

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การวิจัย เรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ ได้ทำการรวบรวมข้อมูลโดยการใช้พนักงานสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารคนไทยที่เคยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศด้วยแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ เป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง และทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยทำการแสดงผลด้วยค่าสถิติทั้งในเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน เช่น ค่าการแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ และการวิเคราะห์สมการถดถอยโลจิสติกส์ เป็นต้น ผลการศึกษาแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาคูณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษากฎการของปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ

ส่วนที่ 3 ผลการศึกษากฎการของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

#### 4.1 ผลการศึกษาคูณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ในภาพรวมจำนวน 390 ตัวอย่างคุณลักษณะทั่วไปซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน(ตารางที่ ) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.26 อายุระหว่าง 15-25 ปีหรือ คิดเป็นร้อยละ 31.03 รองลงมาคืออายุระหว่าง 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.23 ระดับการศึกษาปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 69.49 รองลงมามีระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 21.51 อาชีพรับราชการหรือทำงานเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 29.23 รองลงมาคือลูกจ้างบริษัทเอกชนและประกอบธุรกิจส่วนตัวที่มีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือร้อยละ 23.85 และ 23.59 ตามลำดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,000 - 30,000 บาท รองลงมาคือไม่เกิน 15,000 บาท เมื่อจำแนกตามสายการบินที่ใช้บริการคือสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย ก็พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีคุณลักษณะทั่วไปในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เช่นเดียวกับในภาพรวม

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละและความถี่ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

| ปัจจัยส่วนบุคคล |                     | สายการบินที่ใช้บริการ |                | รวม             |
|-----------------|---------------------|-----------------------|----------------|-----------------|
|                 |                     | นกแอร์                | แอร์เอเชีย     |                 |
| เพศ             | 1. ชาย              | 88<br>22.56 %         | 67<br>17.18 %  | 155<br>39.74 %  |
|                 | 2. หญิง             | 110<br>28.21 %        | 125<br>32.05 % | 235<br>60.26 %  |
| อายุ            | 1. 15 - 25 ปี       | 62<br>15.90 %         | 59<br>15.13 %  | 121<br>31.03 %  |
|                 | 2. 26 - 35 ปี       | 55<br>14.10 %         | 59<br>15.13 %  | 114<br>29.23 %  |
|                 | 3. 36 - 45 ปี       | 37<br>9.49 %          | 33<br>8.46 %   | 70<br>17.95 %   |
|                 | 4. 46 ปีขึ้นไป      | 44<br>11.28 %         | 41<br>10.51 %  | 85<br>21.79 %   |
| ระดับการศึกษา   | 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | 13<br>3.33 %          | 22<br>5.64 %   | 35<br>8.97 %    |
|                 | 2. ปริญญาตรี        | 139<br>35.64 %        | 132<br>33.85 % | 271<br>69.49 %  |
|                 | 3. สูงกว่าปริญญาตรี | 46<br>11.79 %         | 38<br>9.74 %   | 84<br>21.54 %   |
|                 | รวม                 | 198<br>50.77 %        | 192<br>49.23 % | 390<br>100.00 % |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) จำนวนร้อยละและความถี่ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

| ปัจจัยส่วนบุคคล              |  | สายการบินที่ใช้บริการ |                | รวม             |
|------------------------------|--|-----------------------|----------------|-----------------|
|                              |  | นกแอร์                | แอร์เอเชีย     |                 |
| อาชีพ                        | 1. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ                                  | 53<br>13.59 %         | 61<br>15.64 %  | 114<br>29.23 %  |
|                              | 2. ลูกจ้างบริษัทเอกชน  | 48<br>12.31 %         | 45<br>11.54 %  | 93<br>23.85 %   |
|                              | 3. ธุรกิจส่วนตัว   | 49<br>12.56 %         | 43<br>11.03 %  | 92<br>23.59 %   |
|                              | 4. นักเรียน/นักศึกษา   | 41<br>10.51 %         | 33<br>8.46 %   | 74<br>18.97 %   |
|                              | 5. อื่นๆ (เช่น แม่บ้าน เกษตรกร<br>มัคคุเทศน์ อาชีพอิสระ เป็นต้น) | 7<br>1.79 %           | 10<br>2.56 %   | 17<br>4.36 %    |
| รายได้<br>เฉลี่ยต่อ<br>เดือน | 1. ไม่เกิน 15,000 บาท  | 48<br>12.31 %         | 44<br>11.28 %  | 92<br>23.59 %   |
|                              | 2. 15,001 - 30,000 บาท   | 62<br>15.90 %         | 89<br>22.82 %  | 151<br>38.72 %  |
|                              | 3. 30,001 - 45,000 บาท   | 40<br>10.26 %         | 23<br>5.90 %   | 63<br>16.15 %   |
|                              | 4. 45,001 - 60,000 บาท   | 23<br>5.90 %          | 17<br>4.36 %   | 40<br>10.26 %   |
|                              | 5. ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป                                      | 25<br>6.41 %          | 19<br>4.87 %   | 44<br>11.28 %   |
| รวม                          |  | 198<br>50.77 %        | 192<br>49.23 % | 390<br>100.00 % |

#### 4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการสายการบิน 2 สายการบินที่เปิดให้บริการที่ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์คิดเป็นร้อยละ 50.77 และเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียร้อยละ 49.23 เมื่อพิจารณาในภาพรวมเกี่ยวกับเหตุผลที่เลือกใช้บริการสายการบินดังกล่าว พบว่า การมีโปรโมชั่นที่ถูกต้อง (เช่น การลดราคา) และค่าโดยสาร เป็นเหตุผลสำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกคิดเป็นร้อยละ 65.55 และ 65.04 ตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาแยกตามสายการบินที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการก็พบว่าเหตุผลสำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกสายการบินนกแอร์คือค่าโดยสารถูกคิดเป็นร้อยละ 30.59 รองลงมาคือ การมีโปรโมชั่นที่ถูกต้องคิดเป็นร้อยละ 27.76 ในขณะที่เหตุผลสำคัญที่สุดที่กลุ่มตัวอย่างเลือกสายการบินไทยแอร์เอเชียคือการมีโปรโมชั่นที่ถูกต้องคิดเป็นร้อยละ 37.79 รองลงมาคือการมีโปรโมชั่นที่ถูกต้องคิดเป็นร้อยละ 34.45

สำหรับวัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง ด้วยสายการบินที่ใช้บริการทั้ง 2 สายการบิน (คิดจากผลรวม) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อทำงาน ประชุมหรือทำธุรกิจมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 35.13 รองลงมาคือเพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อนคิดเป็นร้อยละ 26.92 แต่ถ้าพิจารณาแยกเป็นแต่ละสายการบินก็พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินนกแอร์มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการทำงาน ประชุมหรือทำธุรกิจในสัดส่วนที่มากที่สุดหรือคิดเป็นร้อยละ 21.79 รองลงมาคือการท่องเที่ยวหรือพักผ่อนคิดเป็นร้อยละ 10.77 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการท่องเที่ยวหรือพักผ่อนคิดเป็นร้อยละ 10.77 การทำงาน ประชุมหรือทำธุรกิจในสัดส่วนที่มากที่สุดหรือคิดเป็นร้อยละ 16.15 รองลงมาคือการทำงาน ประชุมหรือทำธุรกิจในสัดส่วนที่มากที่สุดหรือคิดเป็นร้อยละ 13.33

วิธีการสั่งซื้อตั๋วโดยสารทางเว็บไซต์ของทางบริษัทเป็นวิธีที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 68.72 ในภาพรวม ทั้งนี้ไม่ว่าจะแยกพิจารณาเป็นแต่ละสายการบินก็ยังพบว่าวิธีการนี้ยังมีสัดส่วนมากที่สุดเช่นเดียวกันเมื่อเทียบกับการสั่งซื้อตั๋วโดยสารวิธีอื่นๆ ซึ่งมีสัดส่วนในแต่ละวิธีไม่เกินร้อยละ 7 ส่วนผู้ที่ตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสายการบินนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเองมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 85.82 จำนวนครั้งโดยเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำต่อปีคือ 3-4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.97 รองลงมาคือ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.62 หรืออาจสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเดินทางโดยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำไม่เกินปีละ 4 ครั้งมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 53.59

ตารางที่ 4.2 จำนวนร้อยละและความถี่ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ

| พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ |   | สายการบินที่ใช้บริการ    |                | รวม             |                |
|---|---|--------------------------|----------------|-----------------|----------------|
|   |   | นกแอร์                   | แอร์เอเชีย     |                 |                |
| เหตุผลที่<br>ใช้บริการ                        | 1. มีโปรโมชั่น (เช่น การลดราคา) ที่จูงใจ      | 108<br>27.76 %           | 147<br>37.79 % | 255<br>65.55 %  |                |
|   | 2. ค่าโดยสารราคาถูก                           | 119<br>30.59 %           | 134<br>34.45 % | 253<br>65.04 %  |                |
|   | 3. สนามบินใกล้บ้าน/สะดวกในการเดินทาง          | 56<br>14.40 %            | 50<br>12.85 %  | 106<br>27.25 %  |                |
|   | 4. ตรงเวลา ไม่ล่าช้า                          | 54<br>13.88 %            | 52<br>13.37 %  | 106<br>27.25 %  |                |
|   | 5. ประทับใจในการบริการของพนักงาน              | 68<br>17.48 %            | 37<br>9.51 %   | 105<br>26.99 %  |                |
|   | 6. มั่นใจในความปลอดภัย                        | 52<br>13.37 %            | 41<br>10.54 %  | 93<br>23.91 %   |                |
|   | 7. มีภาพลักษณ์ที่ดี                           | 56<br>14.40 %            | 34<br>8.74 %   | 90<br>23.14 %   |                |
|   | 8. มีเที่ยวบินเพียงพอและตรงกับความ<br>ต้องการ | 47<br>12.08 %            | 35<br>9.00 %   | 82<br>21.08 %   |                |
|   | 9. บริษัท/หน่วยงาน เป็นผู้เลือกให้            | 8<br>2.06 %              | 11<br>2.83 %   | 19<br>4.88 %    |                |
|   | <hr/>   |                          |                |                 |                |
|   | วัตถุประสงค์<br>หลักของการ<br>เดินทาง         | 1. ทำงาน/ประชุม/ทำธุรกิจ | 85<br>21.79 %  | 52<br>13.33 %   | 137<br>35.13 % |
|   |   | 2. ท่องเที่ยว/พักผ่อน    | 42<br>10.77 %  | 63<br>16.15 %   | 105<br>26.92 % |
| 3. กลับบ้าน/เยี่ยมญาติ                        |   | 41<br>10.51 %            | 41<br>10.51 %  | 82<br>21.03 %   |                |
| 4. ทำงาน/ท่องเที่ยว/กลับบ้าน/เยี่ยมญาติ       |   | 30<br>7.69 %             | 36<br>9.23 %   | 66<br>16.92 %   |                |
| รวม   |   | 198<br>50.77 %           | 192<br>49.23 % | 390<br>100.00 % |                |

ตารางที่ 4.2(ต่อ) ร้อยละและความถี่ของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการใช้บริการ

| พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ                   |                       | สายการบินที่ใช้บริการ |                | รวม            |
|---|-----------------------|-----------------------|----------------|----------------|
|   |                       | นกแอร์                | แอร์เอเชีย     |                |
| วิธีการซื้อตั๋ว<br>โดยสาร                                     | 1. เว็บไซต์ของบริษัท  | 125<br>32.05 %        | 143<br>36.67 % | 268<br>68.72 % |
|   | 2. โทรศัพท์ของบริษัท  | 23<br>5.90 %          | 14<br>3.59 %   | 37<br>9.49 %   |
|   | 3. ทางโทรศัพท์        | 27<br>6.92 %          | 20<br>5.13 %   | 47<br>12.05 %  |
|   | 4. ตัวแทนจำหน่ายบัตร  | 23<br>5.90 %          | 15<br>3.85 %   | 38<br>9.74 %   |
| ผู้ที่ตัดสินใจ<br>ในการ<br>เลือกใช้<br>บริการสาย<br>การบิน    | 1. ตนเอง              | 178<br>45.88 %        | 155<br>39.95 % | 333<br>85.82 % |
|   | 2. บริษัทหรือหน่วยงาน | 8<br>2.06 %           | 12<br>3.09 %   | 20<br>5.15 %   |
|   | 3. เพื่อน/ญาติ        | 12<br>3.09 %          | 23<br>5.93 %   | 35<br>9.02 %   |
|   |                       |                       |                |                |
| จำนวนครั้ง<br>ต่อปีที่ใช้<br>บริการสาย<br>การบิน<br>ต้นทุนต่ำ | 1. 1 - 2 ครั้ง        | 39<br>10.00 %         | 57<br>14.62 %  | 96<br>24.62 %  |
|   | 2. 3 - 4 ครั้ง        | 60<br>15.38 %         | 53<br>13.59 %  | 113<br>28.97 % |
|   | 3. 5 - 6 ครั้ง        | 34<br>8.72 %          | 35<br>8.97 %   | 69<br>17.69 %  |
|   | 4. 7 - 8 ครั้ง        | 23<br>5.90 %          | 21<br>5.38 %   | 44<br>11.28 %  |
|   | 5. 9 - 10 ครั้ง       | 11<br>2.82 %          | 11<br>2.82 %   | 22<br>5.64 %   |
|   | 6. 11 - 12 ครั้ง      | 20<br>5.13 %          | 4<br>1.03 %    | 24<br>6.15 %   |
|   | 7. มากกว่า 12 ครั้ง   | 11<br>2.82 %          | 11<br>2.82 %   | 22<br>5.64 %   |
|   |                       |                       |                |                |
|   |                       | รวม                   | 198<br>50.77 % | 192<br>49.23 % |

### 4.3 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

สำหรับผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ จะนำเสนอโดยการแยกพิจารณาออกเป็นแต่ละสายการบินคือสายการบินนกแอร์และสายการบินไทยแอร์เอเชีย เพื่อจะแสดงให้เห็นว่าการที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการบินแต่ละสายการบินนั้นให้ความสำคัญมากน้อยเพียงใดกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้านต่างๆ ทั้ง 7 ด้าน ด้วยการพิจารณาจากค่าเฉลี่ยของคะแนนที่กลุ่มตัวอย่างตอบในแบบสอบถาม

#### 4.3.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้านต่างๆ ทั้ง 7 ด้านในภาพรวม ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์ เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านพนักงาน ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการสื่อสารการตลาด ด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพ และด้านราคา ด้วยค่าเฉลี่ย ดังนี้ 4.30, 4.29, 4.24, 4.19, 4.15, 4.06 4.04 ตามลำดับ (ตารางที่ 12) โดยมีรายละเอียดเมื่อจำแนกลงในปัจจัยย่อยในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.19 เมื่อพิจารณาลงไปในปัจจัยย่อยในด้านนี้ก็พบว่า การมีเส้นทางการบินที่ตรงต่อความต้องการเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ด้วยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.27 และ 4.25 ตามลำดับ

ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.06 เมื่อพิจารณาลงไปในปัจจัยย่อยในด้านนี้ก็พบว่า การมีอัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมที่เหมาะสมเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ การแจ้งอัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมต่างๆ อย่างชัดเจน ด้วยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมาก คือ 4.08 และ 4.04 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.29 เมื่อพิจารณาลงไปในปัจจัยย่อยในด้านนี้ก็พบว่า ความสะดวกในการซื้อตั๋วโดยสารผ่านทาง website ของสายการบินเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายและเพียงพอด้วยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน คือ 4.38 และ 4.28 ตามลำดับ

ด้านการสื่อสารการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.15 เมื่อพิจารณาลงไปในปัจจัยย่อยในด้านนี้ก็พบว่า มีอยู่ 2 ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด คือการมีรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ เช่น การลดราคาค่าโดยสาร และการมี website ที่ให้ข้อมูลอย่างครบถ้วน มีรูปแบบที่อ่านง่าย ด้วยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมากที่สุดคือ 4.19

ด้านพนักงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.18 เมื่อพิจารณาลงไปในปัจจัยย่อยในด้านนี้ก็พบว่า เมื่อพิจารณาลงไปในปัจจัยย่อยในด้านนี้ก็พบว่า พนักงานบนเครื่องบินมีมารยาท/มีความยินดีในการให้บริการเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือพนักงานภาคพื้นดินมีมารยาท/มีความยินดีในการให้บริการ ด้วยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน คือ 4.38 และ 4.26 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.24 เมื่อพิจารณาลงไปในปัจจัยย่อยในด้านนี้ก็พบว่ากระบวนการเช็คอินมีความสะดวก รวดเร็ว เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ การออกเดินทาง และถึงที่หมายตามกำหนดเวลา ไม่ล่าช้า ด้วยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน คือ 4.40 และ 4.29 ตามลำดับ

ด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.06 เมื่อพิจารณาลงไปในปัจจัยย่อยในด้านนี้ก็พบว่าความสะอาดของห้องโดยสาร เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.22 รองลงมาคือรูปแบบของเครื่องบิน พนักงานบริการภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน ด้วยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน คือ 4.14

### 4.3.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน

#### ไทยแอร์เอเชีย

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในด้านต่างๆ ทั้ง 7 ด้านในภาพรวม ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการสื่อสารการตลาด ด้านพนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกระบวนการ ด้านราคา และด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพ ด้วยค่าเฉลี่ย ดังนี้ 4.25, 4.22, 4.18, 4.13, 4.13, 4.05 และ 3.99 ตามลำดับ (ตารางที่ 13) โดยมีรายละเอียดเมื่อจำแนกลงในปัจจัยย่อยในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาลงไปในปัจจัยย่อยในด้านนี้ก็พบว่า ความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ มีเส้นทางการบินที่ตรงต่อความต้องการด้วยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.21 และ 4.20 ตามลำดับ

ด้านราคาในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.05 เมื่อพิจารณาลงไปในปัจจัยย่อยในด้านนี้ก็พบว่า การมีอัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมที่เหมาะสมเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ 4.21 รองลงมาคือ อัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมที่ถูกลงกว่าสายการบินอื่นด้วยค่าเฉลี่ย 4.15

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของคะแนนปัจจัยการเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์

| ปัจจัยการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ |  | ค่าเฉลี่ย   | S.D.         | แปลผล            |
|---|--|-------------|--------------|------------------|
| ด้าน<br>ผลิตภัณฑ์<br>และ<br>บริการ        | มีเส้นทางการบินที่ตรงต่อความต้องการ                                      | 4.27        | 0.708        | มากที่สุด        |
|   | ความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย   | 4.25        | 0.664        | มากที่สุด        |
|   | จำนวนเที่ยวบินที่เพียงพอ และช่วงเวลาที่ตรงต่อความต้องการ                 | 4.14        | 0.734        | มาก              |
|   | ความมีชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดี  | 4.11        | 0.659        | มาก              |
|   | <b>รวมด้านสินค้าและบริการ</b>  | <b>4.19</b> | <b>0.694</b> | <b>มาก</b>       |
| ด้านราคา                                  | อัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม                                    | 4.17        | 0.741        | มาก              |
|   | การแจ้งอัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมต่างๆอย่างชัดเจน                       | 4.08        | 0.796        | มาก              |
|   | ไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มเติมขณะที่ใช้บริการ เช่น อาหาร/<br>เครื่องดื่ม | 4.04        | 0.842        | มาก              |
|   | อัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าสายการบินอื่น                       | 3.96        | 0.763        | มาก              |
|   | <b>รวมด้านราคา</b>   | <b>4.06</b> | <b>0.788</b> | <b>มาก</b>       |
| ด้าน<br>ช่องทาง<br>การจัด<br>จำหน่าย      | มีความสะดวกในการซื้อตั๋วโดยสารผ่านทาง website ของสายการบิน               | 4.38        | 0.715        | มากที่สุด        |
|   | มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายและเพียงพอ                                | 4.28        | 0.719        | มากที่สุด        |
|   | มีความสะดวกรวดเร็วในการซื้อ/ สอบถามเกี่ยวกับตั๋วโดยสาร                   | 4.26        | 0.705        | มากที่สุด        |
|   | มีช่องทางการจำหน่ายตั๋วโดยสารที่หลากหลายและเพียงพอ                       | 4.25        | 0.716        | มากที่สุด        |
|   | <b>รวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>                                       | <b>4.29</b> | <b>0.714</b> | <b>มากที่สุด</b> |
| ด้านการ<br>สื่อสาร<br>การตลาด             | มีรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ เช่น การลดราคาค่าโดยสาร                   | 4.19        | 0.754        | มาก              |
|   | มี website ที่ให้ข้อมูลอย่างครบถ้วน และมีรูปแบบที่อ่านง่าย               | 4.19        | 0.774        | มาก              |
|   | มีศูนย์บริการข้อมูล call center เพื่อบริการสอบถามข้อมูล                  | 4.17        | 0.759        | มาก              |
|   | มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่างๆ                                    | 4.07        | 0.755        | มาก              |
|   | <b>รวมด้านการส่งเสริมการตลาด</b>   | <b>4.15</b> | <b>0.761</b> | <b>มาก</b>       |

ตารางที่ 4.3 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของคะแนนปัจจัยการเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์

| ปัจจัยการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ |  | ค่าเฉลี่ย   | S.D.         | แปลผล            |
|---|--|-------------|--------------|------------------|
| ด้านพนักงาน                               | พนักงานบนเครื่องบินมีมารยาท/มีความยินดีในการให้บริการ                | 4.38        | 0.624        | มากที่สุด        |
|   | นักบินมีประสบการณ์และมีความสามารถควบคุมเครื่องบินได้ดี               | 4.36        | 0.660        | มากที่สุด        |
|   | พนักงานภาคพื้นดินมีมารยาท/มีความยินดีในการให้บริการ                  | 4.22        | 0.669        | มากที่สุด        |
|   | มีการทักทายและการแจ้งรายละเอียดการบินของพนักงานบนเครื่องบินและนักบิน | 4.22        | 0.667        | มากที่สุด        |
|   | <b>รวมด้านพนักงาน</b>  | <b>4.30</b> | <b>0.658</b> | <b>มากที่สุด</b> |
| ด้านกระบวนการ                             | กระบวนการเช็คอินมีความสะดวก รวดเร็ว                                  | 4.40        | 0.659        | มากที่สุด        |
|   | การออกเดินทาง และถึงที่หมายตามกำหนดเวลา ไม่ล่าช้า                    | 4.29        | 0.707        | มากที่สุด        |
|   | ความรวดเร็วในการช่วยเหลือ และให้บริการลูกค้า                         | 4.17        | 0.720        | มาก              |
|   | การรับกระเป๋าสะดวก รวดเร็ว และไม่แออัด                               | 4.11        | 0.763        | มาก              |
|   | <b>รวมด้านกระบวนการ</b>  | <b>4.24</b> | <b>0.721</b> | <b>มากที่สุด</b> |
| ด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพ      | ความสะอาดของห้องโดยสาร   | 4.22        | 0.706        | มากที่สุด        |
|   | รูปแบบของเครื่องบินพนักงานบริการภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน            | 4.14        | 0.713        | มาก              |
|   | เครื่องบินมีความทันสมัย และอุปกรณ์มีความพร้อมในการให้บริการ          | 4.08        | 0.726        | มาก              |
|   | ห้องน้ำสะอาด และมีอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำที่เพียงพอ                   | 4.01        | 0.754        | มาก              |
|   | เครื่องบินมีรูปลักษณ์ การตกแต่ง และการออกแบบที่ทันสมัยสวยงาม         | 3.97        | 0.747        | มาก              |
|   | ที่นั่งโดยสารกว้างขวาง สะอาดและมีความสะดวกสบาย                       | 3.94        | 0.838        | มาก              |
|   | <b>รวมด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ</b>                                   | <b>4.06</b> | <b>0.753</b> | <b>มาก</b>       |

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของคะแนนปัจจัยการเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย

| ปัจจัยการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ |  | ค่าเฉลี่ย   | S.D.         | แปลผล            |
|---|--|-------------|--------------|------------------|
| ด้าน<br>ผลิตภัณฑ์<br>และ<br>บริการ        | ความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย   | 4.21        | 0.695        | มากที่สุด        |
|   | มีเส้นทางการบินที่ตรงต่อความต้องการ                                      | 4.20        | 0.711        | มาก              |
|   | จำนวนเที่ยวบินที่เพียงพอ และช่วงเวลาที่ตรงต่อความต้องการ                 | 4.09        | 0.707        | มาก              |
|   | ความมีชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดี  | 4.03        | 0.634        | มาก              |
|   | <b>รวมด้านสินค้าและบริการ</b>  | <b>4.13</b> | <b>0.691</b> | <b>มาก</b>       |
| ด้านราคา                                  | อัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม                                    | 4.21        | 0.739        | มากที่สุด        |
|   | อัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าสายการบินอื่น                       | 4.15        | 0.740        | มาก              |
|   | การแจ้งอัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมต่างๆอย่างชัดเจน                       | 4.07        | 0.825        | มาก              |
|   | ไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มเติมขณะที่ใช้บริการ เช่น อาหาร/<br>เครื่องดื่ม | 3.79        | 0.939        | มาก              |
|   | <b>รวมด้านราคา</b>   | <b>4.05</b> | <b>0.829</b> | <b>มาก</b>       |
| ด้าน<br>ช่องทาง<br>การจัด<br>จำหน่าย      | มีความสะดวกในการซื้อตั๋วโดยสารผ่านทาง websiteของสาย<br>การบิน            | 4.34        | 0.734        | มากที่สุด        |
|   | มีความสะดวกรวดเร็วในการซื้อ/ สอบถามเกี่ยวกับตั๋วโดยสาร                   | 4.23        | 0.673        | มากที่สุด        |
|   | มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายและเพียงพอ                                | 4.22        | 0.762        | มากที่สุด        |
|   | มีช่องทางการจำหน่ายตั๋วโดยสารที่หลากหลายและเพียงพอ                       | 4.21        | 0.732        | มากที่สุด        |
|   | <b>รวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>                                       | <b>4.25</b> | <b>0.726</b> | <b>มากที่สุด</b> |
| ด้านการ<br>สื่อสาร<br>การตลาด             | มีรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ เช่น การลดราคาค่าโดยสาร                   | 4.36        | 0.672        | มากที่สุด        |
|   | มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่างๆ                                    | 4.28        | 0.695        | มากที่สุด        |
|   | มี website ที่ให้ข้อมูลอย่างครบถ้วน และมีรูปแบบที่อ่านง่าย               | 4.21        | 0.744        | มากที่สุด        |
|   | มีศูนย์บริการข้อมูล call center เพื่อบริการสอบถามข้อมูล                  | 4.04        | 0.758        | มาก              |
|   | <b>รวมด้านการส่งเสริมการตลาด</b>   | <b>4.22</b> | <b>0.726</b> | <b>มากที่สุด</b> |

ตารางที่ 4.4 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของคะแนนปัจจัยการเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย

| ปัจจัยการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ            |  | ค่าเฉลี่ย   | S.D.         | แปลผล      |
|--|--|-------------|--------------|------------|
| ด้าน<br>พนักงาน                                      | นักบินมีประสบการณ์และมีความสามารถควบคุมเครื่องบินได้ดี               | 4.25        | 0.694        | มากที่สุด  |
|  | พนักงานบนเครื่องบินมีมารยาท/มีความยินดีในการให้บริการ                | 4.21        | 0.722        | มากที่สุด  |
|  | พนักงานภาคพื้นดินมีมารยาท/มีความยินดีในการให้บริการ                  | 4.13        | 0.765        | มาก        |
|  | มีการทักทายและการแจ้งรายละเอียดการบินของพนักงานบนเครื่องบินและนักบิน | 4.13        | 0.769        | มาก        |
|  | <b>รวมด้านพนักงาน</b>  | <b>4.18</b> | <b>0.739</b> | <b>มาก</b> |
| ด้าน<br>กระบวนการ                                    | กระบวนการเช็คอินมีความสะดวก รวดเร็ว                                  | 4.32        | 0.639        | มากที่สุด  |
|  | การออกเดินทาง และถึงที่หมายตามกำหนดเวลา ไม่ล่าช้า                    | 4.13        | 0.789        | มาก        |
|  | ความรวดเร็วในการช่วยเหลือ และให้บริการลูกค้า                         | 4.06        | 0.760        | มาก        |
|  | การรับกระเป๋าสะดวก รวดเร็ว และไม่แออัด                               | 4.02        | 0.776        | มาก        |
|  | <b>รวมด้านกระบวนการ</b>  | <b>4.13</b> | <b>0.751</b> | <b>มาก</b> |
| ด้าน<br>หลักฐาน<br>หรือสิ่งที่<br>ปรากฏทาง<br>กายภาพ | ความสะอาดของห้องโดยสาร   | 4.16        | 0.702        | มาก        |
|  | เครื่องบินมีความทันสมัย และอุปกรณ์มีความพร้อมในการให้บริการ          | 4.10        | 0.698        | มาก        |
|  | รูปแบบของเครื่องบินพนักงานบริการภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน            | 4.06        | 0.695        | มาก        |
|  | เครื่องบินมีรูปลักษณ์ การตกแต่ง และการออกแบบที่ทันสมัยสวยงาม         | 3.99        | 0.709        | มาก        |
|  | ห้องน้ำสะอาด และมีอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำที่เพียงพอ                   | 3.93        | 0.776        | มาก        |
|  | ที่นั่งโดยสารกว้างขวาง สะอาดและมีความสะดวกสบาย                       | 3.71        | 0.930        | มาก        |
|  | <b>รวมด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ</b>                                   | <b>3.99</b> | <b>0.769</b> | <b>มาก</b> |

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.25 เมื่อพิจารณา  
ลงไปปัจจัยย่อยในด้านนี้ก็พบว่า มีความสะดวกในการซื้อตั๋วโดยสารผ่านทาง websiteของสายการ  
บินเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือมีความสะดวกรวดเร็วในการซื้อ/  
สอบถามเกี่ยวกับตั๋วโดยสาร ด้วยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน คือ 4.34 และ 4.23  
ตามลำดับ

