

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันนี้การสื่อสารข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินงานด้านธุรกิจซึ่งมีการแข่งขันกันตลอดเวลา จึงมีความต้องการข่าวสารที่รวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำ เป็นปัจจุบัน และเชื่อถือได้ องค์การขนาดย่อมถึงขนาดใหญ่ต่างใช้เงื่อนไขเหล่านี้เป็นปัจจัยในการชี้วัดความเจริญก้าวหน้าขององค์กรนั้น ๆ เพื่อชิงความเป็นผู้นำทางด้านธุรกิจ นำมาซึ่งสารสนเทศที่เอื้ออำนวยความสะดวกกับผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ เช่นเดียวกับธุรกิจสายการบินซึ่งต่างใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ มาพัฒนาสายการบินของตนให้ทัดเทียมกับสายการบินอื่น ๆ นอกเหนือจากการพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านวิศวกรรม

ปัจจุบันธุรกิจสายการบินได้รับผลกระทบรุนแรงจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจโลก ประกอบกับปัจจัยทางการเมืองของไทยตั้งแต่ช่วงปลายปีก่อน และการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 ตั้งแต่ช่วงครึ่งหลังของปี 2552 ธุรกิจสายการบินเริ่มเห็นทิศทางที่ดีขึ้นตามสัญญาณการฟื้นตัวของตลาดนักท่องเที่ยว และการค้าระหว่างประเทศ แม้ว่าแนวโน้มของธุรกิจในช่วงที่เหลือของปีจนถึงปี 2553 มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง แต่ยังคงมีปัจจัยเสี่ยงอยู่หลายด้าน เช่น ราคาน้ำมันซึ่งมีทิศทางกลับสู่ช่วงขาขึ้น ขณะที่การแข่งขันของธุรกิจจะยิ่งทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้น

ปี 2552 วิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทำให้ธุรกิจการบินทั่วโลกต้องเผชิญกับการขาดทุนเป็นมูลค่ามหาศาลต่อเนื่องจากในปี 2551 โดยจากการประเมินของ IATA คาดว่าโดยรวมทั้งปี 2552 ธุรกิจสายการบินทั่วโลกจะขาดทุนเป็นมูลค่ากว่า 11 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ธุรกิจการบินในไทยก็ได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจเช่นกัน โดยเฉพาะด้านของการขาย หลายสายการบินได้ทำโปรโมชั่นราคาที่ค่อนข้างแรงในช่วง Low-Season

ขณะที่กลุ่มสายการบินต้นทุนต่ำ ในช่วงที่ผ่านมาได้รับผลกระทบน้อยกว่าเมื่อเทียบกับสายการบินปกติ เพราะสายการบินต้นทุนต่ำบางรายมีผลประกอบการที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงปี 2551 เนื่องจากผู้โดยสารหันมาใช้บริการเพิ่มขึ้นเพื่อลดต้นทุนการเดินทาง สำหรับการเดินทางในประเทศ และระหว่างประเทศระยะทางสั้น ๆ หดตัวน้อยกว่าการเดินทางไกลข้ามทวีป และในภาวะ

เศรษฐกิจที่ชะลอตัว นอกจากการปรับโครงสร้างเพื่อลดต้นทุน สายการบินต้นทุนต่ำหลายแห่งยังได้ปรับตัวโดยการเพิ่มการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมต่าง ๆ อาทิ ค่าธรรมเนียมสัมภาระ เป็นต้น

สำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ ที่ใช้จุดขายด้านราคา และมีการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศค่อนข้างสูงนั้น การปรับลดต้นทุนโดยการปรับปรุงระบบให้เป็นในลักษณะ Self Service ให้มากที่สุดโดยการใช้ระบบไอทีเข้ามาช่วยในการจำหน่ายตั๋วโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ หรือทางตัวแทนการขายเว็บไซต์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก การจับมือเป็นพันธมิตร เช่น กับสายการบินอื่นเพื่อให้สามารถครอบคลุมเส้นทางการบินให้มากขึ้น รวมถึงการเป็นพันธมิตรกับธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จะช่วยดึงดูดผู้โดยสาร และช่วยเรื่องต้นทุนได้เป็นอย่างมาก (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2552)

