

บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษา	การใช้นวัตกรรมปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อสร้างประสบการณ์ ผู้โดยสารเดินทางสายการบินเต็มรูปแบบ (Full Service)
ชื่อผู้เขียน	นางสาวสุกฤตา อนุสรศักดิ์
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการสื่อสาร)
ปีการศึกษา	2564

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของสายการบินต่างประเทศที่ได้ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้โดยสารในสถานการณ์โควิด-19 และพัฒนาต้นแบบการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการสร้างประสบการณ์ให้กับผู้โดยสารสำหรับผู้โดยสารไทยตลอดเส้นทางการเดินทางผู้บริโภครวมทั้งศึกษาความพึงพอใจต่อต้นแบบการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการสร้างประสบการณ์ของสายการบินต้นแบบโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประกอบด้วย การวิจัยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) จำนวน 5 สายการบิน ได้แก่ กาดาร์แอร์เวย์ สิงคโปร์แอร์ไลน์ ออลนิปปอนแอร์เวย์ เอมิเรตส์แอร์ไลน์ และเจแปนแอร์ไลน์ รวมทั้งการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) กับผู้โดยสารชาวไทยที่เคยเดินทางและใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full-Service) อายุในช่วงเจนเอ็กซ์นวยทั้งสิ้น 6 คน

ผลการศึกษาวินิจฉัยเชิงสัมภาษณ์และวิจัยเชิงเอกสาร พบว่า สายการบินส่วนใหญ่มีการให้บริการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับผู้โดยสารตลอดเส้นทางการเดินทางผู้บริโภครวมทั้งตั้งแต่ขั้นตอนการค้นหาข้อมูลและสำรองที่นั่ง เช็คอิน ห้องรับรอง ประตูขึ้นเครื่อง บนเครื่อง ที่รับกระเป๋าและสนามบินปลายทาง

ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อการให้บริการเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ในการสร้างประสบการณ์ต้นแบบที่ได้จัดทำ พบว่า ส่วนใหญ่พึงพอใจในการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาให้บริการบริเวณประตูขึ้นเครื่อง (Gate) มากที่สุด รองลงมาด้านการให้บริการเช็คอิน ด้านค้นหาข้อมูลและสำรองบัตรโดยสารบนเว็บไซต์ ด้านห้องรับรอง ด้านการให้บริการบนเครื่อง และด้านการบริการสนามบินบริเวณรับกระเป๋าและสนามบินปลายทาง ตามลำดับ

คำสำคัญ : เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ เส้นทางการเดินทางผู้บริโภค โปรโตไทป์ต้นแบบ

ABSTRACT

Title of Independent study	Utilizing the Innovation of Artificial Intelligence (AI) to Create Experiences for Full-Service Carrier Passengers
Author	Sukitta Anusornsak
Degree	Master of Arts (Communication and Innovation)
Year	2021

The primary objective of this research is to study various overseas airlines' strategic usages of artificial intelligence (AI) technology in creating passenger experiences during the COVID-19 pandemic in order to develop a service prototype for utilization of AI technology to create passenger experiences for Thai passengers throughout the customer journey. This research also aims to examine customer satisfaction of how the subject carriers use AI technology to create passenger experiences through the following quantitative research methods: 1) Documentary research on five airlines namely Qatar Airways, Singapore Airlines, All Nippon Airways, Emirates, and Japan Airlines; 2) In-depth interviews of the aforementioned five airlines' personnel; 3) Semi-structured interviews of six Thai Generation Y passengers with travel experience with full-service carriers.

The interviews and documentary research show that the majority of the subject airlines apply AI technology to create passenger experiences for the whole customer journey: from flight search and ticket reservation to checking-in and going through passenger lounges, boarding gates, cabins, baggage reclaims, and arrival at the destination airports.

In addition, the results of the customer satisfaction study on applying AI technology to create passenger experience prototype show that the majority of customers are most satisfied with AI technologies applied to boarding gate services, followed by check-in services, online flight research and ticket reservation, lounge services, inflight services, and lastly baggage reclaims and check-out services at the destination terminals.

Keywords: Artificial intelligence technology, customer journey, service prototype