

การวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของผู้โดยสารต่อโครงการบัตรโดยสารราคาพิเศษ เส้นทางบินภายในประเทศของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้โดยสารต่อโครงการบัตรโดยสารราคาพิเศษฯ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้โดยสารต่อโครงการบัตรโดยสารราคาพิเศษฯ
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของโครงการบัตรโดยสารราคาพิเศษฯ ตลอดจนข้อเสนอแนะของผู้โดยสาร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนชาวไทยที่ใช้บริการเที่ยวบินภายในประเทศของการบินไทย การรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยทอดแบบสอบถามกับผู้โดยสารที่มาติดต่อใช้บริการที่สถานีกรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต และอุบลราชธานี จำนวน 150 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อธิบายข้อมูลทั่วไป สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ใช้ค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA F-test)

ผลการศึกษา พบว่า

1. ผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 50 ปี จบการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรสเป็นโสดและสมรสแล้ว ประกอบอาชีพในกลุ่มบริษัทเอกชน/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รายได้ต่อเดือน 15,000 - 45,000 บาท การใช้บริการเที่ยวบินภายในประเทศจำนวนครั้งไม่แน่นอน เคยใช้บริการบัตรโดยสารราคาพิเศษ และพ่อแม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด

2. ผู้โดยสารมีความคิดเห็นต่อโครงการฯ ในระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อแบ่งความคิดเห็นเป็นสามด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ แต่ด้านความสนใจ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจ ความต้องการใช้บริการในอนาคตและการแนะนำบริการแก่ผู้อื่นอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

3. ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้โดยสารได้แก่ รายได้และประสบการณ์การใช้บริการบัตรโดยสารราคาพิเศษ ส่วนปัจจัยที่ไม่มีผลได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพและประสบการณ์การใช้บริการเที่ยวบินภายในประเทศ

4. ปัญหาอุปสรรคของผู้โดยสารส่วนใหญ่คือ ข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ของโครงการฯ มีน้อย รายละเอียดไม่ชัดเจนเพียงพอ และได้เสนอให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และเพิ่มรายละเอียดให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5. จากผลการศึกษา ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ควรให้ฝ่ายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ การบินไทย วางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ผ่านสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต ควรจัดเตรียมเอกสารแผ่นพับพร้อมรายละเอียด สำหรับแจกผู้โดยสารที่มาติดต่อใช้บริการทั้งที่สำนักงานการบินไทย สนามบิน บนเครื่องบิน และบริษัทตัวแทนจำหน่าย ในส่วนของเจ้าหน้าที่ของการบินไทย ควรให้ข้อมูลหรือคำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้มาติดต่อใช้บริการอย่างละเอียดและสม่ำเสมอ นอกจากนี้ ควรจัดอบรมบริษัทตัวแทนจำหน่ายเพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องเพียงพอแก่ลูกค้า

The study of "Customers' Opinion on Special Price Ticket Project of Thai Airways International Public Co., Ltd." had following objectives:

1. To study about customers' opinion on Special Price Ticket Project of Thai Airways International Public Co., Ltd.
2. To study the relation of factors which may be affected opinion of customers on Special Price Ticket Project of Thai Airways International (Public) Co., Ltd.
3. To study problems and suggestion about Special Price Ticket Project from customers.

The research samples were 150 Thai customers who came to contact the Ticketing Office in Bangkok, Chiangmai, Phuket, Ubonratchathani province. The data collection process of this study used questionnaire as a tool. The statistic used for data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation for general data description and t-test and one-way analysis of variance (F-test) to perform hypothesis test.

Research results were out as follows:

1. Most of the customers is female, 31 - 50 years old, in bachelor degree, single and married. Careers of them are private business, firm employee, and merchant. Their salary is 15,000 - 45,000 bath per month. Uncertainly, they travel in domestic. And be experienced on the Special Price Ticket using. Parents were extremely dominant.
2. Overall opinion of the customers was at a rather low level. The perception aspect was also at a rather low level. But, the remain aspects of the opinion; the interesting in the project and the sub-opinion (the satisfaction, needs to join with the project in the future, and needs to suggest the project) were at a rather high level.
3. The customers differentiated by sex, age, level of education, marital status, career, experience in domestic flights, and the dominant groups had no significantly difference in overall opinion. There was significant difference at the level .05 among the customers with income and experience in the Special Price Ticket using.
4. In terms of additional opinions, problems of the customers were lack of information about the project, not clear-cut in detail. In terms of suggestions, more advertising about the project should be clearly publicized to people.
5. Recommendations were made as: Thai Airways' advertising and PRs department should be coordination with together to promote this project along the way, mass media public relation via leaflet, booklet, newspaper and the Internet. Especially, leaflet should sufficiently be provided with clear message. The counter staffs should regularly inform and suggest to the customers. Thai Airways' dealer should be provided with training program for this project information service.