กรมการบินพลเรือน กระทรวงคมนาคม เผยว่า ในปี พ.ศ. 2549 จำนวนผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมีถึงประมาณ 8.5 ล้านคน จากจำนวนผู้ให้บริการสายการบินภายในประเทศทั้งหมด 21.8 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 39 แบ่งเป็นสัดส่วนของผู้ให้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียมากที่สุดเท่ากับร้อยละ 16.6 รองลงมาเป็นผู้ให้บริการของนกแอร์ร้อยละ 13.2 ส่วนที่เหลือประมาณร้อยละ 9.2 เป็นผู้ให้บริการของวันทูโก (กรมการบินพลเรือน, 2549)

ระบบการจองตั๋วเครื่องบินบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เริ่มมีการนำมาใช้มากขึ้น เพราะจะทำให้เกิดความสะดวก และลดค่าใช้จ่ายลงได้มาก เมื่อเทียบกับระบบเดิม ปัจจุบันธุรกิจสายการบินเริ่มมียอดการจองที่นั่งผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากขึ้น เช่น สายการบินอเมริกัน แอร์ไลน์ มีรายได้ที่มาจากการจองตั๋วผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากกว่า 50% ของรายได้ทั้งหมดของบริษัท

วิวัฒนาการการจองตั๋วเครื่องบินบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของธุรกิจสายการบินในประเทศไทย ซึ่งช่วยให้สายการบินสามารถประหยัดค่าการดำเนินงานได้เป็นจำนวนมหาศาลยังคงก้าวหน้าขึ้น โดยในปี 2549 อยู่ที่ 19% ของตั๋วโดยสารซึ่งขายผ่านทางออนไลน์ เมื่อเทียบกับปี 2548 อยู่ที่ 10% ทำให้สามารถมีการปรับปรุงการบริหารงานได้มากขึ้น เนื่องจากสายการบินสามารถกำหนดค่าคอมมิชชั่นในการจำหน่ายตั๋วได้

จากสัดส่วนของผู้ให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า สายการบินไทยแอร์เอเชีย มีสัดส่วนของผู้ให้บริการมากที่สุดถึงร้อยละ 16.6 จากจำนวนผู้ให้บริการสายการบินภายในประเทศทั้งหมด 21.8 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 39 ในปี 2549 ปัจจุบันไทยแอร์เอเชียถือเป็นสายการบินต้นทุนต่ำชั้นนำของประเทศไทย มีผู้โดยสารถึง 5.2 ล้านคน ในปี 2552 เพิ่มขึ้นจากปี 2551 และปี 2550 ซึ่งมียอดผู้โดยสาร 4.2 และ 3.8 ล้านคนตามลำดับ (ทศพล แบลเวิร์ด ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร, สายการบินไทยแอร์เอเชีย, 9 ก.พ. 53)

สายการบินไทยแอร์เอเชียก่อตั้ง และนำเสนอรูปแบบการเดินทางเรียบง่ายที่ “ไม่มีบริการอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่อง” ด้วยอัตราค่าโดยสารที่ประหยัดกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับรูปแบบการบริการเดิม ๆ ที่มีกันมาของสายการบินโดยทั่วไป ด้วยการอาศัยโมเดลของสายการบินต้นทุนต่ำที่ประสบความสำเร็จ เช่น Southwest Airlines ของสหรัฐอเมริกา และ Ryan air ของสาธารณรัฐไอร์แลนด์ จึงเกิดขึ้นพร้อมกับการสร้างปรากฏการณ์ใหม่ให้กับแวดวงการบินในประเทศไทย โดยการสร้างตลาดการบินในประเทศให้เติบโตขึ้นด้วยการเสนออัตราค่าโดยสารที่ประหยัดมากจนแบบที่เรียกได้ว่า “ใคร ๆ ก็บินได้” นอกจากนี้ ไทยแอร์เอเชียยังเป็นสายการบินแรกที่ใช้รูปแบบออนไลน์อย่างเต็มระบบ โดยเสนอทางเลือกในการสำรองที่นั่งผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เว็บไซต์ www.airasia.com ตั้งแต่เมื่อวันที่ 10 พฤษภาคม 2545 เป็นการเปิดตลาดการให้บริการรูปแบบใหม่ที่ลูกค้าสามารถทำการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ได้อย่างสะดวกและลดค่าใช้จ่าย (ไทยแอร์เอเชีย, www.airasia.com)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ กรณีศึกษาสายการบินไทยแอร์เอเชีย เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบธุรกิจสายการบินโดยสาร ในการปรับปรุงการผลิตให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ และเป็นแนวทางในการศึกษา ค้นคว้าทางวิชาการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ กรณีศึกษาสายการบินไทยแอร์เอเชีย ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ กรณีศึกษาสายการบินไทยแอร์เอเชีย ที่ใช้บริการการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ ของไทยแอร์เอเชีย www.airasia.com เท่านั้น ทำการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้บริการการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาดังแต่เดือนพฤศจิกายน 2552 ถึงเดือนมกราคม 2553 เป็นระยะเวลา 3 เดือน

นิยามศัพท์

ผู้ให้บริการ หมายถึง กลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ www.airasia.com

ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ให้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียทั้งในประเทศ และระหว่างประเทศผ่านบริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ www.airasia.com

เทคโนโลยี หมายถึง ระบบการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ www.airasia.com

WEB (World Wide Web หรือ Web site) หมายถึง หน้าเว็บเพจหลายหน้า ที่ซึ่งเชื่อมโยงกันผ่านทางไฮเปอร์ลิงค์ ส่วนใหญ่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลผ่านคอมพิวเตอร์ โดยถูกจัดเก็บไว้ในเว็ลด์ไวด์เว็บ

ข้อจำกัดในการวิจัย

เนื่องจากประชากรเป้าหมายที่ผู้วิจัยกำหนดให้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้ที่เคยใช้บริการโดยสารเครื่องบินที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ทำให้ผลที่สรุปได้เป็นรายงานเฉพาะผู้อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น การนำผลไปใช้มองภาพรวมของคนทั้งประเทศควรใช้ด้วยความระมัดระวัง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อการยอมรับในการใช้บริการสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ สายการบินแอร์เอเชียของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบินทางเว็บไซต์ ของสายการบินในการปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีการสำรองที่นิ่งับตรโดยสารถือครองบินทางเว็บไซต์สายการบินไทยแอร์เอเชียของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)
2. ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Innovation Diffusion Theory)
3. ทฤษฎีการรับรู้ถึงความเสี่ยง ความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว (Theory of Perceived Risk, Security and Privacy)
4. อินเทอร์เน็ต (Internet)
5. ระบบการชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์
6. เทคโนโลยีกับช่องทางการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินในประเทศไทย
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวความคิดในการทำการวิจัย

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีถูกคิดค้นโดย Davis (1989) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่จะส่งผลให้มีการนำมาใช้และยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งมาจาก 2 องค์ประกอบหลักคือ

- การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness: PU) ตามคำจำกัดความของ Davis กล่าวว่า การรับรู้ว่ามีประโยชน์คือ ระดับความเชื่อของบุคคลที่เชื่อว่า การใช้ระบบพิเศษใด ๆ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน
- การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) ตามคำจำกัดความของ Davis กล่าวว่า การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานคือ ระดับความเชื่อมั่นของบุคคลที่เชื่อว่า การใช้ระบบพิเศษใด ๆ ไม่ต้องการความพยายามในการใช้งานมากนัก ซึ่งก็คือการใช้งานง่าย