาสตร์จึงหมายถึงการศึกษาทางสถิติของประชากร ซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากความแตกต่างของประชากรในแต่ละด้าน อาจส่งผลต่อการเลือกซื้อหรือเลือกใช้สินค้าและบริการที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นสิ่งที่ทำให้ความต้องการสินค้าและบริการของผู้บริโภคมีความแตกต่างกัน ซึ่งสภาพแวดล้อมทางด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย การเพิ่มขึ้นและการลดลงของประชากร โครงสร้างอายุของประชากร การย้ายถิ่นฐาน รูปแบบของครอบครัว การศึกษา รายได้ เชื้อชาติและวัฒนธรรม เป็นต้น

(2) แนวคิดและทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg Two-Factor Theory)

เฟรดริก เฮร์ซเบิร์ก (อ้างถึงในรังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2548) ได้มีการคิดค้นและพัฒนาทฤษฎีขึ้น โดยใช้ชื่อว่า “ ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์ซเบิร์ก ” ซึ่งเป็นทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจและความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

(2.1) ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน (Satisfaction) หรือปัจจัยแรงจูงใจ (Motivation Factor) เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดการแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ทำให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและทำให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน อาทิเช่น ลักษณะของงาน การได้รับการยอมรับ ความก้าวหน้าและการมีโอกาสเจริญก้าวหน้าในงาน เป็นต้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ในขั้นที่ 4 ความต้องการความเคารพนับถือและขั้นที่ 5 ความต้องการความสมบูรณ์ของชีวิต ทั้งนี้ปัจจัยแรงจูงใจสามารถช่วยให้มนุษย์อุทิศตนให้องค์กรอย่างเต็มที่และส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในองค์กร

(2.2) ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงาน (Dissatisfaction) หรือปัจจัยสุขอนามัย (Hygiene Factor) เป็นปัจจัยที่ป้องกันไม่ให้นักธุรกิจเกิดความไม่พึงพอใจในการปฏิบัติงานและเป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของงาน อาทิเช่น การควบคุมบังคับบัญชา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อัตราค่าจ้าง ความมั่นคงในการปฏิบัติงาน นโยบายและการบริหารงานขององค์กร เป็นต้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับ

ชั้นความต้องการของมาสโลว์ในชั้นที่ 1 ความต้องการทางกายภาพ ชั้นที่ 2 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยและชั้นที่ 3 ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ ทั้งนี้หากปัจจัยสุขอนามัยมีความบกพร่องเกิดขึ้นก็อาจจะทำให้องค์กรเกิดปัญหาความไม่พึงพอใจเกิดขึ้นได้

(3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

การบริการถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในงานด้านต่างๆ เพราะการบริการคือการให้ความช่วยเหลือหรือดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใดๆ ที่ปราศจากการบริการ ทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน ซึ่งการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดๆ ย่อมมีการบริการรวมอยู่ด้วยเสมอ Zithami et al. (2013) ได้กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนต้องการหรือคาดหวังที่จะได้รับจากการให้บริการ โดยลูกค้าจะใช้เครื่องมือสำหรับวัดคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านเป็นตัวชี้วัด ซึ่งประกอบด้วย

(1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) คือ ลักษณะทางกายภาพ ที่ปรากฏให้เห็น อาทิเช่น บุคลากร อุปกรณ์ เป็นต้น และควรเป็นสิ่งที่สามารถสัมผัส จับต้องได้ ซึ่งการบริการที่แสดงออกมาเป็นรูปธรรม จะทำให้ลูกค้ารับรู้ถึงความตั้งใจในการให้บริการและเห็นภาพการบริการได้อย่างชัดเจน

(2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ ความสามารถในการบริการที่ตรงตามเวลาที่สัญญาไว้กับลูกค้า การบริการทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสมและมีผลลัพธ์ออกมาเช่นเดิมในทุกขั้นตอนของการบริการ ซึ่งความสม่ำเสมอเช่นนี้จะส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือและสามารถไว้วางใจได้

