



## An Analysis of Passenger Experience on the Service Quality of Full-Service Airlines in Thailand Through Online Media Data

Vongsa Laovoravit<sup>1</sup>, Aswin Sangpikul<sup>2</sup> and Anusorn Phokankaew<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup> College of Aviation Development and Training, Dhurakij Pundit University, Thailand

<sup>2</sup> Graduate Program of Tourism Management, Dhurakij Pundit University, Thailand

E-mail: [vongsa.lao@gmail.ac.th](mailto:vongsa.lao@gmail.ac.th), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2120-1891>

E-mail: [aswin.sal@dpu.ac.th](mailto:aswin.sal@dpu.ac.th), ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-6574-6028>

E-mail: [anusorn.pho@dpu.ac.th](mailto:anusorn.pho@dpu.ac.th), ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0008-8203-0559>

Received 06/07/2025

Revised 22/07/2025

Accepted 31/08/2025

### Abstract

**Background and Aims** Following the declaration of COVID-19 as an endemic disease in July 2022, Thailand's tourism and aviation industries have continued to recover. The aviation sector, particularly full-service airlines, plays a crucial role in supporting this growth, yet faces intense competition where service quality is a key differentiator. This study aims to explore passenger expectations of full-service airlines in Thailand and analyze the service quality indicators that influence passenger satisfaction and choice, leveraging insights from online media data.

**Methodology:** This documentary research analyzed Thai full-service airline passenger reviews from Skytrax (January 2022 - April 2025). Using a modified SERVQUAL model (Reliability, Empathy, Assurance, Responsiveness, Tangibles, Communication, Outcome Quality), content and sentiment analysis categorized and interpreted subjective and objective feedback.

**Results:** The survey based on Research Objective 1 reflects passengers' experiences in both positive aspects, such as satisfaction with flight attendants, delicious food, and cabin cleanliness, and negative aspects, including flight cancellations or delays, ineffective communication, damaged baggage, uncomfortable seats, malfunctioning entertainment systems, and high excess baggage fees. Meanwhile, the analysis, as per Research Objective 2, which focuses on service quality indicators, revealed that empathy is a key factor motivating passengers to reuse the service. In contrast, the service quality indicators that need urgent improvement to maintain a competitive advantage include reliability, assurance, responsiveness to passengers, the tangibility of facilities, communication, and overall service quality.

**Conclusion:** While Thai full-service airlines generally meet expectations, significant limitations persist in operational efficiency, communication during operational disruptions, and transparent fee structures. Addressing these online-identified issues is vital for enhancing passenger satisfaction, fostering loyalty, and strengthening the competitive position in the recovering market.

**Keywords:** Full-Service Airline; Service Quality; Passenger Experience; Online Reviews



## การวิเคราะห์ประสบการณ์ผู้โดยสารต่อคุณภาพการบริการสายการบินเต็มรูปแบบในประเทศไทยผ่านข้อมูลจากสื่อออนไลน์

วงศา เหล่าวรวิทย์<sup>1</sup>, อัศวิน แสงพิกุล<sup>2</sup> และอนุสรณ์ โพธิ์แก่นแก้ว<sup>3</sup>

<sup>1,3</sup> วิทยาลัยการพัฒนาศึกษาและฝึกอบรมด้านการบิน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

<sup>2</sup> หลักสูตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

### บทคัดย่อ

**ภูมิหลังและวัตถุประสงค์:** ภายหลังจากการประกาศให้โควิด-19 เป็นโรคประจำถิ่นในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบินของประเทศไทยได้แสดงสัญญาณการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง ภาคการบิน โดยเฉพาะสายการบินแบบเต็มรูปแบบ มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตนี้ แต่ก็เผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง ซึ่งคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่าง การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคาดหวังของผู้โดยสารเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของสายการบินแบบเต็มรูปแบบในประเทศไทย และวิเคราะห์ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการเลือกของผู้โดยสาร โดยใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลสื่อออนไลน์

**ระเบียบวิธีการวิจัย:** การวิจัยเอกสารนี้ได้วิเคราะห์รีวิว ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของผู้โดยสารสายการบินแบบเต็มรูปแบบของไทยจากเว็บไซต์ SkyTrax (มกราคม 2565 - เมษายน 2568) โดยใช้ Model SERVQUAL ที่ดัดแปลงจากงานวิจัย ประกอบด้วย 7 มิติ (ความน่าเชื่อถือ, ความเห็นอกเห็นใจ, ความมั่นใจ, การตอบสนอง, สิ่งที่ต้องจับต้องได้, การสื่อสาร, และคุณภาพผลลัพธ์) มีการใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์ความรู้สึกเพื่อจัดหมวดหมู่และตีความข้อเสนอแนะทั้งเชิงอัตนัยและเชิงวัตถุประสงค์ (ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ) อย่างเป็นระบบ

**ผลการวิจัย:** ผลการสำรวจตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 สะท้อนให้เห็นประสบการณ์ผู้โดยสารทั้งด้านบวก เช่น ความพึงพอใจต่อพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน อาหารอร่อย และความสะอาดของห้องโดยสาร และด้านลบ ได้แก่ ปัญหาการยกเลิกหรือความล่าช้าของเที่ยวบิน การสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ สัมภาระเสียหาย ที่นั่งไม่สบาย ระบบความบันเทิงขัดข้อง และอัตราค่าธรรมเนียมสัมภาระส่วนเกินที่สูง ขณะที่ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ซึ่งมุ่งเน้นตัวชี้วัดคุณภาพการบริการพบว่า ตัวชี้วัดด้านความเห็นใจ เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างแรงจูงใจให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการซ้ำ ขณะที่ ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่จำเป็นต้องเร่งปรับปรุงเพื่อรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ การตอบสนองต่อผู้โดยสาร ความเป็นรูปธรรมของสิ่งอำนวยความสะดวก การสื่อสาร และคุณภาพการบริการโดยรวม

**สรุปผลการศึกษา:** แม้สายการบินแบบเต็มรูปแบบในไทยจะสร้างความพึงพอใจได้ในบางมิติ แต่ยังมีข้อจำกัดสำคัญด้านประสิทธิภาพการดำเนินงาน การสื่อสารในสถานการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการปฏิบัติ และความปลอดภัยของค่าธรรมเนียม การแก้ไขปัญหาเหล่านี้ซึ่งพบจากรีวิวออนไลน์ จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งต่อการยกระดับความพึงพอใจของผู้โดยสาร ส่งเสริมความภักดี และเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันในตลาดที่กำลังฟื้นตัว

**คำสำคัญ:** สายการบินแบบเต็มรูปแบบ; คุณภาพการบริการ; ประสบการณ์ผู้โดยสาร; รีวิวออนไลน์

## บทนำ

ภายหลังการประกาศให้โควิด-19 เป็นโรคประจำถิ่นในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2565 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบินของประเทศไทยได้แสดงสัญญาณการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลสถิติของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี พ.ศ. 2567 จำนวนผู้เดินทางเข้าประเทศไทยที่เป็นผู้ถือหนังสือเดินทางต่างประเทศรวมทั้งสิ้น 35.54 ล้านคน ซึ่งแสดงการเพิ่มขึ้นร้อยละ 26.27 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2566 และก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศมูลค่า 1.67 ล้านล้านบาท (พลพลิน จุลพันธ์, 2568) การเติบโตดังกล่าวเป็นผลมาจากการดำเนินงานตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการท่องเที่ยว ที่มุ่งยกระดับประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค และเป็นประตูเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้กำหนดให้ ปี พ.ศ. 2568 เป็น "ปีแห่งการท่องเที่ยวและกีฬา" หรือ Amazing Thailand Grand Tourism and Sports Year 2025 ที่มุ่งเน้นการส่งเสริม Soft Power และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายหลักคือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 39 ล้านคน ทั้งนี้ ภาครัฐกิจสายการบินมีบทบาทสำคัญในฐานะโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อรองรับความต้องการของผู้เดินทางจำนวนมหาศาลจากทั่วโลก สอดคล้องกับรายงานของสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (IATA) ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2567 ที่ระบุว่าสายการบินทั่วโลก โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีแนวโน้มที่จะทำกำไรได้อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่สอง ซึ่งเป็นผลพวงจากการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวทั่วโลกภายหลังการฟื้นตัวของอุตสาหกรรม และจำนวนผู้โดยสารที่กลับสู่ระดับก่อนการแพร่ระบาดของโควิด-19 (สถาบันการบินพลเรือน, 2567)

การฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการบินได้นำไปสู่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (full-service airlines) ซึ่งนำเสนอการบริการที่ครอบคลุม อาทิ อาหาร เครื่องดื่ม ระบบความบันเทิงบนเที่ยวบิน การยกเว้นค่าน้ำหนักกระเป๋าเดินทางและสัมภาระตามนโยบายของสายการบิน และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ซึ่งคุณภาพการบริการถือเป็น ปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างและข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (ณัฐฐ์ บุญยวิชัยกานนท์ และพุมิธร จิรายุส, 2567; วีริชัญ เลิศไทยตระกูล, 2562) อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารยังคงเป็นประเด็นท้าทายที่สะท้อนถึงความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพการบริการ การยกระดับคุณภาพบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าจึงจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลเชิงลึกที่ครอบคลุมในหลากหลายมิติ ทั้งนี้ ปัจจุบันเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มออนไลน์ได้เข้ามาปฏิวัติวิธีการแสดงความคิดเห็นของผู้โดยสาร ทำให้เกิดการขยายตัวของช่องทางสื่อสารดิจิทัล อาทิ เครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์รีวิวการเดินทาง และฟอรัมเฉพาะของสายการบิน ดังนั้น รีวิวของผู้โดยสารจึงกลายเป็นแหล่งข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่า ข้อมูลย้อนกลับเหล่านี้ช่วยให้ธุรกิจสายการบินสามารถออกแบบและปรับปรุงคุณภาพการบริการให้ตรงตามความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างลึกซึ้ง มีประสิทธิภาพและยั่งยืน (นภาพร เนินสุวรรณ และคณะ, 2566; ทักษิณา แสสนเย็น และคณะ, 2564) ยิ่งไปกว่านั้น การสำรวจความคิดเห็นจากประสบการณ์จริงของผู้โดยสารยังเอื้อต่อการติดตามแนวโน้มความพึงพอใจในระยะยาวซึ่งมีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ และยังช่วยในการกำหนดแผนกลยุทธ์และการวางตำแหน่งการแข่งขันด้านการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกด้วย ร่องรอยทางดิจิทัลที่ปรากฏผ่านช่องทางออนไลน์เหล่านี้ได้มอบโอกาสแก่สายการบินในการให้เข้าถึงความรู้สึกที่แท้จริงของผู้โดยสารจากประสบการณ์ตรงโดยไม่จำเป็นต้องร้องขอ ซึ่งแตกต่างจากการสำรวจแบบดั้งเดิมที่เข้าถึงได้ยากกว่ามาก นอกจากนี้ รีวิวออนไลน์ยังมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจสายการบิน

เนื่องจากสามารถชี้้นำการตัดสินใจของผู้ใช้บริการได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มลูกค้าใหม่ที่มักใช้รีวิวออนไลน์เป็นปัจจัยหลักในการพิจารณาเลือกสายการบิน

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจความคาดหวังของผู้โดยสารต่อคุณภาพการบริการสายการบินเต็มรูปแบบในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเต็มรูปแบบในประเทศไทย

### ระเบียบวิธีการวิจัย

#### 1. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงเอกสาร (documentary research) ที่สำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลจากรีวิวคอมเมนต์ และความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เผยแพร่บนเว็บไซต์ SkyTrax ([www.airlinequality.com](http://www.airlinequality.com)) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการด้านการประเมินและจัดอันดับสายการบินและสนามบินทั่วโลกที่มีชื่อเสียงระดับสากล มีความเป็นกลางและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในอุตสาหกรรมการบิน พิจารณาจากผลการประเมินในมุมมองของผู้โดยสาร เช่น 3 ดาว 4 ดาว หรือ 5 ดาว SkyTrax นอกจากนี้จะเป็นแหล่งข้อมูลสาธารณะที่นักวิเคราะห์นิยมใช้อ้างอิงจากการจัดอันดับสายการบินแล้ว ยังเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่ผู้โดยสารใช้ในการพิจารณาตัวเลือกสายการบินที่ต้องการจะเดินทางอีกด้วย

#### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้นำโมเดล SERVQUAL ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดด้านการวัดคุณภาพการบริการที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมบริการรวมถึงในภาคธุรกิจสายการบิน (Sangpikul, 2021; วงศา เหล่าวรวิทย์ และอัศวิน แสงพิกุล, 2564) มาใช้เป็นกรอบในการประเมินคุณภาพการให้บริการของสายการบิน อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การวิเคราะห์ประสบการณ์ของผู้โดยสารมีความลึกซึ้งและชัดเจนมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้เลือกใช้ SERVQUAL โมเดลดัดแปลง (วงศา เหล่าวรวิทย์ และอัศวิน แสงพิกุล, 2567) ซึ่งได้รับการพัฒนาให้มีความเหมาะสมกับการประเมินคุณภาพการบริการสำหรับธุรกิจสายการบิน ที่ครอบคลุมมิติคุณภาพบริการทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ 1. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) 2. ความเห็นใจและการเอาใจใส่ (Empathy) 3. ความมั่นใจ (Assurance) 4. การตอบสนองต่อผู้โดยสาร (Responsiveness) 5. ความเป็นรูปธรรมของสิ่งอำนวยความสะดวก (Tangible) 6. การสื่อสาร (Communication) และ 7. คุณภาพโดยรวมจากประสบการณ์ (Outcome quality)

#### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมรีวิว คอมเมนต์ และข้อเสนอแนะต่างๆ ซึ่งล้วนมาจากประสบการณ์ตรงของผู้ใช้บริการสายการบินเต็มรูปแบบในประเทศไทยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสายการบินที่เผยแพร่บนออนไลน์ จากเว็บไซต์ Skytrax ([airlinequality.com](http://airlinequality.com)) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลที่เผยแพร่ระหว่างเดือน มกราคม 2565 ถึง เมษายน 2568 เพื่อให้ครอบคลุมช่วงระยะเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงซึ่งอาจส่งผลต่อความคิดเห็นของผู้โดยสาร

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยผู้วิจัยได้อ่านและวิเคราะห์ข้อความทั้งหมดอย่างละเอียด เพื่อทำความเข้าใจบริบทของความคิดเห็นเหล่านั้น โดยให้ความสำคัญกับประโยคหรือวลีที่สะท้อนถึง

ความรู้สึก (Sentiment Analysis) ความคาดหวัง รวมถึงข้อมูลเชิงประสบการณ์ที่ผู้โดยสารต้องการสื่อสารเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ และสรุปสาระสำคัญของเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

## ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักสองประการ ประการแรก เพื่อสำรวจความคาดหวังของผู้โดยสารต่อคุณภาพการบริการสายการบินเต็มรูปแบบในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นทำความเข้าใจมุมมองของผู้โดยสารเกี่ยวกับบริการต่างๆ ที่ได้รับ ประการที่สอง เพื่อวิเคราะห์ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเต็มรูปแบบในประเทศไทย ซึ่งจะช่วยระบุปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนความพึงพอใจและส่งเสริมการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสาร

**ตารางที่ 1** แสดงตัวอย่างความคิดเห็นเชิงบวกและเชิงลบของผู้โดยสารเกี่ยวกับการให้บริการของสายการบินเต็มรูปแบบในประเทศไทย

ตัวอย่างความคิดเห็นเชิงบวก (Positive Feedback)	ตัวอย่างความคิดเห็นเชิงลบ (Negative Feedback)
<ul style="list-style-type: none"><li>" The smoothest flight on a new A350, excellent onboard service, and great food."</li><li>"Delicious food on a one-hour flight."</li><li>"I had a great experience on both my flights with efficient boarding, friendly and helpful staff."</li><li>" The food wasn't bad, and the flight attendants were polite."</li><li>" Food and service are sensational. The airline never gets this wrong."</li><li>" Service was excellent. The food was delicious and well-presented. Good wines."</li><li>"Lovely, friendly, and caring crew."</li><li>"The cabin is clean. Flight attendants are friendly and helpful. The seats are comfortable."</li><li>The crew was pleasant and efficient. The meals were delicious on all flights."</li><li>" Flight was on time, and the cabin was clean."</li><li>" I appreciated the vegetarian meal option and the crew's attention to detail."</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>"This is the worst customer service I've seen. There was a delay, and we missed the connecting flight."</li><li>" Highly disappointed with their baggage policy, adding a 23kg suitcase costs a staggering \$1,120."</li><li>"A short 90-minute delay was announced, which later turned out to be 5.5 hours. Everything was poorly managed."</li><li>"I wanted to cancel a flight, but they didn't respond. I sent a follow-up email, but they didn't reply."</li><li>" The seat seems narrow. Service quality varies depending on the status of who you are (Frequent Flyer Program)."</li><li>"I requested a special meal for diabetics but was told they were unavailable."</li><li>"It was raining when the ground personnel in Bangkok took no measures to keep the bags out of the rain."</li></ul>



ตัวอย่างความคิดเห็นเชิงบวก (Positive Feedback)	ตัวอย่างความคิดเห็นเชิงลบ (Negative Feedback)
<ul style="list-style-type: none"><li>• "Excellent service from check-in to landing."</li><li>• "Loved the Thai hospitality, and the in-flight meal was delicious."</li><li>• "Quick boarding and comfortable seats. I appreciated the warm towel service."</li><li>• "Impressed with the cleanliness and the professionalism of the crew."</li><li>• "Great value for money and a pleasant flight experience."</li><li>• "Enjoyed the traditional Thai greeting and the overall service."</li><li>• "The food on the flight was good."</li><li>• "Flight attendants were great and friendly."</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• "That was a 4-hour delay with passengers already seated on the plane. Just casual apologies."</li><li>• "The planes for both sectors were old and had out-of-date entertainment systems."</li><li>• "Delay stretching 5 hours with no customer service."</li><li>• "Poor cabin service and ignorant staff. Multiple attempts to get an attendant, and they keep turning the call light off."</li><li>• "The system charged me twice. I do not receive any refund. Unbelievably dishonest. Cannot trust them anymore."</li><li>• "Flew with them 4 times, of which 3 of the flights were delayed by 1+hrs. Wouldn't be picking them again unless I had to."</li><li>• "Its service standards have deteriorated."</li><li>• "Just flown business class Melbourne Bangkok return. I can only say this is a pretty poor service compared to other Airlines."</li><li>• "The airline does not take responsibility for statements and promises made by its ground attendant or staff in their offices."</li><li>• "We never received proactive attention to make us feel valued in exchange for the £4,000 we paid."</li><li>• "The cost of additional baggage is a rip-off."</li><li>• "The airline canceled my flight with no explanation. I was not offered any alternative or compensation."</li><li>• "Check-in was a nightmare. The staff were rude and unhelpful, and the process took over an hour."</li></ul>





ตัวอย่างความคิดเห็นเชิงบวก (Positive Feedback)	ตัวอย่างความคิดเห็นเชิงลบ (Negative Feedback)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "The entertainment system was broken for the entire 10- hour flight. No apology or compensation was offered."</li> <li>• "Lost my luggage, and it took three days to get it back. No updates from the airline."</li> <li>• "My seat was broken, and I was not moved despite asking twice."</li> <li>• "Flight was delayed, and no information was given. Poor communication."</li> <li>• "Business class did not feel premium. The lounge was overcrowded, and the food was cold."</li> <li>• "The air conditioning did not work for the first half of the flight. It was unbearably hot."</li> <li>• "The baggage fees are excessive and not clearly explained at booking."</li> <li>• "My connecting flight was missing due to a delay, and I had to pay for a hotel myself."</li> <li>• "The online check-in system crashed, and I had to queue for 90 minutes at the airport."</li> <li>• "The lack of consistency with the on-time departure is rather frustrating."</li> <li>• The flight was delayed by two hours, and the seats were cramped."</li> <li>• " The check- in process was slow and confusing."</li> <li>• "The seat did not recline properly, and the entertainment selection was limited."</li> </ul>

จากการรวบรวมความคิดเห็นของผู้โดยสารเกี่ยวกับการให้บริการของสายการบินเต็มรูปแบบในประเทศไทย ดังแสดงใน ตารางที่ 1 โดยแบ่งออกเป็นสองหมวดหมู่หลักคือ ความคิดเห็นเชิงบวกและความคิดเห็นเชิงลบ ทั้งนี้ ความคิดเห็นเชิงบวก สะท้อนให้เห็นถึงประสบการณ์ที่น่าประทับใจของผู้โดยสาร อาทิ การบริการบนเที่ยวบินที่



ยอดเยี่ยม อาหารรสเลิศ รวมถึงทางเลือกอาหารมังสวิรัต การต้อนรับอย่างอบอุ่นแบบไทย พนักงานต้อนรับที่เป็นมิตร เอาใจใส่ และให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ จึงทำให้การเดินทางราบรื่น สะดวกสบาย และเต็มไปด้วยความประทับใจ ผู้โดยสารยังชื่นชมความสะดวกสบายของห้องโดยสาร การตรงต่อเวลา และกระบวนการขึ้นเครื่องที่มีประสิทธิภาพ ทั้งหมดนี้ล้วนสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยม ในขณะที่ความคิดเห็นเชิงลบ เผยให้เห็นถึงปัญหาและความผิดหวังที่ผู้โดยสารประสบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นของการยกเลิกเที่ยวบินและความล่าช้าของเที่ยวบินที่ยาวนานโดยที่ผู้โดยสารไม่ได้รับการสื่อสารที่โปร่งใสและชัดเจนจากสายการบิน แสดงให้เห็นถึงการบริหารจัดการที่ไร้ประสิทธิภาพ ปัญหาเกี่ยวกับกระเป๋าเดินทางที่ชำรุด ที่นั่งที่ไม่สะดวกสบาย ระบบความบันเทิงบนเที่ยวบินที่ชำรุด ทั้งหมดล้วนเป็นประเด็นที่สร้างความไม่พอใจ นอกจากนี้ ยังมีประเด็นของการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมสำหรับน้ำหนักส่วนเกินของกระเป๋าเดินทางที่มีอัตราสูงมาก การเรียกเก็บเงินค่าบัตรโดยสารที่ซ้ำซ้อน และการไม่รับผิดชอบของสายการบินต่อค่ากล่าวอ้างของพนักงานยังทำให้ความเชื่อมั่นของผู้โดยสารลดลง ความล่าช้าที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง การบริการที่ไม่สม่ำเสมอและไม่เสมอภาค ทำให้ผู้โดยสารหลายรายไม่ต้องการใช้บริการของสายการบินอีก ปัญหาเหล่านี้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการปรับปรุงบริการอย่างเร่งด่วนเพื่อยกระดับประสบการณ์ของผู้โดยสารให้ดียิ่งขึ้น

**ตารางที่ 2** การจัดหมวดหมู่ความคิดเห็นของผู้โดยสารจากสื่อออนไลน์เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสายการบินเต็มรูปแบบในประเทศไทยในมิติของข้อมูลเชิงอัตนัยและเชิงวัตถุ