ด้านการสื่อสารการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.22 เมื่อพิจารณาลงไปในปัจจุบันในด้านนี้ก็พบว่า มีรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ เช่น การลดราคาค่าโดยสารเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่างๆ ด้วยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน คือ 4.34 และ 4.28 ตามลำดับ

ด้านพนักงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.18 เมื่อพิจารณาลงไปในปัจจุบันในด้านนี้ก็พบว่า พนักงานบนเครื่องบินมีมารยาท/มีความยินดีในการให้บริการเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือพนักงานภาคพื้นดินมีมารยาท/มีความยินดีในการให้บริการ ด้วยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นเดียวกัน คือ 4.25 และ 4.21 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาลงไปในปัจจุบันในด้านนี้ก็พบว่ากระบวนการเช็คอินมีความสะดวก รวดเร็ว เป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด คือ 4.32 รองลงมาคือ การออกเดินทางและถึงที่หมายตามกำหนดเวลา ไม่ล่าช้า ด้วยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมาก คือ 4.13

ด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยค่าเฉลี่ย 3.93 เมื่อพิจารณาลงไปในปัจจุบันในด้านนี้ก็พบว่า เครื่องบินมีรูปลักษณ์ การตกแต่ง และการออกแบบที่ทันสมัยสวยงามเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ห้องน้ำสะอาด และมีอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำที่เพียงพอ ด้วยค่าเฉลี่ยที่อยู่ในระดับมาก คือ 3.99 และ 3.93 ตามลำดับ

#### 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

สมมติฐานการศึกษา คือ

$H_0$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสื่อสารทางการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่สนใจศึกษา

$H_1$ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสื่อสารทางการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่สนใจศึกษา

เนื่องจากตัวแปรตาม Y ในการศึกษาครั้งนี้เป็นตัวแปรแบบแบ่งกลุ่มซึ่งมีค่าเพียง 2 ค่า (Dichotomous Variable) คือ

$$Y = \begin{cases} 1 & \text{ถ้าลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินที่สนใจศึกษา} \\ 0 & \text{ถ้าลูกค้าตัดสินใจไม่เลือกใช้บริการสายการบินที่สนใจศึกษา} \end{cases}$$

และในที่นี้สายการบินที่สนใจศึกษา คือ สายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย ดังนั้นในการศึกษาคั้งนี้จึงใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยโลจิสติกแบบตัวแปรทวิ (Binary Logistic Regression) ในการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสื่อสารทางการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งได้จำแนกปัจจัยในแต่ละด้านออกเป็นปัจจัยย่อยได้ทั้งหมด 30 ปัจจัยที่มีผลต่อตัวแปรตาม Y คือการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำนกแอร์ หรือสายการบินไทยแอร์เอเชีย ดังได้กล่าวมาแล้วตามกรอบแนวความคิดในบทที่ 2

ในการทดสอบความมีนัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดว่ามีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ทำการศึกษาหรือไม่จะทำการพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญ (Level of Significance) 0.05 และที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 ทั้งนี้เพื่อให้ได้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำได้หลากหลายด้านมากขึ้น โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ คือ ถ้าค่านัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยใด (ในที่นี้คือค่า  $P$ -value หรือค่า Sig.) มีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับระดับนัยสำคัญที่กำหนด แสดงว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยนั้นจะมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่กำหนด หรือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) นั่นเอง หมายความว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการนั้นจะมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ทำการศึกษา แต่ถ้าค่านัยสำคัญทางสถิติของปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดใดมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด หรือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) จะหมายความว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดบริการนั้นไม่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ทำการศึกษา

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

| ปัจจัยการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ                               | นกแอร์    |        |          | ไทยแอร์เอเชีย |        |          |
|---|-----------|--------|----------|---------------|--------|----------|
|   | B         | Sig.   | Exp(B)   | B             | Sig.   | Exp(B)   |
| <b>ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ</b>   |           |        |          |               |        |          |
| 1. ความมีชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดี                                    | 0.3927*   | 0.0720 | 1.4810*  | -0.3927*      | 0.0720 | 0.6752*  |
| 2. ความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย   | -0.1255   | 0.5861 | 0.8821   | 0.1255        | 0.5861 | 1.1337   |
| 3. จำนวนเที่ยวบินที่เพียงพอและช่วงเวลาที่ตรงต่อความต้องการ              | 0.2027    | 0.3156 | 1.2247   | -0.2027       | 0.3156 | 0.8165   |
| 4. มีเส้นทางการบินที่ตรงต่อความต้องการ                                  | 0.0347    | 0.8675 | 1.0353   | -0.0347       | 0.8675 | 0.9659   |
| <b>ด้านราคา</b>   |           |        |          |               |        |          |
| 5. อัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม                                | -0.1510   | 0.4791 | 0.8598   | 0.1510        | 0.4791 | 1.1630   |
| 6. อัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าสายการบินอื่น                   | -0.4268** | 0.0376 | 0.6526** | 0.4268**      | 0.0376 | 1.5324** |
| 7. การแข่งอัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมต่างๆ อย่างชัดเจน                  | -0.1825   | 0.3606 | 0.8332   | 0.1825        | 0.3606 | 1.2002   |
| 8. ไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มเติมขณะที่ใช้บริการ เช่น อาหาร/เครื่องดื่ม | 0.4756**  | 0.0043 | 1.6090** | -0.4756**     | 0.0043 | 0.6215** |
| <b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>   |           |        |          |               |        |          |
| 9. มีช่องทางการจำหน่ายตั๋วโดยสารที่หลากหลายและเพียงพอ                   | 0.0114    | 0.9596 | 1.0114   | -0.0114       | 0.9596 | 0.9887   |
| 10. มีความสะดวกรวดเร็วในการซื้อ/ สอบถามเกี่ยวกับตั๋วโดยสาร              | -0.1145   | 0.6572 | 0.8918   | 0.1145        | 0.6572 | 1.1213   |
| 11. มีความสะดวกในการซื้อตั๋วโดยสารผ่านทาง website ของสายการบิน          | 0.0807    | 0.7036 | 1.0841   | -0.0807       | 0.7036 | 0.9224   |
| 12. มีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายและเพียงพอ                           | 0.1438    | 0.5260 | 1.1546   | -0.1438       | 0.5260 | 0.8661   |

ตารางที่ 4.5 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

| ปัจจัยการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ                                | นกอแอร์   |        |          | ไทยแอร์เอเชีย |        |          |
|--|-----------|--------|----------|---------------|--------|----------|
|  | B         | Sig.   | Exp(B)   | B             | Sig.   | Exp(B)   |
| <b>ด้านการสื่อสารการตลาด</b>   |           |        |          |               |        |          |
| 13. มีรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ เช่น การลดราคาโดยสาร                  | -0.3750*  | 0.0773 | 0.6873*  | 0.3750*       | 0.0773 | 1.4550*  |
| 14. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่างๆ                                | -0.7032** | 0.0012 | 0.4950** | 0.7032**      | 0.0012 | 2.0203** |
| 15. มี website ที่ให้ข้อมูลอย่างครบถ้วน และมีรูปแบบที่อ่านง่าย           | -0.1187   | 0.5880 | 0.8881   | 0.1187        | 0.5880 | 1.1260   |
| 16. มีศูนย์บริการข้อมูล call center เพื่อบริการสอบถามข้อมูล              | 0.5241**  | 0.0146 | 1.6889** | -0.5241**     | 0.0146 | 0.5921** |
| <b>ด้านพนักงาน</b>   |           |        |          |               |        |          |
| 17. พนักงานบนเครื่องบินมีมารยาท/มีความยินดีในการให้บริการ                | 0.6729**  | 0.0116 | 1.9599** | -0.6729**     | 0.0116 | 0.5102** |
| 18. พนักงานภาคพื้นดินมีมารยาท/มีความยินดีในการให้บริการ                  | -0.4394   | 0.1200 | 0.6444   | 0.4394        | 0.1200 | 1.5518   |
| 19. มีการทักทายและการแจ้งรายละเอียดการบินของพนักงานบนเครื่องบินและนักบิน | -0.0703   | 0.7789 | 0.9321   | 0.0703        | 0.7789 | 1.0728   |
| 20. นักบินมีประสบการณ์และมีความสามารถควบคุมเครื่องบินได้ดี               | 0.1434    | 0.5261 | 1.1542   | -0.1434       | 0.5261 | 0.8664   |
| <b>ด้านกระบวนการ</b>   |           |        |          |               |        |          |
| 21. กระบวนการเช็คอินมีความสะดวก รวดเร็ว                                  | 0.2431    | 0.3308 | 1.2751   | -0.2431       | 0.3308 | 0.7842   |
| 22. การออกเดินทาง และถึงที่หมายตามกำหนดเวลา ไม่ล่าช้า                    | 0.2879    | 0.1785 | 1.3336   | -0.2879       | 0.1785 | 0.7498   |
| 23. การรับกระเป๋าสะดวก รวดเร็ว และไม่แออัด                               | -0.2151   | 0.3768 | 0.8064   | 0.2151        | 0.3768 | 1.2400   |
| 24. ความรวดเร็วในการช่วยเหลือ และให้บริการลูกค้า                         | 0.1832    | 0.4771 | 1.2011   | -0.1832       | 0.4771 | 0.8326   |

ตารางที่ 4.5 (ต่อ) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการกับการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

| ปัจจัยการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ                        | นกอแอร์  |        |         | ไทยแอร์เอเชีย |        |         |
|--|----------|--------|---------|---------------|--------|---------|
|  | B        | Sig.   | Exp(B)  | B             | Sig.   | Exp(B)  |
| <b>ด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพ</b>                      |          |        |         |               |        |         |
| 25. เครื่องบินมีความทันสมัย และอุปกรณ์มีความพร้อมในการให้บริการ  | -0.4303* | 0.0953 | 0.6503* | 0.4303*       | 0.0953 | 1.5377* |
| 26. เครื่องบินมีรูปลักษณ์ การตกแต่ง และการออกแบบที่ทันสมัยสวยงาม | -0.0607  | 0.7852 | 0.9411  | 0.0607        | 0.7852 | 1.0626  |
| 27. ความสะอาดของห้องโดยสาร                                       | -0.2408  | 0.3628 | 0.7860  | 0.2408        | 0.3628 | 1.2723  |
| 28. ที่นั่งโดยสารกว้างขวาง สะอาดและมีความสะดวกสบาย               | 0.3868*  | 0.0613 | 1.4723* | -0.3868*      | 0.0613 | 0.6792* |
| 29. ห้องน้ำสะอาด และมีอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องน้ำที่เพียงพอ           | -0.1861  | 0.4448 | 0.8302  | 0.1861        | 0.4448 | 1.2045  |
| 30. รูปแบบของเครื่องแบบพนักงานบริการภาคพื้นดินและบนเครื่องบิน    | 0.0801   | 0.7237 | 1.0834  | -0.0801       | 0.7237 | 0.9231  |

หมายเหตุ : \* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

\*\* หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามทั้งหมด ที่ได้แสดงไว้ใน ตารางที่ 4.6 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีเพียง 1 ปัจจัย ได้แก่ ความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี ด้านราคามี 2 ปัจจัย ได้แก่ อัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าสายการบินอื่น และไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นๆเพิ่มเติมขณะที่ใช้บริการ เช่น อาหาร/เครื่องดื่ม ด้านการสื่อสารการตลาดมี 3 ปัจจัย ได้แก่ มีรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ เช่น การลดราคาค่าโดยสาร มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ และมีศูนย์บริการข้อมูล call center เพื่อบริการสอบถามข้อมูล ด้านพนักงานมี 1 ปัจจัย ได้แก่ พนักงานบนเครื่องบินมีมารยาท/มีความยินดีในการให้บริการ ด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพมี 2 ปัจจัย ได้แก่ เครื่องบินมีความทันสมัย และอุปกรณ์มีความพร้อมในการให้บริการ และ ที่นั่งโดยสารกว้างขวางสะอาดและมีความสะดวกสบาย