(3) การตอบสนองของลูกค้า (Responsive) คือ ความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการ ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันท่วงที โดยลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกสบายจากการเข้ารับบริการ ทั้งนี้ความเร็วในการให้บริการอย่างทั่วถึงจะมาจากกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

(4) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) คือ ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า โดยผู้ให้บริการจะต้องแสดงทักษะความรู้ ความสามารถ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความสุภาพอ่อนน้อม ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ รู้สึกปลอดภัยและเชื่อมั่นว่าจะได้รับบริการที่ดีที่สุด

(5) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy) คือ ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ ให้ความเป็นกันเองและดูแลลูกค้าเสมือนญาติพี่น้อง โดยผู้ให้บริการต้องศึกษาความเหมือนและความต่างในความต้องการของลูกค้าแต่ละราย เพื่อให้เป็นแนวทางในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจในการเข้ารับบริการ

วิธีดำเนินการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) รวบรวมข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม (Questionnaire) ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) จำนวน 400 ตัวอย่าง ทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ตามแนวคิดของครอนบัค (Cronbach Alpha Formula) จำนวน 30 ตัวอย่าง ได้ผลทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ 0.961 และได้ผลการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างเนื้อหา (IOC) เท่ากับ 1.00

ตัวแปรงานวิจัยนี้ได้นำตัวแปรมาใช้ในการศึกษาเพื่อสร้างกรอบแนวคิดคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ (Independent variable) มีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ (1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน (2) ปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) ประกอบด้วย ด้านลักษณะของงาน, ด้านผลตอบแทนที่ได้รับ, ด้านความมั่นคงในอาชีพ, ด้านความสัมพันธ์กับทีมงานและด้านโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ สำหรับตัวแปรตาม (Dependent variable) คือ คุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ, ด้านความน่าเชื่อถือ, ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร, ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสาร และด้านความเข้าใจและรู้จักผู้โดยสาร

การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากการค้นคว้าและรวบรวมจากเอกสารหนังสือและรายงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองและวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์, แนวคิดและทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์, แนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจ ERG ของแอลเดอร์เฟอร์, แนวคิดและทฤษฎีการจูงใจของแมคเกรเกอร์, แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ และข้อมูลการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์)

ข้อมูลปฐมภูมิทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำการตอบแบบสอบถามด้วยการกรอกด้วยตนเองและรวบรวมแบบสอบถามและนำมาลงรหัส หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำหรับงานวิจัย สถานที่แจกแบบสอบถาม คือ บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์)

สถิติในการวิเคราะห์ผล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) อธิบายผลการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกความถี่, ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ค่าสถิติในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 ประชากรหรือกลุ่มโดยสุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มเป็นอิสระ

ต่อกัน (Independent Sample T-Test) โดยใช้สถิติแบบ T - Test ค่าสถิติในการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปโดยใช้สถิติวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance : One way ANOVA) โดยใช้ค่าสถิติแบบ F - Test และเมื่อยอมรับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจึงนำมาทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบ Least Significant Difference (LSD) test ทดสอบความสัมพันธ์ของสองตัวแปรโดยใช้สถิติทดสอบแบบ Pearson's Correlation Coefficient ใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทำการเลือกตัวแปรโดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter) โดยใช้ค่า Tolerance และ VIF ทดสอบว่าเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multi Collinearity) ประมวลผลข้อมูลจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) จำนวน 400 คน พบว่า พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.50 และเพศชาย จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 20 - 30 ปี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 สถานภาพส่วนใหญ่ คือ สถานภาพโสด จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.25 สำหรับระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.75 และส่วนใหญ่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) โดยรวม มีค่าเฉลี่ย 4.04 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยสูงสุด คือ ด้านความมั่นคงในอาชีพ รองลงมา คือ ด้านผลตอบแทนที่ได้รับ, ด้านความสัมพันธ์กับทีมงาน, ด้านโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพและด้านลักษณะของงาน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11, 4.09, 4.03, 3.99 และ 3.96 ตามลำดับ