	ข้อมูลเชิงอัตนัย (Subjective)	ข้อมูลเชิงวัตถุ (Objective)
ความคิดเห็นเชิงบวก (Positive feedback)	<ul style="list-style-type: none"><li>• ลูกเรือและการบริการบนเที่ยวบิน (friendly, attentive, and high-quality onboard crew service)</li><li>• ประสบการณ์การบนเที่ยวบินและความสะดวกสบาย (smooth, comfortable, and pleasant flight experience)</li><li>• พนักงานภาคพื้นดินและความประทับใจโดยรวม (helpfulness, trust in the airline, and willingness to recommend the airline)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• ความสะอาดและสภาพห้องโดยสาร</li><li>• ความตรงต่อเวลาและประสิทธิภาพในการนำผู้โดยสารขึ้นเครื่อง</li><li>• คุณภาพอาหาร</li></ul>

ข้อมูลเชิงอัตนัย (Subjective)	ข้อมูลเชิงวัตถุ (Objective)
<p><b>ความคิดเห็นเชิงลบ (Negative feedback)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการลูกค้า (inconsistent or inaccessible customer service)</li> <li>• ความผิดหวังโดยรวมและคำแนะนำ (negative travel experience, often linked to poor value)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ความล่าช้าและการยกเลิกเที่ยวบิน</li> <li>• การพลาดการเชื่อมต่อเที่ยวบิน</li> <li>• การร้องเรียนเกี่ยวกับที่นั่ง</li> <li>• ระบบความบันเทิงบนเครื่องบิน และระบบ Wi-Fi</li> <li>• ประเด็นเรื่องกระเป๋าเดินทางและสัมภาระ</li> <li>• การใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารเพื่อแก้ไขปัญหา</li> <li>• สภาพและความสะอาดของเครื่องบิน</li> <li>• ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมสำหรับกระเป๋าเดินทางที่มีน้ำหนักเกิน</li> <li>• ราคาและความคุ้มค่า</li> </ul>

ตารางที่ 2 เป็นการจัดหมวดหมู่ความคิดเห็นของผู้โดยสารเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสายการบินเต็มรูปแบบในมิติของข้อมูลเชิงอัตนัย (เน้นอารมณ์ความรู้สึก) และเชิงวัตถุ (มีหลักเกณฑ์และเหตุผล) โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นสี่ด้าน ตามลักษณะของข้อบกพร่องของความรู้สึกเชิงบวก หรือ เชิงลบ และตามประเภทของข้อมูลในเชิงอัตนัย (Subjective) หรือ เชิงวัตถุ (Objective) ที่เป็นข้อเท็จจริงทั้งที่วัดได้และสังเกตได้ โดยที่ด้านที่หนึ่งความคิดเห็นเชิงบวกในเชิงอัตนัย ประกอบด้วยการประเมินตามความรู้สึกส่วนตัวและความประทับใจ เช่น ความพึงพอใจต่อความเป็นมิตรของพนักงานต้อนรับ ความราบรื่นของเที่ยวบิน และประสบการณ์จากการได้รับบริการโดยรวม โดยเป็นความคิดเห็นในลักษณะทั่วไปที่สะท้อนความรู้สึกของแต่ละบุคคล ด้านที่สองความคิดเห็นเชิงบวกในเชิงวัตถุ แสดงถึงคำชมเชยที่สามารถสังเกตหรือวัดได้จริง เช่น ความสะอาดของเครื่องบิน การออกเดินทางตรงเวลา ขั้นตอนการนำผู้โดยสารขึ้นเครื่องที่มีประสิทธิภาพ และคุณภาพของอาหารและการให้บริการ ด้านที่สามความคิดเห็นเชิงลบในเชิงอัตนัย ประกอบด้วยคำวิจารณ์ที่มีอารมณ์รุนแรงหรือแสดงออกซึ่งความไม่พึงพอใจ เช่น ความผิดหวังต่อบริการที่ได้รับ ความรู้สึกว่าคุณภาพของการได้รับบริการที่ลดลง หรือความไม่พอใจโดยรวม ซึ่งมักไม่อ้างอิงเหตุการณ์เฉพาะแต่มีการแสดงความรู้สึกในทางลบอย่างชัดเจน และด้านที่สี่ความคิดเห็นเชิงลบในเชิงวัตถุที่ระบุถึงปัญหาหรือข้อบกพร่องในการได้รับบริการซึ่งสามารถตรวจสอบได้จริง เช่น ความล่าช้าของเที่ยวบิน อุปกรณ์ภายในเครื่องบินที่ชำรุด ความไม่สะดวกของที่นั่ง ความเสียหายต่อกระเป๋าเดินทางหรือสัมภาระ รวมถึงกระบวนการคืนเงินค่าบัตรโดยสารที่มีความล่าช้า ซึ่งการจัดหมวดหมู่ความคิดเห็นออกเป็นสี่ด้านนี้ จะช่วยนักวิจัยให้วิเคราะห์ประสบการณ์ของผู้โดยสารได้อย่างเป็นระบบ ทำให้สามารถระบุจุดแข็งและจุดที่ควรปรับปรุงในประเด็นการให้บริการของสายการบินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินทั้งในบริบทประเทศไทยและต่างประเทศ

แหล่งข้อมูล	ประเภทของสายการบินที่ศึกษา	ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่ใช้ศึกษา
1. วีรยา ทยานุวัฒน์ (2563)	Low-cost airlines	Tangibles, Reliability, Responsiveness, Competence, Courtesy, Credibility, Access, Communication, Security, Understanding (โมเดล SERVQUAL ดัดแปลง)
2. นภาพร เนินสุวรรณ และคณะ (2566)	low-cost airlines	reliability, assurance, empathy, responsiveness, tangible (โมเดล SERVQUAL ดั้งเดิม)
3. กุณินิดา กุละระวัง (2022)	low-cost airlines	reliability, assurance, empathy, responsiveness, tangible (โมเดล SERVQUAL ดั้งเดิม)
4. Bureaucrat et al. (2021)	Full-service airlines และ low-cost airlines	reliability, assurance, empathy, responsiveness, tangible (โมเดล SERVQUAL ดั้งเดิม)
5. ทักษิณา แสนเย็น และคณะ (2564)	Full-service airlines	employees, tangible, responsiveness, reliability, flight patterns, availability, empathy (โมเดล SERVQUAL ดัดแปลง)
6. Chou et al. (2012)	Full-service airlines	reliability, assurance, empathy, responsiveness, tangible (โมเดล SERVQUAL ดั้งเดิม)
7. Hussain et al. (2015)	Full-service airlines	reliability, responsiveness, assurance, tangible, security & safety, communication (โมเดล SERVQUAL ดัดแปลง)
8. Namukasa, J. (2013)	Full-service airlines	reliability, responsiveness, tangible, courtesy, language skills, timeliness (โมเดล SERVQUAL ดัดแปลง)
9. Wu, H. & Cheng, C. (2013)	Full-service airlines	interaction quality, physical environment quality, outcome quality, access quality (โมเดลอื่น)

ปัจจุบันงานบริการของสายการบินเต็มไปด้วยการแข่งขันและความคาดหวังอย่างสูงจากผู้โดยสาร การวัดและประเมินคุณภาพการให้บริการ กลายเป็นกลไกสำคัญในการรักษามาตรฐานและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ให้บริการ ข้อมูลในตารางที่ 3 ได้รวบรวมผลงานวิจัยที่ศึกษาตัวชี้วัดคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึง

พอใจและการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบิน ทั้งในสายการบินต้นทุนต่ำและสายการบินเต็มรูปแบบ ภายใต้บริบทที่แตกต่างกันทั้งในและต่างประเทศ โดยอาศัยโมเดล SERVQUAL เป็นเสมือนแกนหลักที่เชื่อมโยงงานวิจัยต่างๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งแม้ว่าในงานวิจัยบางฉบับมีการปรับแต่งหรือเพิ่มเติมองค์ประกอบใหม่ ก็ยังคงปรากฏรากฐานของ SERVQUAL อย่างชัดเจน เช่นในงานของ วีรยา ทยานววัฒน์ (2563) ขยายขอบเขตของโมเดลดั้งเดิม โดยเพิ่มตัวแปรเฉพาะอย่าง Competence, Courtesy, Credibility, Access และ Communication ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความพยายามในการตอบโจทย์ของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ ที่ให้ความสำคัญกับการเข้าถึงง่าย การสื่อสารชัดเจน และความน่าเชื่อถือมากกว่าความหรูหราฟุ่มเฟือย ในทางกลับกัน นภาพร เนินสุวรรณ และคณะ (2566) ยึดมั่นในโครงสร้างของ SERVQUAL ดั้งเดิม ที่เน้นความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง และความเข้าใจผู้โดยสาร ซึ่งเหมาะสมกับบริบทของสายการบินต้นทุนต่ำที่ต้องจำกัดทรัพยากรแต่ยังคงเน้นประสิทธิภาพของบริการเป็นหลัก ในส่วนของสายการบินเต็มรูปแบบ ความคาดหวังของผู้โดยสารยิ่งทวีความซับซ้อน ในงานวิจัยของ ทักษิณา แสนเย็น และคณะ (2564) นำเสนอองค์ประกอบใหม่ เช่น พนักงาน (Employee) รูปแบบการบิน (Flight Pattern) และความพร้อมให้บริการ (Availability) ซึ่งบ่งบอกถึงความละเอียดอ่อนในประสบการณ์การเดินทาง และความคาดหวังในด้านความสะดวกสบาย ความตรงต่อเวลา และการดูแลเอาใจใส่ในระดับสูง ขณะที่ Hussain et al. (2015) และ Namukasa (2013) ตั้งประเด็นเรื่อง ความปลอดภัย (Security and Safety) การสื่อสาร (Communication) และทักษะภาษา (Language skill) ซึ่งมีนัยสำคัญโดยเฉพาะในเที่ยวบินระหว่างประเทศ ที่ต้องตอบสนองผู้โดยสารหลากหลายเชื้อชาติและวัฒนธรรม สำหรับผลงานของ Wu & Cheng (2013) มุ่งเน้นคุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ (Interaction quality) คุณภาพของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical environment quality) และ คุณภาพของผลลัพธ์ (Outcome quality) ที่หลุดพ้นจากกรอบ SERVQUAL ไปสู่การพัฒนาโมเดลของตนเองที่สะท้อนความพยายามในการประเมินการให้บริการแบบองค์รวมที่ไม่จำกัดแค่ “สิ่งที่ให้” แต่รวมถึง “ความรู้สึกที่ได้รับ” จากการเดินทางด้วย การเปรียบเทียบข้ามบริบทนี้ชี้ให้เห็นว่า แม้โครงสร้างของ SERVQUAL จะยังคงมีอิทธิพลอย่างแพร่หลาย แต่นักวิจัยจำนวนไม่น้อยต่างพยายามปรับปรุงให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของแต่ละสายการบิน และพฤติกรรมของผู้โดยสารในแต่ละภูมิภาค กล่าวได้ว่า การประเมินคุณภาพบริการในธุรกิจสายการบินจึงไม่ใช่เพียงแค่การวัดค่าตามแบบแผน แต่เป็นการตีความและปรับใช้เครื่องมือให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมเฉพาะ และบริบทของผู้ใช้บริการที่พฤติกรรมและความคาดหวังมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดนิ่งอยู่ตลอดเวลา

**ตารางที่ 4** การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้โดยสารต่อคุณภาพการบริการของสายการบินแบบบริการเต็มรูปแบบในประเทศไทยจากสื่อออนไลน์ จำแนกตามมิติของคุณภาพบริการ

ตัวชี้วัด	คุณลักษณะของการให้บริการ	ความเห็นเชิงบวก (Positive feedback)	ความเห็นเชิงลบ (Negative feedback)
คุณภาพการบริการ (Reliability)	<ul style="list-style-type: none"><li>การรักษาสัญญาที่ให้กับลูกค้า</li><li>ความตรงต่อเวลา</li></ul>	ความตรงต่อเวลาและประสิทธิภาพในการขึ้นเครื่อง	ความล่าช้าและการยกเลิกเที่ยวบิน <ul style="list-style-type: none"><li>"A short 90-minute delay was announced,</li></ul>

ตัวชี้วัด คุณภาพการบริการ	คุณลักษณะของ การให้บริการ	ความเห็นเชิงบวก (Positive feedback)	ความเห็นเชิงลบ (Negative feedback)
	<ul style="list-style-type: none"> <li>การถึงจุดหมาย ปลายทางตรง ตามเวลา</li> <li>ความถูกต้องของ ข้อมูลให้แก่ ผู้โดยสาร (advice about delays)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>"The flight was on time."</li> <li>"Efficient boarding orderly."</li> <li>"The cabin is clean. Flights departed on time."</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>which later turned out to be 5.5 hours."</li> <li>"I experienced a 12-hour delay on a 2-hour flight."</li> <li>"That is a 4-hour delay with passengers seated on board."</li> <li>"The flight was delayed more than two hours due to a technical problem."</li> <li>"Flight delayed by more than two hours."</li> <li>"The airline canceled the flight and put the passengers through hell, not having a clear plan to host us at hotels."</li> </ul> <p><b>การพลาดการเชื่อมต่อ เที่ยวบิน</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>"Consequently, I missed the flight, and they would neither provide a refund nor reroute me to the next flight."</li> <li>"We missed the connecting flight."</li> </ul>
2. ความเห็นใจและ การเอาใจใส่ (Empathy)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ความเข้าใจ ลูกค้า</li> </ul>	<p><b>ลูกเรือและการบริการบน เที่ยวบิน</b></p>	

ตัวชี้วัด คุณภาพการบริการ	คุณลักษณะของ การให้บริการ	ความเห็นเชิงบวก (Positive feedback)	ความเห็นเชิงลบ (Negative feedback)
	<ul style="list-style-type: none"><li>• ความเห็นใจ ลูกค้า</li><li>• การดูแลเอาใจใส่ ลูกค้า</li><li>• ตารางเวลาทำ การบินที่ เหมาะสม</li><li>• ระยะเวลาในการ รอต่อเครื่องที่ เหมาะสม</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• "The crew was friendly and helpful."</li><li>• "Excellent onboard service."</li><li>• The cabin appeared to be clean and well-sanitized.</li><li>• "We appreciated the fantastic in-flight service."</li><li>• "The overall service was outstanding."</li><li>• "The overall teamwork, attention, and service mindset are above average."</li><li>• "I was genuinely surprised by their service."</li><li>• "I was much more impressed and delighted with them."</li><li>• "Attentive and polite flight attendant."</li><li>• "The cabin crew were nice and friendly."</li><li>• "The service was outstanding, and the cabin crew was friendly and attentive."</li></ul>	

ตัวชี้วัด คุณภาพการบริการ	คุณลักษณะของ การให้บริการ	ความเห็นเชิงบวก (Positive feedback)	ความเห็นเชิงลบ (Negative feedback)
		<ul style="list-style-type: none"> <li>"The cabin crew was very friendly and helpful."</li> <li>"The service is sensational."</li> </ul>	
3. ความมั่นใจ (Assurance)	<ul style="list-style-type: none"> <li>ความสะอาด</li> <li>กิริยามารยาท</li> <li>ความอ่อนนุ่มของพนักงาน</li> <li>ทักษะ/ประสบการณ์/ความเชี่ยวชาญของพนักงาน</li> <li>ความปลอดภัยทั้งของผู้โดยสารและกระเป๋าสัมภาระ</li> </ul>	<b>ความสะอาดและสภาพห้องโดยสาร</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>"The plane was clean."</li> <li>"The cabin is clean."</li> </ul>	<b>ประเด็นเรื่องกระเป๋าเดินทางและสัมภาระ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>"They damaged my luggage in several places."</li> <li>"I lost my luggage, but the ground staff couldn't provide a reasonable explanation."</li> </ul> <b>สภาพและความสะอาดของเครื่องบิน</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>"The TV was all sticky and dirty, covered in coffee and tar, which I had to clean myself."</li> </ul>
4. การตอบสนองต่อ ผู้โดยสาร (Responsiveness)	<ul style="list-style-type: none"> <li>การมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า</li> <li>การตอบสนองต่อลูกค้า</li> <li>การให้บริการที่รวดเร็ว</li> </ul>		<b>การร้องเรียนเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการลูกค้า</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>"This is the worst customer service I've seen."</li> <li>"It was the worst customer service of any airline I've flown to."</li> <li>"Awful service."</li> </ul>



ตัวชี้วัด คุณภาพการบริการ	คุณลักษณะของ การให้บริการ	ความเห็นเชิงบวก (Positive feedback)	ความเห็นเชิงลบ (Negative feedback)
			<ul style="list-style-type: none"><li>• "Extremely appalling service."</li><li>• "Absolutely disgraceful."</li><li>• "Getting hold of anyone in customer service is an absolute nightmare."</li><li>• "This inconsistency in service is unacceptable."</li><li>• "Service is random, and all around, it has gone downhill."</li><li>• "The check-in and boarding process was slow."</li><li>• "The boarding staff were insulting when asked for guidance."</li><li>• "Horrible support, useless ground staff in Bangkok."</li><li>• "Unresponsive and inaccessible customer service."</li><li>• "There was no response to their instructions on canceling a flight."</li><li>• "I've sent several emails, and not one has been followed up."</li><li>• "I was told that processing the refund would take 180 days,</li></ul>





ตัวชี้วัด คุณภาพการบริการ	คุณลักษณะของ การให้บริการ	ความเห็นเชิงบวก (Positive feedback)	ความเห็นเชิงลบ (Negative feedback)
			<p>not including holidays and weekends, 5 months on, and I am still waiting for my money."</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• The system charged me twice for the ticket, and I did not receive any refund."</li> <li>• "The boarding staff were insulting when asked for guidance."</li> <li>• "Horrible support, useless ground staff in Bangkok."</li> </ul>
5. ความเป็น รูปธรรมของสิ่ง อำนวยความสะดวก (Tangible)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• อาหารและเครื่องดื่ม</li> <li>• ที่นั่งผู้โดยสาร</li> <li>• ประสิทธิภาพในการดูแลกระเป๋าเดินทางและสัมภาระ</li> <li>• ความพร้อมในการใช้งานของอุปกรณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก</li> <li>• ความสะอาดต่างๆ อาทิ ระบบความบันเทิงบนเที่ยวบิน</li> </ul>	<p><b>คุณภาพอาหาร</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "The Food was delicious and tasty."</li> <li>• "The Food is sensational."</li> </ul>	<p><b>การร้องเรียนเกี่ยวกับที่นั่งผู้โดยสาร</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "Sitting in my seat was uncomfortable."</li> <li>• "The seat was broken."</li> <li>• "The seat was cramped."</li> <li>• The hard seat bottom."</li> <li>• "The Seat did not recline."</li> <li>• "The seats are poor compared to other airlines."</li> </ul> <p><b>ระบบความบันเทิงบนเครื่องบิน และระบบ Wi-Fi</b></p>



ตัวชี้วัด คุณภาพการบริการ	คุณลักษณะของ การให้บริการ	ความเห็นเชิงบวก (Positive feedback)	ความเห็นเชิงลบ (Negative feedback)
	(In-flight Entertainment System) และระบบ Wi-Fi		<ul style="list-style-type: none"> <li>"The Inflight Entertainment System was not operative as the remote-control cable was damaged."</li> <li>"Thirty minutes into the flight, the screens went blank along the row of three seats."</li> <li>"They advertise for Wi-Fi, but it is a scam; none of their older planes have Wi-Fi."</li> </ul>
6. การสื่อสาร (Communication)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• การสื่อสาร</li> <li>• ทักษะการใช้ภาษา</li> </ul>		<p>การใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารเพื่อแก้ไขปัญหา</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>"The ground staff couldn't speak proper English to solve my situation with the lost baggage."</li> </ul>
7. คุณภาพโดยรวม จากประสบการณ์ (Outcome quality)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ความคุ้มค่า (Value for money)</li> <li>• ภาพรวมตลอดการเดินทาง</li> </ul>	<p>ประสบการณ์การบินที่ราบรื่นและความสะดวกสบาย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>"It was a pleasant flight, smooth and comfortable."</li> <li>"I had a great experience on my flight."</li> </ul>	<p>ความผิดหวังโดยรวมและคำแนะนำ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>"I highly do not recommend this airline."</li> <li>"Totally disappointed and upset. I will never travel with them again."</li> <li>It used to be a good airline in the past, but it</li> </ul>

ตัวชี้วัด คุณภาพการบริการ	คุณลักษณะของ การให้บริการ	ความเห็นเชิงบวก (Positive feedback)	ความเห็นเชิงลบ (Negative feedback)
		<ul style="list-style-type: none"><li>"Overall, it was a good flight."</li><li>"This experience could hardly be faulted."</li><li>"Generally, it is a pleasant experience."</li><li>"Overall, the journey with the airline was enjoyable."</li></ul> <p><b>พนักงานภาคพื้นดินและ ความประทับใจโดยรวม</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>"The ground staff made the experience memorable."</li><li>"This flight just strengthened my trust in them."</li><li>"Overall, I would recommend them and would be happy to fly with them again."</li></ul>	<p>wasn't delightful to travel with this time."</p> <ul style="list-style-type: none"><li>"Disappointing for the money we paid."</li><li>"Bad service and high costs."</li></ul> <p><b>ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมกรณี กระเป๋าเดินทางมีน้ำหนักเกิน</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>"Adding a 23kg suitcase cost a staggering \$1,120."</li><li>"My excess was 7kg, for which I was billed \$600 to pay at check-in."</li><li>"We were charged \$700, but we were not given a bassinet on either flight."</li></ul> <p><b>ราคาและความคุ้มค่า</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>"This air ticket price is unreasonable."</li><li>"The price of the air ticket is higher than what you get."</li></ul>

การรับรู้ของผู้โดยสารผ่านเสียงสะท้อนที่ถูกถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดอย่างชัดเจนดังข้อมูลในตารางที่ 4 แสดงให้เห็นถึงข้อความที่แฝงไปด้วยอารมณ์และความรู้สึกที่หลากหลายผ่านประสบการณ์การเดินทาง โดยที่ความคิดเห็นเชิงบวก สะท้อนให้เห็นถึงประสบการณ์ที่น่าประทับใจของผู้โดยสาร ตั้งแต่การบริการบนเครื่องบินที่ ยอดเยี่ยม อาหารรสเลิศ ไปจนถึงการต้อนรับอย่างอบอุ่นแบบไทย พนักงานต้อนรับที่เอาใจใส่ เป็นมิตร และให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ ทำให้การเดินทางราบรื่น สะดวกสบาย และเต็มไปด้วยความประทับใจ ผู้โดยสารยังชื่น

ชมความสะอาดของเครื่องบิน การตรงต่อเวลา และกระบวนการขึ้นเครื่องที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงทางเลือกอาหารมังสวิรัต และความใส่ใจในรายละเอียด ทั้งหมดนี้ล้วนสร้างความพึงพอใจและประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมาจากการเช็คอินจนถึงการลงจอด ในขณะที่ ความคิดเห็นเชิงลบ เผยให้เห็นถึงปัญหาและความผิดหวังที่ผู้โดยสารประสบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริการลูกค้าที่แย่ ความล่าช้าของเที่ยวบินที่ยาวนาน และการจัดการที่ไร้ประสิทธิภาพ ปัญหาเกี่ยวกับสัมภาระ ที่นั่งที่ไม่สบาย ระบบความบันเทิงบนเที่ยวบินที่ชำรุด และการสื่อสารที่ไม่ชัดเจนจากสายการบิน ล้วนเป็นประเด็นที่สร้างความไม่พอใจ นอกจากนี้ ในประเด็นของค่าธรรมเนียมสัมภาระส่วนเกินที่สูงเกินไป การเรียกเก็บเงินซ้ำซ้อน และการไม่รับผิดชอบต่อกำกล่าวอ้างของพนักงาน ยิ่งทำให้ความเชื่อมั่นของผู้โดยสารลดลง ความล่าช้าที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง ความรู้สึกที่ไม่ได้รับความใส่ใจ การบริการที่ไม่สม่ำเสมอและไม่เสมอภาค ทำให้ผู้โดยสารหลายรายไม่ต้องการใช้บริการของสายการบินอีก ปัญหาเหล่านี้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการปรับปรุงบริการอย่างเร่งด่วนเพื่อยกระดับประสบการณ์ของผู้โดยสารให้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้โดยสารออกเป็น 7 ด้าน ตามแนวคิด SERVQUAL (โมเดลดัดแปลง) ที่สะท้อนทั้งจุดเด่นและข้อบกพร่องของสายการบินเต็มรูปแบบในประเทศไทยที่ยังต้องการการพัฒนา เพื่อสายการบินสามารถนำไปปรับใช้เป็นแนวทางในการสร้างประสบการณ์การเดินทางที่ดีเยี่ยมและน่าประทับใจในทุกมิติ

## อภิปรายผล

งานวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้โมเดลการวัดคุณภาพการบริการที่เหมาะสมกับสายการบินแบบบริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (reliability), ความเห็นใจ (empathy), ความมั่นใจ (assurance), การตอบสนองต่อผู้โดยสาร (responsiveness), ความเป็นรูปธรรมของสิ่งอำนวยความสะดวก (tangibles), การสื่อสาร (communication) และคุณภาพโดยรวม (outcome quality) ผลการวิจัยชี้ว่าสายการบินแบบบริการเต็มรูปแบบในประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพบริการในทุกมิติ โดยผลการสำรวจตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 แสดงให้เห็นภาพรวมของประสบการณ์ผู้โดยสารอย่างครอบคลุม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความคาดหวังของผู้โดยสารอย่างชัดเจน โดยมีทั้งด้านบวกและด้านลบ ในด้านบวก ผู้โดยสารแสดงความพึงพอใจต่อพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน, อาหารอร่อย และความสะอาดของห้องโดยสาร อย่างไรก็ตาม มีประเด็นเชิงลบหลายประการที่ถูกรายงานอย่างสม่ำเสมอ ได้แก่ ปัญหาการยกเลิกหรือความล่าช้าของเที่ยวบิน, การสื่อสารที่ไม่มีประสิทธิภาพ, สัมภาระเสียหาย, ที่นั่งไม่สบาย, ระบบความบันเทิงขัดข้อง และอัตราค่าธรรมเนียมสัมภาระส่วนเกินที่สูง ข้อมูลเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงประเด็นสำคัญที่ประสบการณ์ของผู้โดยสารยังคงไม่เป็นไปตามความคาดหวัง นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ซึ่งมุ่งเน้นที่ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการ พบว่า ความเห็นใจ (empathy) เป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการซ้ำ สิ่งนี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการทำความเข้าใจและการตอบสนองต่อความต้องการและอารมณ์ของผู้โดยสาร ในทางกลับกันเพื่อรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมการบินที่กำลังฟื้นตัวและมีการแข่งขันสูง ตัวชี้วัดคุณภาพบริการหลายด้านจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน ซึ่งรวมถึงความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะการรักษาความตรงต่อเวลาและการจัดการสถานการณ์ที่ไม่คาดฝัน เช่น ความล่าช้าหรือการยกเลิกเที่ยวบิน ซึ่งเป็นรากฐานของความไว้วางใจที่ผู้โดยสารมีต่อสายการบิน การตอบสนองต่อผู้โดยสาร ก็มีความจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงอย่างมีนัยสำคัญ ผ่านระบบการตอบสนองลูกค้าที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพทั้งในรูปแบบของเทคโนโลยีที่สนับสนุนและการเสริมทักษะของบุคลากร เพื่อให้สามารถดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึงในทุกช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นการถาม ขอร้องเรียน

หรือประเด็นเกี่ยวกับการคืนเงินค่าบัตรโดยสาร นอกจากนี้ ทักษะการสื่อสารของพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานภาคพื้นดิน ควรได้รับการพัฒนาอย่างมืออาชีพด้วยทักษะทางภาษาและความสามารถในการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้า เพื่อรองรับผู้โดยสารต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ สายการบินควรปรับปรุงและบำรุงรักษาสิ่งอำนวยความสะดวกบนเครื่องบินอย่างสม่ำเสมอ เช่น ห้องโดยสาร ที่นั่ง ระบบความบันเทิงบนเที่ยวบิน และ Wi-Fi เพื่อให้ทันสมัยและพร้อมใช้งานอยู่เสมอ สิ่งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kungwola (2023) ที่ศึกษาคุณภาพบริการของสายการบินแบบบริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย ซึ่งเน้นย้ำถึงผลกระทบสำคัญของบริการที่เป็นรูปธรรมต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร และมักพบข้อร้องเรียนอยู่เสมอ การปรับปรุงดังกล่าวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบรรลุมาตรฐานบริการระดับพรีเมียมที่ผู้โดยสารคาดหวัง นอกจากนี้ สายการบินควรทบทวนกลยุทธ์และปรับโครงสร้างราคาตั๋วโดยสารให้เหมาะสมกับคุณค่าที่ส่งมอบ (Jeelani & Bhat, 2021) เพื่อให้ผู้โดยสารรู้สึกถึงความคุ้มค่าทุกครั้งที่เลือกใช้บริการ ซึ่งจะกระตุ้นให้กลับมาใช้บริการอีกในอนาคต ยิ่งไปกว่านั้น การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากความคิดเห็นและข้อร้องเรียนของผู้โดยสารอย่างเป็นระบบจะให้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพบริการและความสำคัญในมิติต่างๆ ของงานบริการ ข้อมูลนี้ไม่เพียงแต่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการแก้ไขและพัฒนาจุดอ่อนของการให้บริการของสายการบินแบบบริการเต็มรูปแบบในประเทศไทย เพื่อยกระดับประสบการณ์ สร้างความพึงพอใจที่ยั่งยืน และเสริมสร้างความภักดีของผู้โดยสารเท่านั้น แต่ยังช่วยในการรักษาและส่งเสริมจุดเด่นของการบริการอีกด้วย ผลจากการวิเคราะห์รีวิวก่อนหน้านี้และความคิดเห็นของผู้โดยสารพบว่า ลูกเรือได้รับการกล่าวชมเชยซ้ำๆ ในด้านต่างๆ เช่น ความสุภาพ ความเป็นมิตร และการให้ความช่วยเหลือที่ดีเยี่ยม สะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติที่โดดเด่นในการให้บริการ รวมถึงความใส่ใจและเอาใจใส่ดูแลผู้โดยสารอย่างยอดเยี่ยม คำชมเชยเหล่านี้เป็นหัวใจสำคัญในการสร้างประสบการณ์การบริการที่น่าประทับใจและนำไปสู่ความพึงพอใจเป็นพิเศษของผู้โดยสาร ซึ่งท้ายที่สุดจะช่วยรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจสายการบินที่กำลังฟื้นตัวและมีการแข่งขันสูงได้อย่างมีประสิทธิภาพ สิ่งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Li et al. (2022) ซึ่งได้รวบรวมข้อมูลจากหลายมิติ เช่น ความตรงต่อเวลา บริการภาคพื้นดิน บริการบนเครื่องบิน และระบบจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน โดยเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลจากจำนวนข้อร้องเรียนของผู้โดยสาร ซึ่งเป็นข้อมูลจริงที่สะท้อนประสบการณ์ตรงของผู้ใช้บริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนและพัฒนาคุณภาพการให้บริการของสายการบินได้อย่างตรงจุดและเป็นรูปธรรม และนำไปสู่การสร้างประสบการณ์การเดินทางที่น่าประทับใจให้ผู้โดยสารในทุกมิติอย่างแท้จริง

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการศึกษานี้ได้นำเสนอองค์ความรู้ที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นของการแก้ไขจุดอ่อนและการรักษาจุดแข็งของการให้บริการซึ่งครอบคลุม 7 ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบิน ความรู้เหล่านี้เป็นแนวทางที่มีคุณค่าอย่างยิ่งสำหรับนักวิชาการและผู้บริหารสายการบินในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อ ออกแบบและวางแผนการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ยั่งยืน โดยเฉพาะการนำข้อมูลความคิดเห็นเชิงบวกไปสร้างจุดแข็งและภาพลักษณ์ที่ดีของสายการบิน ในขณะเดียวกัน ผู้บริหารสายการบินควรนำข้อมูลความคิดเห็นเชิงลบไปพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการต่อไป เพื่อสร้างความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวของสายการบินควรให้ความสำคัญกับการทำให้คุณภาพการบริการเป็นไปตามความคาดหวังของผู้โดยสาร (customer

expectations) โดยเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานจริง (actual performance) จากประสบการณ์ที่ผู้โดยสารได้รับ ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลจากบทวิจารณ์และความคิดเห็นของผู้โดยสารได้สะท้อนให้เห็นถึงการรับรู้ของผู้โดยสารต่อการให้บริการของสายการบิน และการให้ความสำคัญของผู้โดยสารในแต่ละมิติของการรับบริการ ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงลึกที่จำเป็นต่อการปรับปรุงและพัฒนาบริการให้ตรงจุดและมีประสิทธิภาพ

## 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อต่อยอดองค์ความรู้จากงานวิจัยปัจจุบันที่เน้นย้ำถึงคำชื่นชมอย่างมากต่อความเห็นใจและการเอาใจใส่ของลูกเรือไทย การวิจัยในลำดับต่อไปจึงควรเจาะลึกถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมไทยและการต้อนรับแบบไทย (Thai Hospitality) ที่มีต่อการรับรู้คุณภาพการบริการในมิติ "ความเห็นใจและการเอาใจใส่ (Empathy)" โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มพนักงานสายการบิน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสำรวจและวิเคราะห์องค์ประกอบของวัฒนธรรมไทยที่ปรากฏในการบริการของลูกเรือไทย รวมถึง การประเมินระดับการรับรู้และความพึงพอใจของผู้โดยสารทั้งชาวไทยและต่างชาติต่อการรับบริการที่มีความเป็นไทย (Thainess) ของลูกเรือไทย ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จะช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับองค์ความรู้เพื่อรักษาความเป็นเลิศด้านการบริการ และสามารถใช้เป็นแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนสำหรับผู้ประกอบการสายการบินในประเทศไทยในการนำ "Soft Power" ของวัฒนธรรมไทยมาปรับใช้ เพื่อสร้างแบรนด์และทำการตลาดในการดึงดูดและสร้างความภักดีจากผู้โดยสารทั่วโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## เอกสารอ้างอิง

- กุลนิดา กุลระวัง. (2022). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลกรณีศึกษาเส้นทางการบินน่าน. *วารสารวิชาการการบินการเดินทางและการบริการ*, 1(2), 41–60.
- ณัฐฐ์ บุญยวิชัยกานนท์, & พุฒิธร จิรายุส. (2567). แนวทางการบริหารจัดการที่ทำให้ธุรกิจอยู่รอดในภาวะวิกฤตของสายการบินต้นทุนต่ำ. *วารสารการจัดการและการพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 11(1), 297–309.
- ทักษิณา แสนเย็น, กุลธวัช ศรายุทธ, วีระพันธ์ ช่วยประสิทธิ์, ธาธิศ พลเสน, & อาภาภรณ์ หาฮีเส. (2564). การประเมินคุณภาพการบริการของสายการบินต่อผู้โดยสารสูงวัยในเส้นทางกรุงเทพฯ-ภูเก็ต. *วารสารปรัชญาปริทรรศน์*, 26(1), 118–127.
- นภาพร เนินสุวรรณ, สุทธาพัฒน์ โอมรเรืองตระกูล, & สุพัตรา จันทนะศิริ. (2566). อิทธิพลการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สายการบินไทยเส้นทางระหว่างประเทศหลังวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 5(3), 565–572.
- พลไพลิน จุลพันธ์. (2568, 2 มกราคม). เปิดสถิติปี 2567 ต่างชาติเที่ยวไทย 35.54 ล้านคน ส่ง 10 อันดับเดินทางสูงสุด. *Bangkokbiznews*. <https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1160350>
- วงศา เหล่ารววิทย์, & อัครวิน แสงพิกุล. (2565). การวิเคราะห์ตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินในประเทศไทยและต่างประเทศ. *วารสารการบริหารสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 5(3), 101–112.
- วงศา เหล่ารววิทย์, & อัครวิน แสงพิกุล. (2567). การพัฒนาตัวชี้วัดคุณภาพการบริการของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย. *วารสารการบริหารสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 7(2), 13–22.



- วีรยา ทยานุวัฒน์. (2563). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ กรณีศึกษาสายการบินนกแอร์ (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- วีรวิทย์ เลิศไทยตระกูล. (2562). ตัวชี้วัดคุณภาพการให้บริการของธุรกิจสายการบิน. *วารสารวิชาการศรีปทุม*.
- สถาบันการบินพลเรือน. (2567, มิถุนายน). รายงานสรุปผลการดำเนินงานไตรมาส 3 ปี 2567 (เม.ย.-มิ.ย. 67). *สถาบันการบินพลเรือน*. [https://www.catc.or.th/wp-content/uploads/2024/09/2567\\_O3-เม.ย-มิ.ย.67.pdf](https://www.catc.or.th/wp-content/uploads/2024/09/2567_O3-เม.ย-มิ.ย.67.pdf)
- Burapharat, Y., Christensen, T. M., & Supachoke Suthichoti, D. B. A. (2021). How service quality enhances customer satisfaction: A case study of hybrid airlines in Thailand. *Vertex Research Society Proceeding IPSBM-2021*, 3, 1–10.
- Chou, C.C., Liu, L.-J., Huang, S.-F., Yih, J.-M., & Han, T.-C. (2012). An evaluation of airline service quality using the fuzzy weighted SERVQUAL method. *Applied Soft Computing*, 11(1), 117–128.
- Hussain, R., Nasser, A., & Hussain, Y. (2015). Service quality and customer satisfaction of a UAE-based airline: An empirical investigation. *Journal of Air Transport Management*, 12(1), 167–175.
- Jeelani, E., & Bhat, M. A. (2021). Perceived service quality in airline services: An empirical assessment. *International Journal of Management, IT & Engineering*, 11(8), 10–21.
- Kungwola, K. (2023). Airline service quality (AIRQUAL) improvement approach for Thai Airways during the rehabilitation. *Ural Environmental Science Forum “Sustainable Development of Industrial Region” (UESF-2023)*, 389, 1–11. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338905012>
- Li, L., Wu, Y., Han, R., & Li, C. (2022). Airline service quality: A variance assessment method based on complaint statistics. *Journal of Service Science and Management*, 15(4), 416–436. <https://doi.org/10.4236/jssm.2022.154025>
- Namukasa, J. (2013). The influence of airline service quality on passenger satisfaction and loyalty: The case of Uganda airline industry. *The TQM Journal*, 25(5), 520–532.
- Sangpikul, A. (2021). Understanding the Subjective and Objective Assessments of Service Quality through Spa Customers’ E-complaints in Bangkok. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 23(3), 569–596. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2021.1891598>
- Skytrax. (n.d.). *AirlineQuality.com*. <https://www.airlinequality.com>
- Wu, H., & Cheng, C. (2013). A hierarchical model of service quality in the airline industry. *Journal of Hospitality & Tourism Management*, 20(1), 13–22.

