

ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค

Relationship between Electronic Service Quality of Airline toward Consumers Perceived Risk of Service.

ทัศนพล แสงสี Thaspol Sangsee¹
ปิยะนุช ปรีชานนท์ Piyanuch Preechanont²
ธีรศักดิ์ จินดาบถ Teerasak Jindabot³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภคโดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินจำนวน 385 คนทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมากส่วนการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภคโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ส่วนคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ทุกด้านมีทิศทางความสัมพันธ์ที่เป็นลบ กับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05

งานวิจัยฉบับนี้เสนอแนะให้สายการบินทำการลดความเสี่ยงของผู้บริโภคโดยการสร้างความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ควรจะสร้างระบบบล็อกอินสำหรับสมาชิกและรหัสผ่านทุกครั้งก่อนชำระเงินเพื่อเป็นการป้องกันข้อมูลรั่วไหล

คำสำคัญ: การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค,คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ E-mail :Thaspol@sritranggroup.com

² ดร.อาจารย์ที่ปรึกษา ภาควิชาการจัดการธุรกิจ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ E-mail : piyanuch.p@psu.ac.th

³ ผศ.ดร. อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ Email : teerasak.j@psu.ac.th

ABSTRACT

The objectives of this research are to investigate the relationship between Electronic service Quality of Airline toward Perceived Risk of online service consumers and Perceived Value the samples of this study were 385 consumer. Research data was statistically processed to determine Pearson's Correlation

The research result showed that the quality levels of electronic service of the airline in term of overall and each side are in higher level. On the other hand, the perceived risk of the general service usage consumer is in lower level that consumer will perceive risk of electronic service airline the quality of electronic service of the airline in every side has the statistical significance of the negative relation tendency in low level when comparing to the perceived risk of the service usage consumer in 0.05 levels.

From all result of this research are recommended to the airline in order to decrease the risk of consumer by establishing the security of financial transactions for consumers. So that consumers have more confidence in the quality of electronic services, the airline should establish a system login and password for all previous payments to prevent data leakage.

Keywords : The perceived risk of service consumers, Electronic Service Quality

บทนำ

ในปัจจุบันการคมนาคมขนส่งภายในประเทศมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการติดต่อสื่อสาร การทำธุรกิจหรือการท่องเที่ยว ทำให้การคมนาคมด้านต่างๆ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ สอดคล้องกับความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในปัจจุบัน ระบบคมนาคมขนส่งในประเทศมีหลายช่องทางไม่ว่าจะเป็นทางบกทางน้ำและทางอากาศ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเลือกเดินทางในช่องทางที่ตนสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งการคมนาคมทางอากาศนั้นในปัจจุบันนับว่าได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากมีความสะดวก รวดเร็ว ธุรกิจของสายการบินจึงเข้ามามีบทบาทมีความสำคัญต่อการคมนาคม และได้รับความสนใจจากประชาชนมากขึ้น ผลการประเมินสถานการณ์ผู้โดยสารสายการบินนานาชาติระหว่างปี 2555-2559 พบว่า อีก 4 ปีข้างหน้าจะมีการเดินทางทั่วโลกเกิดขึ้นมากที่สุดถึง 3,600 ล้านคน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสายการบินที่จะมีอัตราการเดินทางเพิ่มขึ้นจากปี 2558 อีก 800 ล้านคน จากเดิมที่มีจำนวน 2,800 ล้านคน โดยอัตราการเติบโตของผู้โดยสารในช่วงตารางบินฤดูร้อน ระหว่าง มีนาคม-ตุลาคม และ พฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ ในอนาคต จะมีอัตราเพิ่มขึ้นปีละ 5.3 % ซึ่งมีผู้โดยสารกลุ่มใหม่ เดินทางระหว่างประเทศไม่ต่ำกว่า 500 ล้านคน และ เดินทางในประเทศปีละ 331 ล้านคน (สมาคมขนส่งทางอากาศ, International Air Transport Association – IATA, 2558)

การบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Services) ถือได้ว่าเป็นการบริการที่มีความสำคัญมากในยุคปัจจุบัน ยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทันสมัย พร้อมทั้งจะรองรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ให้ความสะดวก รวดเร็ว การจำหน่ายสินค้าผ่านบริการอิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต่างให้ความสนใจเนื่องจากช่องทางดังกล่าวมีค่าใช้จ่ายในการจัดการไม่มาก ไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านหรือพนักงานขาย และลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการได้จากทั่วทุกมุมโลก (caritasmo, 2558: ออนไลน์) ดังนั้นสายการบินที่ ก็เช่นเดียวกันเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบันและเพิ่มความพอใจแก่ผู้ใช้บริการ จึงได้มีการนำระบบอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาใช้ ทำให้เกิดการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ได้แก่เว็บไซต์สายการบิน, Facebook, Application ของสายการบิน, Line

แม้ว่าปัจจุบันสายการบินได้มีการลงทุนในระบบอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินอย่างมากแล้วก็ตาม แต่ยังคงมีผู้บริโภคที่ใช้บริการบางรายที่ประสบปัญหาบางครั้งเมื่อใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์จะเกิดปัญหาเกี่ยวกับระบบหรือว่า Server ของทางสายการบิน ในช่วงเทศกาลและวันหยุดยาว อาจจะมีคนเข้าไปใช้บริการมากขึ้นทำให้มีการหน่วง(ช้า) ของ Server ที่ใช้บริการทำให้ผู้ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน บางหลายอาจจะเกิดความหงุดหงิดว่าทำไมถึงใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ไม่ได้ (Thanawat Junchai, 2558: ออนไลน์) เกิดปัญหา

ระหว่างกาารรับบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินและยังมีการเปลี่ยนแปลงที่ไปใช้สายการบินรายอื่น ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ยังประสบปัญหาการใช้บริการของสายการบินยังมีความยุ่งยากและซับซ้อน จากปัญหาที่เกิดขึ้นกับคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินอาจส่งผลให้เกิดความเสี่ยงต่อการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินของผู้บริโภค ในเรื่องต่างๆไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงของผู้บริโภคที่ไม่สามารถจองบัตรโดยสารในวันเวลาและสถานที่ ที่ต้องการเดินทางได้และผู้บริโภคอาจจะเจอความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยของระบบเมื่อ Server ของสายการบินและเมื่อมีปัญหาขัดข้อง อาจจะมีข้อมูลธุรกรรมทางการเงินมีการรั่วไหลไปยังผู้ที่หวังดี

ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้ทำการศึกษาคูณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินและการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ใน ปรับปรุงคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินและยังนำข้อมูลที่ทำวิธีลดระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินอีกทั้งยังเป็นการพัฒนาช่องทางกาารให้บริการผู้บริโภค

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคูณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินผ่านระบบออนไลน์
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคที่มีต่อบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินผ่านระบบออนไลน์
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคูณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่อการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงคูณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินผ่านระบบออนไลน์
2. ให้ทราบถึงการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคที่มีต่อบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินผ่านระบบออนไลน์
3. สายการบินสามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัย ไปใช้ประกอบการพิจารณา วางแผน แก้ไขปัญหา ปรับปรุงคูณภาพบริการ และการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคที่มีต่อบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินผ่านระบบออนไลน์

ทบทวนวรรณกรรม และการพัฒนาสมมติฐาน

แนวคิดคูณภาพของการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์

คูณภาพของการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ คือ ความไว้วางใจของลูกค้าจากข้อมูลต่างๆ ที่อยู่ในร้านค้าออนไลน์ เช่น รายละเอียดของสินค้า ราคา ข้อมูลการจัดส่งสินค้า เงื่อนไข และ

นโยบายในการรับคืนสินค้า (McKnight and Chervany, 2001) โดยการวัดระดับคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ โดย E-S-QUAL ถูกแบ่งมิติการวัดคุณภาพออกเป็น 4 มิติ ได้แก่ด้านคุณภาพด้านประสิทธิภาพ คุณภาพด้านเป้าหมาย คุณภาพด้านความสามารถของระบบ และคุณภาพด้านความเป็นส่วนตัว (Parasuraman, 2005)

แนวคิดของการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค

วรรณวิษา บุญจริง (อ่างถึง ธีรศักดิ์ จินดาบถ, 2557) กล่าวว่า การรับรู้ความเสี่ยงหมายถึง การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงการที่ไม่สามารถคาดคะเนถึงผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้โดยความเสี่ยงที่ผู้บริโภคต้องรับรู้แบ่งได้เป็น 6 ด้านคือ

