

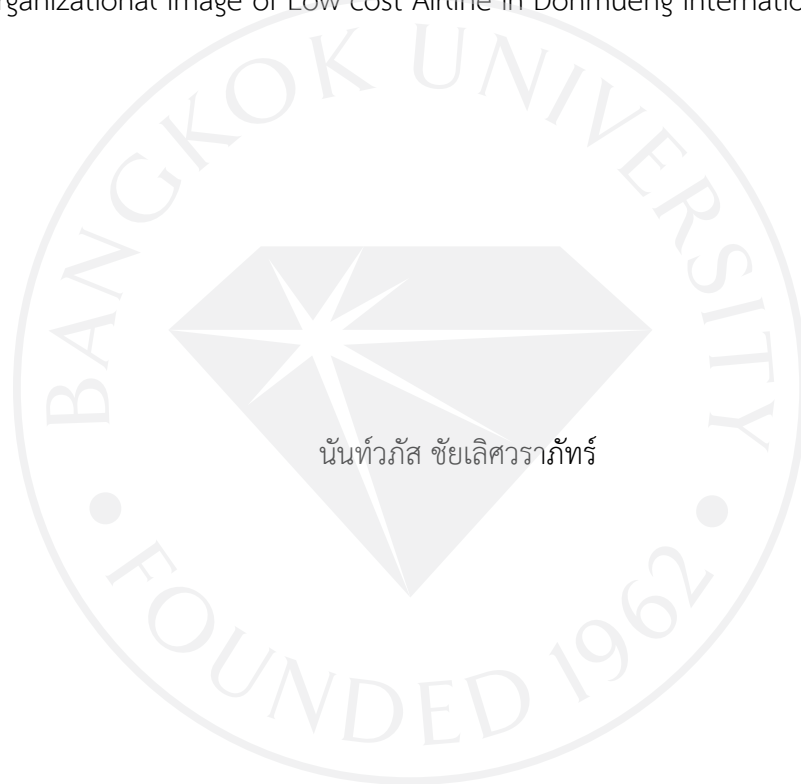
การศึกษาการสร้างคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ที่มี
ผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ในสนามบินนานาชาติ
ดอนเมือง

A Study of Service Quality, Personality and Service Processes Given
Affecting Organizational Image of Low cost Airline in Donmueng
International Airport



การศึกษาการสร้างคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อ
ภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

A Study of Service Quality, Personality and Service Processes Given Affecting
Organizational Image of Low cost Airline in Donmueng International Airport



นนท์วัฒน์ ชัยเลิศวรภัทร์

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2562



© 2563

นันทวัฒน์ ชัยเลิศวราภรณ์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง การศึกษาการสร้างคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อ
ภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

ผู้วิจัย นันทวัฒน์ ชัยเลิศวรภัทร์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้เชี่ยวชาญ

(รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ)

(ดร.ปภพ พุฒิमानรดีกุล)

(อาจารย์ วิรัตน์ รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

8 สิงหาคม 2563

นันทวัฒน์ ชัยเลิศวรภัทร์. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สิงหาคม 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การศึกษาการสร้างคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อ
ภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง (48 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ (1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อ
ภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง (2) เพื่อ
ศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำใน
สนามบินนานาชาติดอนเมือง (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์
องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง โดยการแจก
แบบสอบถามที่สนามบินนานาชาติดอนเมืองจำนวน 150 คนและการสุ่มแบบออนไลน์จำนวน 150
คน รวมเป็นจำนวน 300 คน และวิธีทางสถิติ ประกอบด้วย การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา
(Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน (Standard Deviation) และการรายงานผลด้วยเชิงสถิติอนุมาน (Inferential Statistics)
ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัย ซึ่งได้แก่ สถิติทดสอบหา
ความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) และสถิติทดสอบหา
ความสัมพันธ์แบบง่าย (Simple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการ
ให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสาย
การบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, บุคลิกภาพ, กระบวนการให้บริการ, ภาพลักษณ์, สายการบินต้นทุน
ต่ำ, สนามบินนานาชาติดอนเมือง

Chailertvaraphat, N. M.B.A., August 2020, Graduate School, Bangkok University.
A Study of Service Quality, Personality and Service Processes Given Affecting
Organizational Image of Low cost Airline in Donmueng International Airport (48 pp.)
Advisor: Assoc. Prof. Suthinan Pomsuwan, Ph.D.

ABSTRACT

The objectives of this study were (1) to investigate the influence of the service Quality, given affecting Organizational image of Low cost Airline in Donmueng International Airport (2) to examine the influence of personality given affecting organizational image of Low cost Airline in Donmueng International Airport (3) to study the influence of service processes given affecting organizational image of Low cost Airline in Donmueng International Airport. The questionnaire is the main Instrument for collecting data in survey research. The sample was passengers in Donmueng International Airport and online due to COVID-19 Pandemic, which was selected based on an accidental sampling. Data were analyzed using descriptive statistics including percentage, mean, and standard deviation as well as inferential statistics including, analyzing all three assumptions. In addition, data were analyzed through Simple Regression Analysis and Multiple Regression Analysis. The results of this study indicated that the service quality, personality and service processes given affecting organizational image of Low cost Airline in Donmueng International Airport with a statistical significance level of 0.05

Keywords: Service Quality, Personality, Service Processes, Image, Low Cost Airline, Donmueng International Airport

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยในการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงครบถ้วนสมบูรณ์ ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระซึ่งได้ให้ความรู้ การชี้แนะแนวทาง การศึกษา ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องในงาน อีกทั้งยังช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานอีกด้วย ขอขอบคุณสำหรับข้อเสนอแนะ ตลอดจนการให้คำปรึกษาซึ่งเป็น ประโยชน์ในการวิจัย งานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ครบถ้วนสำเร็จไปได้ด้วยดี รวมถึงอาจารย์ท่าน อื่นๆ ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และสามารถนำวิชาการต่างๆ มาประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มาไว้ ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดามารดาและทุกคนในครอบครัว รวมถึงบุคคลหรือองค์กร อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้ ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้รับการศึกษาเล่าเรียน และคอยช่วยเหลือ ให้กำลังใจตลอด จนการศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

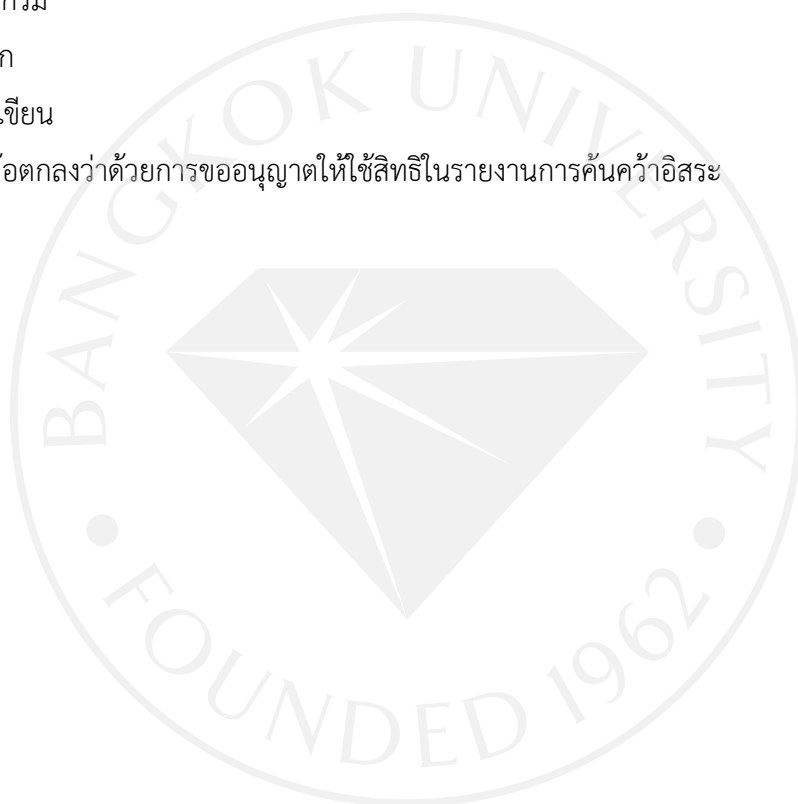
นันท์วภัส ชัยเลิศวรภัทร์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย	2
1.4 กรอบแนวคิด	3
1.5 สมมติฐานการวิจัยและวิธีการทางสถิติ	4
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	
2.1 ประวัติและความเป็นมาของสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง	6
2.2 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 ประเภทและรูปแบบงานวิจัย	22
3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.4 สมมติฐานการวิจัย	26
3.5 วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล	26
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา	28
4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน	32

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผล	34
5.2 อภิปรายผล	35
5.3 ข้อเสนอแนะ	37
บรรณานุกรม	38
ภาคผนวก	41
ประวัติผู้เขียน	48
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการขออนุญาตให้ใช้สิทธิในรายงานการค้นคว้าอิสระ	



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1: ตารางความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	25
ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	29
ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวน และค่าร้อยละของสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	29
ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ในเรื่องของวัตถุประสงค์ หลักในการเดินทาง	30
ตารางที่ 4.4: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ	30
ตารางที่ 4.5: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับ บุคลิกภาพ	31
ตารางที่ 4.6: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับ กระบวนการให้บริการ	31
ตารางที่ 4.7: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์	31
ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อ ภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบิน นานาชาติดอนเมือง	32
ตารางที่ 4.9: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อภาพลักษณ์ องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติ ดอนเมือง	33
ตารางที่ 4.10: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อ ภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบิน นานาชาติดอนเมือง	33

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย

หน้า

3



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจสายการบินถือเป็นอุตสาหกรรมด้านบริการด้านหนึ่ง ที่ยังคงมีความสำคัญและสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง บริการในเรื่องขนส่งผู้โดยสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งทั้งผู้โดยสารที่เดินทางเพื่อธุรกิจการทำงานและผู้โดยสารที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าการเดินทางที่สะดวกและรวดเร็วประหยัดเวลา จากการที่ได้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินดอนเมือง ได้พบปัญหาในเรื่องของการไม่มีผู้โดยสารกลับมาใช้ซ้ำ ซึ่งทางผู้เชี่ยวชาญได้แนะนำมาในเรื่องของภาพลักษณ์ขององค์กรเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการบินไม่เพียงพอ และเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมืองเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรทำงานวิจัยในเรื่องการพัฒนาภาพลักษณ์ขององค์กร และปัจจัยสำคัญที่จะสามารถทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น คือคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ จากปัญหาที่เกิดขึ้นผู้วิจัยจึงตระหนักได้ว่า สิ่งที่ต้องพัฒนาสำหรับธุรกิจสายการบิน คือเรื่องการให้บริการในด้านต่างๆ รวมไปถึงในด้านบุคลากรจะต้องมีวิธีที่จะดำเนินการพัฒนาและแก้ไขปัญหา โดยที่จะเจาะจงไปที่ผู้โดยสารชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้งานวิจัยจะดำเนินการวิจัยโดยการศึกษาคูณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการการให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง โดยจะเก็บข้อมูลกับผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง ผู้วิจัยจึงได้พิจารณาและวิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหาที่จำเป็นจะต้องมีการแก้ไขดังนี้

ด้านคุณภาพการให้บริการ Murray (2002) ได้ให้แนวคิดและทฤษฎีไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ คือสิ่งที่เกิดขึ้นก่อนและนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า และแนวคิดของ Lewis & Bloom (1983) สิ่งที่สำคัญของงานบริการคือคุณภาพการให้บริการ เพราะจะสามารถชี้วัดถึงระดับและคุณภาพของการให้บริการ จากผู้ได้รับบริการสู่ผู้บริการได้

ด้านบุคลิกภาพ เป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล ตามแนวคิดของ Bootzin (1991) บุคลิกภาพคือลักษณะนิสัย เป็นรูปแบบของความรู้สึก ความนึกคิด ที่สามารถบ่งบอกความแตกต่างระหว่างบุคคลได้ ซึ่งสำคัญต่อภาพลักษณ์ขององค์กรด้านงานบริการเป็นอย่างยิ่ง เพราะบุคลิกภาพของพนักงานย่อมส่งผลต่อ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การตอบสนองความต้องการ รวมไปถึงการรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการอีกด้วย

ด้านกระบวนการทำงาน จากปัญหาดังกล่าว Deming (1995) กล่าวว่า ประสิทธิภาพและคุณภาพของการทำงาน เป็นสิ่งที่สามารถปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาให้ดีขึ้นได้ จึงได้เกิดเป็นแนวคิดของ

การพัฒนาคุณภาพของงาน เป็นการกำหนดขั้นตอนในการทำงาน เพื่อที่จะสามารถทำให้กระบวนการการทำงานเป็นไปได้อย่างมีระบบ มากกว่านั้นแนวคิดของ Hitoshi (1997) ได้เสนอการจัดการบริหารการทำงานให้มีระบบวงจรคุณภาพมากยิ่งขึ้น คือการปรับปรุงและการควบคุม ประกอบไปด้วย การวางแผน การนำไปปฏิบัติ การตรวจสอบ และการปรับปรุงแก้ไข โดยใช้แผนที่กำหนดไว้มาปฏิบัติและตรวจสอบผลลัพธ์เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงกระบวนการการทำงานให้ได้ดียิ่งขึ้น

1.2.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

1.2.1 เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

1.2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

1.2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการให้กระบวนการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

1.3 ขอบเขตของงานวิจัย

การกำหนดขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้ จะอธิบายในประเด็นหัวข้อดังนี้

1.3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่ใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ที่ประกอบด้วย คุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการการให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง ผลจากการวิจัยวัดจากผู้โดยสารที่เดินทางโดยใช้สนามบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง เฉพาะผู้โดยสารที่เดินทางภายในประเทศ

1.3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ผู้วิจัยจะใช้เพื่อนำมาศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ คือผู้โดยสารที่เดินทางที่สนามบินนานาชาติดอนเมือง และกลุ่มตัวอย่างคือผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำที่สนามบินนานาชาติดอนเมือง เฉพาะเส้นทางในประเทศเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มประชากรมีเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $+10%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน และผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างคือผู้โดยสารที่

เดินทางที่สนามบินนานาชาติดอนเมืองและการสุ่มแบบออนไลน์ โดยการแจกแบบสอบถามที่ สนามบินนานาชาติดอนเมืองจำนวน 150 คนและการสุ่มแบบออนไลน์จำนวน 150 คน เพราะ เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ผู้โดยสารเดินทางมาสนามบินไม่เพียงพอ กับความต้องการ ตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน ถึง 25 พฤษภาคม พ.ศ.2563 จำนวน 300 คน

1.3.3 ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย

การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยจะกำหนดตัวแปร 2 ลักษณะดังนี้

1.3.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย

1.3.3.1.1 คุณภาพการให้บริการ

1.3.3.1.2 บุคลิกภาพ

1.3.3.1.3 กระบวนการให้บริการ

1.3.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ประกอบด้วย

1.3.3.2.1 ภาพลักษณ์

1.3.4 การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

จากการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยกลุ่มตัวแปรอิสระ จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่ม 1 คือ คุณภาพการให้บริการ

กลุ่ม 2 คือ บุคลิกภาพ

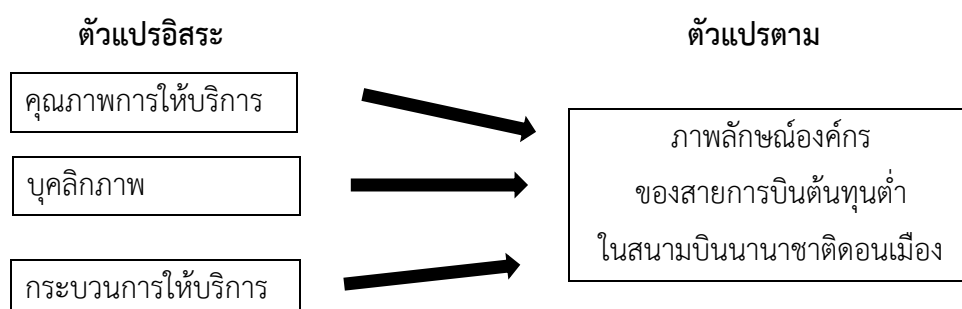
กลุ่ม 3 คือ กระบวนการให้บริการ

และตัวแปรตาม 1 กลุ่ม คือ ภาพลักษณ์

ทั้งนี้ จะทำการทดสอบในลักษณะตัวแปรเดียว (Univariate Analysis) ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามแต่ละตัวแปรโดยสามารถอธิบายตามกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้

1.4 กรอบแนวคิด

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย



1.5 สมมติฐานการวิจัยและวิธีการทางสถิติ

1.5.1 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง มีการกำหนดสมมติฐานดังนี้

1.5.1.1 สมมติฐานข้อที่ 1 คือ อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

1.5.1.2 สมมติฐานข้อที่ 2 อิทธิพลของบุคลิกภาพที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

1.5.1.3 สมมติฐานข้อที่ 3 อิทธิพลของกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

ทั้งนี้ การทดสอบสมมติฐานทั้งสามข้อที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.5.2 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทได้แก่

1.5.2.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

1.5.2.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ มีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

1.5.2.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

1.5.2.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

1.5.2.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

- ข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัว ประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นต้น

- คุณภาพการให้บริการ หมายถึง ผลของการตอบรับจากผู้รับบริการ หลังจากที่ได้รับบริการเรียบร้อยแล้ว

- บุคลิกภาพ หมายถึงผลรวมของพฤติกรรมทั้งหมดของบุคคล อันได้แก่ ลักษณะท่าที การแสดงออก รูปร่างหน้าตา ความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมต่างๆที่แสดงออกมานั้น จะเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล
- กระบวนการ หมายถึงวิธีการหรือการวางแผนในการปฏิบัติงาน ที่นำเสนอให้กับลูกค้าเพื่อ การบริการที่รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ
- ภาพลักษณ์องค์กร คือ การรับรู้จากประสบการณ์ หรือความ ประทับใจของบุคคล ตลอดจนพฤติกรรมองค์กร การบริหาร การประชาสัมพันธ์ และผลิตภัณฑ์ ทั้งหมดนี้มีบทบาทต่อ ภาพลักษณ์องค์กร ที่สามารถทำให้หน่วยงานหรือองค์กรนั้นพัฒนาไปได้
- พนักงาน หมายถึง พนักงานที่อยู่ในหน่วยงานของการปฏิบัติงาน ที่มีบทบาทหน้าที่ในการ ปฏิบัติงาน พนักงานควรมีทัศนคติที่ดี ผ่านการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานเพื่อสร้างคุณค่าให้กับองค์กร

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยคาดว่าจะเกิดประโยชน์ ดังนี้

1.7.1 ได้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานที่เป็นปัจจัยเกี่ยวข้องกับคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำใน สนามบินนานาชาติดอนเมือง

1.7.2 เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิผลด้านปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้าน การให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

1.7.3 เพื่อเป็นแนวทางสำหรับองค์กรที่จะพัฒนาประสิทธิผลด้านคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพและกระบวนการการให้บริการ

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยเรื่องการศึกษาคูณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการการให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

2.1 ประวัติและความเป็นมาของสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

2.2 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านคุณภาพการให้บริการ

2.2.2 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านบุคลิกภาพ

2.2.3 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านกระบวนการการให้บริการ

2.2.4 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านภาพลักษณ์

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านคุณภาพการให้บริการ

2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านบุคลิกภาพ

2.3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านกระบวนการการให้บริการ

2.3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยด้านภาพลักษณ์

2.1 ประวัติและความเป็นมาของสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

สายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost Airlines) หมายถึงสายการบินที่มีราคาโดยสารถูกกว่าสายการบินปกติทั่วไป โดยจะใช้บริการลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นในการให้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง จะได้รับการบินในเส้นทางทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจากข้อมูลของกรมการบินพลเรือน (2563) ได้พบว่านโยบายการเปิดเสรีด้านการบินภายในประเทศ (Open Sky Policy) ของกระทรวงคมนาคมในปีพ.ศ. 2546 การขนส่งทางอากาศเป็นการขนส่งที่มีบทบาทและได้รับความนิยมนสูง ซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจ ส่งผลให้ในปัจจุบันมีธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเข้ามาทำตลาดในประเทศไทยและสร้างความเจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆภายในประเทศมากขึ้น จากในอดีตซึ่งนิยมใช้การเดินทางภายในประเทศโดยการคมนาคมทางถนน เนื่องจากมีความสะดวกและมีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากจนเกินไป คาดการณ์ได้ว่าจากการที่จำนวนประชากรที่มีรายได้ปานกลางที่เพิ่มขึ้น จะสามารถทำให้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีการขยายตัวได้อีกมากในอนาคต โดยบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (2559) ได้กำหนดยุทธศาสตร์ใหม่ ให้ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองรองรับสายการบินต้นทุนต่ำ และทำให้เกิดโอกาสในการแข่งขันที่สูงขึ้นและจาก

การที่ค่าโดยสารมีราคาถูกลง ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการการขนส่งทางอากาศได้มากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นเทคโนโลยีด้านการสื่อสารได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ผู้เดินทางสามารถค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว แหล่งธุรกิจตามที่ต้องการได้สะดวกโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้โดยสารที่เดินทางโดยเครื่องบินสามารถทำการจองเที่ยวบินได้ด้วยตนเองอย่างรวดเร็วและได้ในราคาที่ถูกลง จึงมีสายการบินต้นทุนต่ำเปิดให้บริการในประเทศไทยเพิ่มขึ้น พบว่าปัจจุบันมีสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง จำนวน 3 สายการบิน

สายการบินต้นทุนต่ำเจ้าแรกที่ให้บริการในสนามบินนานาชาติดอนเมือง เริ่มก่อตั้งเมื่อ 19 กันยายน พ.ศ.2546 สายการบินต้นทุนต่ำต่อมาที่เข้ามาสู่อุตสาหกรรมการบิน เริ่มก่อตั้งเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2547 และสายการบินต้นทุนต่ำที่เข้ามาในตลาดล่าสุด เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ.2556

2.2 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านคุณภาพการให้บริการ

พจนานุกรมฉบับ ราชบัณฑิตยสถาน (2525) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการคือการอำนวยความสะดวกต่างๆ หรือการปฏิบัติรับใช้เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจ และการวัดคุณภาพการให้บริการตามตัวแบบ SERVQUAL ของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) ได้ปรับปรุงพัฒนาเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพการให้บริการขึ้นใหม่จาก SERVQUAL ทั้งหมด 10 ประการ โดยยุบรวมบางมิติเข้าไว้ด้วยกัน ประกอบด้วย 5 ประการหลักที่สำคัญดังนี้ ความเป็นรูปธรรม (Tangibility) คือ การสร้างองค์ประกอบหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการให้มีความพร้อม เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นถึงความพร้อมในการให้บริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) คือ การสร้างความเชื่อถือ ความไว้วางใจให้แก่ลูกค้าและความเชื่อมั่นต่อหน่วยงานในการใช้บริการในครั้งต่อไป การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) คือ การบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกคน การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (Assurance) คือ การสร้างทัศนคติที่ดีให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงความมั่นใจและความเชื่อมั่นก่อนการใช้บริการ การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) คือการดูแลเอาใจใส่และอำนวยความสะดวกตามที่ลูกค้าต้องการ จากการศึกษาเกี่ยวกับความหมายของการบริการ สรุปได้ว่าการบริการ คือการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้บริโภคหรือลูกค้าในสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการหรือเป็นประโยชน์กับผู้บริโภค ซึ่งการบริการเป็นสิ่งที่จับต้องได้ โดยถ้าองค์กรในมีการบริการที่ดี ย่อมทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

ลักษณะของการบริการ (Service Characteristics) เนื่องจากบริการมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากสินค้า (Product) อยู่หลายประการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การบริการไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) หมายถึง การบริการแตกต่างจากสินค้า เพราะสินค้าเป็นสิ่งที่จับต้อง แต่การบริการนั้นจับต้องไม่ได้ การบริการจะมีลักษณะที่เป็นนามธรรม ไม่มีตัวตนและรูปร่างที่แน่ชัด จึงยากที่จะรับรู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ

2. การบริการไม่สามารถแยกกระบวนการผลิตและการบริโภคออกจากกันได้ (Inseparability) หมายถึง เนื่องจากโดยปกติแล้วการบริการจะถูกบริโภคในเวลาเดียวกัน ผู้รับบริการและผู้ให้บริการ จะต้องมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตนั้นด้วย แต่ถ้าเป็นสินค้า การผลิตและการบริโภคจะสามารถแยกกันออกโดยสิ้นเชิง

3. คุณภาพการบริการไม่มีมาตรฐานที่แน่นอน (Variability/Heterogeneity) หมายถึง เวลาที่ให้บริการ พนักงาน สถานที่ และวิธีการที่ให้บริการแต่ละบุคคล ไม่สามารถระบุมาตรฐานที่แน่นอนของการบริการได้ แต่สินค้าสามารถผลิตให้ออกมาเหมือนกันได้หมด และมีมาตรฐานที่แน่นอนชัดเจน

4. การบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perishability) หมายถึง การบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้เหมือนสินค้าได้ ในบางครั้งจะทำให้องค์กรเสียโอกาสในการบริการ หากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการนั้น

2.2.2 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านบุคลิกภาพ

แนวคิดของ Bootzin (1991) ได้กล่าวไว้ว่า บุคลิกภาพคือลักษณะนิสัย เป็นรูปแบบของความรู้สึก ความนึกคิด และการประพฤติตนของในแต่ละบุคคล และเมื่อได้นำบุคลิกภาพมาคิดวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับงานอุตสาหกรรม ซึ่งจะเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ด้านการบริหาร การผลิต การจัดจำหน่าย และการให้บริการ ก็จะสามารถสังเกตเห็นได้ว่าลักษณะของบุคลิกภาพคือสิ่งสำคัญ ที่จะส่งผลต่อการดำเนินงานทั้งสิ้น ซึ่งจะเป็นลักษณะรวมของบุคคลทั้งด้านร่างกายและจิตใจที่สามารถทำให้เกิดผลลัพธ์หรือภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานทั้งสิ้น

Costa & McCrae (1992) ได้กล่าวถึงเรื่องบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ซึ่งหมายถึงลักษณะนิสัยของมนุษย์ ที่อาจจะมียุทธศาสตร์คล้ายคลึงกัน และรายละเอียดของบุคลิกภาพ ทั้ง 5 องค์ประกอบ มีรายละเอียดดังนี้

1. บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) คือลักษณะบุคลิกภาพ ที่เกี่ยวกับบุคลิกภาพด้านความมั่นคงทางอารมณ์ ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวสูง มีแนวโน้มที่จะวิตกกังวล อารมณ์แปรปรวนได้ง่าย รวมไปถึงการเวทนา และสงสารตัวเอง อาจจะมีแนวโน้มที่จะเกิดความเครียดที่สามารถนำไปสู่ความผิดปกติทางจิตใจได้ ส่วนบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวต่ำนั้นจะเป็นคนสุขุม เยือกเย็น ไม่นโมโหหรือฉุนเฉียวได้ง่าย

2. บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extroversion) คือลักษณะบุคลิกภาพ ที่เกี่ยวกับบุคคลที่สนใจสิ่งต่างๆรอบตัวและสิ่งของบุคคลอื่น ซึ่งบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวสูง มักจะเป็นคนที่

ตรวจสอบ และการแก้ไขซ้ำอีก ถูกปฏิบัติตามแผนงานอย่างเชื่อมั่นและถูกต้อง จะสามารถให้เกิดความมุ่งมั่นในการทำงานและจะทำให้มีเป้าหมายที่ชัดเจน หากมีการปรับปรุงก็จะเพิ่มประสิทธิภาพและผลลัพธ์จะเพิ่มสูงตามไปด้วย หากงานส่วนใหญ่จะปฏิบัติซ้ำในสิ่งที่เคยปฏิบัติมาก่อน งานที่ถูกมองเห็นว่างานนั้นเป็นงานใหม่ทั้งหมดมันก็ยังมองเห็นโครงสร้างเก่าที่เคยทำมาก่อนแล้ว งานปรุงแต่งและงานที่กระทำซ้ำส่วนใหญ่ จะเป็นข้อพิจารณาถึงวิธีการและขั้นตอนจะมองเห็นผลลัพธ์จากการตรวจสอบ

2.2.4 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านภาพลักษณ์

นิยามของคำว่า ภาพลักษณ์ Morley (1998) ได้กล่าวไว้ว่า คำว่า ภาพลักษณ์ ถูกนำมาพิจารณาเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการบริหาร เพราะเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถช่วยให้องค์กรหรือธุรกิจดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะกับธุรกิจที่มีขนาดใหญ่และต้องมีความสัมพันธ์กับคนเป็นจำนวนมาก ภาพลักษณ์จึงเปรียบเสมือนสินทรัพย์ที่ไม่สามารถประเมินค่าและราคาออกมาเป็นตัวเลขได้อย่างชัดเจน

องค์ประกอบและการเกิดภาพลักษณ์ ตามแนวคิดของ Boulding (1975) ได้กล่าวไว้ว่า ภาพลักษณ์คือความรู้สึกของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งต่างๆ และความรู้สึกนั้นจะสร้างขึ้นมาจากเฉพาะตน เป็นความรู้สึกเฉพาะบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ ภาพลักษณ์คือความรู้สึกเฉพาะบุคคลของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งแต่ละบุคคลก็จะมีภาพลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไป องค์ประกอบของภาพลักษณ์สามารถแบ่งได้เป็น 4 ส่วน และมีความสัมพันธ์กันโดยไม่สามารถแบ่งแยกได้ดังนี้

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) หมายถึงการที่สังเกตแล้วนำไปสู่การรับรู้ อาจจะเป็นบุคคล ความคิด สถานที่ หรือสิ่งของ ผ่านการรับรู้เบื้องต้น
2. องค์ประกอบเชิงความรู้ (Cognitive Component) หมายถึง ลักษณะ ประเภท และความแตกต่างจากสิ่งที่สังเกตเห็นและรับรู้ได้
3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) หมายถึงความรู้สึกของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งต่างๆ อาจจะเป็นความรู้สึกชอบ, ไม่ชอบ หรือยอมรับและไม่ยอมรับ เป็นต้น
4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Cognitive Component) หมายถึงการกระทำหรือเจตนาที่ตอบโต้สิ่งเหล่านั้นในแนวทางปฏิบัติ เนื่องมาจากผลของความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงการรับรู้ เชิงความรู้ และเชิงความรู้สึก และทั้งหมดนี้จะผสมผสานเป็นภาพและจึงบ่งบอกได้ถึงภาพลักษณ์ของสิ่งนั้นๆ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านคุณภาพการให้บริการ

รัตนะ พุทธรักษา (2560) ได้ศึกษาคุณภาพการบริการด้านการนำจ่ายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาที่ทำการไปรษณีย์รามอินทรา การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการด้านการนำจ่ายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษาที่ทำการไปรษณีย์รามอินทรา กลุ่มตัวอย่าง คือผู้ที่เคยได้รับสิ่งของผ่านบริการนำจ่ายของที่ทำการไปรษณีย์รามอินทราอย่างน้อย 1 ครั้งขึ้นไปภายในระยะเวลา 1 เดือนที่ผ่านมา โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ชุด และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับจดหมายด่วนพิเศษ (EMS) เป็นจำนวนมากที่สุด มีระดับความพึงพอใจต่อกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจด้านความเชื่อมั่นต่อคุณภาพบริการมากที่สุด รองลงมาคือการดูแลเอาใจใส่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และความเป็นรูปธรรมของบริการตามลำดับซึ่ง ตัวแปรทุกตัวล้วนมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

เบญจภา แจ้งเวชฉาย (2561) ได้ศึกษางานวิจัยในเรื่องของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของด้านคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานครโดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 220 คนที่อาศัยอยู่ในคอนโดมิเนียมตามแนวรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ภรณ์พักตรา ศักดา, จิรติ พูนเอียด, โชติมา ไชยวงศ์เกียรติ และพจนนา สิมะเสถียร (2562) ศึกษากลยุทธ์ในการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเขตภาคใต้ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของนักศึกษา 2) ศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 3) เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของนักศึกษา กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษา จำนวน 397 คน เครื่องมือที่ใช้เป็น

แบบสอบถาม วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณและการวิเคราะห์เชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมุติฐานที่กำหนดไว้

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นในการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกันตามตัวแปร อายุ มหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาและภูมิภาคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.5 จากผลการศึกษากลยุทธ์ในการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่ากลยุทธ์ด้านการบริการหลังเที่ยวบิน มีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือด้านบุคลิกภาพพนักงานบริการ, ด้านการดำเนินการ, ด้านการแข่งขัน, การบริการก่อนการเดินทาง และสุดท้ายการบริการบนเที่ยวบิน ตามลำดับ จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่า ผู้บริหารของสายการบินควรหามาตรการต่างๆที่เน้นให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าหลังเที่ยวบินมากขึ้น เช่น การแนะนำการเดินทางไปรับกระเป๋า เป็นต้น

ธีรพันธ์ สงวนวงศ์, พรชัย เอื้ออารี, พูลภัทร์ ชมจิตต์, บงกชรัตน์ เปี่ยมสิริภมล และวีรชัย บุญญาพัฒนาพงศ์ (2561) ได้ศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารภายในประเทศที่มีต่อเคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อเคาน์เตอร์เช็คอินภายในประเทศ ของสายการบินนกแอร์ประจำสถานีภูเก็ต และได้เปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอินภายในประเทศ สายการบินนกแอร์ประจำสถานีภูเก็ต โดยจำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ การศึกษา ความถี่และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ มีประชากร คือผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้เส้นทางภายในประเทศของสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต และคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ จำนวน 400 คน ทั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.), สถิติทดสอบ t (t-test) และสถิติทดสอบ F (F-test) ผลการศึกษา พบว่า ผู้โดยสารมีการรับรู้คุณภาพการบริการของเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต ในระดับมาก แยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความเอาใจใส่ มีระดับการรับรู้มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการประกันความมั่นใจ และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ตามลำดับ นอกจากนี้ผลการศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้คุณภาพการให้บริการของเคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ตโดยการจำแนกตามตัวแปร พบว่า เพศ อายุ ความถี่ในการเดินทาง มีผลต่อการรับรู้ที่ไม่แตกต่างกันออกไป แต่ตัวแปร ระดับการศึกษา และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง มีผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการที่แตกต่างกันออกไป

ทิพกฤตา พงษ์แก้ว (2560) ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ เขตยานนาวา วัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้ (1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้า (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความคาดหวังของ

ลูกค้า และ (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ เขตยานนาวา โดยใช้แบบสอบถามสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญเชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมาน สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที และสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ เป็นเครื่องมือในการวิจัยเพื่อนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกค้าของธนาคารไทยพาณิชย์ เขตยานนาวา โดยใช้ จำนวน 400 คน ผลการศึกษา พบว่าความแตกต่างของปัจจัยด้านคุณสมบัติส่วนบุคคลเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อายุงาน มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ เขตยานนาวา โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน อิทธิพลของปัจจัยด้านการคุณภาพการให้บริการแบบแนวนอนกลาง และแบบแนวนอนมีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ เขตยานนาวา และพบว่าปัจจัยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้ามีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ เขตยานนาวา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านบุคลิกภาพ

ณภัทร หงษ์วงศ์ (2562) ได้ศึกษาบุคลิกภาพและการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีผลต่อความพึงพอใจ ของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้เพื่อศึกษาบุคลิกภาพและการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินต้นทุนต่ำและเพื่อศึกษาบุคลิกภาพและการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่มีต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำด้วยการแจกแบบสอบถามแก่ผู้โดยสารที่ใช้บริการท่าอากาศยานนครพนม จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วย การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสองตัวแปร การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.50 มีอายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 24.80 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท ร้อยละ 42.00 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจร้อยละ 31.50 การศึกษาบุคลิกภาพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินต้นทุนต่ำพบว่า ด้านบุคลิกภาพทางวาจา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลิกภาพภายนอก และด้านบุคลิกภาพภายใน การศึกษาการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่าด้านการให้ความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ด้านการตอบสนองด้านสิ่งที่สามารถจับต้องได้ ด้านความเอาใจใส่ และด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมากตามลำดับ การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยบุคลิกภาพ ปัจจัยการบริการ กับความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำต่อการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กฤติยา จันทร์อ่อน และศรีเรือน แก้วกังวาน (2562) ได้ศึกษาบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เซอร์อารมณ์ ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค และการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินต่างชาติแห่งหนึ่ง การศึกษาวิจัยเรื่อง บุคลิกภาพห้า

