

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร
ณ สนามบินสุวรรณภูมิ
Factors Affecting the Decision to Use Self-Service Check-In
Systems among Passengers at Suvarnabhumi Airport

จิตตริน เทียงทอง
สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

JITTRIN THIANGTHONG
E-Mail: 6714060062@rumail.ru.ac.th
Department of Management, Faculty of Business Administration
Ramkhamhaeng University, Thailand
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร (3) เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการใช้งานระบบเช็คอินอัตโนมัติให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้โดยสารที่มีอายุ 18-65 ปี ซึ่งเดินทางทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ โดยใช้บริการที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 คน โดยใช้หลักการคำนวณของ W.G. Cochran (1953) ด้วยวิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ (1) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ อัตราส่วนร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X}), ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : SD) (2) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) และ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) การรับรู้ถึงประโยชน์ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร (2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้ระบบ

เช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร (3) อิทธิพลทางสังคม ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร (4) เงื่อนไขที่เอื้ออำนวย ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร

คำสำคัญ : ผู้โดยสาร , ระบบเช็คอินอัตโนมัติ , ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ABSTRACT

The objectives of this research were (1) to study the behavior of passengers using automated check-in systems at Suvarnabhumi Airport; (2) to analyze the factors affecting passengers' decision-making in using automated check-in systems; and (3) to propose guidelines for promoting and developing the use of automated check-in systems to meet passenger needs. The sample group for this study consisted of 400 passengers, aged 18-65 years, traveling both domestically and internationally through Suvarnabhumi Airport. The sample size was calculated based on W.G. Cochran (1953) and selected through convenient sampling. A questionnaire was employed as the data collection tool. Data analysis was divided into two parts: (1) Descriptive statistics, including Percentage, Mean (\bar{x}), and Standard Deviation (SD); (2) Inferential statistics, including Pearson Correlation and Multiple Regression Analysis.

The results of the hypothesis testing indicated that (1) Perceived Usefulness had a positive effect on passengers' decision-making to use automated check-in systems; (2) Perceived Ease of Use had a positive effect on passengers' decision-making to use automated check-in systems; (3) Social Influence had a positive effect on passengers' decision-making to use automated check-in systems; and (4) Facilitating Conditions had a positive effect on passengers' decision-making to use automated check-in systems.

Keywords: Passengers, Automated Check-in System, Suvarnabhumi Airport

บทนำ

ในทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการบินระดับโลกได้ก้าวเข้าสู่ยุค "Seamless Travel" อย่างเต็มรูปแบบ โดยสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) ได้รายงานผลการสำรวจผู้โดยสารทั่วโลก (Global Passenger Survey 2024) พบว่า กว่าร้อยละ 75 ของผู้โดยสารพึงพอใจที่จะใช้เทคโนโลยีไบโอเมตริกซ์และระบบบริการตนเอง (Self-Service) แทนการรอรับบริการจากเจ้าหน้าที่ เพื่อความรวดเร็วและลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อน

สำหรับประเทศไทย ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในฐานะท่าอากาศยานหลักซึ่งรองรับผู้โดยสารกว่า 60 ล้านคนต่อปี เผชิญกับสถานะความแออัดสะสมในช่วงเวลาเร่งด่วน (Peak Hours) อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จึงได้เร่งผลักดันกลยุทธ์ "Digital Airport" โดยการติดตั้งระบบเช็คอินด้วยตนเองอัตโนมัติ (Common Use Self Service: CUSS) และระบบรับกระเป๋าสัมภาระอัตโนมัติ (Common Use Bag Drop: CUBD) จำนวนมากเพื่อกระจายความหนาแน่นจากเคาน์เตอร์เช็คอินปกติ

แม้จะมีระบบอัตโนมัติรองรับ แต่สัดส่วนการใช้งานระบบ (Self-Service) ในกลุ่มผู้โดยสารยังคงมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อเทียบกับผู้โดยสารในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว โดยพบว่าผู้โดยสาร ยังคงเลือกใช้บริการที่เคาน์เตอร์เช็คอินปกติ (Manual Check-in) การที่ผู้โดยสารจำนวนมากยังกระจุกตัวอยู่ที่เคาน์เตอร์ปกติ ทำให้ระยะเวลาการรอคอย (Waiting Time) เฉลี่ยสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อดัชนีความพึงพอใจของผู้โดยสาร (ASQ Score) ลดลง