นอกจากนี้เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพและมีความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินใดนั้น ในการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินจะใช้ค่า Exp (B) ในการบอกความสำคัญของแต่ละปัจจัยของส่วน

ประสมการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้โดยสารด้วย โดยมีเกณฑ์พิจารณาว่า ถ้าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยของสายการบินใดที่มีนัยสำคัญทางสถิติและมีค่า  $Exp(B)$  สูงกว่าและมีค่ามากกว่า 1 ด้วย จะหมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่กำลังพิจารณานั้นมีผลกระทบต่อผู้โดยสารในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินนั้นมากกว่าอีกสายการบินหนึ่ง จึงได้นำเอาผลการวิเคราะห์เฉพาะปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอย่างมีนัยสำคัญเท่านั้นในตารางที่ 11 มาสรุปไว้ในตารางที่ 12 เพื่อทำการเปรียบเทียบระหว่างสายการบินนกแอร์กับไทยแอร์เอเชีย

ผลการเปรียบเทียบระหว่างการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์ และสายการบินไทยแอร์เอเชีย พบว่า ค่า  $Exp(B)$  ของสายการบินนกแอร์มีค่า  $Exp(B)$  สูงกว่าและมีค่ามากกว่า 1 ในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คือความมีชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี ด้านราคา ได้แก่ ไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นๆเพิ่มเติมขณะที่ใช้บริการ ด้านการสื่อสารการตลาด ได้แก่ มีศูนย์บริการข้อมูล call center เพื่อบริการสอบถามข้อมูล ด้านพนักงาน ได้แก่ พนักงานบนเครื่องบินมีมารยาท/มีความยินดีในการให้บริการ ด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพ ได้แก่ ที่นั่งโดยสารกว้างขวางสะอาดและมีความสะดวกสบาย โดยมีค่า  $Exp(B)$  เท่ากับ 1.4810, 1.6090, 1.6889 , 1.9599 และ 1.4723 ตามลำดับ หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่กล่าวมานั้นมีผลกระทบต่อผู้โดยสารในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินนกแอร์มากกว่าสายการบินไทยแอร์เอเชีย

ในขณะที่ค่า  $Exp(B)$  ของสายการบินไทยแอร์เอเชียมีค่า  $Exp(B)$  สูงกว่าและมีค่ามากกว่า 1 ในด้านราคา ได้แก่ อัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าสายการบินอื่น ด้านการสื่อสารการตลาด ได้แก่ มีรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ เช่น การลดราคาค่าโดยสาร และมีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ ด้านหลักฐานหรือสิ่งที่ปรากฏทางกายภาพ ได้แก่ เครื่องบินมีความทันสมัย และอุปกรณ์มีความพร้อมในการให้บริการ โดยมีค่า  $Exp(B)$  เท่ากับ 1.5324, 1.4550, 2.0203 และ 1.5377 ตามลำดับ หมายความว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่กล่าวมานั้นมีผลกระทบต่อผู้โดยสารในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียมากกว่าสายการบินไทยนกแอร์

ตารางที่ 4.6 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำระหว่างสายการบินนกแอร์กับสายการบินไทยแอร์เอเชีย

| ปัจจัยการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ                               | นกแอร์    |        |                 | ไทยแอร์เอเชีย |        |                 |
|---|-----------|--------|-----------------|---------------|--------|-----------------|
|   | B         | Sig.   | Exp(B)          | B             | Sig.   | Exp(B)          |
| <b>ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ</b>   |           |        |                 |               |        |                 |
| 1. ความมีชื่อเสียง และภาพลักษณ์ที่ดี                                    | 0.3927*   | 0.0720 | <b>1.4810*</b>  | -0.3927*      | 0.0720 | 0.6752*         |
| <b>ด้านราคา</b>   |           |        |                 |               |        |                 |
| 6. อัตราค่าโดยสาร/ค่าธรรมเนียมที่ถูกกว่าสายการบินอื่น                   | -0.4268** | 0.0376 | 0.6526**        | 0.4268**      | 0.0376 | <b>1.5324**</b> |
| 8. ไม่มีค่าใช้จ่ายอื่นๆ เพิ่มเติมขณะที่ใช้บริการ เช่น อาหาร/เครื่องดื่ม | 0.4756**  | 0.0043 | <b>1.6090**</b> | -0.4756**     | 0.0043 | 0.6215**        |
| <b>ด้านการสื่อสารการตลาด</b>  |           |        |                 |               |        |                 |
| 13. มีรายการส่งเสริมการขายที่จูงใจ เช่น การลดราคาค่าโดยสาร              | -0.3750*  | 0.0773 | 0.6873*         | 0.3750*       | 0.0773 | <b>1.4550*</b>  |
| 14. มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่างๆ                               | -0.7032** | 0.0012 | 0.4950**        | 0.7032**      | 0.0012 | <b>2.0203**</b> |
| 16. มีศูนย์บริการข้อมูล call center เพื่อบริการสอบถามข้อมูล             | 0.5241**  | 0.0146 | <b>1.6889**</b> | -0.5241**     | 0.0146 | 0.5921**        |
| <b>ด้านพนักงาน</b>  |           |        |                 |               |        |                 |
| 17. พนักงานบนเครื่องบินมีมารยาท/มีความยินดีในการให้บริการ               | 0.6729**  | 0.0116 | <b>1.9599**</b> | -0.6729**     | 0.0116 | 0.5102**        |
| <b>ด้านหลักฐานหรือสิ่งปรากฏทางกายภาพ</b>                                |           |        |                 |               |        |                 |
| 25. เครื่องบินมีความทันสมัย และอุปกรณ์มีความพร้อมในการให้บริการ         | -0.4303*  | 0.0953 | 0.6503*         | 0.4303*       | 0.0953 | <b>1.5377*</b>  |
| 28. ที่นั่งโดยสารกว้างขวาง สะอาดและมีความสะดวกสบาย                      | 0.3868*   | 0.0613 | <b>1.4723*</b>  | -0.3868*      | 0.0613 | 0.6792*         |