ผลวิเคราะห์คุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) โดยรวม พบว่า อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สูงสุดคือด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร, ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ, ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสาร และด้านความเข้าใจและรู้จักผู้โดยสาร โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16, 4.15, 4.13, 4.09 และ 4.05 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานโดยรวม เป็นการยอมรับปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการให้บริการ ได้แก่ ด้านลักษณะของงาน, ด้านความมั่นคงในอาชีพและด้านโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินโดยรวม โดยด้านโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมา ด้านความมั่นคงในอาชีพและด้านลักษณะของงาน โดยผลทดสอบแสดงให้เห็นว่าปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการให้บริการมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงคุณภาพการให้บริการโดยรวมของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) ด้ร้อยละ 69.20% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) ที่แตกต่างกัน สอดคล้องแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) ที่กล่าวว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นลักษณะที่สำคัญ สามารถช่วยในการวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพศชายจะมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสูงกว่าพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพศหญิง อีกทั้งด้านอายุ, สถานภาพ, ระดับการศึกษา, และประสบการณ์ที่ต่างกันก็มีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของการ์ณย์ สุวรรณผ่อง (2558) ศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุและด้านอายุงาน มีผลกระทบบของทัศนคติต่ออาชีพและคุณภาพชีวิตการทำงานต่อผลการปฏิบัติงานด้านการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และงานวิจัยของรุจิภรณ์ เอ็นดู (2558) ที่ศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล เพศ, อายุและระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินแอร์เอเชียของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลวิจัยปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยสูงสุด คือ ด้านความมั่นคงในอาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของลัดดาวัลย์ สาราญ และคณะ (2561) ที่ศึกษาพบว่า เจ้าหน้าที่ด้านการดูแลผู้สูงอายุมีความคิดเห็นด้านความมั่นคงในอาชีพอยู่ในระดับมาก ซึ่งเป็นความรู้สึกที่เกิดความปลอดภัยว่าจะมีงานทำ มีรายได้ที่แน่นอน มีสวัสดิการที่สามารถดำรงชีพได้ มีโอกาสในความก้าวหน้าในการทำงานและสามารถทำงานได้จนเกษียณอายุ เพื่อให้ตนเองและครอบครัวดำรงชีพได้อย่างปกติสุข ช่วยเหลือตนเองได้โดยไม่เกิดภาระต่อสังคม รองลงมา คือ ด้านผลตอบแทนที่ได้รับ, ด้านความสัมพันธ์กับทีมงาน, ด้านโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ และด้านลักษณะ

ของงาน ตามลำดับ ซึ่งในด้านลักษณะของงาน สูงสุด คือ ลักษณะงานปฏิบัติที่มีความน่าสนใจและท้าทาย ด้านผลตอบแทนที่ได้รับสูงสุด คือ สวัสดิการเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ยังคงปฏิบัติงานอยู่ในองค์กรนี้ ด้านความมั่นคงในอาชีพสูงสุด คือ บริษัทถือเป็นองค์กรที่มีความมั่นคง ด้านความสัมพันธ์กับทีมงานสูงสุด คือ มีความรู้สึกที่ตัวเองเป็นส่วนหนึ่งของทีมและองค์กร และด้านโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพสูงสุด คือ ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรในการพัฒนาทักษะความรู้และความสามารถ

ผลวิจัยพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการระดับมาก โดยสูงสุด ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ รองลงมา ได้แก่ ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร, ด้านความเป็นรูปธรรมของการให้บริการ, ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสาร และด้านความเข้าใจและรู้จักผู้โดยสาร ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Ziethaml et al. (2013) ที่กล่าวว่า คุณภาพการบริการเป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนต้องการหรือคาดหวังที่จะได้รับจากการให้บริการ และ Hamari, Hanner and Koivisto (2017) ได้กล่าวว่า การบริการที่มีคุณภาพที่ดีนั้นเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและยิ่งถ้าคุณภาพยิ่งสูง สินค้าก็จะมีคุณค่ามากขึ้นตามไปด้วย

โดยสรุปพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการให้บริการมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) ได้แก่ ด้านลักษณะของงาน, ด้านความมั่นคงในอาชีพ และด้านโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินโดยรวม โดยด้านโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมา คือ ด้านความมั่นคงในอาชีพและด้านลักษณะของงาน โดยผลทดสอบแสดงให้เห็นว่าปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการให้บริการมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงคุณภาพการให้บริการโดยรวมของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน เมนทารี จำกัด (ไทยไลอ้อนแอร์) ได้ร้อยละ 69.20% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

(1) จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยแรงจูงใจที่มีต่อพฤติกรรมการให้บริการมีผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสูงสุด คือ ด้านโอกาสความก้าวหน้าในสายอาชีพ ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญในการสนับสนุนให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินได้พัฒนาทักษะความรู้ ความสามารถ และควรให้ความสำคัญกับการมอบหมายงานและสภาพการปฏิบัติงานที่มีลักษณะงานมีความเหมาะสมและมีความสอดคล้องกับความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงานและมีการมอบหมายงานและความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานให้มีความสอดคล้องกับ

ความถนัดและทักษะของพนักงานแต่ละคน ตลอดจนควรมีการอบรมสัมมนาและให้ความรู้ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สามารถนำเอามาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

(2) จากผลการศึกษาพบว่า พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท ไทยไลอ้อน แอร์ จำกัด (ไทยไลอ้อน แอร์) มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสูงสุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือ ดังนั้นจึงควรส่งเสริมให้พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีบุคลิกภาพที่ดีเหมาะสมกับการให้บริการ ส่งเสริมให้เกิดการให้บริการอย่างถูกต้องตามกระบวนการการให้บริการ รวมไปถึงพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีความพร้อมที่จะตอบสนองต่อความต้องการและให้บริการแก่ผู้โดยสารอย่างรวดเร็วมีความเต็มใจในการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้โดยสาร เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

(1) ควรศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน จำแนกตามแผนงานและลักษณะงาน เพื่อทราบถึงความแตกต่างของสภาพแวดล้อมและลักษณะงานที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินแตกต่างกันอย่างไร เพื่อผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนการบริหารทรัพยากรมนุษย์และวางแผนเชิงกลยุทธ์ให้ดียิ่งขึ้น

(2) ควรวิเคราะห์ความสัมพันธ์ความพึงพอใจทัศนคติต่อและคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เพื่อผลการศึกษาจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับเปลี่ยนนโยบายการบริหารงานบุคคลและการปรับปรุงรูปแบบการดำเนินการการบริหารทรัพยากรบุคคลและคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Hamari, J., Hanner, N., and Koivisto, J. (2017). Service quality explains why people use freemium service but not it they go premium: An empirical study in free-to-play games. *International Journal of Information Management*, 37(1, Part A), 1449-1549.

Ziethaml, V.A., Parasuraman, and L.L. Berry. (2013). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perception*.

กองเศรษฐกิจการบิน ฝ่ายส่งเสริมอุตสาหกรรมการบิน. (2562). รายงานสภาวะอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย พ.ศ. 2562. สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย.

การ์ณย์ สุวรรณผ่อง. (2558). ผลกระทบของทัศนคติต่ออาชีพและคุณภาพชีวิตการทำงานต่อผลการปฏิบัติงานด้านการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ. คณะทรัพยากรมนุษย์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

ไทยไลอ้อนแอร์. (2560). เกี่ยวกับเรา. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [https:// www.lionair.com/th/About-us](https://www.lionair.com/th/About-us) [5 สิงหาคม 2563].

รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2548). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์.

รุจิภรณ์ เอ็นดู. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินแอร์เอเชียของประชากรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.

ลัดดาวลัย ส้าราญ, สุรัชย์ เอ็มอักษร, ศศินันท์ ศาสตร์สาระ, โสรยา สุภาพล. (2561). การส่งเสริมความก้าวหน้าและความมั่นคงในสายอาชีพของเจ้าหน้าที่ด้านการดูแลผู้สูงอายุ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี. ปีที่ 12 ฉบับที่ 29, 119-134.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.