โดยปัญหาสำคัญที่พบจากการสังเกตการณ์และงานวิจัยในอดีต สะท้อนให้เห็นว่าอาจมีปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจหรือเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับเทคโนโลยีดังกล่าว ทั้งยังพบว่าผู้โดยสารมีพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีที่เฉพาะตัว (Unique Behavior) โดยปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำคัญไม่ได้มีเพียงแค่เรื่องความยากง่ายของระบบเท่านั้น แต่อาจรวมถึงความไม่มั่นใจในความถูกต้องของข้อมูล, ความกังวลเรื่องน้ำหนักกระเป๋าเกิน และ วัฒนธรรมการบริการที่ต้องการปฏิสัมพันธ์กับบุคคล (Human Touch) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ยังไม่ได้รับความสำคัญในการออกแบบกระบวนการบริหารจัดการมากนัก

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษา "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ" เพื่อให้ทราบถึงแรงจูงใจและอุปสรรคที่แท้จริง ซึ่งผลการวิจัยนี้อาจเป็นข้อมูลที่ให้ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสายการบินต่างๆ สามารถนำไปปรับปรุงกลยุทธ์การสื่อสาร การจัดวางพื้นที่ และการออกแบบ User Experience ให้ตอบโจทย์การให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด และยังช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านอื่นๆ สามารถวางแผนการดำเนินงานการปรับปรุงการให้บริการเพื่อยกระดับสู่การเป็นท่าอากาศยานอัจฉริยะ (Smart Airport) ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
3. เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการใช้งานระบบเช็คอินอัตโนมัติให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสาร

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตดังนี้

1. ด้านเนื้อหา

1.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ และความถี่ในการเดินทาง

1.1.2 ปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจ ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม และด้านเงื่อนไขที่เอื้ออำนวย

1.2 ตัวแปรตาม การตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติ ของผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ประกอบด้วย ด้านการรับรู้ความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจใช้บริการ และด้านพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ

2. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้โดยสารที่มีอายุ 18-65 ปี ซึ่งเดินทางทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ โดยใช้บริการที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มผู้โดยสารที่มีอายุ 18-65 ปี ซึ่งเดินทางทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ โดยใช้บริการที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

3. ด้านพื้นที่

อาคาร Main Terminal ชั้น 4 ผู้โดยสารขาออก ที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ หนองปรือ บางพลี สมุทรปราการ

4. ด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการทำวิจัยครั้งนี้เริ่มตั้งแต่กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569 ถึงเมษายน พ.ศ. 2569

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ท่าอากาศยานและสายการบินเข้าใจถึงความต้องการและปัญหาและอุปสรรคของผู้ใช้บริการท่าอากาศยาน
2. สามารถนำผลวิจัยไปพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์และการจัดวางอุปกรณ์ (Placement) ให้เข้าถึงผู้โดยสารได้ดียิ่งขึ้น
3. ช่วยลดความแออัดบริเวณหน้าเคาน์เตอร์เช็คอิน และยกระดับภาพลักษณ์ความทันสมัยของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
4. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยการด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้เครื่องเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสารที่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการ

สมมติฐานการวิจัย

1. การรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) เช่น การประหยัดเวลาส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร
2. การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร
3. อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) เช่น การแนะนำจากคนรอบข้างหรือสื่อประชาสัมพันธ์ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการใช้งาน
4. เงื่อนไขที่เอื้ออำนวย (Facilitating Conditions) เช่น การมีเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือและป้ายบอกทางที่ชัดเจน ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้งาน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ปัจจัยส่วนบุคคล

1. เพศ
2. อายุ
3. สถานภาพ
4. ระดับการศึกษา
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
6. อาชีพ
7. ความถี่ในการเดินทาง

ปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจ

1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์
2. ด้านการรับรู้ถึงความยากง่ายในการใช้งาน
3. ด้านอิทธิพลทางสังคม
4. ด้านเงื่อนไขที่เอื้ออำนวย

ที่มา : Fred Davis (1998), Venkatesh et al. (2003)

ตัวแปรตาม

ตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของ ผู้โดยสาร

1. ด้านการรับรู้ความต้องการ
2. ด้านการค้นหาข้อมูล
3. ด้านการประเมินผลทางเลือก
4. ด้านการตัดสินใจใช้บริการ
5. ด้านพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ

ที่มา : Kotler & Keller (2016)

Engel, Black & Miniard (1995)