องค์ประกอบ มีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินต่างชาติแห่งหนึ่ง จำนวน 150 คน และมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามบุคลิกภาพทำองค์ประกอบ แบบสอบถามเชาว์อารมณ์ แบบสอบถามความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค และแบบสอบถามการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยสรุปได้ดังต่อไปนี้

บุคลิกภาพทำองค์ประกอบรายด้านได้แก่ บุคลิกภาพแบบแสดงตัว มีความสัมพันธ์ทางบวกและบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีความสัมพันธ์ทางลบกับการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r=.281$ และ $r=-.141$ ตามลำดับ) แต่ไม่พบความสัมพันธ์ทางบวกของบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ บุคลิกภาพแบบประนีประนอม และบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกกับการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ เชาว์อารมณ์โดยรวมและรายด้านได้แก่ ด้านการตระหนักรู้ในตนเอง ด้านการจัดระเบียบอารมณ์ของตนเอง ด้านการสร้างแรงจูงใจให้ตนเอง ด้านการร่วมรับรู้ความรู้สึกของผู้อื่น ด้านทักษะทางสังคมมีความสัมพันธ์การรับรู้ความสำเร็จในอาชีพอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r=.642$, $r=.474$, $r=.305$, $r=.386$, $r=.552$ และ $r=.658$ ตามลำดับ) ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรคโดยรวมและรายด้านได้แก่ ด้านการรับรู้การขยายตัวของปัญหาด้านความอดทนต่อปัญหา มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ($r=.324$, $r=.3333$ และ $r=.549$ ตามลำดับ) แต่ไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค ด้านการควบคุม และด้านความรับผิดชอบต่อปัญหากับการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพ

ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน (2560) ได้ศึกษาอิทธิพลของควมมีอิสระในการทำงานกับบุคลิกภาพ ด้านเปิดรับประสบการณ์และบุคลิกภาพ ด้านสำนึกในหน้าที่และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อประสิทธิผลการทำงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยในจังหวัดชุมพร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของควมมีอิสระในการทำงานต่อประสิทธิผลการทำงาน ของอาจารย์มหาวิทยาลัยในจังหวัดชุมพร 2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเองกับประสิทธิผลการทำงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยในจังหวัดชุมพร 3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์ และบุคลิกภาพด้านสำนึกในหน้าที่ต่ออิทธิพลของควมมีอิสระในการทำงานต่อการรับรู้ความสามารถของตนเอง การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกับประชากรทั้งหมด คือ อาจารย์มหาวิทยาลัยในจังหวัดชุมพร จำนวน 111 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่าควมมีอิสระในการทำงานมีอิทธิพลทางบวกกับประสิทธิผลการทำงาน อีกทั้งการรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกกับประสิทธิผลการทำงานเช่นกัน สำหรับการทดสอบตัวแปร พบว่าบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และบุคลิกภาพด้านสำนึกในหน้าที่เป็นตัวแปรแทรกที่มีอิทธิพลทางบวก ต่อความสัมพันธ์ระหว่างควมมีอิสระในการทำงาน และการรับรู้ความสามารถของตนเองอีกด้วย

ภัทรจิระ พิสิฐมุกดา (2560) ศึกษาการสร้างบุคลิกภาพ ภาพลักษณ์และแบรนด์บุคคลของศิลปินในยุคดิจิทัล การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาการสร้างบุคลิกภาพและภาพลักษณ์ ของศิลปินในอุตสาหกรรมสื่อบันเทิง 2) เพื่อศึกษาการสร้างแบรนด์บุคคลของศิลปินในอุตสาหกรรมสื่อ บันเทิงสู่สาธารณชน 3) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการดูแลภาพลักษณ์และแบรนด์บุคคลที่ยั่งยืน รวมถึงการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับศิลปินให้เกิดความเหมาะสมในยุคดิจิทัล 4) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการความเสี่ยงของการจัดตั้งธุรกิจที่ปรึกษาและบริหารจัดการดูแลภาพลักษณ์และแบรนด์ บุคคล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 20 คน ได้แก่ศิลปิน จำนวน 2 คน ผู้จัดการหรือฝ่ายดูแลบริหารจัดการศิลปิน จำนวน 5 คน ครูผู้สอน การแสดงและพัฒนาบุคลิกภาพ จำนวน 3 คน และการสนทนากลุ่มกับแฟนคลับ จำนวน 10 คน และนำผลการสัมภาษณ์ที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ผลการวิจัยพบว่า 1) การสร้างบุคลิกภาพของศิลปินเป็นคุณลักษณะพื้นฐานที่สำคัญ โดยเริ่มจากปัจจัยภายในที่เกิดจากทัศนคติที่รักและอยากเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงได้รับการยอมรับ การมีมารยาท คุณธรรม จริยธรรม ระเบียบวินัย ปัจจัยภายนอกต้องมีรูปร่างหน้าตาและเสียงที่เป็นเอกลักษณ์การเดิน การแต่งกาย ทักษะการสื่อสาร การร้องเพลง การแสดง การทำศัลยกรรม ทักษะความสามารถพิเศษ เช่น ภาษาต่างประเทศ ดนตรี กีฬา เป็นต้น นอกจากนี้ปัจจัยจาก สภาพแวดล้อมและบุคคลรอบข้าง รวมถึงการทำกิจกรรมเพื่อสังคมก็ส่งผลให้ศิลปินมีบุคลิกภาพและ ภาพลักษณ์ที่ชัดเจน โดดเด่นและแตกต่างมากยิ่งขึ้น 2) กลยุทธ์ในการสร้างจุดขายในเรื่องบุคลิกภาพ และคาแรคเตอร์ของศิลปิน ประกอบด้วย การสร้างบุคลิกภาพและคาแรคเตอร์ที่เป็นชัดเจนเป็น ธรรมชาติเหมาะสมกับวัย เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และ แบนด์บุคคลของศิลปินให้ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายทั้งผู้ว่าจ้างงานและกลุ่มแฟนคลับให้เกิดการ ยอมรับและจดจำ 3) การวางแผนการบริหารจัดการในการรักษาบุคลิกภาพ ภาพลักษณ์และแบรนด์บุคคลให้ยั่งยืน ศิลปินต้องหมั่นฝึกพัฒนาความสามารถ สละมประสพการณ์และปรากฏตัวผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ 4) ศิลปินจำเป็นต้องมีการวางแผนการบริหารจัดการความเสี่ยง และวางแผนในการ ต่อยอดทางการตลาด ทั้งในด้านผลงานและธุรกิจ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และแบรนด์บุคคลให้ศิลปินอยู่ในวงการสื่อบันเทิงที่ มั่นคงและเป็นโอกาสในการสร้างความสำเร็จให้ยั่งยืนในการดำเนินชีวิตและทำงานในวงการสื่อบันเทิง อีกด้วย

หทัยขวัญ จันทอง (2560) ได้ศึกษาบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลา การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของ พนักงานบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลา โดยใช้ประชากรเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 226 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม ค่าพารามิเตอร์ และค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t (t-test) ความแปรปรวนทางเดียว ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และสถิติหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรซึ่ง

ใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณโดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression) ผลการศึกษาพบว่า ผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของบุคลิกภาพในการทำงานที่ส่งผลต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงาน โดยภาพรวม พบว่า มีทั้งหมด 4 บุคลิกภาพ ดังนี้ บุคลิกภาพแบบจิตสำนึก บุคลิกภาพแบบแสดงออก บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ และบุคลิกภาพแบบประนีประนอม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คำสำคัญ

2.3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านกระบวนการการให้บริการ

ณัฐนนท์ ขวัญทอง (2560) ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้ (1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคลที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร และ (3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมาน สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที และสถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ เป็นเครื่องมือในการวิจัยเพื่อนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ จำนวน 400 คน ผลการศึกษา พบว่าความแตกต่างของปัจจัยด้านคุณสมบัติส่วนบุคคลเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน อิทธิพลของปัจจัยด้านการกระบวนการให้บริการแบบแนวบนลงล่าง และแบบแนวบนอนมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร และพบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการมีผลต่อความจงรักภักดีของผู้เข้าพักโรงแรม 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กนกวรรณ ลำพอง (2560) การศึกษากระบวนการทำงาน ทักษะการสื่อสาร และแรงจูงใจ ที่มีผลต่อประสิทธิผลการทำงาน วัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านกระบวนการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิผลการทำงานของสภาคริสตจักรลูเธอรันในประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทักษะการสื่อสารที่มีผลต่อประสิทธิผลการทำงานของสภาคริสตจักรลูเธอรันในประเทศไทย และ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิผลการทำงานของสภาคริสตจักรลูเธอรันในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ร่วมงานและอาสาสมัครชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดอุดรธานี จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดเชียงราย จังหวัดลำปางและจังหวัดน่าน จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ

สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (x) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สถิติเชิงอนุมานคือ การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ผลการศึกษา พบว่า(1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการทำงาน ด้านทักษะการสื่อสาร ด้านแรงจูงใจและประสิทธิผลการทำงานของสภาคริสตจักรลูเธอรันในประเทศไทย สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านกระบวนการทำงานอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ปัจจัยด้านทักษะการสื่อสาร อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ปัจจัยด้านแรงจูงใจอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง และประสิทธิผลการทำงานอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (2) ปัจจัยด้านกระบวนการทำงานมีผลต่อประสิทธิผลการทำงานของสภาคริสตจักรลูเธอรันในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกระบวนการทำงานมีผลต่อประสิทธิผลการทำงาน ร้อยละ 30 (3) ปัจจัยด้านทักษะการสื่อสารมีผลต่อประสิทธิผลการทำงานของสภาคริสตจักรลูเธอรันในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยทักษะการสื่อสารมีผลต่อประสิทธิผลการทำงาน ร้อยละ 24.50 และ (4) ปัจจัยด้านแรงจูงใจมีผลต่อประสิทธิผลการทำงานของสภาคริสตจักรลูเธอรันในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแรงจูงใจมีผลต่อประสิทธิผลการทำงาน ร้อยละ 7.1 สภาคริสตจักรลูเธอรันในประเทศไทย

จันทรรักษ์ ประสงค์ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยด้านคุณสมบัติส่วนบุคคล พฤติกรรม กระบวนการและองค์กรที่มีอิทธิพล ต่อปัจจัยความสำเร็จในองค์กรธุรกิจด้านบริการโลจิสติกส์ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความแตกต่างปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล (2) อิทธิพลปัจจัยพฤติกรรม (3) อิทธิพลปัจจัยกระบวนการ และ (4) อิทธิพลปัจจัยองค์กรที่มีต่อปัจจัยความสำเร็จในองค์กรธุรกิจด้านบริการโลจิสติกส์ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา บุคลากรผู้ประกอบการวิชาชีพในธุรกิจด้านบริการโลจิสติกส์ โดยแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับปฏิบัติการ 439 คน และระดับบริหารจัดการ 196 คน และใช้ค่าสถิติต่างๆ ประกอบด้วย ค่าความถี่ (จำนวนคน) (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Sample t-test) การวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) และนำผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพต่อ โดยการเก็บรวบรวมกับผู้ใช้ข้อมูลที่เป็นผู้ประกอบการวิชาชีพในธุรกิจด้านบริการโลจิสติกส์ ในระดับปฏิบัติการ จำนวน 35 คน และระดับบริหารจัดการ จำนวน 27 คน ด้วยการสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และวิเคราะห์แบบ (Content Analysis) เพื่อประมวลผลข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ความแตกต่างของปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล ในระดับปฏิบัติการ ไม่แตกต่างกัน ในระดับบริหารจัดการ มีความแตกต่าง เฉพาะด้าน ประสิทธิภาพการทำงาน ส่วนปัจจัยพฤติกรรม กระบวนการ องค์กร มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสำเร็จในองค์กรธุรกิจด้านบริการโลจิสติกส์ ทั้งระดับปฏิบัติการและระดับบริหารจัดการ อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้จากผลการประมวลข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรม กระบวนการ และองค์กร จะมีอิทธิพลต่อปัจจัยความสำเร็จขององค์กรได้นั้น ระดับปฏิบัติการและระดับบริหารจัดการต้องร่วมมือกัน ตามหน้าที่และอำนาจที่องค์กรกำหนด และต้องก่อให้เกิดความสัมพันธ์ของทั้งสองระดับ เพื่อผลักดันองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

เฉลิมฉัตร นาคมอญ (2559) ได้ศึกษาภาวะผู้นำการติดต่อสื่อสาร กระบวนการในการทำงาน ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานระดับปฏิบัติการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) อิทธิพลของภาวะผู้นำที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานระดับปฏิบัติการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการติดต่อสื่อสารที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานระดับปฏิบัติการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานครและ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของกระบวนการในการทำงาน ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานระดับปฏิบัติการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการรวบรวมทำวิจัยครั้งนี้ คือพนักงานระดับปฏิบัติการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) ผลการศึกษาพบว่า อิทธิพลของภาวะผู้นำที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานระดับปฏิบัติการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อิทธิพลของการติดต่อสื่อสารที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานระดับปฏิบัติการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร และอิทธิพลของกระบวนการในการทำงานที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานระดับปฏิบัติการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นงนุช ไชยผาสุข, อุมาวรรณ วาทกิจ และพงศศรัณย์ พลศรีเลิศ (2561) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ด้วยประสบการณ์ลูกค้า ของธุรกิจโรงแรมระดับ 3-5 ดาว ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงแรม ระดับ 3-5 ดาว ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรม ระดับ 3-5 ดาว ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ผลวิจัยพบว่า 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ของธุรกิจโรงแรม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 40 ปี ระดับการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี ประสบการณ์ในการทำงานไม่เกิน 5 ปี ตำแหน่งส่วนใหญ่เป็นผู้จัดการทั่วไป ธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่มีลักษณะรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด มาตรฐานของ โรงแรมเป็นระดับ 3 ดาว มีเงินลงทุนจดทะเบียน ระหว่าง 1,000,001- 10,000,000 บาท ระยะเวลาในการ

ดำเนินธุรกิจนับตั้งแต่ก่อตั้งในประเทศไทย 20 ปีขึ้นไป จำนวนห้องพัก น้อย กว่า 100 ห้อง มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 50 คน และกลุ่มลูกค้าหลักของโรงแรมเป็นลูกค้า ชาวไทย 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมระดับ 3-5 ดาว

2.3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องปัจจัยด้านภาพลักษณ์

จรรุภา สายโยช (2559) ศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์องค์การ และส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจ ความไว้นื้อเชื่อใจ ความผูกพัน การบอกต่อ และกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาวงศ์สว่าง ได้ศึกษางานวิจัยมีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอันได้แก่ ภาพลักษณ์องค์การ และส่วนประสมทางการตลาด ที่ประกอบด้วย 1) ผลิตรภัณฑ์ 2)ราคา 3)ช่องทางจัดจำหน่าย และ 4)การส่งเสริมทางการตลาดของลูกค้าธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาวงศ์สว่าง (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความไว้นื้อเชื่อใจ อันได้แก่ ภาพลักษณ์ องค์การและส่วนประสมทางการตลาด และความพึงพอใจของลูกค้าธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาวงศ์สว่าง (3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพัน อันได้แก่ ภาพลักษณ์องค์การ ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจของลูกค้า และความไว้นื้อเชื่อใจของลูกค้าธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาวงศ์สว่าง (4) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ อันได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า ความไว้นื้อเชื่อใจ และความผูกพันของลูกค้าธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาวงศ์สว่าง และ (5) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ อันได้แก่ ความพึงพอใจ ความไว้นื้อเชื่อใจ และความผูกพันของลูกค้าธนาคาร ธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาวงศ์สว่างตัวแปรที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแปรอิสระคือ ภาพลักษณ์องค์การ ส่วนประสมทางการตลาด ที่ประกอบด้วย (1) ผลิตรภัณฑ์ (2) ราคา (3) ช่องทางการจัดจำหน่าย และ (4) การส่งเสริมทางการตลาด ตัวแปรคั่นกลางคือ ความพึงพอใจ ความไว้นื้อเชื่อใจ และความผูกพัน และตัวแปรตามได้แก่ การบอกต่อ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ

นันทพรหทัย เถาตระกูล (2561) ได้ศึกษาภาพลักษณ์และคุณค่าที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการของโรงแรมราคาประหยัดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ คุณค่า และผลประกอบการของโรงแรมราคาประหยัดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (2) ศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์และคุณค่าที่มีต่อผลประกอบการของโรงแรมราคาประหยัดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อสำรวจตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัยจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริหารโรงแรมจำนวน 3 ท่าน และนักท่องเที่ยวที่พักแรมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 900 คน ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ คุณค่าและผลประกอบการ

ของโรงแรม ผลการศึกษาพบว่า ตัวแบบสมการโครงสร้าง ภาพลักษณ์ คุณค่า และผลประกอบการของโรงแรม ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยภาพลักษณ์ มีความสัมพันธ์ทางตรงเชิงบวกกับคุณค่าของโรงแรมและมีความความสัมพันธ์ทางอ้อมเชิงบวกกับผลประกอบการของโรงแรม ส่วนคุณค่ามีความสัมพันธ์ทางตรงเชิงบวกกับผลประกอบการของโรงแรม

ณัฐยาภรณ์ ภูทอง (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจสายการบิน บางกอกแอร์เวย์ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสายการบิน และเพื่อศึกษาการรับรู้สื่อโฆษณาที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารคนไทยที่เคยใช้สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Premium Service Airlines) จำนวน 200 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุผลการศึกษา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อบริการด้านผลิตภัณฑ์ สินค้า ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า และภาพลักษณ์การบริการ ด้านราคา ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า และภาพลักษณ์การบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ด้านส่งเสริมการตลาดส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า ด้านพนักงานส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์บริษัท โดยด้านกระบวนการบริการ และภาพลักษณ์การบริการ โดยสื่อสิ่งพิมพ์ไม่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ สายการบินบางกอก แอร์เวย์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุกัญศราค์ ชูติมันต์ และภูรัฐชดา วิจิตรจามรี (2560) ได้ศึกษากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์รูปแบบ และเนื้อหาการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับพนักงานระดับบริหาร ฝ่ายภาพลักษณ์และสื่อสารองค์กร และฝ่าย สื่อสารการตลาดและสร้างตราผลิตภัณฑ์จำนวน 7 คน และการวิจัยเอกสาร (Documentary Analysis) ได้แก่ สื่อประชาสัมพันธ์ผลการศึกษาพบว่า บริษัทฯ ได้จัดทำแผนกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ โดยมุ่งเน้นถึงนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ของรัฐบาลในเรื่องดิจิทัลไทยแลนด์มากขึ้น นอกเหนือจากการสื่อสารแบบดั้งเดิม โดยมีกลยุทธ์การสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายภายในองค์กร ได้แก่ พนักงาน ซึ่งมีกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร ประกอบด้วย 1) เพิ่มช่องทางการสื่อสารภายใน 2) ปรับวิธีการนำเสนอ Content มากขึ้น 3) การเฝ้าระวังและตรวจสอบข่าวสารประเด็นสำคัญภายใน 4) สร้างเครือข่ายสื่อสารภายใน เช่น การจัดหาผู้มีอิทธิพลของบริษัทฯ (Influencer) และพนักงานที่เป็นเครือข่ายในการสื่อสาร (Communication Network, PR Network) เพื่อเป็นตัวแทนของแต่ละฝ่าย และการสื่อสารภายนอกองค์กร ได้แก่ ประชาชน สื่อมวลชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีกลยุทธ์การสื่อสาร

ประกอบด้วย 1) การดำเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) 2) การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูล 3) การปรับรูปแบบแบรนด์ด้วยการโฆษณาโดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียง 4) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชน 5) การสื่อสารโดยใช้ชื่อบุคคลภายนอกในการแก้ไขข่าวลบหรือสนับสนุนข่าวดีให้ดูน่าเชื่อถือมากขึ้น

ภาพิมล ธารุ่งเจริญกิจ, ศศิรัศม์ โสมโสพิณ และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2560) ได้ศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของ พนักงานโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ต้องการศึกษาด้านการรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม(CSR) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมรวมถึงรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม ในความต้องการของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร จังหวัดนครปฐม โดยใช้แนวคิดปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) และวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling Design) โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งก็คือพนักงานของโรงพยาบาลเทพากรออกเป็น 3 กลุ่มรวมทั้งหมด 18 คน ได้แก่ 1. กลุ่มแพทย์และพยาบาล 2.กลุ่มบุคลากรทางสาธารณสุข 3.กลุ่มบุคลากรช่วยสนับสนุนทางการแพทย์ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ไม่เข้าใจความหมาย รวมถึงข้อดีข้อเสียของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม และไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมมาก่อน โดยรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของพนักงานโรงพยาบาลเทพากร ได้แก่ การจัดกิจกรรมออกหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ในชุมชนใกล้เคียงเพื่อตรวจคัดกรองโรค การบริจาคเพื่อการกุศล การอาสาทำประโยชน์เพื่อชุมชน การประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม และการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของโรงพยาบาล

บทที่ 3 ระเบียบวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

- 3.1 ประเภทและรูปแบบงานวิจัย
- 3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สมมติฐานการวิจัย
- 3.5 วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) ที่ประกอบด้วย ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคล การให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง ดังนี้

3.1.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งหมด 5 ส่วน ได้แก่

3.1.1.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลคุณสมบัติส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ สาเหตุและวัตถุประสงค์ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) โดยมี ระดับการวัดดังนี้

1. เพศ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุ ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
3. สถานภาพ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
4. ระดับการศึกษา ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
5. อาชีพ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
6. รายได้ต่อเดือน ระดับการวัดตัวแปรแบบเรียงอันดับ (Ordinal Scale)
7. สาเหตุที่เลือกใช้บริการ ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
8. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ระดับการวัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

3.1.1.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านคุณภาพการให้บริการ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Closed-Ended Question) และเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert ที่แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบบสอบถามมีทั้งหมด 12 ข้อ สำหรับความคิดเห็น มีระดับการวัดดังนี้

1. มีระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด มีคะแนนเป็น 1
2. มีระดับความคิดเห็น น้อย มีคะแนนเป็น 2
3. มีระดับความคิดเห็น ปานกลาง มีคะแนนเป็น 3
4. มีระดับความคิดเห็น มาก มีคะแนนเป็น 4
5. มีระดับความคิดเห็น มากที่สุด มีคะแนนเป็น 5

3.1.1.3 ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านบุคลิกภาพ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-Ended Question) และเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert ที่แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบบสอบถามมีทั้งหมด 5 ข้อ สำหรับความคิดเห็น มีระดับการวัดดังนี้

1. มีระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด มีคะแนนเป็น 1
2. มีระดับความคิดเห็น น้อย มีคะแนนเป็น 2
3. มีระดับความคิดเห็น ปานกลาง มีคะแนนเป็น 3
4. มีระดับความคิดเห็น มาก มีคะแนนเป็น 4
5. มีระดับความคิดเห็น มากที่สุด มีคะแนนเป็น 5

3.1.1.4 ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านกระบวนการให้บริการ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-Ended Question) และเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert ที่แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบบสอบถามมีทั้งหมด 6 ข้อ สำหรับความคิดเห็น มีระดับการวัดดังนี้

1. มีระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด มีคะแนนเป็น 1
2. มีระดับความคิดเห็น น้อย มีคะแนนเป็น 2
3. มีระดับความคิดเห็น ปานกลาง มีคะแนนเป็น 3
4. มีระดับความคิดเห็น มาก มีคะแนนเป็น 4
5. มีระดับความคิดเห็น มากที่สุด มีคะแนนเป็น 5