1. ความเสี่ยงด้านหน้าที่ คือความเสี่ยงที่เกิดจากสินค้าไม่สามารถปฏิบัติงานตามที่คาดไว้
2. ความเสี่ยงด้านกายภาพ คือความเสี่ยงที่เกิดจากอันตรายที่จะเกิดขึ้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น
3. ความเสี่ยงด้านการเงิน คือความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากความไม่คุ้มค่าของผลิตภัณฑ์กับจำนวนเงินที่เสียไป
4. ความเสี่ยงด้านสังคม คือความเสี่ยงที่เกิดจากสินค้าที่ซื้อมานั้นไม่เป็นที่ยอมรับของสังคมที่ผู้บริโภคอาศัยอยู่
5. ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา คือความเสี่ยงที่เกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมาทำให้ผู้บริโภคสูญเสียอิโก้หรือกระทบทางจิตวิทยา
6. ความเสี่ยงด้านเวลา คือการที่ผู้บริโภคต้องเสียเวลาในการซื้อหาสินค้าหรือเมื่อซื้อมาแล้วก็ใช้ไม่ได้ทำให้เสียเวลาเปล่า

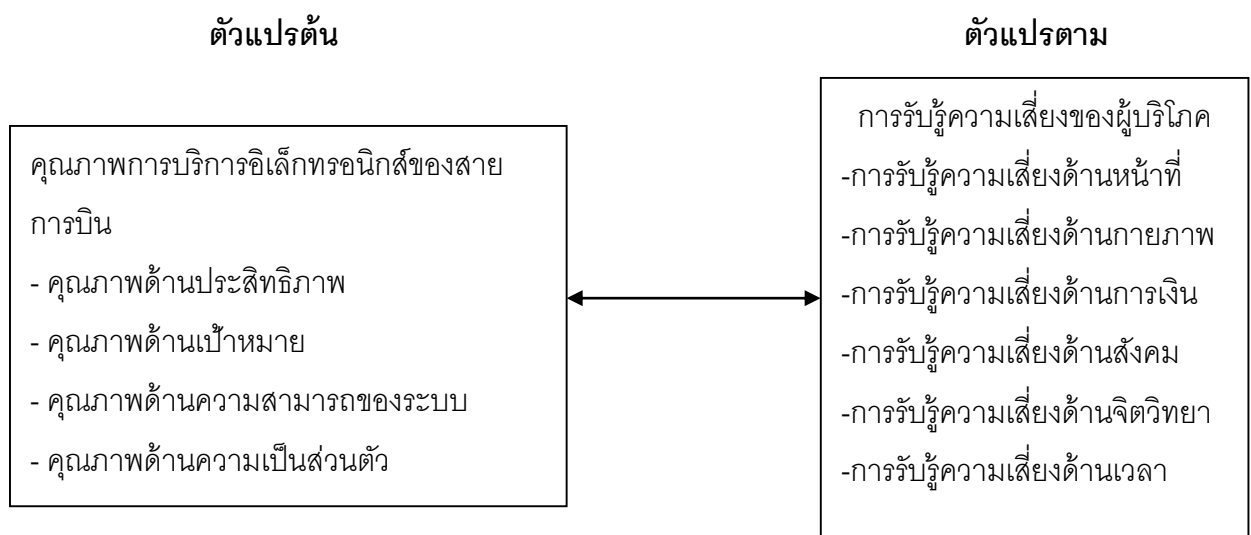
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของคุณภาพของการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์

Mohammed Rafiq, Xiaoming Lu และ Heather Fulford (2012) ศึกษาการวัดคุณภาพการบริการผ่านอินเทอร์เน็ตธุรกิจค้าปลีกโดยใช้แบบวัดคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ E-S-QUAL ของ Parasuraman ปี 2005 มี 4 มิติ 22 รายการ ประกอบด้วย มิติที่ 1 ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) มิติที่ 2 การบรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) มิติที่ 3 ความสามารถของระบบ (System Availability) และมิติที่ 4 ความเป็นส่วนตัว (Privacy) ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกออนไลน์ จำนวน 491 คน โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า มิติที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) และความสามารถของระบบ (System Availability) รองลงมา คือ การบรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) และมิติที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ ความเป็นส่วนตัว (Privacy)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภค

Cunningham, Gerlach, Harper และ Young (2005) ได้ทำการศึกษารับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค และกระบวนการซื้อของผู้บริโภค กรณีศึกษา การจองบัตรโดยสารของสายการบินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ของผู้บริโภค โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 263 คน ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความเสี่ยงของการจองบัตรโดยสารของสายการบินมีให้พบเห็นอยู่มากมายในกระบวนการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งการรับรู้ความเสี่ยงของการบริการออนไลน์ของสายการบินได้แสดงให้เห็นว่าเป็นสาเหตุของการเกิดการเปลี่ยนแปลงของระดับความเสี่ยงมากกว่าการบริการในรูปแบบเก่าๆ การวิเคราะห์ที่ได้แสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อการจองบัตรโดยสารของสายการบินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ คือ ความเสี่ยงทางด้านประสิทธิภาพ ด้านกายภาพ ด้านสังคม และน้อยที่สุดความเสี่ยงทางด้านการเงิน

กรอบวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่ใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินต่างๆ กำหนดขนาดของกลุ่มเนื่องจากไม่ทราบกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน ประชากร โดยกำหนดให้มีความผิดพลาดไม่เกิน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 : 26) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2 S^2}{e^2}$$

โดย n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 Z คือ ระดับความเชื่อมั่น (กำหนดที่ระดับ 95%, Z = 1.96)
 S คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.5
 e คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นของกลุ่มตัวอย่างในทางสถิติที่ยอมรับ ได้ (กำหนด = 5%)

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น } n &= \frac{(1.62)^2 (0.5)^2}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน} \end{aligned}$$

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง การศึกษาในครั้งนี้ ใช้ การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยมีการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ปัจจัยส่วนบุคคล) ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ของสายการบิน (Rating scale) เป็นแบบประเมินค่าความมากน้อยแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยวัดข้อมูลแบบอัตราภาคชั้น ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลคะแนน โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ในการคำนวณความกว้างของอัตราภาคชั้น (ยูทโทไกยวรรณ์. 2550) ดังนี้

$$\text{จากสูตร ความกว้างของอัตราภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

ส่วนที่ 4 ระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน เป็นแบบประเมินค่าความมากน้อยแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยวัดข้อมูลแบบอัตราภาคชั้นผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลผลคะแนน โดยนำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ในการคำนวณความกว้างของอัตราภาคชั้น (ยูทโทไกยวรรณ์. 2550) ดังนี้

$$\text{จากสูตร ความกว้างของอัตราภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

ผลการวิจัย

วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คนพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินเฉลี่ย 1-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 43.90 ใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินไทยแอร์เอเชีย คิดเป็นร้อยละ 36.30 อุปกรณ์ที่ใช้ในการดูรายละเอียดของบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน คือ โทรศัพท์มือถือ คิดเป็นร้อยละ 48.60 สื่ออิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน คือ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 63.00 ค่าราคาบริการที่ซื้อผ่านทางบริการของอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินผ่านทาง บัตรเครดิต/บัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 47.70

คุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

คุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยรวมมากที่สุดคือด้าน ด้านความเป็นส่วนตัว รองลงมา ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านความมีประสิทธิภาพ และด้านความสามารถของระบบ รายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับคุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวม

(n=385)

| คุณภาพของการให้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน | \bar{X} | S.D. | ระดับคุณภาพ |
|---|-----------|------|-------------|
| ด้านความมีประสิทธิภาพ | 4.15 | 0.53 | มาก |
| ด้านการบรรลุเป้าหมาย | 4.13 | 0.54 | มาก |
| ด้านความสามารถของระบบ | 4.01 | 0.63 | มาก |
| ด้านความเป็นส่วนตัว | 4.30 | 0.63 | มากที่สุด |
| รวม | 4.15 | 0.48 | มาก |

ระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

ระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยรวมมากที่สุดคือด้าน การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม รองลงมา การรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา การรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ การรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน และการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ รายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวม

| ระดับรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน | | | (n=385) |
|--|-----------|------|--------------------------|
| | \bar{X} | S.D. | ระดับการรับรู้ความเสี่ยง |
| ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านหน้าที่ | 2.40 | 0.84 | น้อย |
| ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านกายภาพ | 2.93 | 1.03 | ปานกลาง |
| ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน | 2.53 | 0.91 | น้อย |
| ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคม | 3.27 | 1.13 | ปานกลาง |
| ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา | 3.02 | 0.99 | ปานกลาง |
| ด้านการรับรู้ความเสี่ยงด้านเวลา | 2.66 | 0.90 | ปานกลาง |
| รวม | 2.26 | 0.68 | น้อย |

ความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภค

การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภคโดยภาพรวมกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินโดยภาพรวม ($r = -0.194$) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสูงที่สุด แต่สัมพันธ์กันในทิศทางที่ต่างกัน ความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินโดยภาพรวมกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภคแต่ละด้าน

(n=385)

| การรับรู้ความเสี่ยง | คุณภาพของการบริการ โดยภาพรวม | | | |
|---------------------|------------------------------|-------------|--------------------|-------------------|
| | r | Sig. | ทิศทางความสัมพันธ์ | ระดับความสัมพันธ์ |
| ด้านหน้าที่ | -0.172** | 0.00 | ลบ | น้อย |
| ด้านกายภาพ | -0.165** | 0.00 | ลบ | น้อย |
| ด้านการเงิน | -0.171** | 0.00 | ลบ | น้อย |
| ด้านสังคม | -0.192** | 0.00 | ลบ | น้อย |
| ด้านจิตวิทยา | -0.180** | 0.00 | ลบ | น้อย |
| ด้านเวลา | -0.159** | 0.00 | ลบ | น้อย |
| รวม | -0.194** | 0.00 | ลบ | น้อย |

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค พบว่าการรับรู้ความเสี่ยงโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงลบกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความมีประสิทธิภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = -0.127$) กล่าวคือมีประสิทธิภาพคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ในระดับที่น้อย การรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภคโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงลบกับคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความเป็นส่วนตัว ด้านความสามารถของระบบ ด้านการบรรลุเป้าหมาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r = -0.137, -0.181, -0.190, -0.194$) กล่าวคือ ความเป็นส่วนตัว ความสามารถของระบบ การบรรลุเป้าหมายของระบบ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินส่งผลต่อการรับรู้ความเสี่ยง ผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ในระดับที่น้อย

บทสรุป วิจัยรณ และข้อเสนอแนะ

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินโดยภาพรวมมีคุณภาพระดับมาก และรายด้าน ด้านความเป็นส่วนตัว อยู่ในระดับที่มากที่สุด รองลงมาด้าน ด้านความมีประสิทธิภาพ ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านความสามารถของระบบ ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ

Mohammed Rafiq, Xiaoming Lu และ Heather Fulford (2012) ศึกษาการวัดคุณภาพการบริการผ่านอินเทอร์เน็ตธุรกิจค้าปลีกโดยใช้แบบวัดคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ผลการศึกษพบว่า มิติที่มีระดับความสำคัญมากที่สุด คือ ความมีประสิทธิภาพ (Efficiency) และความสามารถของระบบ (System Availability) รองลงมา คือ การบรรลุเป้าหมาย (Fulfilment) และมิติที่มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ ความเป็นส่วนตัว (Privacy) เหตุผลที่งานวิจัยไม่สอดคล้องนั้นเกิดจากงานวิจัยเป็นการวัดคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ด้วยลักษณะของธุรกิจที่ต่างกันจึงได้ผลการวิจัยที่แตกต่างกันออกไป

การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน

การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน โดยภาพรวมมีระดับการรับรู้ความเสี่ยงระดับปานกลาง และรายด้าน การรับรู้ความเสี่ยงด้านสังคมมีความเสี่ยงมากที่สุด ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของเกริดา โคตรขารีและวิภูรธร จิรประวัติ (2556) ปัจจัยนำของการรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจเนอเรชั่นวาย การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง 1) ปัจจัยนำของการรับรู้ความเสี่ยง 2) การรับรู้ความเสี่ยง ออนไลน์และ 3) พฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ ของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ และ เจเนอเรชั่นวาย ซึ่งการวิจัยของการรับรู้ความเสี่ยงที่ผู้บริโภคทั้งสองเจเนอเรชั่นให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ความเสี่ยงด้านการทำงานของสินค้า ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัว ความเสี่ยงด้านการเงิน ความเสี่ยงด้านเวลา ความเสี่ยงด้านกายภาพ ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา และความเสี่ยงด้านสังคมตามลำดับ เหตุผลที่งานวิจัยไม่สอดคล้องนั้นเกิดจากงานวิจัยวัดการรับรู้ความเสี่ยงในบริบทที่แตกต่างกัน

ความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค

คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินในทุกๆด้าน มีความสัมพันธ์ในทิศทางที่ต่างกันกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษาค้นความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภค พบว่า คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ แต่สัมพันธ์กันในทิศทางที่ต่างกัน กับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = -0.194$) กล่าวคือ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินมีส่งผลกระทบต่อกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภค ความเสี่ยงด้านหน้าที่ ความเสี่ยงด้านกายภาพ ความเสี่ยงด้านจิตวิทยา ความเสี่ยงด้านสังคม และความเสี่ยงด้านเวลา จะส่งผลกระทบต่อเล็กน้อยกับคุณภาพการ

บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ความมีประสิทธิภาพ ด้านเป้าหมาย ด้านความสามารถของระบบ และ ความเป็นส่วนตัว ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Cunningham (1967 อ้างใน สัตยชัย อุปะเตีย, 2553) ได้อธิบายว่าการรับรู้ความเสี่ยง คือ การรับรู้ความไม่แน่นอนของลูกค้าซึ่งเกี่ยวข้องกับทิศทางลบกับการสั่งซื้อสินค้าหรือใช้บริการ ดังนั้น การรับรู้ความเสี่ยงจะสูงขึ้นจึงเกิดขึ้นจากความไม่แน่นอนด้านลบเป็นส่วนสำคัญในสภาพแวดล้อมออนไลน์ความเสี่ยงมีผลต่อการประเมินเลือกสินค้าหรือบริการ ระบบรักษาความปลอดภัย และการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า ซึ่งไป อาจส่งผลกระทบต่อการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของลูกค้า ขณะที่ข้อมูล การนำเสนอบริการ อิเล็กทรอนิกส์ขององค์กร มีผลต่อลูกค้าเช่นกัน หากองค์กร มีคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ดี นำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน ครบถ้วน อาจทำให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงในระดับที่ต่ำ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความเสี่ยงนั้นขึ้นอยู่กับระบบรักษาความปลอดภัย และการเก็บรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้า รวมถึงนำเสนอข้อมูลของสินค้าบริการที่ครบถ้วน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความมีการบรรลุเป้าหมาย ผู้ใช้บริการยังกังวลกับ บริการต้องนำเสนอผลลัพธ์ได้อย่างรวดเร็วการ ดังนั้นระบบของสายการบินต้องปรับปรุงแล้วมีการอัปเดตระบบให้ใหม่อยู่เสมอพร้อมให้บริการผู้ที่มาใช้บริการจำนวนมากได้
2. คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน ด้านความเป็นส่วนตัว ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับ ไม่เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งานให้กับผู้อื่นโดยไม่ได้รับความยินยอมจากผู้ใช้งาน ดังนั้นสายการบินควรสร้างความปลอดภัยในการจัดเก็บข้อมูล โดยการใช้บริการสร้างระบบล็อกอินสำหรับสมาชิกและสมาชิกต้องใส่รหัสผ่านทุกครั้งก่อนจะกรอกข้อมูลให้สายการบิน
3. การรับรู้ความเสี่ยงของผู้บริโภคจากการใช้บริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบิน การรับรู้ความเสี่ยงด้านการเงิน ผู้ใช้บริการยังกังวลกับความเสี่ยง เมื่อชำระเงินเรียบร้อยแล้วจะไม่ได้ใช้บริการของสายการบิน ดังนั้นสายการบินควรให้ความแน่ใจกับผู้ใช้บริการว่าเมื่อได้ชำระเงินแล้วสายการบินอาจจะทำการส่ง sms แจ้งเตือนผ่านทางโทรศัพท์มือถือหรือส่ง e-mail เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ว่าได้รับการยืนยันจากสายการบินแล้ว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในเชิงลึกหรือทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์คุณภาพการบริการ อิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการของผู้บริโภค โดยนำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดยิ่งขึ้น

2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์ของสายการบินกับการรับรู้ความเสี่ยงการใช้บริการออนไลน์ของผู้บริโภค เพื่อตอบกับวัตถุประสงค์ให้มากกว่านี้

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติสถิติสำหรับการบริหารและวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 10.

กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกริดา โคตรชาวีและวิภูวธร จิระประวัติ (2556) *ปัจจัยนำของการรับรู้ความเสี่ยงและพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจเนอเรชั่นวาย วารสารการประชุมสัมพันธและการโฆษณา ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 2556*

เกียรติสุดา ศรีสุข.(2552). *ระเบียบวิธีวิจัย*. เชียงใหม่ : โรงพิมพ์ครองช่าง

จิรภา รุ่งเรืองศักดิ์และสุทธินันท์พรหมสุวรรณ. (2557). *การศึกษาการยอมรับและการรับรู้ความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อความไว้วางใจในการใช้บริการระบุตำแหน่ง(Location-based Services:LBS) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท มหาวิทยาลัยมหิดล,กรุงเทพฯ.

ชูศรี วงศ์รัตนะ.(2544). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 7).กรุงเทพฯ:เทพเนรมิตร

ชินโรส ถิ่นวิไลสกุล (2557) *วิธีการลดความเสี่ยง เอกสารประกอบการเรียนพฤติกรรมผู้บริโภค* สืบค้นสารสนเทศจากฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการเรียนรู้:

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวน สุรนันทา

ไพศาล เกียรติศักดิ์ (2552,น.82) *การศึกษาคุณภาพในการให้บริการทางเว็บไซต์ กรณีศึกษาล้านกหอมสด* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548ก: 29-52; 2548ข, น.20-104) *ความสำคัญของอุตสาหกรรมการบิน* กรุงเทพฯ : [สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์] , 2548.

ยุทธ ไกยวรรณ.(2550). *หลักการทำวิจัยและการทำวิทยานิพนธ์*.กรุงเทพฯ:บริษัทพิมพ์ดี จำกัด.

เจวัต แสงสุริยงค์. (2547). *การบริการอิเล็กทรอนิกส์ : ตัวแบบสำหรับการให้บริการสาธารณะของไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).

สุขไพศาล รัตตนิทัศน์ (2557). *การพัฒนาเครื่องมือเพื่อการประเมินการรับรู้ของผู้ใช้บริการชาวไทยต่อคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของเว็บไซต์สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย*. วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่. 15(2).

- สุทธิดา เมธีธรรพวงศ์วานิช (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้สารการบินไทยแอร์เอเชีย ใน จังหวัดเชียงใหม่* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่)
- สุทธิดา เมธีธรรพวงศ์วานิช. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้บริการสายการบินไทยแอร์ เอเชีย ในจังหวัดเชียงใหม่* (รายงานผลการวิจัย, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.)
- สุทธิ ใจวศิริ (2551) *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยสารทางอากาศภายในประเทศ ด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ : กรณีศึกษาเส้นทางการบิน หาดใหญ่-กรุงเทพฯ และ กรุงเทพฯ-หาดใหญ่* (รายงานวิจัย, มหาวิทยาลัยทักษิณ)
- Boshoff, C., Schlechter, C. & Ward, S.J. 2011. 'Consumers' perceived risks associated with Purchasing on a branded website: the mediating effect of brand knowledge', *South African Journal of Business Management*, 42(1): 45–54
- Cunningham, M.S. (1967). *Perceived risk and brand loyalty, in risk taking and information: Handling in consumer behavior*, Cambridge, MA: Harvard University Press
- International Air Transport Association – (IATA), 2015
- Mohd Fazli Mohd Sam and Md Nor Hayati Tahir (2009). "Website Quality and Consumer Online Purchase Intention of Air tickets". *International Journal of Basic & Applied Sciences IJBAS-IJENS* 9(10): 4-9
- Parasuraman. (2005). *E-S-QUAL A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality*. University of Miami, North Carolina.
- Ruiz-Mafe, C., Sanz-Blas and Manzano (2009). Drivers and Barriers to Online Airline Ticket Purchasing. *Journal of Air Transport Management*
- Tung-Hsuan Liu. (2012). *Effect of E-service Quality on Customer Online Repurchase Intentions*. Lynn University.