รูปภาพ กรอบแนวคิดในการวิจัย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2562) และ Philip Kotler & Kevin Lane Keller (2016) ได้อธิบายว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นคุณลักษณะเฉพาะตัวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อหรือเลือกใช้บริการ โดยปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วยลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic) ดังนี้ เพศ (Gender) อายุ (Age) สถานภาพ (Marital Status) ระดับการศึกษา (Education Level) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Monthly Income) อาชีพ (Occupation)

แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM)

TAM ย่อมาจาก Technology Acceptance Model หรือ "แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี" เป็นทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุดตัวหนึ่งในการศึกษาว่า ทำไมคนถึงยอมรับหรือปฏิเสธการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ โดย Fred Davis พัฒนาขึ้นมาในปี 1989 ทฤษฎีนี้มองว่ามีปัจจัยหลักเพียง 2 อย่าง

1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (Perceived Usefulness) (TAM)
2. ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) (TAM)

กลไกของ TAM (The Process)

เมื่อผู้ใช้รับรู้ทั้ง ประโยชน์ (PU) และ ความง่าย (PEOU) แล้ว จะนำไปสู่:

- ทศนคติ (Attitude): ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบที่จะใช้
- ความตั้งใจ (Behavioral Intention): การตัดสินใจว่า "จะใช้" ในอนาคต
- การใช้งานจริง (Actual Usage): การลงมือใช้งานเทคโนโลยีนั้นจริงๆ

แนวคิดและทฤษฎี (UTAUT)

(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) คือแบบจำลองที่รวบรวมแนวคิดจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี 8 ทฤษฎีเข้าด้วยกัน เพื่อหาคำตอบว่า "ปัจจัยอะไรที่ทำให้คนตัดสินใจใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ" องค์ประกอบหลักของ UTAUT แบ่งออกเป็น 4 ปัจจัยหลัก ดังนี้

1. การคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectancy)
2. การคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy)
3. อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)
4. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย (Facilitating Conditions)

นอกจาก 4 ปัจจัยหลักแล้ว UTAUT ยังนำเสนอ ตัวแปรอิสระที่จะมาช่วยขยายผล (Moderators) ว่าปัจจัยข้างต้นจะส่งผลมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ (Gender)
2. อายุ (Age)

3. ประสบการณ์ (Experience)
4. ความสมัครใจในการใช้งาน (Voluntariness of Use)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือก

แนวคิดและทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Consumer Decision Making Process) Kotler & Keller (2016) และ Engel, Blackwell, & Miniard (1995) ได้อธิบายขั้นตอนการตัดสินใจของผู้บริโภคไว้ 5 ขั้นตอนหลัก ดังนี้ ด้านการรับรู้ความต้องการ (Problem/Need Recognition) ด้านการค้นหาข้อมูล (Information Search) ด้านการเปรียบเทียบข้อมูล (Evaluation of Alternatives) ด้านการตัดสินใจซื้อ/เช่า (Purchase Decision) ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ/เช่า (Post-Purchase Behavior)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กัมรภัทร์ เนื่อนวล. (2561). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเช็คคอินผู้โดยสารด้วยตนเองอัตโนมัติ ใช้แบบจำลองทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology หรือ UTAUT) และได้มีการเพิ่มปัจจัยด้าน "ชาติพันธุ์ (Ethnic)" เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพยากรณ์พฤติกรรมในบริบทพหุวัฒนธรรม ในการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายในสุวรรณภูมิ ผลจากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนที่เป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวนใกล้เคียงกัน ส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วง 20 – 40 ปี โดยกลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นวัยที่เริ่มทำงานหรือทำงานมาระยะหนึ่งซึ่งเป็นไปได้ว่าผู้ใช้บริการเหล่านี้ชอบการท่องเที่ยวและมีการใช้บริการทำอากาศยานต่างๆ และด้วยที่มีอายุไม่มากจึงมีทัศนคติต่อการเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ตามทำอากาศยานที่เดินทางเพื่อตอบสนองความสะดวกในการใช้บริการของตนเอง โดยสามารถสรุปปัจจัยที่มีส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเช็คคอินผู้โดยสารด้วยตนเองอัตโนมัติมากที่สุด คือ ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectancy) และยังพบอีกว่าชาติพันธุ์และอายุที่ต่างกัน มีผลต่อการยอมรับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเช็คคอินผู้โดยสารด้วยตนเองอัตโนมัติแตกต่างกัน

สมพงษ์ อัครวิธิปัติ. (2564) ทำการวิจัยเรื่อง *ประสิทธิภาพระบบตอบรับอัตโนมัติที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการด้านการสื่อสารของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย* เป็นการศึกษาศึกษาเรื่องเกี่ยวกับเทคโนโลยีการบริการตนเอง (Self-Service Technology) งานชิ้นนี้เน้นเรื่อง Chatbot ซึ่งเป็นหนึ่งใน Self-Service Technology เช่นเดียวกับตู้ CUSS และมีเพิ่มเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจและพฤติกรรมผู้ใช้มีแนวคิดเกี่ยวกับ SERVQUAL และ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผลการศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร ได้แก่ ผู้โดยสารสายการบินที่ใช้บริการของสายการบินภายในประเทศและเคยใช้แพลตฟอร์มของสายการบิน ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร ที่แน่นอนจึงได้คำนวณกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ

คอคเรน ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 390 คน ด้วยวิธีการ สุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่า ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และ วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน

ผลการศึกษาพบว่า (1) ระดับคุณภาพการบริการด้านการสื่อสารของธุรกิจสายการบิน ในประเทศไทย ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (2) ผู้โดยสารที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทการใช้งานระบบแชทบอทสายการบินและวัตถุประสงค์ในการใช้ แชทบอท ธุรกิจสายการบินแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการด้านการสื่อสารของธุรกิจ สายการบินในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (3) ประสิทธิภาพระบบ ตอบรับอัตโนมัติ ส่งผลต่อคุณภาพการบริการด้านการสื่อสารของธุรกิจสายการบินในประเทศไทยร้อยละ 68 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้ดำเนินการด้วยรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้ เกิดจากการที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนงานวิจัยวรรณกรรม และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้โดยสารที่มีอายุ 18-65 ปี ซึ่งเดินทางทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ โดยใช้บริการที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มผู้โดยสารที่มีอายุ 18-65 ปี ซึ่งเดินทางทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ โดยใช้บริการที่ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร สูตรกำหนดตัวอย่างของ W.G. Cochran (1953) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 ตัวอย่าง แต่เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนในการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 400 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการดำเนินการวิจัย โดยมีลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาค้นคว้าหาข้อมูล ทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมากำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นิยามศัพท์ของตัวแปร จัดทำเพื่อทำให้ความหมายของตัวแปรต่างๆ สามารถวัดผลได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

3. นำนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้มาสร้างเป็นข้อคำถามที่มีความครอบคลุม และสัมพันธ์กับนิยามศัพท์ของตัวแปรทั้งหมด

4. จัดทำร่างแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนคำถามทั้งหมด 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพและความถี่ในการเดินทาง ซึ่งทั้งหมดเป็นลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (Check-list) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ โดยแบ่งเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ด้านอิทธิพลทางสังคม และด้านเงื่อนไขที่เอื้ออำนวย ซึ่งแต่ละด้านมีข้อคำถามด้านละ 3 ข้อ รวมทั้งหมด 12 ข้อ โดยรูปแบบของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (5=มากที่สุด และ 1=น้อยที่สุด)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน คือ ด้านการรับรู้ความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจใช้งาน ด้านพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ ซึ่งแต่ละด้านมีข้อคำถามด้านละ 3 ข้อ รวมทั้งหมด 15 ข้อ โดยรูปแบบของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (5=มากที่สุด และ 1=น้อยที่สุด)

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าความถี่ (Frequency) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ความถี่ในการเดินทาง

1.3 ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจและการตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร

1.4 การหาความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยจะใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ โดยจะใช้การทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมดจำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 มีอายุ 31 – 45 ปี จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีสถานภาพ โสด จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และมีอาชีพข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และมีความถี่ในการเดินทาง 1-2 ครั้งต่อปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0

จากผลการวิจัยพบว่าผู้โดยสารให้การยอมรับปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจและการตัดสินใจใช้งานระบบเช็คอินอัตโนมัติอยู่ในภาพรวมระดับมากที่สุด MeanY เท่ากับ (\bar{X} =4.38) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านรับรู้ประโยชน์ (X1) ซึ่งมีค่าเท่ากับ (\bar{X} =4.58)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ทั้ง 4 ด้าน มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติมีความสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจได้ร้อยละ 62.7 (1) การรับรู้ถึงประโยชน์ มีส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร (2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน มีส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร (3) อิทธิพลทางสังคม มีส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร (4) เงื่อนไขที่เอื้ออำนวย มีส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร

วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม มีระดับสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านการรับรู้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง ($r = .709$) และด้านอิทธิพลทางสังคมมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ($r = .525$)

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยต้น (X1-X4) ต่อการตัดสินใจใช้ (Y) โดยมีผลการวิเคราะห์ดังนี้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) มีค่าเท่ากับ .792 แสดงว่าปัจจัยต้นทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปร ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ R^2 มีค่าเท่ากับ .627 หมายความว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีทั้ง 4 ด้าน (X1, X2, X3, X4) สามารถร่วมกันอธิบายหรือพยากรณ์การตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติได้ถึงร้อยละ 62.7

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การตัดสินใจใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติของผู้โดยสาร ไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากองค์ประกอบ 4 ส่วนหลักที่ส่งเสริมกัน ด้านรับรู้ประโยชน์ เมื่อผู้โดยสารรู้สึกว่าการช่วยประหยัดเวลา ลดความยุ่งยาก หรือทำให้การเดินทางสะดวกขึ้น จะมีแนวโน้มเลือกใช้บริการนี้มากขึ้น ด้านความง่ายในการใช้งาน หากระบบถูกออกแบบมาให้ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนจะช่วยลดกำแพงในการเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ ด้านอิทธิพลทางสังคม เมื่อเห็นคนรอบข้างใช้งาน หรือการที่ภาพลักษณ์ของเทคโนโลยีดูทันสมัยและเป็นที่ยอมรับในวงกว้าง มีส่วนกระตุ้นให้ผู้โดยสารตัดสินใจใช้งาน

ตาม ด้านเงื่อนไขที่เอื้ออำนวย สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม เช่น มีพนักงานคอยแนะนำช่างตู้ อินเทอร์เน็ตที่เสถียร หรือการจัดวางจุดเชื่อมต่อที่หาง่าย เป็นตัวช่วยผลักดันให้การตัดสินใจเกิดขึ้นจริงโดยจากงานวิจัยที่ได้ศึกษามามีความสอดคล้องกันในด้านต่างๆ เช่น กัมภภัทร์ เนื่อนวล. (2561). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเชื่อมต่อผู้โดยสารด้วยตนเองอัตโนมัติ จะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างหลักคืออายุ 20-40 ปี ซึ่ง สอดคล้องกับผลของงานวิจัยนี้คือ ที่ส่วนใหญ่คือช่วงอายุ 31-45 ปี (ร้อยละ 37.5) และกลุ่มผู้โดยสารช่วงวัยทำงานเป็นกลุ่มที่มีทัศนคติเปิดรับเทคโนโลยีใหม่ๆ (Early Adopters) และเดินทางบ่อย จึงทำให้ผลการในงานวิจัยออกมาในระดับ "มากที่สุด" สมพงษ์ อัครวิธิปิติ. (2564) ทำการวิจัยเรื่องประสิทธิภาพระบบตอบรับอัตโนมัติที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการด้านการสื่อสารของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย จะเห็นได้ว่า เพศ, อายุ, การศึกษา, อาชีพ และรายได้ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ตรงกับผลวิจัยของในส่วนแรกที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อาชีพ พนักงานเอกชน หรือรายได้ 50,001 ขึ้นไป มีผลต่อการตัดสินใจใช้ระบบที่แตกต่างกัน เป็นการยืนยันว่าการออกแบบระบบต้องคำนึงถึงความหลากหลายของผู้โดยสาร (Diverse Users) และยังพบว่าประสิทธิภาพระบบส่งผลต่อคุณภาพบริการถึง ร้อยละ 68 มุมมองอภิปรายสอดคล้องกับค่า R^2 ของงานวิจัยฉบับนี้ ที่ได้ร้อยละ 62.7 ซึ่งถือเป็นตัวเลขที่สูงใกล้เคียงกัน ยืนยันว่าปัจจัยด้านเทคโนโลยี (SST) สามารถพยากรณ์พฤติกรรมและการยอมรับของผู้โดยสารในสนามบินได้อย่างแม่นยำและน่าเชื่อถือทางสถิติ