3.1.1.5 ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านภาพลักษณ์ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-Ended Question) และเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert ที่แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยมีระดับ การวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) แบบสอบถามมีทั้งหมด 7 ข้อ สำหรับความคิดเห็น มีระดับ การวัดดังนี้

1. มีระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด มีคะแนนเป็น 1
2. มีระดับความคิดเห็น น้อย มีคะแนนเป็น 2
3. มีระดับความคิดเห็น ปานกลาง มีคะแนนเป็น 3
4. มีระดับความคิดเห็น มาก มีคะแนนเป็น 4
5. มีระดับความคิดเห็น มากที่สุด มีคะแนนเป็น 5

หมายเหตุ: ข้อคำถามทั้งหมดเป็นเชิงบวก ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมาย ของค่าเฉลี่ย ออกเป็น 5 ระดับ ตามแนวคิดของ Best (1981) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

3.1.2 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) และการทดสอบ ความเชื่อมั่น (Reliability Test) ของแบบสอบถาม

3.1.2.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Test) ผู้วิจัยนำ แบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และนำมาแก้ไข ตามข้อเสนอแนะ และข้อคิดเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.1.2.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability Test) เมื่อผู้วิจัยได้แก้ไขแบบสอบถาม และได้ นำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability Test) โดยทำการแจกให้กับกลุ่ม ตัวอย่างได้แก่ ผู้โดยสารที่เดินทางที่สนามบินนานาชาติดอนเมืองจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความ เชื่อมั่น โดยการวิเคราะห์หาแอลฟาของค่าครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha Analysis Test) ซึ่งได้ เท่ากับ 0.915

ตารางที่ 3.1: ตารางความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่าความเชื่อมั่น
1.ด้านคุณภาพการให้บริการ	12	0.877
2.ด้านบุคลิกภาพ	5	0.812
3.ด้านกระบวนการการให้บริการ	6	0.916
4.ด้านภาพลักษณ์	7	0.877
รวม	30	0.915

3.2 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ผู้วิจัยจะใช้เพื่อนำมาศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ คือผู้โดยสารที่เดินทางที่ สนามบินนานาชาติดอนเมือง และกลุ่มตัวอย่างคือผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำที่ สนามบินนานาชาติดอนเมือง เฉพาะเส้นทางในประเทศเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มประชากรมีเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ ตารางการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $+10%$ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน และผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างคือผู้โดยสารที่เดินทางที่สนามบินนานาชาติดอนเมืองและการสุ่มแบบออนไลน์ โดยการแจกแบบสอบถามที่ สนามบินนานาชาติดอนเมืองจำนวน 150 คนและการสุ่มแบบออนไลน์จำนวน 150 คน เพราะเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ผู้โดยสารเดินทางมาสนามบินไม่เพียงพอ กับความต้องการ ตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน ถึง 25 พฤษภาคม พ.ศ.2563 จำนวน 300 คน

3.3 กระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับกระบวนการและขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้

3.3.1 ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจาก ผู้โดยสารที่เดินทางที่สนามบินนานาชาติดอนเมือง จะทำการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ตั้งแต่วันที่ 25 เมษายน ถึง 25 พฤษภาคม พ.ศ.2563

3.3.2 ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย รวมทั้งหลักเกณฑ์ในการตอบแบบสอบถามเพื่อให้ผู้โดยสารที่เดินทางที่สนามบินนานาชาติดอนเมือง มีความเข้าใจในข้อคำถามและความต้องการของผู้วิจัย

3.3.3 ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับผู้โดยสารที่เดินทางที่สนามบินนานาชาติดอนเมืองและการแจกแบบออนไลน์

3.3.4 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้มาทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ต่อไป

3.4 สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง มีการกำหนดสมมติฐานดังนี้

3.4.1 สมมติฐานข้อที่ 1 อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

3.4.2 สมมติฐานข้อที่ 2 อิทธิพลของปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

3.4.3 สมมติฐานข้อที่ 3 อิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

การทดสอบทั้งสามข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

3.5 วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัย

วิธีการทางสถิติที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทได้แก่

3.5.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

3.5.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

3.5.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

3.5.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยมีขั้นตอนการดำเนินการ ดังนี้

1. นำแบบทดสอบที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้อง และครบถ้วนแล้ว นำมาลงรหัสเลข (Code) ตามเกณฑ์ของเครื่องมือแต่ละส่วน

2. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้ว มาบันทึกลงในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และประมวลผล

ข้อมูล และคำนวณหาค่าทางสถิติ แล้วนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ นำผลการศึกษาที่วิเคราะห์ได้มาสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และเขียนข้อเสนอแนะ



บทที่ 4 ผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง การศึกษาการสร้างคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง มีผลการวิจัยที่สามารถอธิบายได้ ดังนี้

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ มีการใช้สถิติการวิจัยดังนี้

4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

4.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 จะใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

4.1 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ซึ่งได้แก่ จำนวน (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

4.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล

ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สาเหตุที่ท่านเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ และวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางผลการวิเคราะห์ พบว่า จำนวน และค่าร้อยละที่มากที่สุดตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ปรากฏผลดังตาราง ที่ 4.1

ตารางที่ 4.1: แสดงจำนวน และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศหญิง	182	60.7
2. อายุ 26 – 30 ปี	115	38.3
3. สถานภาพโสด	220	73.3
4. ระดับการศึกษาปริญญาตรี	207	69.0
5. อาชีพพนักงานบริษัท	173	57.7
6. รายได้มากกว่า 50,000	98	32.7

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.7 ส่วนใหญ่มีอายุ 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.3 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 73.3 จบจากการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.0 อาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 69.0 รายได้มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.7

ตารางที่ 4.2: แสดงจำนวน และค่าร้อยละของสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

สาเหตุที่ท่านเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	จำนวน	ร้อยละ
การบริการที่ดี	111	37.0
Promotion	256	85.3
ตรงต่อเวลา	80	26.7
ความปลอดภัย	69	23.0
ความสะดวกสบาย	85	28.3
พนักงานเชี่ยวชาญหลายภาษา	11	3.7
มีความน่าเชื่อถือ	48	16.0
อื่น ๆ	17	5.7

จากตารางที่ 4.2 พบว่า สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมากที่สุด คือ Promotion คิดเป็นร้อยละ 85.3 รองลงมาคือ การบริการที่ดี คิดเป็นร้อยละ 37.0 และน้อยที่สุด คือ พนักงานเชี่ยวชาญหลายภาษา คิดเป็นร้อยละ 3.7

ตารางที่ 4.3: แสดงจำนวน และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ในเรื่องของวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
ด้านธุรกิจ การทำงาน	29	9.7
ท่องเที่ยว	271	90.3
กลับภูมิลำเนา หาคครอบครัว	78	26.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง คือ ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 90.3 รองลงมา คือ กลับภูมิลำเนา หาคครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 26.0 และน้อยที่สุด คือ ด้านธุรกิจ การทำงาน คิดเป็นร้อยละ 9.

ตารางที่ 4.4: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและบริการ

คุณภาพด้านการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ความหมายระดับความคิดเห็น
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.83	0.681	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านราคา	4.05	0.680	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.89	0.748	เห็นด้วยมาก
รวมด้านคุณภาพการให้บริการ	3.92	0.601	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ คุณภาพการให้บริการ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.681) ปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.680) และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและ

บริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D. = 0.748) เมื่อรวมด้านคุณภาพการให้บริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.601)

ตารางที่ 4.5: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ บุคลิกภาพ

ด้านบุคลิกภาพ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ความหมายระดับความคิดเห็น
รวมด้านบุคลิกภาพ	4.26	0.652	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ บุคลิกภาพ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.652)

ตารางที่ 4.6: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ กระบวนการการให้บริการ

ด้านกระบวนการการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ความหมายระดับความคิดเห็น
รวมด้านกระบวนการการให้บริการ	3.91	0.694	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ บุคลิกภาพ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.694)

ตารางที่ 4.7: ตารางแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ภาพลักษณ์

ด้านภาพลักษณ์	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ความหมายระดับความคิดเห็น
รวมด้านภาพลักษณ์	4.23	0.512	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ บุคลิกภาพ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.512)

4.2 การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสามข้อ โดยใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์โดยทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) และแบบถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ กระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ ปรากฏผลดังตารางที่ 4.8 ดังนี้

4.2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 อิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

ตารางที่ 4.8: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง (Simple Regression Analysis)

ตัวแปร/ปัจจัย	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ค่า t	Sig (P-Value)
คุณภาพการให้บริการ	0.647	14.665	0.000**

$R^2 = 0.419$, F-Value = 215.066, n = 300, P-Value $\geq 0.05^*$

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคุณภาพการให้บริการมีผลต่อภาพลักษณ์องค์กร ร้อยละ 41.90

4.2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 อิทธิพลของปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

ตารางที่ 4.9: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง (Simple Regression Analysis)

ตัวแปร/ปัจจัย	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ค่า t	Sig (P-Value)
บุคลิกภาพ	0.615	13.471	0.000**

$R^2 = 0.378$, F-Value = 181.467, n = 300, P-Value $\geq 0.05^*$

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลิกภาพที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยบุคลิกภาพมีผลต่อภาพลักษณ์องค์กร ร้อยละ 37.80

4.2.3 สมมติฐานข้อที่ 3 อิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

ตารางที่ 4.10: ตารางแสดงค่าอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง (Simple Regression Analysis)

ตัวแปร/ปัจจัย	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ค่า t	Sig (P-Value)
กระบวนการให้บริการ	0.682	16.097	0.000**

$R^2 = 0.465$, F-Value = 259.121, n = 300, P-Value $\geq 0.05^*$

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกระบวนการให้บริการมีผลต่อภาพลักษณ์องค์กร ร้อยละ 46.50

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง สามารถสรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

5.1 สรุปผล

ผลการศึกษสามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ดังนี้

5.1.1 สรุปผลข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.7 ส่วนใหญ่มีอายุ 26 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 73.3 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 38.3 จบการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.0 มีอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 57.7 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.7

5.1.2 สาเหตุในการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ คือ ส่วนใหญ่สายการบินต้นทุนต่ำมี Promotion คิดเป็นร้อยละ 85.3 รองลงมา สายการบินต้นทุนต่ำมีการบริการที่ดี คิดเป็นร้อยละ 37.0 และน้อยที่สุด คือ สาเหตุอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 5.7 โดยสาเหตุอื่น ๆ คือ ราคาถูก

5.1.3 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง คือ ส่วนใหญ่เพื่อการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 90.3 รองลงมา กลับภูมิลำเนา หากครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 26.0 น้อยที่สุด ด้านธุรกิจ การทำงาน คิดเป็นร้อยละ 9.7

5.1.4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านบุคลิกภาพ และด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ สรุปได้ว่าปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.601) ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.652) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์ อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X} = 3.91$, S.D. = 0.694)

5.1.5 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กร ร้อยละ 41.90

5.1.6 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยบุคลิกภาพมีผลต่อภาพลักษณ์องค์กร ร้อยละ 37.80

5.1.7 ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกระบวนการให้บริการมีผลต่อภาพลักษณ์องค์กร ร้อยละ 46.50

5.2 อภิปรายผล

การอภิปรายผลสามารถอภิปรายผลในประเด็นสำคัญตามสมมติฐาน ของการศึกษาได้ดังนี้

5.2.1 ตามสมมติฐานข้อที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 จากค่าสัมประสิทธิ์ของแต่ละตัวแปร ทำให้ทราบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลทางบวก คือพฤติกรรมการใช้บริการมีผลต่อคุณภาพการให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การให้บริการ หมายถึง การอำนวยความสะดวกต่างๆหรือการปฏิบัติรับใช้เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจ และการวัดคุณภาพการให้บริการตามตัวแบบ SERVQUAL ตามแนวคิดของ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) ได้ปรับปรุงพัฒนาเครื่องมือในการวัดระดับคุณภาพการให้บริการขึ้นใหม่จาก SERVQUAL ทั้งหมด 10 ประการ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนะ พุทธิรักษา (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการด้านการนำจ่ายที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา ที่ทำการไปรษณีย์รามอินทรา อีกทั้งงานวิจัยของงานวิจัยของ เบญจมา แจ้งเวชฉาย (2561) ได้ศึกษา งานวิจัยในเรื่องของคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟ BTS ในกรุงเทพมหานคร ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภรณ์พัชตรา ศักดา, จิรติ พูนเอียด, โชติมา ไชยวงศ์เกียรติ และพจนาน สิมาเสถียร (2562) ที่ได้ศึกษา กลยุทธ์ในการบริการที่ส่งผลการตัดสินใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยเขตภาคใต้ ในขณะที่ ชีรพันธ์ สงวนวงศ์, พรชัย เอื้ออารี, พูลภัทร์ ชมจิตต์, บงกชรัตน์ เปี่ยมสิริภมล และวีรชัย บุญญาพัฒนาพงศ์ (2561) ได้ศึกษาเรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารภายในประเทศ ที่มีต่อเคาน์เตอร์เช็คอินสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพกฤตา พงษ์แก้ว (2560) ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ เขตยานนาวา อีกด้วย

5.2.2 ตามสมมติฐานข้อที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของบุคลิกภาพที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง อย่างมีความสัมพันธ์

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากค่าสัมประสิทธิ์ของแต่ละตัวแปร ทำให้ทราบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลทางบวก บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับงานบริการอย่างยิ่ง ตามแนวคิดของ Bootzin (1991) กล่าวว่า บุคลิกภาพเป็นลักษณะนิสัย รูปแบบของความคิด ความรู้สึก และการประพฤติปฏิบัติของบุคคลในแต่ละบุคคล และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ แนวคิดของ Costa & McCrae (1992) ได้กล่าวถึงเรื่องบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ ซึ่งหมายถึงลักษณะนิสัยย่อยๆของมนุษย์ ที่อาจจะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน และรายละเอียดของบุคลิกภาพ ทั้ง 5 องค์ประกอบ ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌักทง หงซาวงศ์ (2562) ได้ศึกษาบุคลิกภาพและการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีผลต่อความพึงพอใจ ของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ การศึกษาการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่าด้านการให้ความมั่นใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤติยา จันทร์อ่อน และศรีเรือน แก้วกังวาน (2562) ที่ได้ศึกษาบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เซวาร์อาร์มณ ความสามารถในการเผชิญและฟื้นฝ่าอุปสรรค และการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินต่างชาติแห่งหนึ่ง ในขณะที่แนวคิดและงานวิจัยของ ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน (2560) ซึ่งได้ศึกษาอิทธิพลของควมมีอิสระในการทำงานกับบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และบุคลิกภาพ ด้านสำนึกในหน้าที่และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อประสิทธิผลการทำงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยในจังหวัดชุมพร และงานวิจัยของ ภัทรจิระ พิสิฐมุกดา (2560) ศึกษาการสร้างบุคลิกภาพ ภาพลักษณ์และแบรนด์บุคคลของศิลปินในยุคดิจิทัล และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทศชัยวิญญู จันทอง (2560) ได้ศึกษาบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของพนักงาน กรณีศึกษาบริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลา

5.2.3 ตามสมมติฐานข้อที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของกระบวนการให้บริการที่มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง มีขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน บุคลากรปฏิบัติงานอย่างเป็นระเบียบ สอดคล้องกับ แนวคิดของ Deming (1995) ได้กล่าวว่า คุณภาพสามารถพัฒนาและปรับปรุงได้ จึงเป็นแนวคิดของ การพัฒนาคุณภาพงาน เป็นการกำหนดขั้นตอนการทำงานเพื่อสร้างระบบการผลิตให้มีคุณภาพดี อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Hitoshi (1997) เสนอแนะไว้ว่า ในการบริหารงานด้วยระบบวงจรคุณภาพ นั้นมีขั้นตอนดังนี้คือ การวางแผน การนำแผนไปปฏิบัติ การตรวจสอบ และการปรับปรุงแก้ไข โดยการวางแผน การนำแผนที่วางไว้มาปฏิบัติตรวจสอบผลลัพธ์ที่ได้ และถ้าผลลัพธ์ไม่ได้ตามที่คาดหวังไว้ จะมีการทบทวนแผนการเริ่มต้นใหม่อีกครั้งหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดงานวิจัยของ ญัฐนนท์ ขวัญทอง (2560) ที่ได้ศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการ ที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ ลำพอง (2560) การศึกษากระบวนการทำงาน ทักษะการสื่อสาร และแรงจูงใจ ที่มีผลต่อ

ประสิทธิผลการทำงานของ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทร์จรัส ประสงค์ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยด้านคุณสมบัติส่วนบุคคล พฤติกรรม กระบวนการและองค์กรที่มีอิทธิพล ต่อปัจจัยความสำเร็จในองค์กรธุรกิจด้านบริการโลจิสติกส์ เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และงานวิจัยของ เฉลิมฉัตร นาคมอญ (2559) ได้ศึกษาภาวะผู้นำการติดต่อสื่อสาร กระบวนการในการทำงาน ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานระดับปฏิบัติการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของนางนุช ไชยผาสุข, อุมารวรรณ วาทกิจ และพงศธรันย พลศรีเลิศ (2561) ที่ได้ศึกษารูปแบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ด้วยประสบการณ์ลูกค้า ของธุรกิจโรงแรมระดับ 3-5 ดาว ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

5.3 ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

5.3.1 การนำผลวิจัยไปใช้

การศึกษาด้านคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง ดังนั้นทางสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง ควรให้ความสำคัญกับเรื่องมีการให้ความช่วยเหลือเป็นพิเศษสำหรับผู้โดยสารเป็นรายบุคคล เช่น ผู้พิการทางสายตา, ผู้บกพร่องทางการได้ยิน เป็นต้น โดยต้องเพิ่มการดูแลเป็นพิเศษให้กับผู้โดยสารเหล่านี้ ยกตัวอย่างเช่น การเพิ่มการดูแลแนะนำแนวทางในการอพยพเมื่อมีเหตุการณ์ฉุกเฉิน และการหาผู้ช่วยในการช่วยเหลือ เป็นต้น เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ซึ่งจะนำมาซึ่งความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

5.3.2 การเสนอแนะหัวข้อวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือสืบเนื่องในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ทางผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้ ควรมีการศึกษางานวิจัยที่สามารถหาแนวทางที่ส่งผลต่อ การศึกษาด้านคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมืองอื่นๆ เพิ่มเติม อาทิ ความพึงพอใจในด้านบริการ ความสามารถของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการตลาดแบบผสมผสาน ปัจจัยสภาพแวดล้อมทัศนคติ เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ลำพอง. (2560). *กระบวนการทำงาน ทักษะการสื่อสาร และแรงจูงใจ ที่มีผลต่อประสิทธิผลการทำงาน*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กฤติยา จันทร์อ่อน และศรีเรื่อน แก้วกังวาน. (2562). บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เชี่ยวชาญอารมณ์ความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรค และการรับรู้ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสายการบินต่างชาติแห่งหนึ่ง. *วารสารบัณฑิตศึกษา*, 16(74).
- กรมการบินพลเรือน. (2563). *ข้อมูลสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินดอนเมือง*. สืบค้นจาก <https://www.caat.or.th/th/>.
- จรรุภา สายโยชน์. (2559). *อิทธิพลของภาพลักษณ์องค์กร และส่วนประสมทางการตลาดต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ เชื่อใจ ความผูกพัน การบอกต่อ และกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน) สาขาวงศ์สว่าง*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จันทร์จรัส ประสงค์. (2559). *ปัจจัยด้านคุณสมบัติส่วนบุคคล พฤติกรรม กระบวนการและองค์กรที่มีอิทธิพล ต่อปัจจัยความสำเร็จในองค์กรธุรกิจด้านบริการโลจิสติกส์เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เฉลิมฉัตร นาคมอญ. (2559). *ภาวะผู้นำการติดต่อสื่อสาร กระบวนการในการทำงาน ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานระดับปฏิบัติการของธนาคารพาณิชย์ไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ฉันทวรรณ เอ็งฉ้วน. (2560). *อิทธิพลของควมมีอิสระในการทำงานกับบุคลิกภาพด้านเปิดรับประสบการณ์และบุคลิกภาพ ด้านสำนึกในหน้าที่และการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีต่อประสิทธิผลการทำงานของอาจารย์มหาวิทยาลัยในจังหวัดชุมพร*. งานวิจัยส่วนบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณภัทร หงษาวงศ์. (2562). *บุคลิกภาพและการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินมีผลต่อความพึงพอใจ ของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ*. *วารสารบัณฑิตศึกษา*, 16(74).
- ณัฐนันท์ ขวัญทอง. (2560). *ข้อมูลส่วนบุคคล กระบวนการ และคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีผู้เข้าพักโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฐยาภรณ์ ภูทอง. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจสายการบินบางกอกแอร์เวย์*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- ทิพกฤตา พงษ์แก้ว. (2560). ข้อมูลส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการ และภาพลักษณ์ตราสินค้า ที่มีผลต่อความคาดหวังของลูกค้าธนาคารไทยพาณิชย์ เขตยานนาวา. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธีรพันธ์ สงวนวงศ์, พรชัย เอื้ออารี, พูลภัทร์ ชมจิตต์, บงกชรัตน์ เปี่ยมสิริกมล และวีรชัย บุญญาพัฒนาพงศ์. (2561). การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารภายในประเทศที่มีต่อ เคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต. สืบค้นจาก <http://pulinet.oas.psu.ac.th/index.php/journal>.
- นงนุช ไชยผาสุข, อุมารวรรณ วาทกิจ และ พงศศรีนัย พลศรีเลิศ. (2561). รูปแบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ด้วยประสบการณ์ลูกค้า ของธุรกิจโรงแรมระดับ 3-5 ดาว ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์, 5(2).
- นันทน์หทัย เกาตระกุล. (2561). ภาพลักษณ์และคุณค่าที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการของ โรงแรมราคาประหยัดในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 15(2).
- บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2559). ยุทธศาสตร์ใหม่ขนส่งทางอากาศ. สืบค้นจาก <http://www.aot-th.listedcompany.com>.
- เบญจภา แจ้งเวชฉาย. (2559). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภรณ์พักตรา ศักดา, จิรติ พูนเอียด, โชติมา ไชยวงศ์เกียรติ และพจนา สิมะเสถียร. (2562). กลยุทธ์ในการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเขตภาคใต้. วารสารชอพะยอม, 30(1).
- ภาพิมล ธนรุ่งเจริญกิจ, ศศิรัศม์ โสมโสพิณ และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2560). การรับรู้ภาพลักษณ์และรูปแบบของกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมในความต้องการของ พนักงานโรงพยาบาล เทพากร จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ภัทรจิระ พิสิฐมุกดา. (2560). การสร้างบุคลิกภาพ ภาพลักษณ์และแบรนด์บุคคลของศิลปินในยุคดิจิทัล. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). คุณภาพการให้บริการ. สืบค้นจาก <http://www.royin.go.th/dictionary/>.
- รัตนะ พุทธรักษา. (2560). คุณภาพการบริการด้านการนำจ่ายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา ที่ทำการไปรษณีย์รามอินทรา. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 6(2), 124-134.

สุริยธรรมรงค์ ชุตินันต์ และภรณ์ชุตินันต์ วิจิตรจามรี. (2560). *กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

หทัยขวัญ จันทอง. (2560). *บุคลิกภาพที่ส่งผลต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการทำงานของพนักงานกรณีศึกษา บริษัทแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลา*. งานวิจัยส่วนบุคคลปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

Bootzin, R.R. (1991). *Personality*. Retrieved from <http://www.personality.ob.tc/Personal%20Development.html>.

Boulding, K.E. (1975). *The image: Knowledge in life and society*. Michigan: The University of Michigan.

Costa & McCrae. (1992). *Five factor model of personality*. Retrieved from <http://www.sicotests.com/psyarticle.asp?id=80>.

Deming, E.W. (1995). *Out of the crisis*. USA.: The Massachusetts Institute of Technology Center for Advanced Engineering Study.

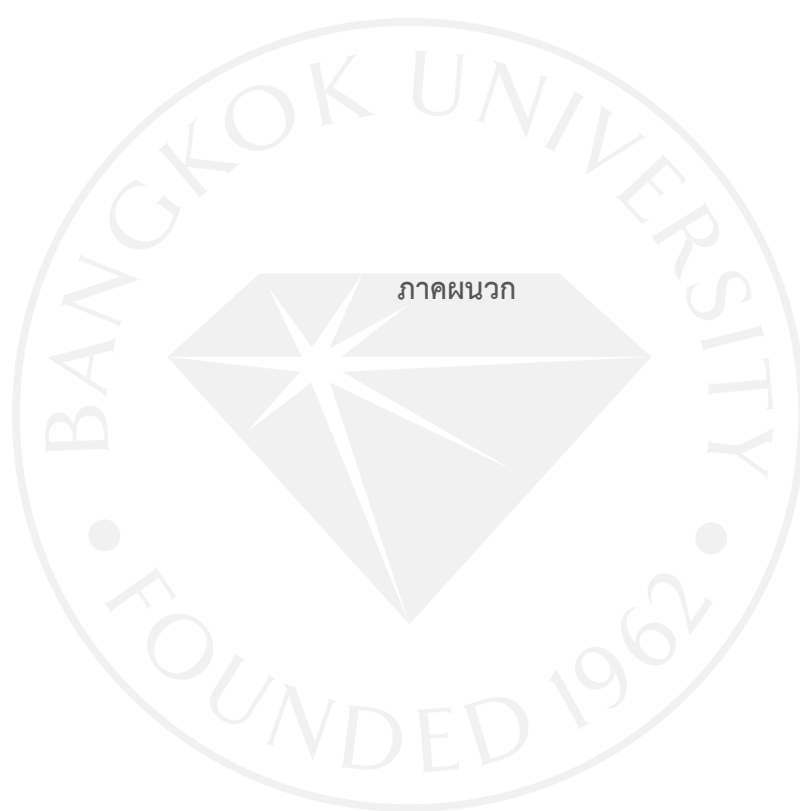
Hitoshi, K. (1997). *TQM promotion guide book*. Tokyo: Japanese Standards Association.

Lewis, R.C., & Bloom, B.H. (1983). *The marketing aspects of service quality*. In L. Berry, G. Shostack, & G. Upah (Eds.), *Emerging perspectives on service marketing* (pp. 99-107). Chicago: American Marketing.

Morley, M. (1998). *How to Manage Your Global Reputation: A guide to the Dynamics of International Public Relations*. Hampshire and London: Macmillan Press Ltd.

Murray, D. (2002). The relationship among service quality, value, satisfaction, and future intentions of customers at an Australian sports and leisure center. *Sport Management Reviews*, 5, 25-43

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 49(40), 41-50.



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

การศึกษาการสร้างคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อ
ภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ ผู้วิจัยขอความร่วมมือทุกท่านในการตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนทุกข้อและตรงกับความ
จริง เพื่อผู้วิจัยสามารถนำผลที่ได้ไปใช้ในการศึกษาต่อไป โดยข้อมูลทั้งหมดที่ท่านได้ตอบไปใน
แบบสอบถามครั้งนี้ถือเป็นความลับและถูกเสนอในภาพรวมเท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่สละ
เวลาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้เป็นอย่างดี

การศึกษาการสร้างคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อ
ภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

แบบสอบถามทั้งหมดแบ่งเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่2 คุณภาพการให้บริการ

ส่วนที่3 บุคลิกภาพ

ส่วนที่4 กระบวนการให้บริการ

ส่วนที่5 ภาพลักษณ์

แบบสอบถาม

การศึกษาการสร้างคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อ
ภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำแนะนำ โปรดใส่เครื่องหมาย ลงใน () ที่ตรงตามความเป็นจริงเกี่ยวกับท่าน

1. เพศ

() ชาย () หญิง () เพศทางเลือก

2. อายุ

() ต่ำกว่า 21 ปี () 21-25 ปี
() 26-30 ปี () 31-35 ปี
() 36-50 ปี () มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

() โสด () สมรส/อยู่ด้วยกัน
() หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

() ระดับมัธยมศึกษา () สายวิชาชีพ (ปวช. และ ปวส.)
() ระดับปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

() นักเรียน/นักศึกษา () ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว () พนักงานบริษัท
() ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000บาท () 20,001-30,000บาท
() 40,001-50,000บาท () มากกว่า 50,001บาท

7. สาเหตุที่ท่านเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

() การบริการที่ดี () Promotion () ตรงต่อเวลา () ความปลอดภัย
() ความสะดวกสบาย () พนักงานเชี่ยวชาญหลายภาษา () มีความน่าเชื่อถือ
() อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง

() ด้านธุรกิจ การทำงาน () ท่องเที่ยว
() กลับภูมิลำเนา หาคครอบครัว () อื่นๆ โปรดระบุ

ส่วนที่ 2 คุณภาพการให้บริการ

คำชี้แจง

ระดับความคิดเห็น

ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1.สายการบินที่ท่านใช้เครื่องบินใหม่ มีมาตรฐานความปลอดภัย ในการเดินทางสูง					
2.สายการบินที่ท่านใช้มีมาตรฐานการให้บริการสูง					
3.สายการบินที่ท่านใช้มีอาหารและเครื่องดื่มที่รสชาติดี สะอาด บริการบนเครื่องบิน					
4.สายการบินที่ท่านใช้ มีการประกันภัยระหว่างการเดินทางอย่างเหมาะสม					
ปัจจัยด้านราคา					
6.ราคาค่าโดยสารมีมาตรฐานเหมาะสมกับ คุณภาพการให้บริการ					
7.ราคาค่าโดยสารเหมาะสมกับระยะทาง					
8.ราคาค่าโดยสารเหมาะสมกับความสะดวกสบายในการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวก					
ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายและบริการ					
9.มีช่องทางการเลือกซื้อบัตรโดยสารที่ หลากหลาย สะดวก หาได้ง่าย					
10.ช่องทางในการรับชำระค่าบัตรโดยสารที่ เข้าถึงได้ง่าย					
11.มีศูนย์บริการ (Call Center) สำหรับจอง ตั๋วและบริการอื่นๆได้ตลอดเวลาที่ต้องการ					
12.การยกเลิกการจองหรือเปลี่ยนเที่ยวบิน ผ่านระบบต่างๆทำได้ง่าย					

ส่วนที่ 3 บุคลิกภาพ

คำชี้แจง

ระดับความคิดเห็น

ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1.สายการบินที่ท่านใช้พนักงานบนเครื่องบินมีการดูแลเอาใจใส่ มีอัธยาศัยที่ดี					
2.สายการบินที่ท่านใช้พนักงานบนเครื่องบินมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ					
3.สายการบินที่ท่านใช้พนักงานบนเครื่องบินชุดเครื่องแบบพนักงานสีสดใส สวย					
4.สายการบินที่ท่านใช้พนักงานบนเครื่องบินมีความรู้และสามารถให้คำแนะนำเมื่อท่านต้องการได้					
5.สายการบินที่ท่านใช้พนักงานบนเครื่องบินมีอัธยาศัยดี มีความสุภาพและอ่อนน้อม					

ส่วนที่ 4 กระบวนการให้บริการ

คำชี้แจง

ระดับความคิดเห็น

ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1.สายการบินที่ท่านใช้มีความสะดวก รวดเร็วในการจองตั๋วโดยสาร					
2.สายการบินที่ท่านใช้มีความรวดเร็วในการเช็คอินบัตรโดยสาร					
3.สายการบินที่ท่านใช้ท่านสามารถเลือกที่นั่งได้ด้วยตนเอง					
4.สายการบินที่ท่านใช้มีการขนย้ายสัมภาระด้วยความระมัดระวัง					
5.สายการบินที่ท่านใช้บริการบนเครื่องบินมีความสะดวกและรวดเร็ว					
6.สายการบินที่ท่านใช้การเปลี่ยนเที่ยวบินได้รวดเร็ว ถูกต้อง					

ส่วนที่ 5 ภาพลักษณ์

คำชี้แจง

ระดับความคิดเห็น

ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

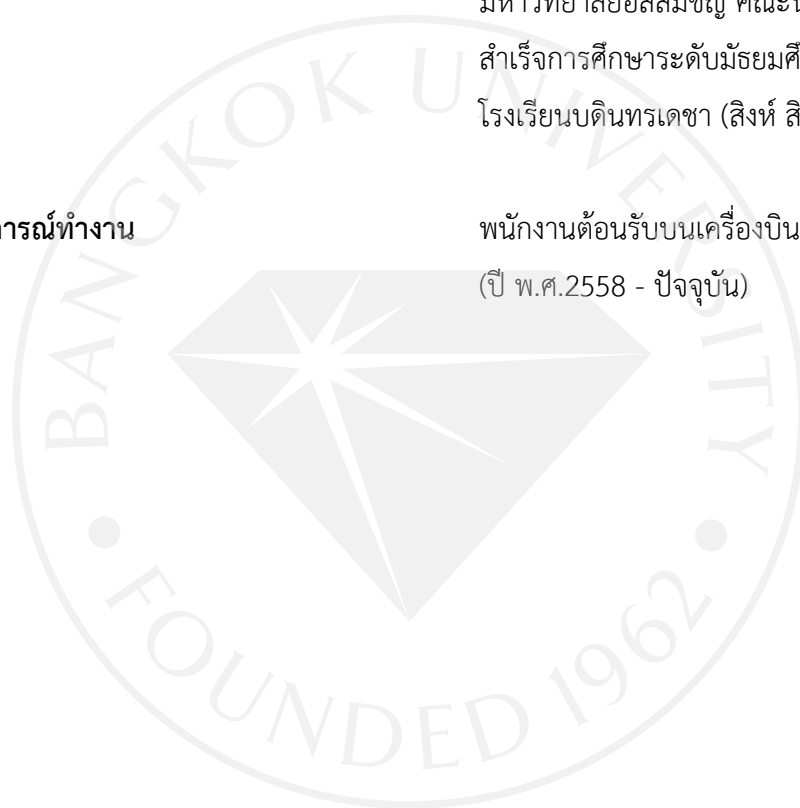
ระดับคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1.การบินที่ท่านใช้เป็นสายการบินที่มีความน่าเชื่อถือ					
2.สายการบินที่ท่านใช้เป็นสายการบินที่มีชื่อเสียงในการบริการ					
3.สายการบินที่ท่านใช้มีภาพลักษณ์ที่ดี					
4.สายการบินที่ท่านใช้มีมาตรฐานการให้บริการสูง					
5.สายการบินที่ท่านใช้มีเที่ยวบินบินตรงและเส้นทางบินตรงตามความต้องการ					
6.สายการบินที่ท่านใช้มีความตรงต่อเวลาของเที่ยวบินขาเข้าและขาออก					
7.สายการบินที่ท่านใช้มีสถิติของการเกิดอุบัติเหตุต่ำ					

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นันทวัฒน์ ชัยเลิศวราภรณ์
อีเมล	Nunvaphat.chai@bumail.net
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จาก มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ คณะนิเทศศาสตร์ สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จาก โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี)
ประสบการณ์ทำงาน	พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (ปี พ.ศ.2558 - ปัจจุบัน)



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 25 เดือน กันยายน พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) นันทวัฒน์ ชัยเลิศวรภัทร์ อยู่บ้านเลขที่ 345/541

ซอย แจ้จ้งวัฒนะ 1 ถนน แจ้จ้งวัฒนะ ตำบล/แขวง ตลาดินบางเขน

อำเภอ/เขต หลักสี่ จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10210

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7620202403

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา -

คณะ บริหารธุรกิจ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร

10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้

สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานวิทยานิพนธ์ / สารนิพนธ์หัวข้อ

..... การศึกษาการสร้างคุณภาพการให้บริการ บุคลิกภาพ และกระบวนการให้บริการ.....

..... ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรด้านการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในสนามบินนานาชาติดอนเมือง.....

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร..... บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต..... ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์”)


ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน


ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับ ลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่างๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับ อนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ  ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นางสาวนันท์วรัศ ชัยเลิศวรารักษ์)

ลงชื่อ  ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์ อัญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ  พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ  พยาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร