

ศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสารไทยในการเลือกใช้สายการบิน
ราคาประหยัดเส้นทางกรุงเทพฯ – ขอนแก่น

นภาพร สุภการนิมิต

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2559

**The Behaviour of Thai Passengers for Choosing Low Cost Airlines in
Bangkok-Khon Kean Route**

Napaporn Supakannimit

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Economics

Department of Economics

Faculty of Economics, Dhurakij Pundit University

2016

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสารไทยในการเลือกใช้บริการบิน ราคาประหยัดเส้นทางกรุงเทพฯ-ขอนแก่น
ชื่อผู้เขียน	นภาพร ศุภการนิมิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิษณุ วงศ์สินศิริกุล
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์
ปีการศึกษา	2558

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสารไทยในการเลือกใช้บริการบินราคา
ประหยัดเส้นทางกรุงเทพฯ – ขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะและปัจจัยที่มีผลต่อการ
ตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเส้นทางกรุงเทพฯ-ขอนแก่น และศึกษาทัศนคติต่อการ
ให้บริการของสายการบินราคาประหยัดเส้นทางกรุงเทพฯ-ขอนแก่น โดยออกแบบสอบถามจำนวน
400 ชุด วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและวิธีการวิเคราะห์โดยอาศัยแบบจำลอง
Binary logit วิเคราะห์ค่า Marginal effect

ผลการศึกษาพบว่าด้านคุณลักษณะ / ข้อมูลทั่วไปที่เลือกใช้บริการสายการบินเต็ม
รูปแบบและสายการบินราคาประหยัด พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เลือกเดินทางโดยใช้สายการบิน
ราคาประหยัด เป็นเพศชาย จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 อายุเฉลี่ย 31 ปี อาชีพพนักงาน
บริษัทเอกชน จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,110.95 บาท
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยต่อครั้ง 1,632.32 บาท ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อ
กลับบ้าน เยี่ยมญาติหรือเพื่อน จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 โดยจะเลือกซื้อบัตรโดยสารผ่าน
ทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 322 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 และมักจะเลือกซื้อตั๋วโดยสารมากกว่า 3 วัน
จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.2 รวมถึงเลือกวิธีการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต จำนวน 188 คน
คิดเป็นร้อยละ 47 ผู้โดยสารส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ตัดสินใจด้วยตัวเอง จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อย
ละ 69 พร้อมกับเดินทางคนเดียว จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 โดยช่องทางการได้รับข้อมูล
การบริการของแต่ละสายการบินส่วนใหญ่มาจากเว็บไซต์ของสายการบิน จำนวน 324 คน
รองลงมา Social Media เช่น Facebook / twitter จำนวน 308 คน และเพื่อน /ญาติพี่น้องจำนวน 207 คน

ผลการศึกษาพบว่า ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเต็ม
รูปแบบและสายการบินราคาประหยัด พบว่ามีตัวแปรที่มีนัยสำคัญ 8 ตัวแปร คือ 1.อาชีพ
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจเปรียบเทียบกับพนักงานบริษัทเอกชน 2. อาชีพนักธุรกิจ /ประกอบธุรกิจ

ส่วนตัวเปรียบเทียบกับพนักงานบริษัทเอกชน 3. ท่องเที่ยว/พักผ่อนเปรียบเทียบกับติดต่อธุรกิจ/
ทำงาน/สัมมนา 4. กลับบ้าน/เยี่ยมญาติ/เพื่อน เปรียบเทียบกับติดต่อธุรกิจ/ทำงาน/สัมมนา
5. โอนเงินผ่านธนาคารเปรียบเทียบกับบัตรเครดิต 6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 7. ป้ายประกาศบน
ท้องถนน 8. Social Media

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินราคาประหยัด
กรุงเทพ - ขอนแก่นพบว่าผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดส่วนใหญ่มีทัศนคติให้
ความสำคัญในประเด็นเรื่องการประชาสัมพันธ์ทาง LINE และ Social Media มีผลต่อการเลือกใช้
บริการมากที่สุดมาเป็นอันดับ 1 โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50
อันดับที่ 2 คือ เรื่องราคาตั๋วโดยสารมีความเหมาะสมกับระยะทางบิน โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็น
ด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 อันดับที่ 3 คือ เรื่องพนักงานต้อนรับมีการดูแลเอาใจใส่ที่ดี โดยมี
ทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 อันดับที่ 4 คือเรื่องราคาตั๋วโดยสารพิเศษ (ราคา
โปร โมชั่น) ในช่วงเทศกาลมีความเหมาะสม โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วยเช่นกัน และมีค่าเฉลี่ย
อยู่ที่ 4.21 และอันดับที่ 5 คือ เรื่องเครื่องบินมีความตรงต่อตามเวลา โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วย
และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19

Thesis Title	The Behaviour of Thai Passengers for Choosing Low Cost Airlines for Bangkok-Khon Kean Route.
Auhor	Napaporn Supakannimit
Thesis Advisor	Asst.Prof. Visanu Vongsinsirikul, Ph.D.
Department	Economics
Academic Year	2015

ABSTRACT

This research is a study of Thai passengers' behaviour on flying by low cost airlines from Bangkok - Khongan. The purpose of this study is to identify the factors which affect to customer decision on flying economy flight from Bangkok - Khongan. The Binary Logit model is approached with a survey of 400 populations in the study.

The results of the study by comparing between the full service airlines and the low cost airlines indicate that the majority of the passengers who choose to fly the low cost airlines are 241 people or about 60.2%. They are male and have their age at 31 years old on average. 167 people are employees in private company and have their salary at 30,110.95 Baht. The expenditure on flight ticket is 1,632.32 Baht per time. Focusing on travelling purpose, 167 people or 41.8% are likely to visit their family and friends. Around 80.5% or 322 customers purchased their tickets on the internet. 317 customers usually purchase their tickets more than 3 days before travelling and 188 customers usually pay for their tickets by using credit cards. The majority of passengers which are 69% or 276 customers usually make their own decision on purchasing the tickets. Most low cost airline customers receive the information through the airline websites and social media such as Facebook and Twitter, respectively.

The study also shows 8 main factors which significantly affect to customers' decision

1. Government officer/state enterprise in comparison to private company's employees.
2. Entrepreneur/Self-employed in comparison to private company's employees.
3. Traveling/leisure compares with business trip, working, and seminar.
4. Traveling back to resident/visit family/visit friends compare to business trip, work, and seminar.
5. Wire transfer to a different institution compares with credit card.
6. The cost of traveling and other expenses.
7. The advertisement on marquee billboards.
8. Social media.

The analysis of passengers' decision on flying by low cost airlines from Bangkok - Khongon can be found that most customers prefer to use the LINE application ads as well as Social Media for making a decision.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิษณุ วงศ์สินศิริกุล อาจารย์ที่ปรึกษางานวิทยานิพนธ์ ที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา แนะนำแนวทางในการจัดทำรวมถึงให้แนวคิดเพิ่มเติมในการจัดทำงานวิจัยให้มีประโยชน์สูงสุด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. ชรินทร์ มีโกศล กรรมการงานงานวิจัย และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธรรณชนก เพชรานนท์ ประธานกรรมการงานวิจัย ที่ท่านทั้งสองได้กรุณา สละเวลาและรับเป็นกรรมการสอบในครั้งนี้ รวมถึงยังได้ให้คำแนะนำที่มีคุณค่าต่อการศึกษาพร้อม ทั้งยังช่วยตรวจสอบและแก้ไขเนื้อหาให้ออกมาสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณกำลังใจจากคุณพ่อ คุณแม่และทุกคนในครอบครัว รวมถึงบุคคลใกล้ชิดในหลายๆด้านทุกท่านที่คอยช่วยเหลือและให้คำปรึกษาในด้านการเรียนและการศึกษาค้นคว้าในการทำวิจัยในครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงออกมาด้วยดี ถ้าหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับความผิดพลานั้นไว้เพียงผู้เดียว

นภาพร ศุภการนิมิต

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๖
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๘
สารบัญภาพ.....	๘
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของเรื่องที่จะศึกษา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	8
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	8
1.5 นิยามศัพท์.....	9
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี.....	10
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
3. ระเบียบวิธี.....	18
3.1 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างและขนาดกลุ่มตัวอย่าง.....	18
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	19
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	19
4. ผลการวิเคราะห์.....	24
4.1 คุณลักษณะและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน เส้นทางกรุงเทพ-ขอนแก่น.....	24
4.2 ทักษะติดต่อการให้บริการของสายการบินราคาประหยัด เส้นทางกรุงเทพฯ-ขอนแก่น.....	38
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	43
5.1 สรุปผลการวิเคราะห์.....	43
5.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	45

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บรรณานุกรม.....	47
ภาคผนวก.....	50
ก. แบบสอบถาม.....	51
ข. ตารางสถิติ.....	56
ประวัติผู้เขียน.....	68

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 ส่วนแบ่งการตลาดของสายการบินหลักสำหรับ เส้นทางการบินในประเทศ.....	2
1.2 ผู้เยี่ยมชม รายได้จากการท่องเที่ยว ห้องพัก และผู้เข้าพักแรม เป็นรายจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2557.....	6
1.3 แสดงเส้นทางการบินภายในประเทศสายหลัก.....	7
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกผู้โดยสารตามสายการบินที่ใช้บริการ.....	24
4.2 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างเพศกับการเลือกใช้สายการบิน ภายในประเทศ.....	25
4.3 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างอาชีพกับการเลือกใช้สายการบิน ภายในประเทศ.....	25
4.4 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างอายุ รายได้ และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง กับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ.....	26
4.5 แสดงการเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ในการเดินทาง กับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ.....	27
4.6 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างวิธีการเลือกซื้อบัตรโดยสาร กับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ.....	28
4.7 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างช่องทางในการชำระค่าตั๋วโดยสาร กับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ.....	28
4.8 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างการซื้อตั๋วโดยสารล่วงหน้า กับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ.....	29
4.9 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ สายการบินภายในประเทศ.....	30
4.10 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ร่วมเดินทาง กับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ.....	31
4.11 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างการได้รับข้อมูลของการให้บริการ บริการแต่ละสายการบินกับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ.....	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.12 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการสายการบินเส้นทางกรุงเทพ – ขอนแก่น.....	34
4.13 ผลการศึกษาทัศนคติของผู้โดยสารสายการบินราคา.....	39

สารบัญภาพ

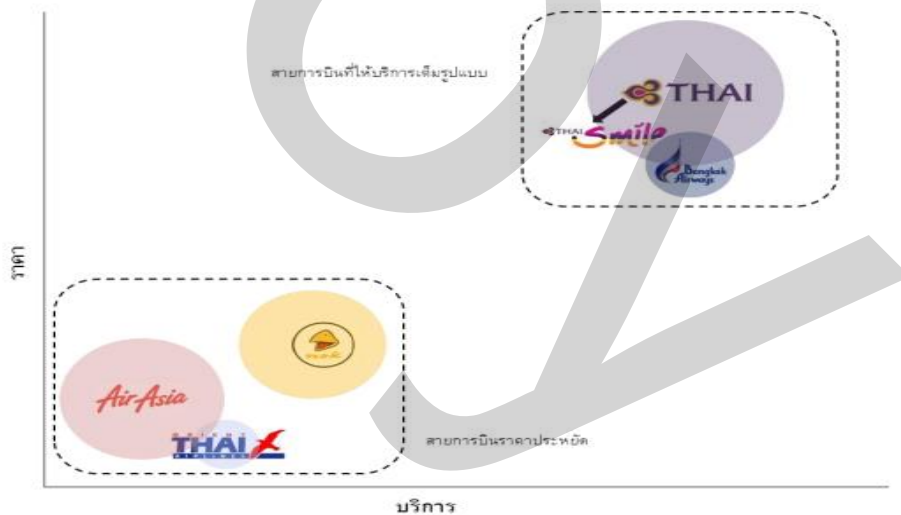
ภาพที่	หน้า
1.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แนวทางในการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์.....	1
1.2 ข้อมูลของแผนภาพแสดงจำนวนผู้โดยสารเข้า-ออก (คน) ในปีพ.ศ. 2557 -2557.....	3
1.3 การแข่งขันในกลุ่มธุรกิจสายการบินราคาประหยัดเปรียบเทียบกับสายการบินเต็มรูปแบบ.....	4
1.4 ส่วนแบ่งการตลาดของสายการบินราคาประหยัดภายในประเทศ ปี 2555 – 2557.....	4
1.5 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือปี 2555.....	5
2.1 แผนภาพแสดงเครื่องมือกระบวนการทางตลาด สำหรับธุรกิจบริการ.....	15

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของเรื่องที่จะศึกษา

สายการบินในประเทศไทยที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศยานภายในประเทศ มี 2 ประเภท คือ สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ และสายการบินราคาประหยัด สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ได้แก่ สายการบินการบินไทย สายการบินไทยสมายล์และสายการบินบางกอกแอร์เวย์ ส่วนสายการบินราคาประหยัด ได้แก่ สายการบินการไทยแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์สายการบินโอเรียนท์ไทย และสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ทั้งสองสายการบินนี้จะมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แนวทางการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน



ภาพที่ 1.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย แนวทางการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์

ที่มา: แผนกลยุทธ์ บริษัทสายการบินนกแอร์ จำกัด (มหาชน)

จากภาพที่ 1.1 จะพบว่าสายการบินที่อยู่ในกลุ่มของสายการบินราคาประหยัด นอกจากจะมีราคาตัวที่ค่อนข้างต่ำแล้วในด้านการบริการที่จะได้รับในกลุ่มนี้ก็จะได้รับบริการที่น้อยกว่าสายการบินเต็มรูปแบบไปด้วย ส่วนสายการบินที่ให้บริการที่เต็มรูปแบบนอกจากด้านราคาจะค่อนข้างอยู่ในสัดส่วนที่มีราคาสูงแล้วในด้านการบริการนั้นก็ได้รับบริการที่เพิ่มมากกว่าสายการบินราคาประหยัด เช่น การให้ความบันเทิงบนเครื่องโดยสาร ที่นั่งสะดวกสบาย บริการมีอาหาร เป็นต้น และเมื่อพิจารณาส่วนแบ่งการตลาดทั้งหมดของสายการบินหลักจำนวน 6 สายการบินโดยประมาณ ซึ่งคำนวณจากจำนวนผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินดังกล่าว โดยไม่รวมผู้โดยสารที่มีตั๋วโดยสารยืนยันการเดินทางแล้วแต่ไม่มาแสดงตัว ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 ส่วนแบ่งการตลาดของสายการบินหลักสำหรับเส้นทางการบินในประเทศ

ส่วนแบ่งการตลาดของสายการบินหลักสำหรับเส้นทางการบินในประเทศ			
สายการบิน	ปี 2555 (2012)	ปี 2556 (2013)	ปี 2557 (2014)
นกแอร์	22.3	27.2	29.1
ไทยแอร์เอเชีย	25.5	27.8	28.2
การบินไทย	33.7	29.3	21.2
บางกอกแอร์เวย์	14.8	14.2	13.8
ไทยไลอ้อนแอร์	-	0.1	7.2
โอเรียนท์ไทย	3.7	1.4	0.4

หมายเหตุ ส่วนแบ่งการตลาดของสายการบินหลักสำหรับเส้นทางการบินในประเทศจำนวน 6 สายการบิน โดยประมาณ ซึ่งคำนวณจากจำนวนผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินดังกล่าว โดยไม่นับรวมผู้โดยสารที่มีตั๋วโดยสารยืนยันการเดินทางแล้วแต่ไม่มาแสดงตัว

ที่มา: กรมการบินพลเรือน

ในปี พ.ศ. 2557 นกแอร์เป็นสายการบินที่มีส่วนแบ่งการตลาดสำหรับการบินในประเทศมากที่สุดที่ประมาณร้อยละ 29.1 รองลงมา ไทยแอร์เอเชีย และสายการบินไทย (รวมถึงไทยสไมล์) ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 28.2 และ 21.2 ตามลำดับ ส่วนสายการบินโอเรียนท์ไทย มีส่วนแบ่งการตลาดที่น้อยที่สุดจากร้อยละ 3.7 ลดลงเป็นร้อยละ 0.4 ซึ่งจะสอดคล้องกับข้อมูลของแผนภาพแสดงจำนวนผู้โดยสารเข้า - ออก(คน) ในปีพ.ศ. 2555 – 2557 ดังภาพที่ 1.2



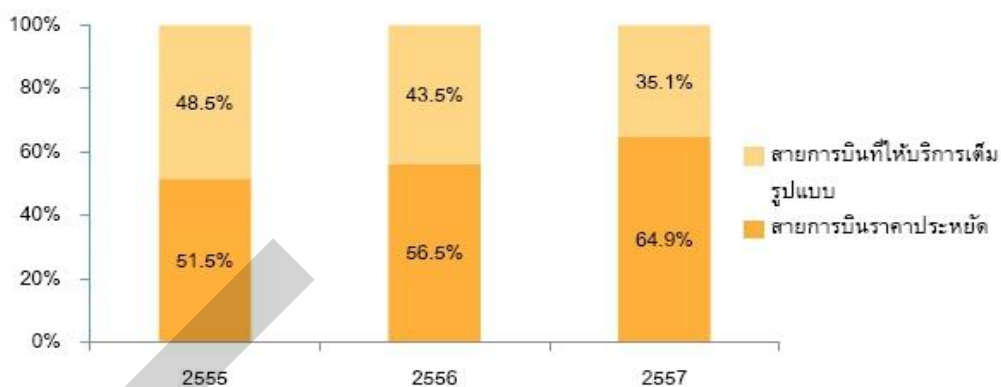
ภาพที่ 1.2 ข้อมูลของแผนภาพแสดงจำนวนผู้โดยสารเข้า-ออก(คน) ในปีพ.ศ. 2555-2557

หมายเหตุ : * จำนวนผู้โดยสารเข้าออกเป็นจำนวนผู้โดยสารที่ไม่นับรวมผู้โดยสารที่ซื้อตั๋วโดยสารแล้วไม่มาขึ้นเครื่อง

** ไทยไลอ้อนแอร์ เริ่มบินเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2556

ที่มา: กรมการบินพลเรือน

สายการบินราคาประหยัดกำลังได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเส้นทางมีระยะเวลาการเดินทางค่อนข้างสั้น ส่งผลให้ปัจจัยราคาเข้ามามีอิทธิพลในการตัดสินใจมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันในกลุ่มธุรกิจสายการบินราคาประหยัดสูงกว่าธุรกิจสายการบินเต็มรูปแบบดังภาพที่ 1.3

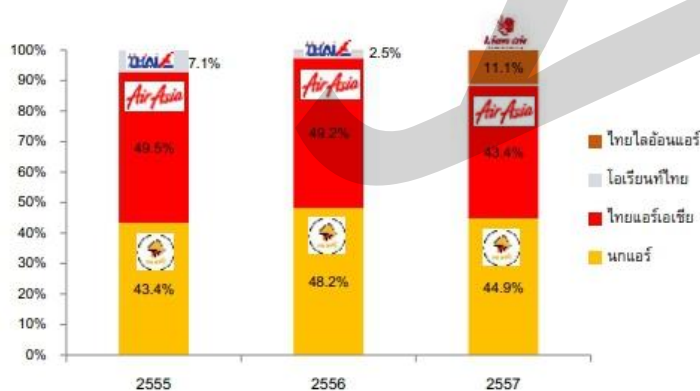


ที่มา: กรมการบินพลเรือน

หมายเหตุ : สัดส่วนการตลาดคำนวณจากจำนวนผู้โดยสารในประเทศของแต่ละประเภทสายการบิน

ภาพที่ 1.3 การแข่งขันในกลุ่มธุรกิจสายการบินราคาประหยัดเปรียบเทียบกับธุรกิจสายการบินเต็มรูปแบบ

ในช่วงระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (2555 – 2557) สายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบค่อยๆ สูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้สายการบินราคาประหยัด เนื่องจากไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้ โดยในปี 2557 สายการบินราคาประหยัดมีส่วนแบ่งการตลาดภายในประเทศที่ร้อยละ 64.9 ซึ่งถือเป็นส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดนับตั้งแต่มีสายการบินราคาประหยัดเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทยดังภาพที่ 1.4

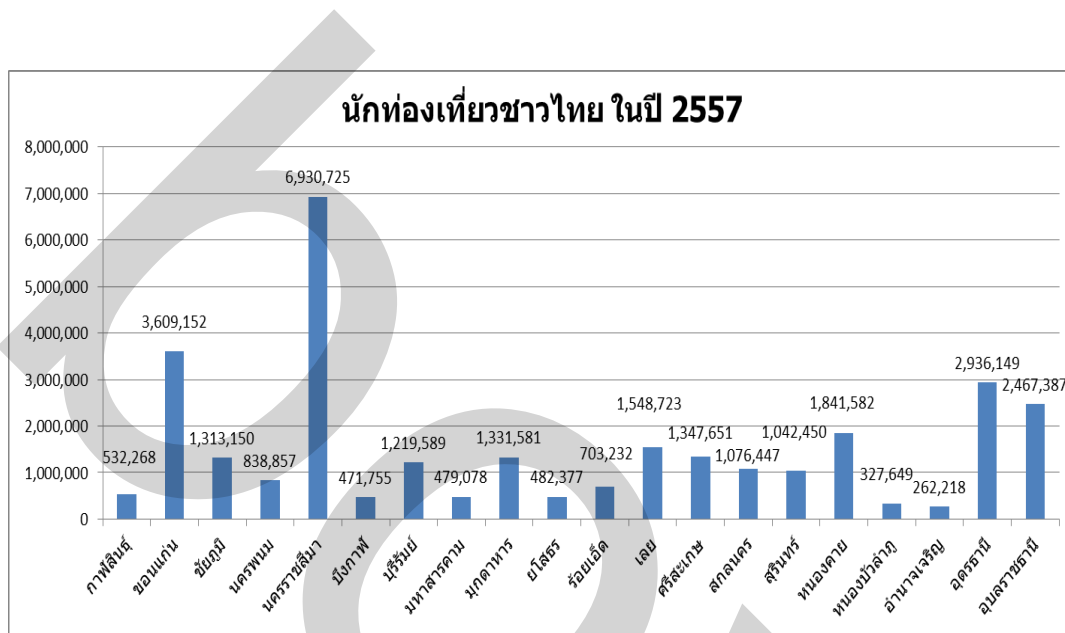


ที่มา: กรมการบินพลเรือน

หมายเหตุ : สัดส่วนการตลาดคำนวณจากจำนวนผู้โดยสารในประเทศของแต่ละสายการบิน

ภาพที่ 1.4 ส่วนแบ่งการตลาดของสายการบินราคาประหยัดภายในประเทศ ปี 2555 – 2557

จากข้อมูลภาพดังกล่าวเราจะพบว่าสายการบินนกแอร์เป็นสายการบินที่มีส่วนแบ่งตลาดในสายการบินราคาประหยัดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา จากร้อยละ 43.4 ในปี 2555 เป็นร้อยละ 48.2 ในปี 2556 เนื่องจากมีการเปิดเส้นทางการบินในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามการเข้ามาของผู้ให้บริการรายใหม่ซึ่งได้แก่ ไทยไลอ้อนแอร์ ส่งผลให้ส่วนแบ่งการตลาดของผู้ประกอบการรายเดิมอย่างนกแอร์และไทยแอร์เอเชียลดลงจากปีก่อนหน้า



ภาพที่ 1.5 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ที่มา: ระบบฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

จากภาพข้างต้นจะเห็นได้ว่า ในด้านการท่องเที่ยวทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า จังหวัดขอนแก่นได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอันดับ 2 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองจาก จังหวัดนครราชสีมา ดังรูปภาพ 1.5 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับตารางรายได้จากการท่องเที่ยวห้องพักและผู้เข้าพักแรมในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือพ.ศ. 2557

ตารางที่ 1.2 ผู้เยี่ยมชม รายได้จากการท่องเที่ยว ห้องพัก และผู้เข้าพักแรม เป็นรายจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2557

ตารางผู้เยี่ยมชม รายได้จากการท่องเที่ยว ห้องพัก และผู้เข้าพักแรม เป็นรายจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พ.ศ. 2557					
จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ผู้เยี่ยมชม (Visitor)		รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	ห้องพัก (ห้อง)	จำนวนผู้เข้าพักแรม
	นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว			
นครราชสีมา	4,114,261	2,948,798	13,511.3	13,971	3,851,466
ขอนแก่น	2,392,986	1,276,898	9,942.4	6,588	1,389,655
อุดรธานี	2,125,739	907,795	7,422.8	6,641	1,578,663
อุบลราชธานี	1,429,648	1,156,720	5,404.7	3,589	1,019,802
หนองคาย	1,156,527	1,212,036	4,176.8	4,090	988,696
เลย	879,670	702,281	2,469.2	3,538	696,235
สุรินทร์	809,187	255,505	2,045.6	2,793	789,163
มุกดาหาร	489,163	985,976	1,995.1	2,032	373,998
บุรีรัมย์	723,268	525,495	1,756.5	3,022	661,657
สกลนคร	621,884	459,310	1,661.2	3,102	557,074
ศรีสะเกษ	504,898	860,454	1,649.4	1,616	371,143
นครพนม	415,255	497,883	1,407.2	2,344	364,974
ชัยภูมิ	643,806	677,259	1,298.4	2,156	635,439
ร้อยเอ็ด	425,603	282,652	943.0	1,456	298,131
กาฬสินธุ์	291,233	244,092	736.5	706	149,044
บึงกาฬ	278,325	199,039	716.1	1,325	254,735
มหาสารคาม	316,927	170,355	646.7	1,227	239,299
ยโสธร	242,126	252,259	581.6	606	139,156
อำนาจเจริญ	166,206	103,600	355.5	305	83,235
หนองบัวลำภู	163,253	165,790	313.3	611	128,404
ที่มา: กรมการท่องเที่ยว			Source: Department of Tourism		

จากตารางที่ 1.2 พบว่า จังหวัดขอนแก่นมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากเป็นอันดับ 2 อยู่ที่ 9,942.4 ล้านบาท รองจากจังหวัดนครราชสีมา ที่มีรายได้ 13,511.3 ล้านบาท นอกจากนี้เป็นจังหวัดที่มีจำนวนผู้เข้าพักแรมมากเป็นอันดับ 3 รองรองจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดอุดรธานี ตามลำดับ

ส่วนในด้านภาครัฐกิจอสังหาริมทรัพย์และการค้าการลงทุน ปี 2557 จังหวัดขอนแก่น ได้รับความสนใจจากนักลงทุนทั้งในระดับพื้นที่และต่างชาติอย่างต่อเนื่อง จนทำให้มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด หรือ GPP อยู่ที่ 145, 272 ล้านบาท เป็นลำดับที่ 16 ของประเทศ และเป็นอันดับที่ 2 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งที่ในด้านภูมิศาสตร์จังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น และยังเป็นจังหวัดศูนย์กลางทางการศึกษาและเทคโนโลยีของภูมิภาค แต่หากลองพิจารณาตารางเส้นทางการการบินของจังหวัดขอนแก่นจะพบว่า การให้บริการจำนวนเที่ยวบินของแต่ละสายการบินที่บินมายังสนามบินขอนแก่นยังน้อยอยู่ดังตารางแสดงเส้นทางการบินภายในประเทศสายหลัก ต่อไปนี้

ตารางที่ 1.3 ตารางแสดงเส้นทางการบินภายในประเทศสายหลัก

เส้นทางการบินสายหลัก*	จำนวนเที่ยวบินไปกลับต่อ 1 สัปดาห์					
	สายการบินที่ให้บริการ			สายการบินราคาประหยัด		
	 THAI	 Smile	 Bangkok Airways	 AirAsia	 THAI AirAsia	 Lionair
กรุงเทพฯ – เชียงใหม่	77	47	70	84	-	56
กรุงเทพฯ – เชียงราย	28	21	28	35	-	-
กรุงเทพฯ – ขอนแก่น	35	-	21	28	-	-
กรุงเทพฯ – อุดรธานี	28	14	56	14	-	25
กรุงเทพฯ – หาดใหญ่	42	-	42	63	-	56
กรุงเทพฯ – ภูเก็ต	84	56	35	91	2	7
กรุงเทพฯ – กระบี่	28	28	21	56	-	14
กรุงเทพฯ – อุบลราชธานี	21	-	48	14	-	-
กรุงเทพฯ – นครศรีธรรมราช	-	-	42	28	-	-
กรุงเทพฯ – สุราษฎร์ธานี	14	-	35	35	-	14
กรุงเทพฯ – สมุย	14	135	-	-	-	-

ที่มา: *Website บริษัท เดือนมีนาคม 2558 โดยการบินไทย ไทยสมายล์ และบางกอกแอร์เวย์ ให้บริการที่ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ขณะที่ นกแอร์ ไทยแอร์เอเชีย ไทยไลอ้อนแอร์ และโอเรียนท์ไทย ให้บริการที่ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

จากตารางที่ 1.3 ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะมีเส้นทางการบินสายหลักอยู่ 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดอุบลราชธานี จะเห็นได้ว่า จังหวัดอุดรธานี มีการให้บริการเที่ยวบินของสายการบินเต็มรูปแบบ 42 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ในขณะที่สายการบินราคาประหยัดมีให้บริการเที่ยวบิน 95 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ มากกว่าสายการบินเต็มรูปแบบถึงประมาณ 2 เท่า ส่วนจังหวัดอุบลราชธานี การให้บริการเที่ยวบินของสายการบินเต็มรูปแบบ 21 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ในขณะที่สายการบินราคาประหยัดมีให้บริการเที่ยวบิน 62 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ มากกว่าสายการบินเต็มรูปแบบถึงประมาณ 3 เท่า ส่วนจังหวัดขอนแก่นจำนวนเที่ยวบินไปกลับต่อ

1 สัปดาห์ไม่แตกต่างกันมากนัก มีการให้บริการเที่ยวบินของสายการบินเต็มรูปแบบ 35 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ส่วนสายการบินราคาประหยัดมีให้บริการเที่ยวบิน 49 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาคุณลักษณะและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเส้นทางกรุงเทพฯ – ขอนแก่น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในด้านจำนวนเที่ยวบิน ด้านทัศนคติต่อการให้บริการ เป็นต้น เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารสำหรับผู้ประกอบการสายการบินภายในประเทศรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดธุรกิจสายการบิน รวมถึงอาจจะมีประโยชน์ในด้านการเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดสำหรับสายการบินภายในประเทศรายเก่า

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเส้นทางกรุงเทพฯ – ขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อการให้บริการของสายการบินราคาประหยัดเส้นทางกรุงเทพฯ – ขอนแก่น

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทำให้ทราบถึงคุณลักษณะและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเส้นทางกรุงเทพฯ – ขอนแก่น รวมถึงทัศนคติต่อการให้บริการของสายการบินราคาประหยัดเพื่อสอดคล้องกับความต้องการของผู้โดยสารสำหรับผู้ประกอบการสายการบินภายในประเทศรายใหม่ที่จะเข้าสู่ตลาดธุรกิจสายการบิน และเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินรายเก่า

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารที่เดินทางจากเส้นทางกรุงเทพฯ - ขอนแก่น โดยเป็นผู้โดยสารที่มีสัญชาติไทยที่ใช้บริการสายการบินภายในประเทศ และจะแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด

ขอบเขตด้านสถานที่ ทำการศึกษาจากผู้โดยสาร ณ สนามบินขอนแก่น

ขอบเขตด้านระยะเวลา ช่วงเวลาที่ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 15 วัน

1.5 นิยามศัพท์

สายการบินไทยสมายล์ หมายถึง ผู้ให้บริการขนส่งทางอากาศ เป็นสายการบินในประเทศไทย ดำเนินการโดยการบินไทย มีการปรับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการบริการให้มีความเหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าที่เดินทางในเส้นทางการบินระยะสั้น และยังคงให้บริการเต็มรูปแบบเช่นเดียวกับสายการบินแบบ Full Service- Light Premium อาทิการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มแบบ snack box ทุกที่นั่ง การให้น้ำหนักสัมภาระ การเลือกที่นั่ง รายการสะสมไมล์และการใช้บริการห้องรับรองสำหรับชั้นโดยสารแบบสมายล์พลัส เป็นต้น ส่วนด้านราคาโดยสายจะถูกลงกว่าการบินไทย 10 -15 เปอร์เซ็นต์แล้วแต่เส้นทาง โดยไม่มีการแข่งราคาออกตั๋วโปรโมชันตัว 0 - 99 บาท แบบสายการบินราคาประหยัด

สายการบินไทยแอร์เอเชีย หมายถึง ผู้ให้บริการขนส่งทางอากาศ โดยใช้อากาศยานและใช้การบริหารจัดการแบบประหยัด โดยมุ่งเน้นการลดต้นทุนด้านบริการของสายการบินให้ต่ำลงเพื่อสามารถกำหนดราคาโดยสายให้ถูกกว่าสายการบินปกติเช่น ไม่มีบริการของว่างและเครื่องดื่มบนเครื่อง แต่สามารถซื้อเครื่องดื่มบนเครื่องได้

สายการบินนกแอร์ หมายถึง ผู้ให้บริการขนส่งทางอากาศ โดยใช้อากาศยานและใช้การบริหารจัดการแบบประหยัดเพื่อกำหนดราคาโดยสายให้มีรายล้อมเยาแต่มีมาตรฐานการดูแลรักษาในมาตรฐานเดียวกันกับสายการบินไทยทุกประการ ส่วนด้านบริการมีบริการอาหารว่างอาร์ดีแอนน์กับน้ำดื่มกระปุก 100 ซีซี

บทที่ 2

กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการบินภายในประเทศแบบราคาประหยัดในครั้งนี้มีกรอบแนวคิดทางทฤษฎีที่เกี่ยวกับแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาและได้ศึกษา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกของบุคคล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

2.1 กรอบแนวคิดทางทฤษฎี

1) แบบจำลอง Binary Logit

ในการศึกษาครั้งนี้การวิเคราะห์ผู้โดยสาร ผู้วิจัยได้กำหนดให้ผู้โดยสารมีทางเลือก 2 ทางเลือกคือ ผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการบินราคาประหยัดและสายการบินเต็มรูปแบบ โดยถ้า ผู้โดยสารเลือกสายการบินราคาประหยัดจะบันทึกค่า $Y_i = 1$ แต่หากผู้โดยสารเลือกสายการบินเต็มรูปแบบจะบันทึกค่า $Y_i = 0$ ซึ่งการที่มีค่าตัวแปรตาม (dependent variables) เพียงสองค่าคือ 1 และ 0 เช่นนี้จะสามารถวิเคราะห์ได้ด้วยแบบจำลอง Binary Logit (Judge ,et al, 1988)

เมื่อกำหนดให้ P_i แทนโอกาสที่ผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการบินราคาประหยัด หรือโอกาสที่ $Y_i = 1$ และ $1 - P_i$ แทนโอกาสที่ผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการบินเต็มรูปแบบ หรือโอกาสที่ $Y_i = 0$ จะสามารถเขียน Probability Function ได้ดังนี้

$$f(y_i) = P_i^{y_i}(1 - P_i)^{1-y_i} \quad y_i = 0, 1$$

ในงานศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยสนใจที่จะวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ P_i ซึ่งปัจจัยดังกล่าวคือคุณลักษณะของผู้เลือกหรือคุณลักษณะของผู้โดยสาร (characteristics of individual) และให้แทนด้วย w_i และเมื่อกำหนดให้ U_{i0} และ U_{i1} เป็นอรรถประโยชน์ของบุคคลที่ i จากการเดินทางโดยสารสายการบินเต็มรูปแบบและสายการบินราคาประหยัด \bar{U} เป็นอรรถประโยชน์เฉลี่ยของบุคคล แล้วจะเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$U_{i0} = \bar{U}_{i0} + e_{i0} = w_i' \gamma_0 + e_{i0}$$

$$U_{i1} = \bar{U}_{i1} + e_{i1} = w_i' \gamma_1 + e_{i1}$$

บุคคลหนึ่งๆจะเลือกทางเลือกใดๆก็ต่อเมื่อ $U_{i1} > U_{i0}$ หรือหากสร้างตัวแปร Latent ขึ้นมา

คือ $y_i^* = U_{i1} - U_{i0}$ แล้วจะพบผลลัพธ์ดังนี้

$$y_i = \begin{cases} 1 & \text{if } y_i^* > 0 \\ 0 & \text{if } y_i^* \leq 0 \end{cases}$$

ซึ่งตัวแปรดังกล่าวสามารถเขียนใหม่ได้ว่า

$$\begin{aligned} y_i^* &= w'_i(\gamma_1 - \gamma_0 + (e_{i1} + e_{i0})) \\ &= x'_i \beta + e_i^* \end{aligned}$$

ซึ่ง x_i คือ เมตริกซ์ของตัวแปรต้น(explanatory variables)

β คือ เวกเตอร์ค่าสัมประสิทธิ์จากการประมาณค่า

e_i^* คือ เวกเตอร์ของค่าคลาดเคลื่อน

แล้วโอกาสที่ $y_i^* = 1$ จะมีค่าดังต่อไปนี้

$$P_i = Pr[y_i = 1] = Pr[y_i^* > 0] = Pr[e_i^* > x'_i \beta]$$

ในสมการนี้ค่าความคลาดเคลื่อนอาจมีการกระจายในหลายรูปแบบ หากค่าคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงแบบปกติ (normal distribution) แล้วจะทำให้ cumulative probability function (c.d.f.) เขียนได้ว่า

$$F(t) = \int_{-\infty}^t (2\pi)^{-\frac{1}{2}} e^{-x^2/2} dx$$

ซึ่งจะต้องทำการประมาณค่าความน่าจะเป็นด้วยแบบจำลอง Probit อีกรูปแบบหนึ่งของการกระจายของค่าคลาดเคลื่อน คือ การแจกแจงแบบลอจิสติกส์ (logistic distribution) ซึ่งจะทำให้ cumulative probability function (c.d.f.) เขียนได้ว่า

$$F(t) = \frac{1}{1 + \exp(-t)}$$

ซึ่งจะต้องทำการประมาณค่าความน่าจะเป็นด้วยแบบจำลอง Logit
 อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าค่าความคลาดเคลื่อนจะแจกแจงแบบใดก็ตามคุณสมบัติที่ว่า
 $F(-t) = 1 - F(t)$ ยังคงเหมือนกัน ซึ่งจะทำให้โอกาสของการเกิด $y_i = 1$ ได้ใหม่ว่า

$$P_i = Pr[e_i^* > x'_i \beta]$$

$$= 1 - Pr[e_i^* < -x'_i \beta] = 1 - F(-x'_i \beta)$$

$$\text{ดังนั้น} = F(x'_i \beta)$$

ในการประมาณค่าด้วยแบบจำลอง Binary Logit ให้ P_i เป็นตัวประมาณค่า(estimator)
 ของ P_i หรือความเป็นไปได้ที่ผู้โดยสารจะเลือกสายการบินราคาประหยัด ซึ่งเขียนเป็นสมการได้
 ใหม่ว่า

$$p_i = P_i + e_i = (x'_i \beta) + e_i$$

โอกาสที่ผู้โดยสารจะเลือกสายการบินราคาประหยัดสามารถเขียนได้ในแบบจำลอง
 Binary Logit ดังนี้

$$P_i(y = 1) = F(x'_i \beta) \frac{1}{1 + \exp(-x'_i \beta)}$$

และเมื่อทำการสุ่มตัวอย่าง จะได้โอกาสดังกล่าวของผู้โดยสารแต่ละคน คือ P_i ซึ่ง
 เขียน Odd Ratio

หรืออัตราส่วนของโอกาสที่จะเลือกสายการบินราคาประหยัดต่อการเลือกสายการบิน
 เต็มรูปแบบได้ว่า **Error! Bookmark not defined.**

$$\frac{p_i}{1 - p_i}$$

ค่า Natural Logarithm ของ Odd Ratio จะให้ผลลัพธ์เป็นแบบจำลองเส้นตรง ดังนี้

$$\ln\left(\frac{p_i}{1 - p_i}\right) = \ln\left(\frac{P_i}{1 - P_i}\right) + \frac{e_i}{P(1 - P_i)} = x'_i \beta + u_i$$

ทั้งนี้ Odd Ratio ของประชากร คือ

$$\ln\left(\frac{p_i}{1-p_i}\right) = x'_i \beta$$

การคำนวณหา Marginal effect ของแบบจำลอง Binary Logit

เนื่องจากการประมาณด้วยแบบจำลอง Binary Logit ค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณได้สามารถบอกทิศทางของตัวแปรอิสระเท่านั้น แต่ไม่สามารถบอกได้ว่าเมื่อให้ค่าตัวแปรอิสระเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ค่าความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่เป็นไปได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร จากโอกาสที่ผู้โดยสารจะเลือกสายการบินราคาประหยัดที่ P_i คือโอกาสที่ผู้โดยสาร i จะเลือกสายการบินราคาประหยัดซึ่งเขียนในแบบจำลอง Binary Logit ได้ดังนี้

$$P_i = \frac{1}{1 + \exp(-x'_i \beta)}$$

โดยที่ P_i คือ โอกาสที่ผู้โดยสาร i จะเลือกสายการบินราคาประหยัด สามารถคำนวณหา Marginal effect ได้โดย differentiating สมการ Binary Logit ข้างต้นด้วยตัวแปรที่ต้องการหาความน่าจะเป็นดังนี้

$$\frac{\partial P_i}{\partial x_{ij}} = \frac{\beta_j \cdot \exp(-x'_i \beta)}{[1 + \exp(-x'_i \beta)]^2}$$

โดยที่ x_{ij} คือตัวแปรที่ j (ซึ่งต้องการหาว่าถ้าตัวแปรดังกล่าวเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ความน่าจะเป็นของการเลือกสายการบินราคาประหยัดจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร)

ของผู้โดยสารของที่ $i \quad i = 1, 2, \dots, n$

β_j คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร $j = 1, 2, \dots, n$

2) ส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการ

การบริหารจัดการทางธุรกิจของสายการบินราคาประหยัดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร จำเป็นที่จะต้องกำหนดส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสม ซึ่งกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ (Marketing Mix หรือ 7P's) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปฏิญลักษณ์ นนท, สุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช, 2546 : หน้า 337) ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (product or Service) คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่ดี และสร้างภาพลักษณ์ในตราสินค้า ต้องมีการพัฒนาด้านคุณภาพ ความเชื่อถือ ความประหยัด และตราสินค้า เพื่อให้เป็นที่รู้จักและยอมรับของลูกค้า

2. ราคา (price) คือ การพิจารณาด้านราคาจะต้องรวมถึงระดับราคา ส่วนลด และเงินโอน การชำระเงิน เนื่องจากราคามีส่วนในการทำให้บริการต่างๆ มีความแตกต่างกันและมีผลต่อผู้บริโภค โดยเทียบระหว่างราคาและคุณภาพบริการ ราคาเป็นสิ่งที่ใช้แสดงภาพลักษณ์ของบริษัท การกำหนดราคา ควรกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ

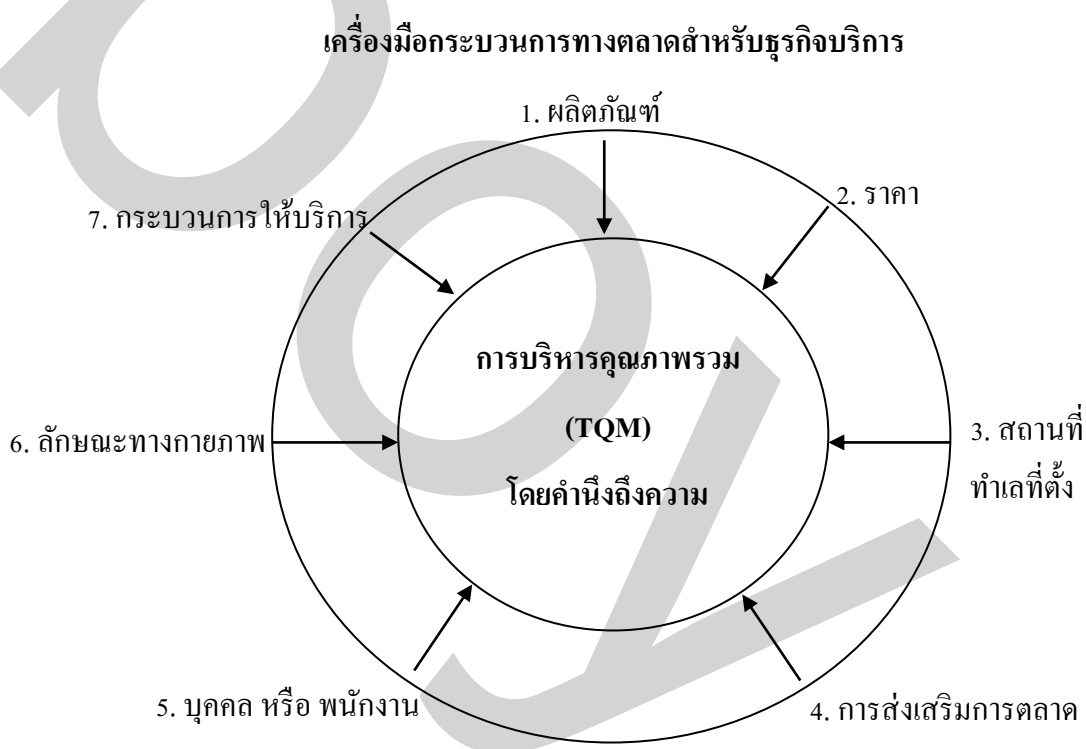
3. สถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) คือ ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึงเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญของการตลาดบริการ ทั้งนี้ความยากง่ายในการเข้าถึงบริการนั้นมีใช้เฉพาะการเน้นทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นสถานที่/ประเภทของช่องทางการจัดจำหน่าย จะต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้บริโภคจึงเป็นปัจจัยสำคัญของการให้บริการ

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) คือ เน้นการขายโดยพนักงานขายเป็นหลัก อาจมาจากการโฆษณาผ่านสื่อเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย จะต้องทำการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายอย่างไร เพื่อให้กลุ่มลูกค้าสามารถทราบและต้องการซื้อสินค้าและบริการที่จัดขึ้น

5. บุคลากรหรือพนักงาน (people or Employee) คือ ธุรกิจให้บริการของสายการบิน จำเป็นต้องอาศัยพนักงานที่ต้องผ่านการคัดเลือก การฝึกอบรม การสร้างแรงจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งอื่น ต้องมีการแต่งกายที่เหมาะสม บุคลิกภาพดี หน้าตายิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพอ่อนน้อม พนักงานต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า มีทัศนคติที่ดี มีความคิดริเริ่ม และสามารถให้บริการแก่ลูกค้าเพื่อให้เกิดความประทับใจและความเชื่อมั่นในการบริการที่ได้รับจากพนักงาน

6. ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence)คือ ต้องมีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (total quality management : TQM) เช่น บริษัทต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer - value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ เป็นต้น

7. กระบวนการให้บริการ (process)คือ เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้า รวดเร็วและประทับใจ (customer satisfaction)กระบวนการให้บริการต้องมีกระบวนการให้บริการที่คล่องตัว สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้โดยสารรับรู้ถึงความสะดวกสบายที่ได้รับ ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 เครื่องมือกระบวนการทางตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญลักษณ์ตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช, 2546 : หน้า 337.

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัจฉนา สันติสุข (2549) ได้ทำการศึกษาการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการบินภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยใช้แบบจำลอง Multinomial Logit สำหรับวิเคราะห์ผู้โดยสารชาวไทย 547 ตัวอย่าง และแบบจำลอง Binary Logit สำหรับวิเคราะห์ผู้โดยสารชาวต่างชาติ 509 ตัวอย่าง นอกจากนี้ใช้วิธี Deseasonalized Time Trend เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มจำนวนผู้โดยสารภายหลังจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการ

ผลการศึกษาในประเด็นแรก คือ ลักษณะผู้โดยสารชาวไทยจะเลือกใช้บริการบินไทย ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง จุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อทำงาน โดยจะเป็นการจองตั๋วผ่านตัวแทนจำหน่าย ในขณะที่ผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการบินนกแอร์หรือสายการบินไทยแอร์เอเชีย เป็นผู้ชอบจองตั๋วผ่านอินเทอร์เน็ต เพราะราคาค่าโดยสารไม่คงที่ หากจองล่วงหน้านานราคาจะถูกกว่า โดยจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางเองส่วนสายการบินวัน ทู โก จะจองตั๋วล่วงหน้าไม่เกิน 3 วัน

ประเด็นที่สองคือลักษณะผู้โดยสารชาวต่างชาติซึ่งเลือกใช้บริการบินไทย โดยจองตั๋วล่วงหน้านานตั้งแต่ 1 เดือนขึ้นไป และผู้โดยสารที่มีอายุมากขึ้นจะมีแนวโน้มเลือกใช้บริการบินไทยมากขึ้น ในขณะที่ผู้โดยสารชาวต่างชาติของสายการบินต้นทุนต่ำเป็นผู้โดยสารที่เดินทางมาพร้อมกับเพื่อน

ประเด็นที่สามคือจำนวนผู้โดยสารโดยรวมหลังจากมีสายการบินต้นทุนต่ำให้บริการแล้วของท่าอากาศยานกรุงเทพฯ และหาดใหญ่มีแนวโน้มคงที่ แต่ท่าอากาศยานเชียงใหม่และเชียงรายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

วิทวัส อุดมกิตติ (2549) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยโดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด และใช้เครื่องมือทางสถิติวิเคราะห์ข้อมูลค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ Chi - square และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ คือปัจจัยด้านระดับการศึกษาและปัจจัยด้านการตลาด 7P ซึ่งให้น้ำหนักในด้านการบริการเน้นความปลอดภัยในการเดินทางมาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านบุคคลและลักษณะทางกายภาพ

จักรกฤษณ์ คำพิชัย (2548) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางการบินกรุงเทพฯ - เชียงใหม่โดยใช้การเก็บแบบสอบถามจากผู้ให้บริการสายการบินไทยและสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้ง 3 สายการบิน จำนวน 400 รายที่เดินทางผ่านสนามบินเชียงใหม่ พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการส่วนใหญ่มีลักษณะและ

พฤติกรรมที่ที่คล้ายคลึงกันทั้งกลุ่มผู้โดยสารสายการบินไทยและสายการบินต้นทุนต่ำส่วนใหญ่คนที่เดินทางเป็นเพศชาย อายุเฉลี่ยประมาณ 35-38 ปี รายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 10,000 - 49,999 บาท มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชนวัตถุประสงค์การเดินทางครั้งนี้เพื่อติดต่อธุรกิจและทำงาน และมักเดินทางคนเดียวโดยส่วนใหญ่จะเดินทางเฉลี่ย 8-9 ครั้งต่อปี และเลือกที่จะกลับมาใช้บริการอีก

ส่วนการวิเคราะห์ลักษณะและพฤติกรรมของผู้โดยสารโดยใช้แบบจำลองโลจิตพบว่า มีตัวแปรแค่ 6 ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติจาก 18 ตัวแปรที่นำมาทำการศึกษา พบว่าที่ระดับความเชื่อมั่น 99% คือกลุ่มอาชีพผู้โดยสารการกลับมาใช้สายการบินเดิมอีกครั้ง การจองตั๋วผ่านระบบอินเทอร์เน็ตการหาข้อมูลก่อนการเดินทาง ส่วนที่ระดับความเชื่อมั่น 95% คือผู้ร่วมเดินทางและที่ระดับความเชื่อมั่น 90% คือ ระยะเวลาที่พักจุดหมายปลายทาง

สุธิดา เมธีธรรพวงศ์วานิช (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้สายการบินไทยแอร์เอเชีย ในจังหวัดเชียงใหม่ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จากผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียจำนวน 120 ชุด และใช้เครื่องมือทางสถิติวิเคราะห์ข้อมูล ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ Chi - square เพื่อนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์และทำการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงโสด อายุ อยู่ในช่วงประมาณ 21-31 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัวและค้าขาย มีรายได้เฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 18,000 บาท และจะเดินทางเพื่อทำธุระส่วนตัวและท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ มีการใช้บริการของสายการบินโดยเฉลี่ย 2 ครั้งและมากกว่าต่อปี โดยมีค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งตั้งแต่ 1,101 บาทขึ้นไป

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้ใช้บริการสายการบินแอร์เอเชีย พบว่าปัจจัยด้านการให้บริการ ได้แก่ ขนาดของเครื่องบิน ความพอเพียงของจำนวนเที่ยวบินในแต่ละวัน ความนุ่มนวลระหว่างขึ้นลง ความเหมาะสมของระยะเวลาการเดินทาง ความปลอดภัย พนักงานต้อนรับและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในห้องโดยสาร โดยมีความสัมพันธ์ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ส่วนการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อลักษณะอุปสงค์ของผู้ใช้บริการสายการบินแอร์เอเชีย พบว่า ตัวปัจจัยที่มีอิทธิพลระดับปานกลางคือ ปัจจัยด้านการให้บริการของสายการบินและปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลระดับน้อย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 การกำหนดกลุ่มตัวอย่างและขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้คือ จะสุ่มตัวอย่างจากผู้โดยสารที่เดินทางจากเส้นทาง กรุงเทพฯ-ขอนแก่น และเป็นผู้โดยสารที่มีสัญชาติไทยที่ใช้บริการสายการบินภายในประเทศแต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนผู้โดยสารที่จะเดินทางที่แน่นอนจึงไม่สามารถกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ ในการศึกษาค้างนี้ผู้วิจัยจึงใช้สูตรของ Cochran ในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษางานวิจัยค้างนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2553, หน้า 26)

$$n = \frac{z^2 pq}{E^2}$$

เมื่อ n แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา

p แทนค่าความน่าจะเป็นของกลุ่มประชากรเท่ากับ 0.5

q แทน $1-p$ เท่ากับ 0.5

Z แทน ค่าที่ระดับความเชื่อมั่น หรือระดับนัยสำคัญถ้าระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$

(กำหนดให้ $Z =$ ร้อยละ 95 ดังนั้น $Z = 1.96$)

E แทนระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ โดยกำหนดให้เท่ากับ 5% หรือ (0.05)

ดังนั้นจึงหาค่า n ได้ดังนี้

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

หรือประมาณ $n = 384$

จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ได้จำนวน 384 ชุด เพื่อลดความผิดพลาดในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุดเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) โดยการเก็บแบบสอบถามจะทำการเก็บจากผู้โดยสาร ณ สนามบินขอนแก่นเพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารที่มาจังหวัดขอนแก่นที่แน่นอน ซึ่งที่สนามบินขอนแก่นมีสายการบินที่ให้บริการอยู่ 3 สายการบิน คือ สายการบินไทยสมายส์ ซึ่งเป็นสายการบินเต็มรูปแบบ ส่วนสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินนกแอร์ เป็นสายการบินราคาประหยัด โดยแจกแบบสอบถามวันละ 3 รอบ คือช่วงเช้า เวลา 07.00-11.00 น. ช่วงบ่ายเวลา 11.01-15.00 น. และช่วงเย็นเวลา 15.01-20.30 น. รอบละประมาณ 20 ชุด หรือประมาณวันละ 60 ชุดต่อวัน ระยะเวลาที่เก็บแบบสอบถาม 15 วัน

3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้จากการออกแบบสอบถามสำรวจผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินภายในประเทศ เส้นทาง กรุงเทพฯ-ขอนแก่น โดยแบบสอบถามที่ใช้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้โดยสาร

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสายการบินในประเทศของผู้โดยสาร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและทัศนคติของผู้โดยสาร

ต่อการให้บริการของสายการบินราคาประหยัด

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต รวมถึงการหาข้อมูลจากหนังสือวิทยานิพนธ์และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในแบบสอบถามส่วนที่ 1 และ ส่วนที่ 2 ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) ซึ่งมีรูปแบบสมการดังนี้

ตัวแปร

$y = 1$ คือ ผู้โดยสารที่เลือกใช้ สายการบินราคาประหยัด

$y = 0$ คือ ผู้โดยสารที่เลือกใช้ สายการบินเต็มรูปแบบ

$$\begin{aligned}
 y = & \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 A_1 + \beta_4 X_4 A_2 + \beta_4 X_4 A_3 \\
 & + \beta_5 X_5 B_1 + \beta_5 X_5 B_2 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 C_1 + \beta_7 X_7 C_2 + \beta_7 X_7 C_3 \\
 & + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + \beta_{10} X_{10} + \beta_{11} X_{11} + \beta_{12.1} X_{12.1} + \beta_{12.2} X_{12.2} \\
 & + \beta_{12.3} X_{12.3} + \beta_{12.4} X_{12.4} + \beta_{12.5} X_{12.5} + \beta_{12.6} X_{12.6} + \beta_{12.7} X_{12.7} \\
 & + \beta_{12.8} X_{12.8} + u_i
 \end{aligned}$$

โดยที่ X_1	คือ เพศ = 1 : ถ้าเป็นเพศหญิง = 0 : ถ้าเป็นเพศชาย
X_2	คือ อายุ (ปี) (ตัวแปรเชิงปริมาณ)
X_3	คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตัวแปรเชิงปริมาณ)
X_4	คือ อาชีพ (พนักงานบริษัทเอกชน เป็นตัวแปรฐาน) โดย $X_4 A_1$ = 1 : ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ = 0 : อาชีพอื่นๆ $X_4 A_2$ = 1 : นักธุรกิจ / ประกอบธุรกิจส่วนตัว = 0 : อาชีพอื่นๆ $X_4 A_3$ = 1 : นักเรียน / นักศึกษา = 0 : อาชีพอื่นๆ
X_5	คือ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง (ติดต่อธุรกิจ ทำงาน เป็นตัวแปรฐาน) โดย $X_5 B_1$ = 1 : ท่องเที่ยว / พักผ่อน = 0 : วัตถุประสงค์อื่นๆ $X_5 B_2$ = 1 : กลับบ้าน / เยี่ยมญาติ หรือ เพื่อน = 0 : วัตถุประสงค์อื่นๆ
X_6	คือ รูปแบบการซื้อตั๋วเครื่องบิน = 1 : ซื้อตั๋วผ่านอินเทอร์เน็ต = 0 : ซื้อตั๋วผ่านทางอื่นๆ เช่น เกลนเตอร์ Call Center เป็นต้น

X_7	คือ	รูปแบบการชำระเงินค่าตัวเครื่องบิน (บัตรเครดิตเป็นตัวแปรฐาน) โดย	
	X_{7,C_1}	= 1 : เงินสด = 0 : ชำระผ่านทางอื่นๆ	
	X_{7,C_2}	= 1 : โอนเงินผ่านธนาคาร = 0 : ชำระผ่านทางอื่นๆ	
	X_{7,C_3}	= 1 : เคนเตอร์เซอร์วิส = 0 : ชำระผ่านทางอื่นๆ	
X_8	คือ	การหาซื้อตั๋วเครื่องบินล่วงหน้า	
		= 1 : ซื้อตั๋วล่วงหน้ามากกว่า 3 วัน = 0 : ซื้อตั๋วล่วงหน้าภายใน 3 วัน	
X_9	คือ	ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบิน	
		= 1 : ไม่มีใครร่วมตัดสินใจ (ตัดสินใจด้วยตัวเอง) = 0 : มีคนร่วมตัดสินใจ	
X_{10}	คือ	ผู้ร่วมเดินทาง	
		= 1 : คนเดียว = 0 : มาพร้อมกับบุคคลอื่น	
X_{11}	คือ	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยเฉลี่ย (ตัวแปรเชิงปริมาณ)	
X_{12}	คือ	แหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสาร โปรโมชัน ตารางบิน เที่ยวบิน เป็นต้น	
โดย	เพื่อนหรือญาติพี่น้อง ($X_{12,1}$)	= 1 : ใช่ = 0 : ไม่ใช่	
	หนังสือแนะนำเที่ยว / สิ่งพิมพ์ต่างๆ ($X_{12,2}$)	= 1 : ใช่ = 0 : ไม่ใช่	
	โทรทัศน์ / วิทยู ($X_{12,3}$)	= 1 : ใช่ = 0 : ไม่ใช่	
	ป้ายประกาศบนท้องถนน ($X_{12,4}$)	= 1 : ใช่ = 0 : ไม่ใช่	
	เว็บไซต์ของสายการบิน ($X_{12,5}$)	= 1 : ใช่ = 0 : ไม่ใช่	

บริการ (Call Center Service) ($X_{12,6}$)	= 1 : ใช่
	= 0 : ไม่ใช่
บริษัทนำเที่ยว ($X_{12,7}$)	= 1 : ใช่
	= 0 : ไม่ใช่
Social Media ต่างๆ เช่น facebook line เป็นต้น ($X_{12,8}$)	= 1 : ใช่
	= 0 : ไม่ใช่

β_0	คือ	ค่าคงที่ ที่เป็นค่าของตัวแปรตามเมื่อตัวแปรอิสระเป็นศูนย์
β_i	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์ ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม
X_j	คือ	ตัวแปรอิสระชนิดที่ j โดย $j= 1,2,3,\dots,24$
u_i	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อน
i	คือ	ลำดับที่ของข้อมูลที่ i โดย $i= 1,2,3,\dots,400$

ที่มาและคำจำกัดความของตัวแปรอิสระบางตัว

การซื้อตั๋วล่วงหน้า

ระยะเวลาการซื้อตั๋วโดยสารล่วงหน้าในระยะเวลาต่างๆ มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบิน ซึ่งสามารถบอกได้ว่าผู้โดยสารมีการเตรียมตัววางแผนที่จะเดินทางอย่างดีเพื่อลดความคลาดเคลื่อนเรื่องของเวลาและค่าใช้จ่ายในการซื้อตั๋วโดยสาร เนื่องจากบางสายการบินเมื่อซื้อตั๋วล่วงหน้านานๆ จะได้ราคาตั๋วโดยสารที่ถูก แต่ถ้าหากซื้อในวันเดินทางหรือใกล้วันเดินทาง ราคาตั๋วโดยสารจะยิ่งแพง ดังนั้นระยะเวลาการซื้อตั๋วโดยสารจึงมีผลต่อราคาตั๋วโดยสาร อีกทั้งยังเป็นการทดสอบตัวแปรของงานคุณ อัจฉนา สันติสุข ที่กำหนดตัวแปรไว้ว่า ให้ 1 คือผู้โดยสารที่จองตั๋วในวันเดินทาง หรือก่อนล่วงหน้าไม่เกิน 3 วัน และ 0 คือผู้โดยสารจองตั๋วล่วงหน้าตั้งแต่ 4 วันขึ้นไป

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้งในงานวิจัยครั้งนี้หมายถึงเฉพาะแค่ราคาตั๋วโดยสารในการเดินทางมาเส้นทางกรุงเทพฯ - ขอนแก่นในครั้งนี้นี้เท่านั้น ไม่ได้หมายถึงราคาตั๋วโดยสารโดยเฉลี่ยที่เคยเดินทางที่ผ่านมา และไม่ได้หมายถึงราคาตั๋วรวมค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่ต้องเสียเพิ่มเติมในขณะที่เดินทางบนเครื่องบินโดยสาร

แหล่งที่มาของข้อมูลข่าวสาร โปรโมชัน ตารางบิน เที่ยวบิน

ช่องทางในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อที่จะใช้ในการตัดสินใจในที่มีหลายช่องทาง ในที่นี้ขออธิบายในส่วนช่องทางป้ายประกาศบนท้องถนน ซึ่งจะจำกัดแค่ป้ายโฆษณาของสายการบินเต็มรูปแบบซึ่งในงานวิจัยนี้คือ สายการบินไทยสมายล์และสายการบินราคาประหยัด ซึ่งมี 2 สายการบิน คือ สายการบินนกแอร์และสายการบินไทยแอร์เอเชีย เท่านั้นไม่นับป้ายโฆษณาของสายการบินสายอื่นๆ

ในแบบสอบถามส่วนที่ 3 ทศนคติของผู้โดยสารต่อสายการบินราคาประหยัดระหว่างสายการบินนกแอร์และสายการบินแอร์เอเชีย โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของไลเคอร์ท (Likert Scale) เพื่อให้ทัศนคติที่วัดออกมาในรูปปริมาณ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ปานกลาง	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

โดยคะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548)

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึงเห็นด้วยอย่างยิ่ง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	หมายถึงเห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึงปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึงไม่เห็นด้วย
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 1.49	หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

บทที่ 4

ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาคูณลักษณะและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเส้นทางกรุงเทพ – ขอนแก่นเป็นการศึกษาโดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาควบคู่กับการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานจากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักลงทุนจำนวน 400 ราย ซึ่งผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

4.1 คุณลักษณะและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเส้นทางกรุงเทพ - ขอนแก่น

4.1.1 การศึกษาคูณลักษณะและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเส้นทางกรุงเทพ - ขอนแก่นผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายคุณลักษณะพื้นฐานของของผู้โดยสารทั้ง 2 กลุ่ม โดยจะค่าสถิติร้อยละเป็นตัวอธิบายถึงคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์และปัจจัยแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และค่าใช้จ่าย โดยมีรายละเอียดของการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกผู้โดยสารตามสายการบินที่ใช้บริการ

สายการบิน	จำนวน	ร้อยละ
สายการบินเต็มรูปแบบ	174	43.5
สายการบินราคาประหยัด	226	56.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 สายการบิน จะพบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดมากถึงจำนวน 226 คน และเลือกใช้บริการสายการบินเต็มรูปแบบ จำนวน 174 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.50 และ 43.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างเพศกับการการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ

เพศ	สายการบิน ราคาประหยัด	สายการบิน บริการเต็ม รูปแบบ	รวม	ร้อยละ
ชาย	91	68	159	0.2
หญิง	135	106	241	9.8
รวม	226	174	400	100

จากตารางที่ 4.2 เพศจะพบว่า ผู้โดยสารที่เดินทางส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 241 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60.2 โดยส่วนมากจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัด จำนวน 135 คน รองลงมาจะเลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 106 คน ส่วนผู้โดยสารเพศชายซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 159 คน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.8 โดยส่วนมากจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 91 คน รองลงมาจะเลือกใช้บริการสายการบินเต็มรูปแบบ จำนวน 68 คน

ตารางที่ 4.3 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างอาชีพกับการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ

อาชีพ	สายการบิน ราคาประหยัด	สายการบิน บริการเต็มรูปแบบ	รวม	ร้อยละ
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	55	47	102	25.5
พนักงานบริษัทเอกชน	103	64	167	41.8
นักเรียน / นักศึกษา	38	26	64	16
นักธุรกิจ / ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	30	37	67	16.8
รวม	226	174	400	100

จากตารางที่ 4.3 อาชีพจะพบว่าเปรียบเทียบระหว่างอาชีพกับการเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดและสายการบินบริการเต็มรูปแบบได้ผลดังนี้

1. อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 167 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.8 พบว่าโดยส่วนมากจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 103 คน และจะเลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 64 คน

2. อาชีพข้าราชการหรือ รัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 102 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.5 พบว่าโดยส่วนมากจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 55 คน และจะเลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 47 คน

3. อาชีพนักธุรกิจ หรือประกอบธุรกิจส่วนตัวซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 67 คนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.8 พบว่าโดยส่วนมากจะเลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 37 คน และจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 30 คน

4. อาชีพนักเรียน หรือนักศึกษาซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 64 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16 พบว่าโดยส่วนมากจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 38 คน และจะเลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 26 คน

ตารางที่ 4.4 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างอายุ รายได้ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางกับการเลือกใช้บริการบินภายในประเทศ

Variable	Mean	S.D.	สายการบิน ราคาประหยัด	สายการบิน บริการเต็มรูปแบบ
อายุ (ปี)	31.42	9.60388	30.75	32.3
รายได้ (บาท/เดือน)	30,110.95	2.5621	28,900.13	31,683.62
ค่าใช้จ่าย (บาท/ครั้ง)	1,632.32	6.96405	1,412.32	1,918.07

จากตารางที่ 4.4 พบว่าอายุเฉลี่ย (Mean) ของผู้โดยสารโดยส่วนใหญ่อยู่ที่ 31.42 ปี ซึ่งผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดมีค่าMean อยู่ที่ 30.75 ปี โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 28,900.13 บาทและมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้งของผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดอยู่ที่ 1,412.32 บาทส่วนผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบมีค่าMean อยู่ที่ 32.30 ปี โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่ 31,683.62 บาท และมีค่าใช้จ่ายใน

การเดินทางต่อครั้งของผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบอยู่ที่ 1,918.07 บาท ต่อครั้ง

ตารางที่ 4.5 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางกับการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ

วัตถุประสงค์	สายการบิน ราคาประหยัด	สายการบิน บริการเต็ม รูปแบบ	รวม	ร้อยละ
ท่องเที่ยว / พักผ่อน	73	39	12	28
ติดต่อธุรกิจ / ทำงาน / สัมมนาฯลฯ	50	71	121	30.2
กลับบ้าน / เยี่ยมญาติ / เพื่อน ฯลฯ	103	64	167	41.8
รวม	226	174	400	100

จากตารางที่ 4.5 วัตถุประสงค์ จะพบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์กลับบ้าน เยี่ยมญาติหรือเพื่อน จำนวนทั้งหมด 167 คนคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.8 โดยจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 103 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 64 คน รองลงมา คือ ผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ติดต่อธุรกิจ ทำงานหรือสัมมนา จำนวนทั้งหมด 121 คนคิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 30.2 โดยจะเลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 71 คน และสายการบินราคาประหยัดจำนวน 50 คนและผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ท่องเที่ยว หรือพักผ่อนจำนวน ทั้งหมด 112 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28 โดยจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 73 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 39 คน

ตารางที่ 4.6 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างวิธีการเลือกซื้อบัตรโดยสารกับการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ

การเลือกซื้อบัตรโดยสาร	สายการบิน ราคาประหยัด	สายการบิน บริการเต็มรูปแบบ	รวม	ร้อยละ
ผ่านเคาน์เตอร์ของสนามบิน	22	15	37	9.25
ผ่านทางอินเทอร์เน็ต	182	140	322	80.5
ผ่านทางโทรศัพท์	22	19	41	10.25
รวม	226	174	400	100

จากตารางที่ 4.6 การเลือกซื้อบัตรโดยสารพบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่จะเลือกที่ใช้วิธีการเลือกซื้อบัตรโดยสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตจำนวน 322 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.8 โดยจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 182 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 140 คน รองลงมาคือ ผู้โดยสารที่ใช้วิธีการการเลือกซื้อบัตรโดยสารผ่านทางโทรศัพท์จำนวน 41 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.25 โดยจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 22 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 19 คน และผู้โดยสารที่ใช้วิธีการการเลือกซื้อบัตรโดยสารผ่านทางเคาน์เตอร์ของสนามบินจำนวน 37 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 9.25 โดยจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 22 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 15 คน

ตารางที่ 4.7 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างช่องทางในการชำระค่าตั๋วโดยสารกับการเลือกใช้บริการการบินภายในประเทศ

ช่องทางชำระเงินค่าตั๋ว โดยสาร	สายการบิน ราคาประหยัด	สายการบิน บริการเต็มรูปแบบ	รวม	ร้อยละ
เงินสด	29	18	47	11.8
โอนเงินผ่านธนาคาร	58	23	81	20.2
ผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส	46	38	84	21
บัตรเครดิต	93	95	188	47
รวม	226	174	400	100

จากตารางที่ 4.7 ช่องทางในการชำระค่าตั๋วโดยสารพบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่จะเลือกชำระด้วยบัตรเครดิตจำนวน 188 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 47 โดยจะเลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 95 คน และสายการบินราคาประหยัดจำนวน 93 คน รองลงมาคือผู้โดยสารที่เลือกชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสจำนวน 84 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21 โดยจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 46 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 38 คน ถัดมาคือผู้โดยสารที่ชำระโดยการโอนเงินผ่านธนาคารจำนวน 81 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.2 โดยจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 58 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 23 คน และ ผู้โดยสารที่ชำระเป็นเงินสดจำนวน 47 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.8 โดยจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 29 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 18 คน

ตารางที่ 4.8 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างการซื้อตั๋วโดยสารล่วงหน้ากับการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ

จำนวนวันในการซื้อตั๋วโดยสาร	สายการบิน ราคาประหยัด	สายการบิน บริการเต็มรูปแบบ	รวม
น้อยกว่า 3 วัน /เท่ากับ	39	44	83
มากกว่า 3 วัน	187	130	317
รวม	226	174	400

จากตารางที่ 4.8 การซื้อตั๋วโดยสารจะพบว่า ผู้โดยสารที่ซื้อตั้น้อยกว่า 3 วัน หรือเท่ากับ มีจำนวน 83 คน เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 39 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 44 คน และผู้โดยสารที่ซื้อตั้มากกว่า 3 วัน มีจำนวน 317 คน เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 187 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 130 คน

ตารางที่ 4.9 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ

ผู้มีอิทธิพล	สายการบิน ราคาประหยัด	สายการบิน บริการเต็มรูปแบบ	รวม
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	145	131	276
เพื่อน /เพื่อนร่วมงาน	53	27	80
ลูกน้อง / ลูกจ้าง	8	3	11
หัวหน้างาน / นายจ้าง	16	9	25
ตัวแทนจำหน่ายตั๋วโดยสาร	4	4	8
รวม	226	174	400

จากตารางที่ 4.9 ผู้มีอิทธิพลจะพบว่า ผู้โดยสารที่ตัดสินใจเอง (ไม่มีคนแนะนำ) จำนวน 276 คน เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 145 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 131 คน ส่วนผู้โดยสารที่มีเพื่อน หรือเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพล มีจำนวน 80 คน เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 53 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 27 คน ส่วนผู้โดยสารที่มีลูกน้อง หรือลูกจ้างมีอิทธิพล มีจำนวน 11 คน เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 8 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 3 คน ส่วนผู้โดยสารที่มีหัวหน้างาน หรือนายจ้างมีอิทธิพล มีจำนวน 25 คน เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 16 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 9 คน และผู้โดยสารที่ตัวแทนจำหน่ายตั๋วโดยสารมีอิทธิพล จำนวน 8 คน เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 4 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 4 คน

ตารางที่ 4.10 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างผู้ร่วมเดินทางกับการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ

ผู้ร่วมเดินทาง	สายการบิน ราคาประหยัด	สายการบิน บริการเต็มรูปแบบ	รวม
คนเดียว	100	105	205
เพื่อน /เพื่อนร่วมงาน	65	35	100
ครอบครัว /ญาติ	61	34	95
รวม	226	174	400

จากตารางที่ 4.10 ผู้ร่วมเดินทางจะพบว่า ผู้โดยสารที่เดินทางมาคนเดียวจำนวน 205 คน เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 100 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 105 คน ส่วนผู้โดยสารเดินทางมากับเพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน มีจำนวน 100 คน เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 65 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 35 คน และผู้โดยสารที่เดินทางมากับครอบครัว หรือญาติ จำนวน 95 คน เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดจำนวน 61 คน และสายการบินบริการเต็มรูปแบบ จำนวน 34 คน

ตารางที่ 4.11 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างการได้รับข้อมูลของการให้บริการแต่ละสายการบินกับการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ

ช่องทางการได้รับข้อมูล	สายการบินราคา ประหยัด (226 คน)		สายการบินบริการ เต็มรูปแบบ (174 คน)	
	ใช่	ไม่ใช่	ใช่	ไม่ใช่
เพื่อน /ญาติพี่น้อง	131	95	76	98
หนังสือพิมพ์ /สิ่งพิมพ์ต่างๆ	97	129	60	114
โทรทัศน์ /วิทยุ	117	109	56	118
ป้ายประกาศบนท้องถนน	99	127	40	134
เว็บไซต์ของสายการบิน	181	45	143	31

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ช่องทางการได้รับข้อมูล	สายการบินราคา ประหยัด (226 คน)		สายการบินบริการ เต็มรูปแบบ (174 คน)	
	ใช่	ไม่ใช่	ใช่	ไม่ใช่
บริการ (Call Center Service)	47	179	27	147
บริษัทนำเที่ยว	37	189	21	153
Social Media เช่น Facebook / twitter	185	41	123	51

จากตารางที่ 4.11 จะพบว่า ช่องทางการได้รับข้อมูลของการให้บริการของสายการบิน
ราคาประหยัดจากจำนวน 226 คน แบ่งได้ 8 ด้านดังนี้

1. ด้านเพื่อน หรือญาติพี่น้องสำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบิน
ราคาประหยัดที่ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 131 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ จำนวน 95 คน
2. ด้านหนังสือนำเที่ยว หรือสิ่งพิมพ์ต่างๆสำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบิน
ราคาประหยัดที่ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 97 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ จำนวน 129 คน
3. ด้านโทรทัศน์ หรือวิทยุสำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดที่
ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 117 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ จำนวน 109 คน
4. ด้านป้ายประกาศบนท้องถนนสำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินราคา
ประหยัดที่ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 99 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ จำนวน 127 คน
5. ด้านเว็บไซต์ของสายการบินสำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินราคา
ประหยัดที่ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 181 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ จำนวน 45 คน
6. ด้านบริการ (Call Center Service)สำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบิน
ราคาประหยัดที่ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 47 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ จำนวน 179 คน
7. ด้านบริษัทนำเที่ยวสำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดที่
ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 37 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ จำนวน 189 คน
8. ด้านSocial Media เช่น Facebook หรือ twitter สำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการ
สายการบินราคาประหยัดที่ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 185 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ
จำนวน 41 คน

ส่วนช่องทางการได้รับข้อมูลของการให้บริการของสายการบินบริการเต็มรูปแบบจากจำนวน 174 คน แบ่งได้ 8 ด้านดังนี้

1. ด้านเพื่อน หรือญาติพี่น้องสำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบที่ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 76 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ จำนวน 98 คน

2. ด้านหนังสือแนะนำเที่ยว หรือสิ่งพิมพ์ต่างๆสำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบที่ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 60 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ จำนวน 114 คน

3. ด้านโทรทัศน์ หรือวิทยุสำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบที่ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 56 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ จำนวน 118 คน

4. ด้านป้ายประกาศบนท้องถนนสำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบที่ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 40 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ จำนวน 134 คน

5. ด้านเว็บไซต์ของสายการบินสำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบที่ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 143 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ จำนวน 31 คน

6. ด้านบริการ (Call Center Service)สำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบที่ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 27 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ จำนวน 147 คน

7. ด้านบริษัทนำเที่ยวสำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบที่ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 21 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ จำนวน 153 คน

8. ด้านSocial Media เช่น Facebook หรือ twitter สำหรับผู้โดยสารที่เลือกใช้บริการสายการบินบริการเต็มรูปแบบที่ได้รับข้อมูลด้านนี้มีจำนวน 123 คน และได้รับข้อมูลในด้านอื่นๆ จำนวน 51 คน

4.1.2 การศึกษาคุณลักษณะและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเส้นทางกรุงเทพ - ขอนแก่นผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการวิเคราะห์โดยอาศัยแบบจำลอง Binary logit และ Marginal Effect ดังนี้

ตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเส้นทางกรุงเทพ - ขอนแก่น

Variables	Coefficient	Std. Error	Z	Marginal Effect
C	6.969303	2.944519	2.37	-
เพศ (V2)	-0.0321013	0.2466817	-0.13	-0.0062335
อายุ (V3)	-0.1796144	0.2864121	-0.63	-0.0348777
รายได้ (V4)	-0.0856204	0.1978485	-0.43	-0.0166259
ข้าราชการ (V5)	0.6369614**	0.3044415	2.09	0.1236859
ประกอบธุรกิจส่วนตัว (V6)	-0.7217215**	0.3462753	-2.08	-0.1401447
นักเรียน (V7)	-0.4796264	0.3845306	-1.25	-0.0931344
พักผ่อน (V8)	0.695498**	0.3276671	2.12	0.1350526
กลับบ้าน (V9)	0.6522904**	0.2934358	2.22	0.1266625
รูปแบบการซื้อตั๋ว (V10)	0.0706376	0.3545077	0.20	0.0137165
เงินสด (V11)	0.6234838	0.4429347	1.41	0.1210688
โอนเงิน (V12)	0.8588979**	0.3362096	2.55	0.1667818
เคาน์เตอร์ (V13)	0.2346421	0.2770971	0.85	0.0455631
ซื้อตั๋วล่วงหน้า (V14)	-0.2057207	0.2985034	0.69	-0.0399471
ใครมีอิทธิพล (V15)	-0.1278651	0.2725062	-0.47	-0.024829
ผู้ร่วมเดินทาง (V16)	-0.3593813	0.2455416	-1.46	-0.0697851
ค่าใช้จ่าย (V17)	-0.8221431***	0.2752178	-2.99	-0.1596447
เพื่อน (V18)	0.0241753	0.2470056	0.10	0.0046944
หนังสือพิมพ์ (V19)	-0.2618929	0.2917568	-0.90	-0.0508547
โทรทัศน์ (V20)	0.04494375	0.2875554	1.56	0.0872723
ป้ายประกาศ (V21)	0.686385**	0.3164176	2.17	0.1332831

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

Variables	Coeffivent	Std. Error	Z	Marginal Effect
เว็บไซต์ (V22)	-0.4386707	0.3277868	-1.34	-0.0851816
Call Center (V23)	0.040678	0.3327988	0.12	0.0078989
บริษัทนำเที่ยว (V24)	0.2002118	0.3648661	0.55	0.0388774
Social Media (V25)	0.6269545**	0.2745772	2.28	0.1217428

หมายเหตุ : Wald chi2(21) = 77.96
 Prob> chi2 = 0.000
 Pseudo (R2) = 0.1659

หมายเหตุ : *** มีระดับนัยสำคัญ 0.01

** มีระดับนัยสำคัญ 0.05

ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจเปรียบเทียบกับพนักงานบริษัทเอกชน

นักธุรกิจ /ประกอบธุรกิจส่วนตัวเปรียบเทียบกับพนักงานบริษัทเอกชน

ท่องเที่ยว/พักผ่อนเปรียบเทียบกับติดต่อธุรกิจ/ทำงาน/สัมมนา

กลับบ้าน/เยี่ยมญาติ/เพื่อน เปรียบเทียบกับติดต่อธุรกิจ/ทำงาน/สัมมนา

โอนเงินผ่านธนาคารเปรียบเทียบกับบัตรเครดิต

จากตารางที่ 4.12 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเส้นทางกรุงเทพ - ขอนแก่นจากตัวแปรทั้งหมด 24 ตัวแปร มีตัวแปรที่มีระดับนัยสำคัญ 8 ตัวแปร คือ

1. อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจเปรียบเทียบกับพนักงานบริษัทเอกชน(V5) มีนัยสำคัญระดับ 0.05 และมีค่าความสัมพันธ์เป็นบวก ซึ่งอธิบายได้ว่า ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน เพราะอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีโปรโมชันสุดคุ้มตัวราคาประหยัดรวมถึงสิทธิพิเศษมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน เช่น การโหลดกระเป๋า 40 กิโลกรัม โหลดอุปกรณ์กีฬา 20 กิโลกรัม เลือกที่นั่งได้ก่อน จองตั๋วเดินทางล่วงหน้าได้ 4 ชั่วโมง รวมถึงสามารถเปลี่ยนวันและเวลาเดินทางได้ล่วงหน้ามากกว่า 24 ชั่วโมง เพียงแค่แสดงบัตรข้าราชการเท่านั้น โดยความน่าจะเป็นที่ผู้โดยสารที่มีอาชีพข้าราชการ/

รัฐวิสาหกิจ จะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัด ประมาณร้อยละ 12.36 เมื่อเทียบกับ ผู้โดยสารที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

2. อาชีพนักธุรกิจ /ประกอบธุรกิจส่วนตัวเปรียบเทียบกับพนักงานบริษัทเอกชน(V6) มีนัยสำคัญระดับ 0.05 แต่มีค่าความสัมพันธ์เป็นลบ ซึ่งอธิบายได้ว่า อาชีพนักธุรกิจ /ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการสายการบินราคาเต็มรูปแบบมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน หรือในทางกลับกันอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดมากกว่าอาชีพนักธุรกิจ /ประกอบธุรกิจส่วนตัว เนื่องจากอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้น้อยกว่า อาชีพผู้ประกอบการ จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนในการใช้เงินแบบประหยัด เพราะฉะนั้นในการเดินทางก็จะคำนึงราคาของ ตัวโดยสารเป็นปัจจัยหลัก โดยความน่าจะเป็นที่ผู้โดยสารที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัด ประมาณร้อยละ 14.01 เมื่อเทียบกับผู้โดยสารที่มีอาชีพอาชีพนักธุรกิจ /ประกอบธุรกิจส่วนตัว

3. ท่องเที่ยว/พักผ่อนเปรียบเทียบกับติดต่อธุรกิจ/ทำงาน/สัมมนา(V8) มีนัยสำคัญระดับ 0.05 และมีค่าความสัมพันธ์เป็นบวก ซึ่งอธิบายได้ว่า ผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว/พักผ่อนมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดมากกว่าผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ/ทำงาน/สัมมนา เนื่องจากในการเดินทางท่องเที่ยวหรือพักผ่อนผู้โดยสารต้องเสียค่าใช้จ่ายเอง ซึ่งในแต่ละคนก็จะมีวงเงินหรืองบประมาณที่จำกัดทำให้คนส่วนใหญ่จะเลือกประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งจะแตกต่างกับการที่เดินทางไปทำงานที่จะสามารถเบิกค่าใช้จ่ายในการเดินทางกับทางบริษัทหรือองค์กรได้ ดังนั้นส่วนใหญ่ก็จะเลือกเดินทางกับสายการบินเต็มรูปแบบเนื่องจากเน้นความสะดวกสบาย โดยความน่าจะเป็นที่ผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว/พักผ่อนจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัด ประมาณร้อยละ 13.50 เมื่อเทียบกับผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ/ทำงาน/สัมมนา

4. กลับบ้าน/เยี่ยมญาติ/เพื่อน เปรียบเทียบกับติดต่อธุรกิจ/ทำงาน/สัมมนา(V9) มีนัยสำคัญระดับ 0.05และมีค่าความสัมพันธ์เป็นบวก ซึ่งอธิบายได้ว่า ผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางกลับบ้าน/เยี่ยมญาติ/เพื่อน มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดมากกว่าผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ/ทำงาน/สัมมนา เนื่องจากค่านิยมส่วนใหญ่ของคนไทยจะเลือกเดินทางกลับบ้านต่างจังหวัดตามวันหยุดยาวตามเทศกาล โดยส่วนมากจะเดินทางกลับปีละ 2 ครั้งอย่างน้อย ซึ่งผู้โดยสารส่วนใหญ่จะคำนึงถึงสายการบินที่มีจำนวนเที่ยวบินที่เยอะและเพียงพอต่อความต้องการในการเดินทางเป็นสำคัญ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบจำนวนเที่ยวบินของทั้งสองสายการบินจะพบว่าจำนวนเที่ยวบินของสายการบินราคาประหยัดมีมากกว่าสายการบินเต็มรูปแบบโดยความน่าจะเป็นที่ผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางกลับบ้าน/เยี่ยมญาติ/

เพื่อนจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัด ประมาณร้อยละ 12.66 เมื่อเทียบกับผู้โดยสารที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ/ทำงาน/สัมมนา

5. โอนเงินผ่านธนาคารเปรียบเทียบกับบัตรเครดิต (V12) มีนัยสำคัญระดับ 0.05 และมีค่าความสัมพันธ์เป็นบวกซึ่งอธิบายได้ว่า ผู้โดยสารที่เลือกวิธีการชำระเงิน โดยโอนเงินผ่านทางธนาคารมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดมากกว่าผู้โดยสารที่เลือกวิธีการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต เนื่องจาก ค่าใช้จ่ายบริการหรือค่าธรรมเนียมที่แตกต่างกันในการเลือกชำระเงิน ซึ่งการเลือกชำระเงินผ่านบัตรเครดิตจะมีค่าธรรมเนียมที่แพงกว่าการ โอนเงินผ่านธนาคาร โดยการโอนเงินผ่านทางธนาคารเสียค่าธรรมเนียมประมาณไม่เกิน 30 บาท แต่ถ้าเลือกชำระผ่านบัตรเครดิตต้องเสียค่าธรรมเนียมประมาณสูงถึง 70-100 บาท โดยความน่าจะเป็นของการเลือกวิธีการชำระทางการเงิน โดยโอนเงินผ่านธนาคารจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัด ประมาณร้อยละ 16.67 เมื่อเทียบกับผู้โดยสารที่เลือกวิธีการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต

6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง(V17) มีนัยสำคัญระดับ 0.01 แต่มีค่าความสัมพันธ์เป็นลบซึ่งอธิบายได้ว่า ผู้โดยสารที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อยมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดมากกว่าสายการบินเต็มรูปแบบ หรือในทางกลับกันว่าผู้โดยสารที่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการสายการบินเต็มรูปแบบ เนื่องจากการเดินทางไปยังจังหวัดขอนแก่นใช้เวลา ประมาณ 1 ชั่วโมง จึงทำให้ผู้โดยสารเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดเพราะราคาบัตรโดยสารถูกกว่าสายการบินเต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางจะเป็นการจองล่วงหน้าหรือเดินทางโดยกะทันหัน แม้ว่าการบริการทั้ง 2 สายการบินจะมีการบริการที่ความแตกต่างกันก็ตาม แต่ใช้เวลาเดินทางไม่นาน โดยความน่าจะเป็นที่ผู้โดยสารที่คำนึงถึงค่าใช้จ่ายมีแนวโน้มจะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดมากกว่าสายการบินเต็มรูปแบบ ประมาณร้อยละ 15.96

7. ป้ายประกาศบนท้องถนน (V21) มีนัยสำคัญระดับ 0.05 และมีค่าความสัมพันธ์เป็นบวก ซึ่งอธิบายได้ว่า ผู้โดยสารที่ได้รับข้อมูลของการให้บริการของแต่ละสายการบินจากป้ายประกาศบนท้องถนนมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดมากกว่าสายการบินเต็มรูปแบบ เนื่องจากป้ายประกาศบนท้องถนนของสายการบินราคาประหยัดส่วนใหญ่จะแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดที่มากกว่า เช่น แสดงราคาโปรโมชั่นเป็นหลักพร้อมบอกรายละเอียดเส้นทางการบินจากต้นทางไปสู่จุดหมายปลายทาง โดยจะกำหนดวันและระยะเวลาในการจองพร้อมระบุช่วงเวลาในการเดินทาง เพื่อเป็นแรงจูงใจให้กับผู้โดยสาร ส่วนป้ายประกาศบนท้องถนนของสายการบินเต็มรูปแบบมักจะโชว์ให้เห็นแค่ฟรีเซ็นเตอร์ของแต่ละสายการบินและภาพเชิญชวนไปเที่ยวกับสายการบินนั้น แต่ไม่ได้ระบุรายละเอียดของราคาตั๋วหรือ โปรโมชั่นเชิญชวนและช่วงวันเวลาในการเดินทางแบบของป้ายสายการบินราคาประหยัด จึงทำให้โอกาสที่กลุ่มคนที่ใช้รถสัญจรบนท้องถนน

หรือแม้แต่กลุ่มคนที่เดินทางโดยสารบน BTS เหล่านี้ได้มีข้อมูลในการศึกษาและวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยวในอนาคตได้ โดยความน่าจะเป็นที่ผู้โดยสารที่ได้รับข้อมูลของการให้บริการของแต่ละสายการบินจากป้ายประกาศบนท้องถนนมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้สายการบินราคาประหยัดมากกว่าสายการบินเต็มรูปแบบ ประมาณร้อยละ 13.32

8. Social Media (V25) มีนัยสำคัญระดับ 0.05 และมีค่าความสัมพันธ์เป็นบวก ซึ่งอธิบายได้ว่า ผู้โดยสารที่ได้รับข้อมูลของการให้บริการของแต่ละสายการบินจาก Social Media มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้สายการบินราคาประหยัดมากกว่าสายการบินเต็มรูปแบบ เนื่องจากสายการบินราคาประหยัดมีการจัดทำกิจกรรมประชาสัมพันธ์ข่าวสารกิจกรรมและโปรโมชั่นผ่าน facebook Twitter เพื่อให้คนมากกด Like กด Followers และกด share กันมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลตารางที่ 4.21 ที่พบว่า ช่องทางของข้อมูลข่าวสารสายการบินราคาประหยัดทาง Social Media มีผลให้ผู้โดยสารเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดมากกว่าช่องทางอื่นๆ โดยความน่าจะเป็นที่ผู้โดยสารที่ได้รับข้อมูลของการให้บริการของแต่ละสายการบินจาก Social Media มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้สายการบินราคาประหยัดมากกว่าสายการบินเต็มรูปแบบ ประมาณร้อยละ 12.17

4.2 ทศนคติต่อการให้บริการของสายการบินราคาประหยัดเส้นทางกรุงเทพฯ – ขอนแก่น

การศึกษาทศนคติต่อการให้บริการของสายการบินราคาประหยัดเส้นทางกรุงเทพฯ – ขอนแก่น โดยผู้ศึกษาได้นำส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ (Marketing Mix หรือ 7P's) มาวิเคราะห์โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของไลเคอร์ท (Likert Scale)

ตารางที่ 4.13 ผลการศึกษาทัศนคติต่อการให้บริการของสายการบินราคาประหยัดเส้นทางกรุงเทพฯ-ขอนแก่น

ประเภทบริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.)	การแปลผล
ด้านการให้บริการของสายการบินราคาประหยัด			
ภาพลักษณ์ที่ดีของสายการบินราคาประหยัด	4.15	0.717	เห็นด้วย
ขนาดห้องโดยสารที่เหมาะสม	3.92	0.863	เห็นด้วย
เครื่องบินมีความตรงต่อตามเวลา	4.19	0.745	เห็นด้วย
จำนวนเที่ยวบินมีเพียงพอของต่อความต้องการ	3.93	0.777	เห็นด้วย
มีความมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัย	4.18	0.861	เห็นด้วย
ด้านราคาของสายการบินราคาประหยัด			
ราคาตั๋วโดยสารมีความเหมาะสมกับระยะทางบิน	4.34	0.627	เห็นด้วย
ราคาตั๋วโดยสารพิเศษ (ราคาโปรโมชั่น) ในช่วงเทศกาลมีความเหมาะสม	4.21	0.710	เห็นด้วย
สามารถเลือกที่นั่งได้ตามระดับราคาที่หลากหลายเช่นที่นั่ง ฮอตซีท /เอลโลว์ซีต	3.94	0.763	เห็นด้วย

ประเภทบริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.)	การแปลผล
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของสายการบินราคาประหยัด			
เคาน์เตอร์ที่สนามบิน มีเพียงพอต่อความต้องการ	3.49	1.120	ปานกลาง
Callcenter ให้บริการสะดวกและรวดเร็ว	3.75	0.876	เห็นด้วย
รูปแบบเว็บไซต์ง่ายต่อการใช้งาน	4.18	0.815	เห็นด้วย
ด้านการส่งเสริมการขายของสายการบินราคาประหยัด			
ฟรีเซ็นเตอร์มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบินในครั้งนี้	3.33	1.162	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ทาง LINE และ Social Media มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	4.50	0.688	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ด้านบุคลากรของสายการบินราคาประหยัด			
พนักงานต้อนรับมีการดูแลเอาใจใส่ที่ดี	4.23	0.589	เห็นด้วย
พนักงานอธิบายการใช้อุปกรณ์บนเครื่องบินชัดเจนและเข้าใจง่าย	3.47	0.953	ปานกลาง
นักบินมีทักษะและความสามารถในการนำเครื่องบินขึ้นลงได้อย่างนุ่มนวล	3.72	1.049	เห็นด้วย
ด้านลักษณะทางกายภาพของสายการบินราคาประหยัด			
ห้องโดยสารและห้องนํ้าบนเครื่องบินมีความสะอาด	3.99	0.614	เห็นด้วย
ขนาดของเก้าอี้บนเครื่องบินมีระยะห่างและความกว้างที่เหมาะสม	3.63	0.968	เห็นด้วย
ภายในเครื่องบินมีสิ่งอำนวยความสะดวก/ความบันเทิงเช่น หูฟังเพลง เป็นต้น	3.42	1.061	ปานกลาง
ด้านกระบวนการให้บริการของสายการบินราคาประหยัด			
ฟรีสัมภาระและการลำเลียงสัมภาระมีความสะดวกรวดเร็ว	3.85	0.710	เห็นด้วย
ขั้นตอนการเช็คอินหน้าเคาน์เตอร์มีความสะดวกและรวดเร็ว	4.02	0.772	เห็นด้วย
การออกตั๋วโดยสาร e - ticket มีความสะดวก รวดเร็ว	4.08	0.787	เห็นด้วย

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผลการศึกษาทัศนคติต่อการให้บริการของสายการบินราคาประหยัดเส้นทางกรุงเทพฯ-ขอนแก่น ที่ประกอบด้วยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ (Marketing Mix หรือ 7P's) ในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านการให้บริการของสายการบินราคาประหยัด พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องเครื่องบินมีความตรงต่อตามเวลามาเป็นอันดับแรก โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 รองลงมาคือเรื่องมีความมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัย โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วยเช่นกัน และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 ถัดมาคือเรื่องสภาพลักษณะที่ดีของสายการบินราคาประหยัด มีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 ส่วนเรื่องจำนวนเที่ยวบินมีเพียงพอของต่อความต้องการ มีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็น

ด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.93 และสุดท้ายคือเรื่องขนาดห้องโดยสารที่เหมาะสม มีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92

2. ด้านราคาของสายการบินราคาประหยัด พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องราคาตัวโดยสารมีความเหมาะสมกับระยะทางบินมาเป็นอันดับแรก โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 รองลงมาคือเรื่องราคาตัวโดยสารพิเศษ (ราคาโปร โมชั่น) ในช่วงเทศกาลมีความเหมาะสม โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วยเช่นกัน และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 และสุดท้ายคือเรื่องการที่สามารถเลือกที่นั่งได้ตามระดับราคาที่หลากหลายเช่นที่นั่ง ฮอตซีท /เยล โล้ซีท มีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของสายการบินราคาประหยัด พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องรูปแบบเว็บไซต์ง่ายต่อการใช้งานมาเป็นอันดับแรก โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.18 รองลงมาคือเรื่อง Call center ให้บริการสะดวกและรวดเร็ว โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วยเช่นกัน และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75 และสุดท้ายคือเรื่องเคาน์เตอร์ที่สนามบิน มีเพียงพอต่อความต้องการ มีทัศนคติอยู่ที่ระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.49

4. ด้านการส่งเสริมการขายของสายการบินราคาประหยัด พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องการประชาสัมพันธ์ทาง LINE และ Social Media มีผลต่อการเลือกใช้บริการมาเป็นอันดับแรก โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 รองลงมาคือเรื่องฟรีเซ็นเตอร์มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบินในครั้งนี้ โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.33

5. ด้านบุคลากรของสายการบินราคาประหยัด พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องพนักงานต้อนรับมีการดูแลเอาใจใส่ที่ดีมาเป็นอันดับแรก โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 รองลงมาคือเรื่องนักบินมีทักษะและความสามารถในการนำเครื่องบินขึ้นลงได้อย่างนุ่มนวล โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วยเช่นกัน และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72 และสุดท้ายคือเรื่องพนักงานอธิบายการใช้อุปกรณ์บนเครื่องบินชัดเจนและเข้าใจง่าย มีทัศนคติอยู่ที่ระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47

6. ด้านลักษณะทางกายภาพของสายการบินราคาประหยัด พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องห้องโดยสารและห้องน้ำเครื่องบินมีความสะอาดมาเป็นอันดับแรก โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99 รองลงมาคือเรื่องขนาดของเก้าอี้บนเครื่องบินมีระยะห่างและความกว้างที่เหมาะสม โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วยเช่นกัน และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63 และสุดท้ายคือเรื่องภายในเครื่องบินมีสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก/ความบันเทิงเช่น หูฟังเพลง เป็นต้น มีทัศนคติอยู่ที่ระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.42

7. ด้านกระบวนการให้บริการของสายการบินราคาประหยัดพบว่าผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องการออกตั๋วโดยสาร e - ticket ความสะดวก รวดเร็วมาเป็นอันดับแรก โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 รองลงมาคือเรื่องขั้นตอนการเช็คอินหน้าเคาน์เตอร์มีความสะดวกและรวดเร็ว โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วยเช่นกัน และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.02 และสุดท้ายคือเรื่องฟรีสัมภาระและการลำเลียงสัมภาระมีความสะดวกรวดเร็ว มีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการบินภายในประเทศเส้นทางกรุงเทพฯ - ขอนแก่น ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเส้นทางกรุงเทพฯ - ขอนแก่น รวมถึงศึกษาทัศนคติต่อการให้บริการของสายการบินราคาประหยัดเส้นทางกรุงเทพฯ - ขอนแก่น โดยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามจากผู้โดยสาร ณ ท่าอากาศยานจังหวัดขอนแก่น โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง สามารถสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะในการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิเคราะห์

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะ / ข้อมูลทั่วไปและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเต็มรูปแบบและสายการบินราคาประหยัด จากกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่เลือกเดินทางโดยใช้สายการบินราคาประหยัด เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 31 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,110.95 บาท ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยต่อครั้ง 1,632.32 บาท มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อกลับบ้าน เยี่ยมญาติหรือเพื่อน โดยจะเลือกซื้อบัตรโดยสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต เลือกซื้อตั๋วโดยสารมากกว่า 3 วันและเลือกวิธีการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ผู้โดยสารส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ตัดสินใจด้วยตัวเองและเดินทางคนเดียว โดยช่องทางการได้รับข้อมูลการบริการของแต่ละสายการบินส่วนใหญ่มาจากเว็บไซต์ของสายการบิน รองลงมา Social Media เช่น Facebook / twitter และเพื่อน /ญาติพี่น้อง ตามลำดับ

คุณลักษณะ / ข้อมูลทั่วไปและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัด จากกลุ่มตัวอย่าง 226 ชุด พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย 31 ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 28,900.13 บาท ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยต่อครั้ง 1,412.32 บาท มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อกลับบ้าน เยี่ยมญาติหรือเพื่อน โดยจะเลือกซื้อบัตรโดยสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต เลือกซื้อตั๋วโดยสารมากกว่า 3 วันและเลือกวิธีการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ผู้โดยสารส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ตัดสินใจด้วยตัวเองและเดินทางคนเดียว

โดยช่องทางการได้รับข้อมูลการบริการของแต่ละสายการบินส่วนใหญ่มาจาก Social Media เช่น Facebook / twitter รองลงมาเว็บไซต์ของสายการบิน และเพื่อน /ญาติพี่น้อง ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์คุณลักษณะและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินเส้นทางกรุงเทพ - ขอนแก่น โดยใช้แบบจำลองโลจิสติก และ Marginal Effect พบว่ามีตัวแปรที่มีนัยสำคัญ 8 ตัวแปรดังตาราง 4.22 คือ 1.อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจเปรียบเทียบกับพนักงานบริษัทเอกชน 2. อาชีพนักธุรกิจ /ประกอบธุรกิจส่วนตัวเปรียบเทียบกับพนักงานบริษัทเอกชน โดยจะเห็นว่า อาชีพที่ต่างกัน ไม่ได้แปลว่าอาชีพนั้นไม่สำคัญ แต่ผลที่ออกมาแสดงให้เห็นว่าอาชีพใดที่มีศักยภาพของด้านการเงินในการเลือกใช้บริการระหว่างสายการบินราคาประหยัดกับสายการบินเต็มรูปแบบซึ่งจะสอดคล้องกับตัวแปรรายได้ แม้ตัวแปรรายได้จะไม่มีนัยสำคัญ แต่ค่า Coefficient ที่ออกมาก็เป็นลบ (ตารางที่ 4.22) สามารถอธิบายได้ว่ายิ่งผู้โดยสารมีรายได้น้อย มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้สายการบินราคาประหยัดมากกว่าสายการบินเต็มรูปแบบ 3. ท่องเที่ยว/พักผ่อนเปรียบเทียบกับติดต่อธุรกิจ/ทำงาน/สัมมนา 4.กลับบ้าน/เยี่ยมญาติ/เพื่อน เปรียบเทียบกับติดต่อธุรกิจ/ทำงาน/สัมมนา 5. โอนเงินผ่านธนาคารเปรียบเทียบกับบัตรเครดิต และ 6. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ก็มีความสอดคล้องกับตัวแปรรายได้เช่นกัน 7. ป้ายประกาศบนท้องถนน 8. Social Media

ส่วนที่ 3 วิธีการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ (Marketing Mix หรือ 7P's) พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดส่วนใหญ่มีทัศนคติให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องการประชาสัมพันธ์ทาง LINE และ Social Media มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดมาเป็นอันดับ 1 โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 อันดับที่ 2 คือ เรื่องราคาตั๋วโดยสารมีความเหมาะสมกับระยะทางบิน โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.34 อันดับที่ 3 คือ เรื่องพนักงานต้อนรับมีการดูแลเอาใจใส่ที่ดี โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.23 อันดับที่ 4 คือเรื่องราคาตั๋วโดยสารพิเศษ (ราคาโปรโมชัน) ในช่วงเทศกาลมีความเหมาะสม โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วยเช่นกัน และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 และอันดับที่ 5 คือ เรื่องเครื่องบินมีความตรงต่อตามเวลา โดยมีทัศนคติอยู่ที่ระดับเห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19

กลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบรายเก่า

การรักษาฐานลูกค้ารายเก่าของสายการบินราคาประหยัดทั้ง 2 สายการบินยังคงต้องให้ความสำคัญในด้านความตรงต่อเวลาของเครื่องบินในเสถียรมากขึ้น เนื่องจากรูปแบบของธุรกิจบริการที่เหมือนกันในสายการบินราคาประหยัด ในด้านราคาจึงไม่ได้มีความแตกต่างมากนัก เพราะฉะนั้นปัจจัยด้านการตรงต่อเวลาถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้โดยสารเลือกใช้บริการรวมถึงด้านราคาตัวพิเศษ (ราคาโปรโมชัน) ในช่วงเทศกาล เช่น ช่วงสงกรานต์ ช่วงวันปีใหม่ เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่ในช่วงเทศกาลเหล่านี้จะมีการเดินทางกลับบ้านหรือท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก หากสายการบินราคาประหยัดสายใดมีการวางแผนในด้านราคาตัวพิเศษ (ราคาโปรโมชัน) ในการจูงล่อหน้าที่เหมาะสม

ส่วนในด้านหาลูกค้ารายใหม่เพื่อขยายการตลาด ควรจัดโปรโมชันด้านราคาหรือด้านการพรีน้ำหนักสัมภาระ แบบเจาะจง ในสายอาชีพ พนักงานเอกชน และนักเรียน / นักศึกษา โดยอาจมีการทำ Contact กับบริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ หรือ มหาวิทยาลัยชั้นนำ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าทั้ง 2 สายอาชีพนี้จะมีศักยภาพ โดยดูจากรายได้ หรืออัตราผลตอบแทนของสายอาชีพนี้ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเลือกใช้สายการบิน

กลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบรายใหม่

ในระยะแรก ผู้ประกอบรายใหม่ควรให้ความสำคัญในด้านประชาสัมพันธ์ทาง LINE และ Social Media เช่น facebook Twitter เป็นต้น เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ทาง LINE และ Social Media ใช้เงินไม่มากก็สามารถลงโฆษณาได้ และสามารถสร้างความแตกต่างในการโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์จากสายการบินราคาประหยัดเดิมที่มีอยู่ เนื่องจากด้านราคาของตัวโดยสารนั้น ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนัก แต่ก็ควรหาช่วงเวลาจัดโปรโมชัน เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้โดยสารรายใหม่ เพราะฉะนั้นควรเน้นด้านบริการ เช่น พนักงานที่มีอัธยาศัยดี การตรงต่อเวลา เป็นต้น เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้โดยสารรายใหม่ที่ใช้บริการในครั้งแรก และนำไปสู่การสร้างฐานลูกค้าของตัวเอง

5.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มตัวแปรที่สำคัญอื่นๆ เช่น ความสัมพันธ์ของราคาตัวโดยสารกับจำนวนเที่ยวบิน โดยหากสายการบินราคาประหยัดสายใดมีการเปลี่ยนแปลงราคาตัวโดยสารหรือเที่ยวบิน น่าจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการในสายการบินราคาประหยัดของผู้โดยสารที่เดินทางไปจังหวัดขอนแก่นที่แตกต่างกัน

2. การออกแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้ยังมีความคลุมเครืออยู่หลายคำถาม เช่น

2.1 ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ผู้ตอบแบบสอบถามบางรายจะสับสนว่าใช่รวมค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยเครื่องบินในครั้งนี้อย่างไรทั้งหมด หรือเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่เคยเดินทางโดยสารเครื่องบินรอบที่ผ่านมาก่อนหรือแค่เฉพาะราคาค่าตั๋วโดยสารเท่านั้น

2.2 ป้ายประกาศบนท้องถนนของสายการบิน ผู้ตอบแบบสอบถามอาจจะสับสนว่าถ้าเห็นป้ายประกาศบนท้องถนนของสายการบินนี้ นับของสายการบินต่างประเทศด้วยไหมหรือนับเฉพาะ 3 สายการบินนี้เท่านั้น

ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป ในส่วนของเนื้อหาของคำถามควรจะต้องมีความชัดเจน อ่านแล้วเข้าใจง่าย

book

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กัลยา วานิชบัญชา. (2553). *สถิติสำหรับงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
- จักรกฤษณ์ คำพิชัย. (2548). *การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมของผู้ใช้บริการสายการบินไทยและสายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางการบินกรุงเทพ-เชียงใหม่* (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). *การวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: วี อินเทอร์เน็ต.
- วิทวัส อุดมกิตติ. (2549). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อบริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- สุธิดา เมธีธารพงศ์วานิช. (2551). *ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้สายการบินไทยแอร์เอเชียในจังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อัจฉนา สันติสุข. (2549). *การวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ในการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทยและชาวต่างชาติ* (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บริษัทท่าอากาศยานไทยจำกัด(มหาชน). สืบค้น จาก
<http://www.airportthai.co.th/corporate/th/invester-relations>
- แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 2556 (แบบ56-1). สืบค้น จาก
<http://nok.listedcompany.com/misc/Form561/20140331-NOK-Form561-2013-TH.pdf>
- แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี 2557 (แบบ56-1). สืบค้น จาก
<http://nok.listedcompany.com/misc/Form561/20150407-nok-form561-2014-th.pdf>
- ระบบฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว. สืบค้น จาก
<http://61.19.236.136:8090/dotr/index.php>
- รายงานประจำปี 2557 บริษัทสายการบินนกแอร์ จำกัด (มหาชน). สืบค้น จาก
<http://nok.listedcompany.com/misc/AR/20150326-nok-ar2014.pdf>

หนังสือชี้ชวน. สืบค้น จาก <http://nok-th.listedcompany.com/misc/Prospectus/20130617-NOK-Prospectus-TH.pdf>

ภาษาต่างประเทศ

Greene, William H. (2003). *Econometric Analysis*. 5th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Judge, George G., et al. 1988. *Introduction to the Theory and Practice of Econometrics*. 2th ed.

New York: John Wiley & Sons.

book

ภาคผนวก

book

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ชุดที่

แบบสอบถาม

พฤติกรรมในการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศเส้นทางกรุงเทพฯ-ขอนแก่น โปรดเขียนเครื่องหมาย ลงใน ที่ตรงกับข้อมูลของท่านในการเลือกใช้บริการ

1. ในครั้งนี้ ท่านเดินทางไปยังจังหวัดของแก่น โดยสายการบินใด (กรุณาตอบเพียงข้อเดียว)

- 1.นกแอร์ 2.แอร์เอเชีย 3. ไทยสมายล์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้โดยสาร

1. เพศ

1. หญิง 2. ชาย

2. อายุ ปี

3. รายได้ บาท/เดือน

4. อาชีพ

1. ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ 2. พนักงานบริษัทเอกชน
 3. นักเรียน / นักศึกษา 4. นักธุรกิจ / ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 5. อื่นๆ(โปรดระบุ)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการสายการบินของผู้โดยสาร (กรุณาตอบเพียงข้อเดียว)

1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางครั้งนี้ของท่าน คือข้อใด

1. ท่องเที่ยว / พักผ่อน 2. ติดต่อธุรกิจ ทำงาน หรือ สัมมนา ฯลฯ
 3. กลับบ้าน / เยี่ยมญาติ หรือ เพื่อน ฯลฯ 4. อื่นๆ(โปรดระบุ)

2. ท่านเลือกซื้อบัตรโดยสารสายการบินโดยวิธีใด

1. ซื้อผ่านเคาน์เตอร์ของสนามบิน 2. ซื้อผ่านทางอินเทอร์เน็ต
 3. ซื้อผ่านทางโทรศัพท์ 4. อื่นๆ(โปรดระบุ)

3. ท่านชำระเงินค่าตั๋วโดยสารของสายการบินผ่านช่องทางใด

1. เงินสด 2. โอนเงินผ่านธนาคาร
 3. ผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิส 4. บัตรเครดิต

4. ในการเดินทางครั้งนี้ท่านได้มีการซื้อตั๋วโดยสารล่วงหน้ากี่วัน

1. น้อยกว่า 3 วัน หรือเท่ากับ 2. มากกว่า 3 วัน

5. ใครเป็นผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินของท่าน (เลือกตอบเพียงข้อเดียว)

1. ตัดสินใจเอง (ไม่มีคนแนะนำ) 2. เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน
 3. ลูกน้อง / ลูกจ้าง 4. หัวหน้างาน / นายจ้าง

6. ในการเดินทางครั้งนี้ท่านเดินทางมาพร้อมกับใคร

1. คนเดียว 2. เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน
 4. อื่นๆ(โปรดระบุ)

7. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางทางอากาศต่อครั้งของท่าน บาท / ครั้ง

8. ท่านได้รับข้อมูลของการให้บริการของแต่ละสายการบิน เช่น โปรโมชั่น ข้อมูลข่าวสาร ตารางบิน เที่ยวบิน เป็นต้น

8.1 เพื่อนหรือญาติพี่น้อง

1. ใช่ 2. ไม่ใช่

8.2 หนังสือแนะนำเที่ยว / สิ่งพิมพ์ต่างๆ

1. ใช่ 2. ไม่ใช่

8.3 โทรทัศน์ / วิทยุ

1. ใช่ 2. ไม่ใช่

8.4 ป้ายประกาศบนท้องถนน

1. ใช่ 2. ไม่ใช่

8.5 เว็บไซต์ของสายการบิน

1. ใช่ 2. ไม่ใช่

8.6 บริการ (Call Center Service)

1. ใช่ 2. ไม่ใช่

8.7 บริษัทนำเที่ยว

1. ใช่ 2. ไม่ใช่

8.8 Social Media ต่างๆ เช่น Facebook /twitter เป็นต้น

1. ใช่ 2. ไม่ใช่

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและทัศนคติของผู้โดยสารต่อสายการบินราคาประหยัด
กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับทัศนคติของท่าน (ตอบเพียงข้อเดียว)

ประเภทบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. ด้านการให้บริการของสายการบิน					
- สายการบินราคาประหยัดที่ท่านเลือก ใช้บริการครั้งนี้ มีภาพลักษณ์ของสายการบินที่ดี					
- สายการบินราคาประหยัดที่ท่านเลือก ใช้บริการครั้งนี้ มีขนาดห้องโดยสารที่เหมาะสมไม่อึดอัด					
- เครื่องบินที่ท่านใช้บริการออกเดินทางตรงตามเวลาที่กำหนด					
- จำนวนเที่ยวบินมีเพียงพอของต่อความต้องการในแต่ละวัน					
- ท่านมีความมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัย					
2. ด้านราคา					
- ราคาตั๋วโดยสารมีความเหมาะสมกับระยะทางบิน					
- ราคาตั๋วโดยสารพิเศษ (ราคาโปรโมชัน) ในช่วงเทศกาลมีความเหมาะสม					
- ผู้โดยสารสามารถเลือกที่นั่งได้ตามระดับราคาที่หลากหลาย เช่นที่นั่ง สอดซีท / เอลโล้ซีท					
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
- แคนเตอร์ที่สนามบิน มีเพียงพอต่อความต้องการ และมีความสะดวก รวดเร็ว					
- คุณได้รับความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการผ่าน Callcenter					
- รูปแบบเว็บไซต์ ง่ายต่อการใช้งาน เช่น การจองเที่ยวบินผ่านเว็บไซต์					
4. ด้าน การส่งเสริมการขาย					
- พิธีเซ็นเตอร์มีผลต่อการเลือกตัดสินใจในการใช้บริการของสายการบินในครั้งนี้					

ประเภทบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
- การประชาสัมพันธ์ทาง LINE และ Social Media ทำให้ท่านอยากเดินทางกับสายการบินนี้					
5. ด้านบุคลากร (พนักงาน)					
- พนักงานต้อนรับมีการดูแลเอาใจใส่ที่ดี					
- พนักงานอธิบายการใช้อุปกรณ์บนเครื่องบิน ชัดเจนและเข้าใจง่าย					
- นักบินมีทักษะและความสามารถในการนำเครื่องบิน ขึ้น ลง ได้อย่างนุ่มนวล					
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ					
- ห้องโดยสารและห้องน้ำบนเครื่องบิน มีความสะอาด					
- ขนาดของเก้าอี้บนเครื่องบินมีระยะห่าง และความกว้าง ที่เหมาะสม นั่งแล้วรู้สึกสบาย					
- ภายในเครื่องบินมีสิ่งอำนวยความสะดวก/ความบันเทิง เช่น หูฟังเพลง นิตยสาร เป็นต้น ให้บริการ					
7. ด้านกระบวนการให้บริการ					
- ฟรีสัมภาระรวมถึงการลำเลียงสัมภาระมีความสะดวก รวดเร็ว					
- ขั้นตอนการเช็คอินหน้าเคาน์เตอร์ให้บริการมีความ สะดวกและรวดเร็ว					
- การออกตั๋วโดยสาร e - ticket มีความสะดวก รวดเร็ว					

book

ภาคผนวก ข

ตารางสถิติ

1. สายการบินที่ใช้บริการ

สายการบิน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	สายการบินราคาประหยัด	226	56.5	56.5	56.5
	สายการบินเต็มรูปแบบ	174	43.5	43.5	100.0
	Total	400	100.0	100.0	

2. การเปรียบเทียบระหว่างเพศกับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ

เพศ * สายการบิน Crosstabulation

Count

		สายการบิน		Total
		สายการบินราคาประหยัด	สายการบินเต็มรูปแบบ	
เพศ	หญิง	135	106	241
	ชาย	91	68	159
Total		226	174	400

3. การเปรียบเทียบระหว่างอาชีพกับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ

อาชีพ * สายการบิน Crosstabulation

Count

		สายการบิน		Total
		สายการบินราคาประหยัด	สายการบินเต็มรูปแบบ	
อาชีพ	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	55	47	102
	พนักงานบริษัทเอกชน	103	64	167
	นักเรียน / นักศึกษา	38	26	64
	นักธุรกิจ / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	30	37	67
Total		226	174	400

4. การเปรียบเทียบระหว่างอายุ รายได้ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางกับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
อายุ	226	30.75	9.429
รายได้	226	28900.13	28991.908
ค่าใช้จ่าย	226	1412.32	546.081
Valid N (listwise)	226		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
อายุ	174	32.30	9.784
รายได้	174	31683.62	20405.816
ค่าใช้จ่าย	174	1918.07	725.953
Valid N (listwise)	174		

5. การเปรียบเทียบระหว่างวัตถุประสงค์ในการเดินทางกับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ

วัตถุประสงค์เดินทาง * สายการบิน Crosstabulation

Count		สายการบิน		Total
		สายการบินราคา ประหยัด	สายการบินเต็ม รูปแบบ	
วัตถุประสงค์เดินทาง	ท่องเที่ยว / พักผ่อน	73	39	112
	ติดต่อธุรกิจ / ทำงาน	50	71	121
	กลับบ้าน / เยี่ยมญาติ หรือ เพื่อน	103	64	167
Total		226	174	400

6. การเปรียบเทียบระหว่างวิธีการเลือกซื้อบัตรโดยสารกับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ

วิธีการซื้อตั๋วโดยสาร * สายการบิน Crosstabulation

Count		สายการบิน		Total
		สายการบินราคา ประหยัด	สายการบินเต็ม รูปแบบ	
วิธีการซื้อตั๋วโดยสาร	เคาน์เตอร์สนามบิน	22	15	37
	อินเทอร์เน็ต	182	140	322
	โทรศัพท์	22	19	41
Total		226	174	400

7. การเปรียบเทียบระหว่างช่องทางในการชำระค่าตัวโดยสารกับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ

ช่องทางการชำระเงิน * สายการบิน Crosstabulation

Count

		สายการบิน		Total
		สายการบินราคาประหยัด	สายการบินเต็มรูปแบบ	
ช่องทางการชำระเงิน	เงินสด	29	18	47
	โอนเงินผ่านธนาคาร	58	23	81
	เดบิตเดอริเซอร์วิส	46	38	84
	บัตรเครดิต	93	95	188
Total		226	174	400

8. การเปรียบเทียบระหว่างการเลือกซื้อตั๋วโดยสารล่วงหน้ากับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ

การซื้อตั๋วล่วงหน้า * สายการบิน Crosstabulation

Count

		สายการบิน		Total
		สายการบินราคาประหยัด	สายการบินเต็มรูปแบบ	
การซื้อตั๋วล่วงหน้า	น้อยกว่า 3 วันหรือเท่ากับ	39	44	83
	มากกว่า 3 วัน	187	130	317
Total		226	174	400

9. การเปรียบเทียบระหว่างผู้มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ

คนแนะนำ * สายการบิน Crosstabulation

Count		สายการบิน		Total
		สายการบินราคา ประหยัด	สายการบินเต็ม รูปแบบ	
คนแนะนำ	ไม่มี	145	131	276
	เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน	53	27	80
	ลูกน้อง / ลูกจ้าง	8	3	11
	หัวหน้างาน / นายจ้าง	16	9	25
	ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน	4	4	8
Total		226	174	400

10. การเปรียบเทียบระหว่างผู้ร่วมเดินทางกับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ

ผู้ร่วมเดินทาง * สายการบิน Crosstabulation

Count		สายการบิน		Total
		สายการบินราคา ประหยัด	สายการบินเต็ม รูปแบบ	
ผู้ร่วมเดินทาง	คนเดียว	100	105	205
	เพื่อน / เพื่อนร่วมงาน	65	35	100
	ครอบครัว / ญาติ	61	34	95
Total		226	174	400

11. การเปรียบเทียบระหว่างการได้รับข้อมูลของการให้บริการแต่ละสายการบินกับการเลือกใช้สายการบินภายในประเทศ

เพื่อนหรือญาติ * สายการบิน Crosstabulation

Count

		สายการบิน		Total
		สายการบินราคาประหยัด	สายการบินเต็มรูปแบบ	
เพื่อนหรือญาติ	ใช่	131	76	207
	ไม่ใช่	95	98	193
Total		226	174	400

หนังสือแนะนำ * สายการบิน Crosstabulation

Count

		สายการบิน		Total
		สายการบินราคาประหยัด	สายการบินเต็มรูปแบบ	
หนังสือแนะนำ	ใช่	97	60	157
	ไม่ใช่	129	114	243
Total		226	174	400

โทรทัศน์หรือวิทยุ * สายการบิน Crosstabulation

Count

		สายการบิน		Total
		สายการบินราคาประหยัด	สายการบินเต็มรูปแบบ	
โทรทัศน์หรือวิทยุ	ใช่	117	56	173
	ไม่ใช่	109	118	227
Total		226	174	400

ป้ายประกาศบนท้องถนน * สายการบิน Crosstabulation

Count

		สายการบิน		Total
		สายการบินราคาประหยัด	สายการบินเต็มรูปแบบ	
ป้ายประกาศบนท้องถนน	ใช่	99	40	139
	ไม่ใช่	127	134	261
Total		226	174	400

เว็บไซต์ของสายการบิน * สายการบิน Crosstabulation

Count

		สายการบิน		Total
		สายการบินราคาประหยัด	สายการบินเต็มรูปแบบ	
เว็บไซต์ของสายการบิน	ใช่	181	143	324
	ไม่ใช่	45	31	76
Total		226	174	400

CallCenter * สายการบิน Crosstabulation

Count

		สายการบิน		Total
		สายการบินราคาประหยัด	สายการบินเต็มรูปแบบ	
CallCenter	ใช่	47	27	74
	ไม่ใช่	179	147	326
Total		226	174	400

บริษัทหน้าเทียบ * สายการมีน Crosstabulation

Count

		สายการมีน		Total
		สายการมีนเราก าประหยัด	สายการมีนเต็ม รูปแบบ	
บริษัทหน้าเทียบ	ใช่	37	21	58
	ไม่ใช้	189	153	342
Total		226	174	400

SocailMedia * สายการมีน Crosstabulation

Count

		สายการมีน		Total
		สายการมีนเราก าประหยัด	สายการมีนเต็ม รูปแบบ	
SocailMedia	ใช่	185	123	308
	ไม่ใช้	41	51	92
Total		226	174	400

12. ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน
เส้นทางกรุงเทพ – ขอนแก่น

แบบจำลองโลจิสติก Logit

Logistic regression		Number of obs =		400		
Log pseudolikelihood = -228.43715		wald chi2(24) =		77.96		
		Prob > chi2 =		0.0000		
		Pseudo R2 =		0.1659		
v1	Coef.	Robust Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
v2	-.0321013	.2466817	-0.13	0.896	-.5155885	.451386
v3	-.1796144	.2864121	-0.63	0.531	-.7409719	.381743
v4	-.0856204	.1978485	-0.43	0.665	-.4733962	.3021555
v5	.6369614	.3044415	2.09	0.036	.0402671	1.233656
v6	-.7217215	.3462753	-2.08	0.037	-1.400409	-.0430343
v7	-.4796264	.3845306	-1.25	0.212	-1.233293	.2740398
v8	.695498	.3276671	2.12	0.034	.0532823	1.337714
v9	.6522904	.2934358	2.22	0.026	.0771669	1.227414
v10	.0706376	.3545077	0.20	0.842	-.6241848	.76546
v11	.6234838	.4429347	1.41	0.159	-.2446522	1.49162
v12	.8588979	.3362096	2.55	0.011	.1999392	1.517857
v13	.2346421	.2770971	0.85	0.397	-.3084581	.7777424
v14	-.2057207	.2985034	-0.69	0.491	-.7907767	.3793353
v15	-.1278651	.2725062	-0.47	0.639	-.6619674	.4062373
v16	-.3593813	.2455416	-1.46	0.143	-.840634	.1218714
v17	-.8221431	.2752178	-2.99	0.003	-1.36156	-.2827262
v18	.0241753	.2470056	0.10	0.922	-.4599469	.5082975
v19	-.2618929	.2917568	-0.90	0.369	-.8337257	.3099398
v20	.4494375	.2875554	1.56	0.118	-.1141608	1.013036
v21	.686385	.3164176	2.17	0.030	.0662178	1.306552
v22	-.4386707	.3277868	-1.34	0.181	-1.081121	.2037797
v23	.040678	.3327988	0.12	0.903	-.6115956	.6929517
v24	.2002118	.3648661	0.55	0.583	-.5149127	.9153362
v25	.6269545	.2745772	2.28	0.022	.0887931	1.165116
_cons	6.969303	2.944519	2.37	0.018	1.198152	12.74045

Marginal effect

Average marginal effects
 Model VCE : Robust

Number of obs = 400

Expression : Pr(v1), predict()

dy/dx w.r.t. : v2 v3 v4 v5 v6 v7 v8 v9 v10 v11 v12 v13 v14 v15 v16 v17 v18 v19 v20 v21 v22 v23 v24 v25

	dy/dx	Delta-method Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
v2	-.0062335	.0478972	-0.13	0.896	-.1001102	.0876432
v3	-.0348777	.0555819	-0.63	0.530	-.1438163	.0740608
v4	-.0166259	.0383798	-0.43	0.665	-.0918488	.0585971
v5	.1236859	.0582281	2.12	0.034	.0095609	.237811
v6	-.1401447	.0659693	-2.12	0.034	-.2694421	-.0108474
v7	-.0931344	.0741876	-1.26	0.209	-.2385395	.0522706
v8	.1350526	.062478	2.16	0.031	.0125979	.2575073
v9	.1266625	.0558842	2.27	0.023	.0171315	.2361935
v10	.0137165	.0688459	0.20	0.842	-.121219	.148652
v11	.1210688	.0850927	1.42	0.155	-.0457099	.2878476
v12	.1667818	.0629811	2.65	0.008	.0433412	.2902224
v13	.0455631	.0535953	0.85	0.395	-.0594817	.1506079
v14	-.0399471	.0579465	-0.69	0.491	-.1535201	.0736259
v15	-.024829	.0529705	-0.47	0.639	-.1286492	.0789912
v16	-.0697851	.0473103	-1.48	0.140	-.1625117	.0229415
v17	-.1596447	.0513911	-3.11	0.002	-.2603694	-.0589201
v18	.0046944	.047952	0.10	0.922	-.0892897	.0986785
v19	-.0508547	.0563351	-0.90	0.367	-.1612695	.0595601
v20	.0872723	.0550089	1.59	0.113	-.0205432	.1950878
v21	.1332831	.0604785	2.20	0.028	.0147474	.2518187
v22	-.0851816	.0633268	-1.35	0.179	-.2092999	.0389367
v23	.0078989	.0646312	0.12	0.903	-.1187759	.1345737
v24	.0388774	.0708142	0.55	0.583	-.099916	.1776707
v25	.1217428	.0525198	2.32	0.020	.0188059	.2246797

13. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้โดยสารต่อการให้บริการของสายการบินราคาประหยัด
เส้นทาง กรุงเทพฯ - ขอนแก่น

Descriptives

[DataSet0] C:\Users\User\Desktop\ส่วนที่3 ค่าเฉลี่ย.sav

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
A	226	4.15	.717
B	226	3.92	.863
C	226	4.19	.745
D	226	3.93	.777
E	226	4.18	.861
F	226	4.34	.627
G	226	4.21	.711
H	226	3.94	.763
I	226	3.49	1.120
J	226	3.75	.876
K	226	4.18	.815
L	226	3.33	1.162
M	226	4.50	.688
N	226	4.23	.589
O	226	3.47	.953
P	226	3.72	1.049
Q	226	3.99	.614
R	226	3.63	.968
S	226	3.42	1.061
T	226	3.85	.710
U	226	4.02	.772
V	226	4.08	.787
Valid N (listwise)	226		

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล

นางสาว นภาพร ศุภการนิมิต

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2554 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

เจ้าหน้าที่อาวุโสฝ่ายการตลาด

บริษัท ชายนั่ง โกลด์บูลเลียน จำกัด

BOY