ข้อเสนอแนะผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจการใช้ระบบเชื่อมต่ออัตโนมัติของผู้โดยสาร ณ สนามบินสุวรรณภูมิผลการวิจัย พบว่าหากต้องการเพิ่มจำนวนผู้โดยสารให้มาใช้ระบบเชื่อมต่ออัตโนมัติเพิ่มขึ้นควรทำ ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ควรติดตั้งสื่อประชาสัมพันธ์ ณ จุดเชื่อมต่อ โดยเน้นย้ำตัวเลขความรวดเร็ว เช่น "เชื่อมต่อได้ภายใน 1 นาที" เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้โดยสารที่ให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพ (ด้านการรับรู้ประโยชน์) เพื่อจะทำให้ผู้โดยสารหันมาใช้บริการระบบเชื่อมต่ออัตโนมัติมากขึ้น
2. การจัดวางเครื่องเชื่อมต่ออัตโนมัติ เนื่องจากพนักงานเอกชนและวัยทำงานเป็นกลุ่มหลักควรเพิ่มจุดติดตั้งระบบในบริเวณที่เชื่อมต่อกับระบบขนส่งมวลชน (เช่น จุดเชื่อมต่อ Airport Rail Link) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กลุ่มเป้าหมาย
3. การสนับสนุนโดยเจ้าหน้าที่ แม้เป็นระบบอัตโนมัติ แต่ผล (ด้านเงื่อนไขที่เอื้ออำนวย)บอกว่า คนยังต้องการสิ่งสนับสนุน เช่น พนักงานช่วยเหลือไว้ในจุดติดตั้งเครื่องเชื่อมต่ออัตโนมัติ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้โดยสารกลุ่มที่เดินทางไม่บ่อยหรือผู้สูงอายุ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้การพัฒนาเทคโนโลยีการให้บริการภายในท่าอากาศยานมีความต่อเนื่องและครอบคลุมทุกมิติ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคตดังนี้

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจระหว่าง "ผู้โดยสารชาวไทย" และ "ผู้โดยสารชาวต่างชาติ" เนื่องจากความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมและระดับความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี อาจส่งผลต่อระดับนัยสำคัญของปัจจัยที่แตกต่างกัน เพื่อให้ท่าอากาศยานสามารถออกแบบ Interface หรือขั้นตอนการใช้งานที่ตอบโจทย์ผู้ใช้บริการทั่วโลกได้ดียิ่งขึ้น

2. เนื่องจากระบบเช็คอินอัตโนมัติมีการเชื่อมโยงกับข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลการเดินทาง ใน การวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มตัวแปรด้าน "การรับรู้ถึงความปลอดภัยของข้อมูล" (Perceived Security) หรือ "ความไว้วางใจในระบบ" เข้าไปเพื่อศึกษาว่าความกังวลด้านความเป็นส่วนตัว มีผลเป็นอุปสรรคต่อการตัดสินใจใช้ระบบหรือไม่

3. ควรมีการวิจัยที่เชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเชิงสถิติจากการใช้งานจริง เช่น ระยะเวลาที่ใช้ต่อคน หรืออัตราการเกิดข้อผิดพลาด มาวิเคราะห์ร่วมกับผลการสำรวจพฤติกรรม เพื่อให้เห็นภาพสะท้อนที่แท้จริงระหว่าง "การรับรู้ของผู้โดยสาร" กับ "สมรรถนะของระบบ" (System Performance) ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ในการบำรุงรักษาและการเพิ่มประสิทธิภาพตัวเครื่อง

4. ในอนาคตควรขยายขอบเขตการวิจัยไปสู่ระบบการยืนยันตัวตนด้วยอัตลักษณ์บุคคล (Biometrics: Facial Recognition) แทนการใช้บัตรโดยสารเพียงอย่างเดียว เพื่อศึกษาว่าเทคโนโลยีขั้นสูงเหล่านี้มีผลต่อความพยายามในการใช้งานน้อยเพียงใด และผู้โดยสารมีความพร้อมในการยอมรับเทคโนโลยีแบบไร้สัมผัสในระดับที่สูงขึ้นหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

กัมรภัทร์ เนื่อนวล. (2561). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการระบบการเช็คอินผู้โดยสารด้วยตนเองอัตโนมัติ กรณีศึกษาท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ. [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

สมพงษ์ อัครวิธิปิติ. (2564). *ประสิทธิภาพระบบตอบรับอัตโนมัติที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการด้านการสื่อสารของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย*. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช]

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2562) *การบริหารการตลาดยุคใหม่* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ธรรมสาร

Cochran,W.G. (1953). *Sampling Techiques*. New York : John Wiley & Sons. Inc.

Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Consumer Behavior* (8th ed.). Fort Worth, TX: Dryden Press.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Harlow, England: Pearson Education.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.