

# บทที่ 1

บทนำ



## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

งานบริการนั้น มีความหมายเกินกว่า เพียงแค่การดำเนินงานธุรกิจกับลูกค้า การเติบโตอย่างไม่หยุดยั้งของงานบริการ กอปรกับการแข่งขันเชิงธุรกิจระดับโลก ทำให้องค์กรที่ดำเนินธุรกิจต่าง ๆ เล็งเห็นว่างานบริการ เป็นส่วนหนึ่งของยุทธวิธีธุรกิจ

ธุรกิจการบิน เกิดขึ้นเมื่อเทคโนโลยีก้าวหน้า และเวลากลายเป็นสิ่งมีค่าสำหรับมนุษย์ ธุรกิจการบินต่าง ๆ เป็นธุรกิจที่ดำเนินการด้านการบริการขนส่งผู้โดยสารและขนส่งสินค้าทางอากาศที่ช่วยให้มนุษย์ประหยัดเวลาและติดต่อสื่อสารกัน ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น โดยมีลักษณะของการดำเนินธุรกิจดังนี้

### การขนส่งทางอากาศ

การขนส่งทางอากาศมีลักษณะพิเศษ คือ

1. ความเร็ว
2. ประหยัด
3. ความปลอดภัย
4. ความสบาย

## 5. ความเชื่อถือได้

ขอบเขตการบริการเครื่องบิน คือ เครื่องบินจำกัดอยู่เฉพาะระหว่างเมืองใหญ่ ๆ และหยุดระหว่างทางไม่กี่แห่ง ฉะนั้น จึงไม่สะดวกสำหรับผู้โดยสารที่อยู่ห่างจากเมืองใหญ่ แต่บริษัทการบินก็ได้จัดเครื่องบินขนาดเล็กส่งต่อ

### การขนส่งสินค้า (Cargo)

สินค้าที่ไปกับเครื่องบินจะเป็นสินค้าขนาดเล็กและเสียง่าย เช่น ผัก ผลไม้ อาหารทะเล ฯลฯ ถ้าจะส่งไปกับเครื่องส่งสินค้าโดยเฉพาะ ก็อาจจะส่งไปได้น้ำหนักมากกว่า แต่เครื่องบินขนส่งสินค้ามักจะรองนกว่าจะได้น้ำหนักพอควรจึงทำการบินขึ้น

การขนส่งสินค้าทางอากาศ ให้ความสะดวกในเรื่องระยะเวลา และเหมาะสมสำหรับสินค้าที่ต้องการความรวดเร็วแม้ว่าจะมีค่าใช้จ่ายต่อหน่วยสูงก็ตาม ถ้าไม่เป็นสินค้าที่มีความจำเป็น หรือสินค้าที่มีความสำคัญ ปกติผู้ส่งออกหรือผู้นำเข้า มักจะไม่ใช้บริการนี้

### บริการที่ให้แก่ผู้โดยสาร

แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

#### 1. บริการภาคพื้นดิน

ผู้ให้บริการคือ พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน (Ground Hostess), พนักงานฝ่ายช่าง (Engineer), พนักงานฝ่ายคลังสินค้า (Cargo) และพนักงานฝ่ายโภชนาการ (Catering) ซึ่งให้บริการดังนี้

- 1.1 บริการขายบัตรโดยสาร (Ticketing)
- 1.2 บริการรถ Limousine
- 1.3 บริการ Flight Kitchen
- 1.4 บริการซ่อมบำรุงเครื่องบินของบริษัท และของสายการบินอื่น
- 1.5 บริการตรวจกระเป๋า (Ground Landing)
- 1.6 บริการโรงแรมโดยจัดหาโรงแรมให้
- 1.7 บริการท่องเที่ยว
- 1.8 บริการฝึกบิน ฝึกให้สายการบินอื่น ๆ
- 1.9 บริการ Duty Free Goods
- 1.10 บริการคอมพิวเตอร์ตรวจเช็คชื่อผู้โดยสาร และเก็บเอกสาร  
ทางการบินที่สำคัญ
- 1.11 บริการEmergency เช่น มีการให้บริการความปลอดภัยแก่ผู้  
โดยสาร สินค้า ในกรณีฉุกเฉิน
- 1.12 บริการขนส่งสินค้า (Cargo)
- 1.13 บริการคลังสินค้ารวมทั้งบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับกิจการ  
เก็บของในคลังสินค้า และจัดบริการที่เกี่ยวข้องกันให้แก่ผู้ขนส่งทางอากาศอื่น ๆ
- 1.14 ทำหน้าที่เป็นตัวแทน หรือ ผู้แทนของผู้ขนส่ง หรือบุคคลอื่นใน  
เรื่องที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการบิน หรือกิจการของบริษัท

## 2. บริการทางอากาศ

บริการทางอากาศ ได้แก่ การบริการผู้โดยสารบนเครื่องบินตลอด  
ระยะเวลาการเดินทาง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ จะมุ่งศึกษาว่ามีการบริการอะไรบ้าง  
และมีวิธีการนำเสนออย่างไร

ในปัจจุบัน มีธุรกิจการบินเกิดขึ้นมากมายและมีการแข่งขันกันสูงในทุก ๆ  
ด้าน เช่น ราคาตั๋วโดยสาร (ทั้งนี้เนื่องจาก กรมการบินพาณิชย์ระหว่างประเทศ  
( ICAO ) ไม่ได้ตั้งกฎในการกำหนดราคาตั๋วโดยสาร) การแข่งขันกันในด้านความ

ทันสมัยของ เครื่องบิน และรวมไปถึงการแข่งขันกันในด้านบริการ ซึ่งเป็นปัจจัย สำคัญของการดำเนินธุรกิจการบินพาณิชย์

การแข่งขันกันในด้านบริการ ได้แก่ การแข่งขันกันในเรื่องของสิ่ง อำนวยความสะดวกสบายต่าง ๆ เช่น การบริการเส้นทางบิน การบริการอาหาร และเครื่องดื่ม การบริการของพนักงานต้อนรับ หรือการบริการความสะดวกสบาย ของเบาะโดยสาร เป็นต้น

ดังนั้นสายการบินต่าง ๆ จึงได้หยิบยกเรื่องของการบริการซึ่ง เป็นปัจจัย สำคัญของการดำเนินธุรกิจการบินพาณิชย์ มาเป็นแนวคิดหลักในงานโฆษณาผ่านสื่อ มวลชนที่มีลักษณะของการแข่งขันกันสูง

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการนำเสนอแนวคิด เรื่องการให้บริการของ สายการบินต่าง ๆ ผ่านสื่อมวลชน โดยศึกษาลักษณะแนวคิด เรื่องการบริการและวิธี การนำเสนอแนวคิด เพื่อให้เข้าใจว่า สายการบินต่าง ๆ ชักชวนลูกค้าให้มาใช้ บริการโดยผ่านทางสื่อโฆษณาอย่างไร

#### ปัญหาที่วิจัย

1. การโฆษณาของสายการบินต่าง ๆ ที่ผ่านทางสื่อมวลชน มีการนำ เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการบริการในเรื่องใดบ้าง และมีวิธีการสร้างความหมายแนว คิดนั้นอย่างไร

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะเนื้อหา (content) และวิธีการนำเสนอ (Presentation) แนวคิดด้านการบริการของสายการบินต่าง ๆ ที่ปรากฏในการ โฆษณาผ่านสื่อมวลชน

### ขอบเขตของการวิจัย

วิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาจากสื่อโฆษณาของสายการบินต่าง ๆ ที่นำเสนอแนวคิดเรื่อง "การบริการ" ผ่านทางสื่อมวลชนในช่วงระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ.2536

### ข้อตกลงเบื้องต้น

1. การบริการ เป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินธุรกิจการบินพาณิชย์ซึ่งเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง ดังนั้นสายการบินต่าง ๆ จึงต้องใช้วิธีการนำเสนอการบริการต่าง ๆ ผ่านสื่อมวลชนเพื่อชักจูงลูกค้าให้มาใช้บริการ

2. สื่อโฆษณา เป็นปัจจัยสำคัญ ที่ช่วยให้การดำเนินกิจการ บรรลุเป้าหมาย

### ข้อสันนิษฐานของการวิจัย

สายการบินต่าง ๆ ใช้แนวคิดเรื่อง "การบริการ" ผ่านทางสื่อโฆษณาเพื่อจูงใจให้ผู้ใช้บริการเกิดความปรารถนาที่จะเลือกใช้สายการบินของตน โดยนำเสนอในส่วนที่เป็นข้อดีของการบริการทั้งทางภาคพื้นดินและทางอากาศ

การบริการ	หมายถึง	การบริการต่าง ๆ ของแต่ละสายการบิน ที่มีต่อผู้ใช้บริการ หมายถึงรวมถึงการบริการบน เครื่องบิน และบริการภาคพื้นดินทั้งหมด
สายการบินต่าง ๆ	หมายถึง	สายการบินที่นำเสนอแนวคิด เรื่องการให้บริการผ่านสื่อมวลชน
ผู้รับสาร	หมายถึง	ผู้ที่ได้รับทราบ เนื้อหาหรือสารของงานโฆษณาของสายการบินต่าง ๆ
ผู้ใช้บริการ	หมายถึง	ผู้ที่ตกลงใจซื้อบริการของสายการบิน และได้รับการบริการนั้น ๆ
ผู้ให้บริการ	หมายถึง	พนักงานต้อนรับบน เครื่องบิน, พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน, พนักงานฝ่ายช่าง รวมถึงกัปตันและนักบิน
งานโฆษณา	หมายถึง	สื่อที่แต่ละสายการบินใช้ เป็นเครื่องมือในการนำเสนอแนวคิด เรื่องการให้บริการ
แนวคิด เรื่องการบริการ	หมายถึง	แนวคิด เรื่องการบริการ ของสายการบิน ที่มีไว้บริการผู้ใช้บริการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผน และ กำหนดนโยบายทางด้าน  
การผลิตสื่อโฆษณาของสายการบินต่าง ๆ
2. ผลจากการศึกษาค้างนี้จะช่วยทำให้สามารถนำไปปรับปรุงการสร้าง  
สื่อโฆษณา เพื่อการแข่งขันกับสายการบินต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย