



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์)
ปริญญา

รัฐศาสตร์

สาขา

รัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

ภาควิชา

เรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

Decision-Making on Selecting a Low Cost Airline Service

นามผู้วิจัย นางสาวศิริดารณี ผลวัฒน์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ

(อาจารย์ยุทธศักดิ์ สินธุนาวา, D.P.A.)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์จตุพร บานชื่น, M.S.S.)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์มนฤทัยพล อรุณอนุวลาชาติ, ร.ค.)

หัวหน้าภาควิชา

(รองศาสตราจารย์จตุพร บานชื่น, M.S.S.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์วินัย อางคงหาญ, M.A.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 28 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2549

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

Decision-Making on Selecting a Low Cost Airline Service

โดย

นางสาวศิริดารณี ผลวัฒน์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์)

พ.ศ. 2549

ISBN 974-16-1113-7

ศิริธารณี พลวัฒน์ 2549: การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์) สาขารัฐศาสตร์ ภาควิชารัฐศาสตร์
และรัฐประศาสนศาสตร์ ประชานกรรมการที่ปรึกษา: อาจารย์สุทธิศักดิ์ สินธุนา, D.P.A. 92 หน้า
ISBN 974-16-1113-7

วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ และมุ่งศึกษาเฉพาะระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ และระดับความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารที่เดินทางกับสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย ผู้โดยสารมีความรู้ในระดับมากเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำและมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในระดับมาก ระดับการตัดสินใจในขั้นการรับรู้ความต้องการของผู้โดยสารอยู่ในระดับมาก ระดับการตัดสินใจในขั้นการค้นหาข้อมูลของผู้โดยสารอยู่ในระดับปานกลาง ระดับการตัดสินใจในขั้นการประเมินทางเลือกของผู้โดยสาร และในขั้นพฤติกรรมหลังการใช้บริการของผู้โดยสารอยู่ในระดับมาก

ศิริธารณี พลวัฒน์
ลายมือชื่อนิติศ


ลายมือชื่อประธานกรรมการ

21, มพ, 49

Siridaranee Pholwat 2006: Decision-Making on Selecting a Low Cost Airline Service
Master of Arts (Political Science), Major Field: Political Science, Department of
Political Science and Public Administration. Thesis Advisor: Mr. Suttisak Sinthunawa,
D.P.A. 92 pages.
ISBN 974-16-1113-7

The purpose of this study was to examine decision-making on selecting a low cost airline service. The study focused on a level of decision-making on selecting a low cost airline service, and a level of knowledge in a low cost airline service. A group of sample was taken from 400 low cost airline passengers. An instrument to collect data was questionnaire. An instrument to analyze data was a personal computer with statistics software. Statistics includes percentage, arithmetic means and standard deviation.

Studied results indicated that overall, the level of passengers' knowledge in a low cost airline service was high, and the level of decision-making on selecting a low cost airline service was high; the level of passengers' requirement perception was high; the level of passengers' information inquiry was moderate; the level of passengers' alternative evaluation; and the level of passengers' behavior after service was high.

SIRIDARANEE PHOLWAT

Student's signature



Thesis Advisor's signature

02, 21, 2006

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก อาจารย์ ดร.สุทธศักดิ์ สินธุวานา ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์จตุพร บานชื่น กรรมการสาขาวิชาเอก รองศาสตราจารย์มนฤตย์พล อรุณบุญวาทะ กรรมการสาขาวิชารอง ที่ให้ความกรุณาให้คำปรึกษา ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ ตลอดจนพิจารณาตรวจทาน แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สากล สถิตวิทยานันท์ ผู้แทนบัณฑิต ที่ได้กรุณาแนะนำและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุง วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากที่สุด

ขอขอบพระคุณผู้โดยสารถายการбинต้นทุนต่ำทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ และสละเวลา ตอบแบบสอบถามเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ท้ายที่สุดนี้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ นิสิตปริญญาโทโดยเฉพาะรวิวรรณ เตชะสุวรรณวงศ์ พุทธิมาศ บำเหน็จพันธุ์ สะคราญ บุรพวงษ์บัณฑิต ร.ต.ท. สิทธิพงษ์ ศรีเลอจันทร์ นพดล จินดาธรรม วรุตม์ วิศิษฐ์ศิลป์ และเพทาย ศิริมุสิกะ ที่ได้ช่วยเหลือ ให้คำแนะนำปรึกษาที่ดีทั้งในเรื่อง การเรียน และการทำวิทยานิพนธ์ รวมทั้งขอขอบคุณ ร.ต.อ. ศิระกราน ดันสงวนที่ให้ความห่วงใย และกำลังใจในทุกๆ เรื่องตลอดมา คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบแด่ คุณพ่อ คุณแม่ คุณย่า คุณป้า น้องสาวและเพื่อนทุกคน

ศิริดารณี ผลวัฒน์

กุมภาพันธ์ 2549

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
นิยามศัพท์	2
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	4
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	4
แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ	11
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ	19
แนวคิดเกี่ยวกับความรู้	23
ความเป็นมาและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ	26
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	44
กรอบแนวคิดในการวิจัย	45
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	46
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย	46
การสุ่มตัวอย่าง	46
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	53
การสร้างแบบสอบถาม	53
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	55
การเก็บรวบรวมข้อมูล	56

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

การวิเคราะห์ข้อมูล	56
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	57
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	58
ผลการวิจัย	58
ข้อวิจารณ์	70
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	74
สรุปผลการวิจัย	74
ข้อเสนอแนะ	75
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	78
ภาคผนวก	82
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	83
ภาคผนวก ข แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	89

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามสายการบินต้นทุนต่ำ	47
2	การหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างต่อสัปดาห์	48
3	การหาจำนวนกลุ่มชุดแบบสอบถามที่จะใช้ต่อวันในทุกเส้นทางบิน	49
4	การหาความถี่ของการเก็บแบบสอบถาม	50
5	กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	58
6	ความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำจำแนกเป็นรายชื่อ	61
7	การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในขั้นการรับรู้ความต้องการ	64
8	การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในขั้นการค้นหาข้อมูล	65
9	การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในขั้นการประเมินทางเลือก	66
10	การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในขั้นพฤติกรรมหลังการใช้บริการ	68
11	การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในขั้นตอนการตัดสินใจ 4 ขั้นตอน	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
1	การกำหนดค่าความยากรายข้อของคำถามความรู้เกี่ยวกับสายการบิน ต้นทุนต่ำ	91
2	แสดงค่าความเชื่อมั่นรวมของแบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	92

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค	6
2	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค	6
3	กระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน	9
4	กรอบแนวคิดในการวิจัย	45

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ในอดีตเส้นทางการคมนาคมขนส่งภายในประเทศมีทางเลือกในการเดินทางไม่มากนัก อาทิ รถไฟ รถโดยสารปรับอากาศ และเครื่องบิน ถึงแม้ว่าการเดินทางโดยเครื่องบินจะเป็นการเดินทางที่ สะดวกสบายและรวดเร็วกว่าทางเลือกอื่น แต่ค่าใช้จ่ายในการเดินทางค่อนข้างสูง ดังนั้น หาก ผู้โดยสารไม่มีความจำเป็นก็มักจะเลี่ยงไปใช้ทางเลือกอื่นในการเดินทางแทน แต่ในปัจจุบันการ เดินทางภายในประเทศมีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ประชาชนมีโอกาสดในการเลือกวิธีการเดินทางสู่ จุดหมายปลายทางได้หลากหลายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทางรถไฟ รถโดยสารปรับอากาศ รถตู้ปรับอากาศ รถเช่า และเครื่องบิน โดยเฉพาะในธุรกิจสายการบินที่การแข่งขันทวีความรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากรัฐบาลได้เปิดเสรีให้สายการบินเอกชนสามารถบินทับเส้นทางการบินของบริษัทการบินไทย และได้ยกเลิกการกำหนดเพดานราคาขั้นต่ำ ทำให้สายการบินต่างๆ สามารถขายตั๋วในราคาที่ต่ำลงได้ (ยุทธศักดิ์, 2547: 38) จึงเกิดสายการบินต้นทุนต่ำขึ้น ในปัจจุบันสายการบินต้นทุนต่ำจึงกลายเป็นทางเลือก หนึ่งของผู้ใช้บริการเดินทางทางอากาศ

สายการบินต้นทุนต่ำ ทำให้การเดินทางโดยเครื่องบินไม่ใช่อภิสิทธิ์เฉพาะคนที่มีฐานะอีกต่อไป ประชาชนทั่วไปสามารถเดินทางโดยเครื่องบินได้ ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบหลายประการ ผลกระทบต่อ ประชาชน เนื่องจากประชาชนมีโอกาสดในการเลือกวิธีการเดินทางได้มากขึ้น ผลกระทบต่ออุตสาหกรรม ท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศให้เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังส่งผล กระทบต่อธุรกิจคมนาคมขนส่งอีกด้วย เนื่องจากสายการบินต้นทุนต่ำนี้ไม่ได้แข่งขันเฉพาะสายการบิน ด้วยกันเอง แต่ยังรวมถึงการแข่งขันกับรถโดยสารปรับอากาศและรถไฟด้วย (ยุทธศักดิ์, 2547: 32) ที่ต่าง ต้องพยายามรักษามาตรฐานการบริการและรักษาสวนแบ่งตลาด รวมทั้งหาแนวทางเพิ่มส่วนแบ่งตลาด ของตนโดยวิธีการต่างๆ เพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ แต่ไม่ใช่ว่าธุรกิจที่เกิดขึ้นจะประสบความสำเร็จ หรืออยู่รอดได้ทุกราย เนื่องจากความสำเร็จดังกล่าวขึ้นอยู่กับปัจจัยและเงื่อนไขต่างๆ โดยเฉพาะใน ธุรกิจสายการบินซึ่งจัดอยู่ในประเภทของธุรกิจบริการ นอกจากจะเน้นเรื่องความปลอดภัยแล้ว ยังต้อง ให้ความสำคัญกับการบริการ เพราะการบริการถือเป็นปัจจัยหลักปัจจัยหนึ่งในการประสบความสำเร็จ ของธุรกิจสายการบิน

จากความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าปัจจัยสำคัญในความสำเร็จของธุรกิจสายการบินนั้นขึ้นอยู่กับกำหนดยุทธศาสตร์ของสายการบินต้นทุนต่ำให้ตรงกับความต้องการและเป็นที่ยอมรับของผู้โดยสาร ดังนั้นจึงทำการศึกษาเพื่อให้ทราบความต้องการของผู้โดยสารและเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ และระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพของการให้บริการในด้านต่างๆ ของสายการบินต้นทุนต่ำให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และเป็นแนวทางแก่ผู้ที่ศึกษาต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มุ่งศึกษาจากความคิดเห็นของผู้โดยสารที่เดินทางกับสายการบินต้นทุนต่ำจำนวน 2,172,000 คน ในระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548 ถึงวันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2548 (สายการบินไทยแอร์เอเชีย, สายการบินนกแอร์, สายการบินวัน-ทู-โก, 2548)

นิยามศัพท์

“เพศ” หมายถึง ลักษณะที่แสดงให้รู้ว่าหญิงหรือชายของผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แก่ ผู้โดยสารเพศชายและเพศหญิง

“อายุ” หมายถึง ช่วงเวลานับตั้งแต่เกิดของผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำจนถึงวันที่ตอบแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ 1) น้อยกว่า 20 ปี 2) 20-30 ปี 3) 31-40 ปี 4) 41-50 ปี 5) มากกว่า 50 ปี

“ระดับการศึกษา” หมายถึง วุฒิการศึกษาสูงสุดของผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำที่ได้รับ แบ่งเป็น 6 ระดับ ได้แก่ 1) ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น 2) ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 3) ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย 4) ระดับอนุปริญญา 5) ระดับปริญญาตรี 6) ระดับสูงกว่าปริญญาตรี

“อาชีพ” หมายถึง หน้าที่การงานปัจจุบันของผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำ แบ่งเป็น 6 อาชีพ ได้แก่ 1) นักเรียน / นักศึกษา 2) ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ 3) พนักงานบริษัทเอกชน 4) ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว 5) รับจ้าง 6) อื่นๆ

“รายได้” หมายถึง รายได้สุทธิโดยเฉลี่ยของผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำที่ได้รับจากการปฏิบัติงานในระยะเวลา 1 เดือน แบ่งออกเป็น 6 ระดับ คือ 1) น้อยกว่า 10,000 บาท 2) 10,000-20,000 บาท 3) 20,001-30,000 บาท 4) 30,001-40,000 บาท 5) 40,001-50,000 บาท 6) มากกว่า 50,001 บาท

“ประสบการณ์” หมายถึง ความชัดเจนที่เกิดจากการกระทำหรือได้พบเห็นมา ในที่นี้หมายถึง ประสบการณ์ในการเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร แบ่งเป็น เคยใช้บริการ และไม่เคยใช้บริการ หรือใช้บริการเป็นครั้งแรก

“สายการบินต้นทุนต่ำ” หมายถึง สายการบินที่มีรูปแบบการให้บริการเน้นความเรียบง่ายและประหยัด ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ และสายการบินวัน-ทู-โก

“ความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ” หมายถึง ข้อเท็จจริง ข้อมูล รายละเอียดในเรื่องการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่ได้จากการรับรู้ข่าวสารหรือประสบการณ์ที่ได้รับการสะสมมา

“การตัดสินใจเลือกใช้บริการ” หมายถึง การพิจารณาทางเลือกที่มีอยู่มากกว่าหนึ่ง โดยเปรียบเทียบกันจนได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดเพื่อที่จะทำการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การศึกษาเรื่อง “การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ” เป็นการศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ และระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งผู้วิจัยได้นำเอกสาร ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยมาเป็นแนวทางในการศึกษา โดยแบ่งเป็น แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ความเป็นมาและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย และกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้วิจัยได้ทำการตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยแบ่งเป็น ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค ได้มีนักวิชาการหลายท่านทำการศึกษาและให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งมีแนวทางสอดคล้องกัน ดังนี้ พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งการบริโภค และการใช้จ่ายซึ่งสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังการกระทำดังกล่าวด้วย โดยคาดหวังว่าสิ่งเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ (Engle, Blackwell and Miniard, 1990: 3; Schiffman and Kanuk, 1994: 7; อุดลย์, 2543: 5; นิตยาพร และมัทนียา, 2545: 3)

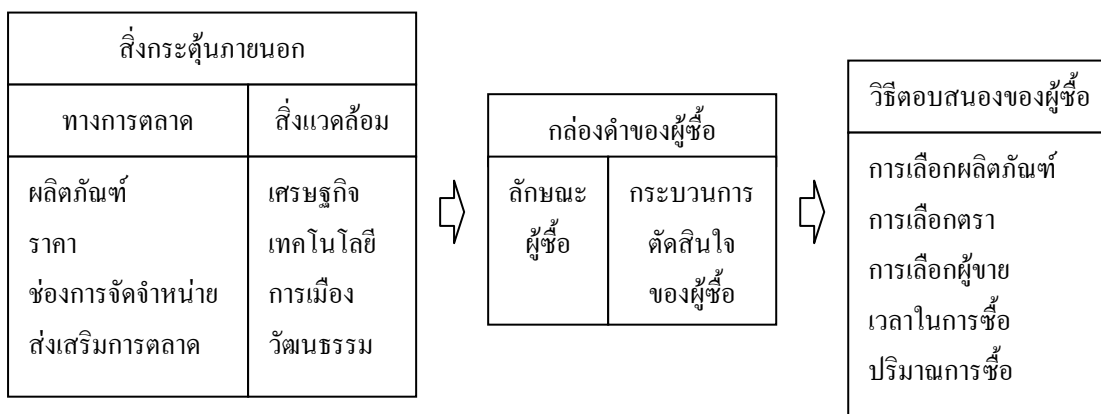
การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ทั้งที่เป็นบุคคล กลุ่ม หรือองค์กร เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและ

พฤติกรรมการซื้อขาย การใช้ การเลือกบริการ ประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ คำตอบที่ได้ช่วยกำหนดกลยุทธ์การตลาดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (ศิริวรรณ, ปริญ, ศุกร, องอาจ, 2546: 193-194)

คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภคคือ 6Ws และ H ซึ่งประกอบด้วย Who? What? Why? Who? When? Where? และ How? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการซึ่งประกอบด้วย Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations ดังนี้

1. ใครเป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อต้องการคำตอบของลักษณะกลุ่มเป้าหมายทางด้านประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา พฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร เพื่อต้องการคำตอบของสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ซึ่งก็คือต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ เพื่อต้องการคำตอบของวัตถุประสงค์ในการซื้อ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อคือ ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยส่วนบุคคล
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ เพื่อต้องการคำตอบของบทบาทของกลุ่มต่างๆ ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด เพื่อต้องการคำตอบของโอกาสในการซื้อ เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงวันใดของเดือน โอกาสหรือเทศกาลต่างๆ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน เพื่อต้องการคำตอบของช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร เพื่อต้องการคำตอบของขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ



ภาพที่ 1 แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา: Armstrong and Kotler (2005: 144)

แบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค เริ่มจากเกิดสิ่งกระตุ้นด้านการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด กับสิ่งแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง และวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นนี้จะผ่านเข้าไปในกล่องคำของผู้ซื้อซึ่งประกอบด้วยลักษณะของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ แล้วเกิดการตอบสนอง ในรูปของการตัดสินใจซื้อ ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย เวลาในการซื้อ และปริมาณในการซื้อ โดยการตัดสินใจนี้ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ ของผู้ซื้อ ได้แก่ ปัจจัยด้าน วัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ปัจจัยด้านวัฒนธรรม	ปัจจัยด้านสังคม	ปัจจัยส่วนบุคคล	ปัจจัยด้านจิตวิทยา	ผู้ซื้อ
- วัฒนธรรมพื้นฐาน - วัฒนธรรมย่อย - ชั้นทางสังคม	- กลุ่มอ้างอิง - ครอบครัว - บทบาทและสถานะ	- อายุและวงจรชีวิต - อาชีพ - สถานการณ์เศรษฐกิจ - รูปแบบการดำเนินชีวิต - บุคลิกภาพและแนวคิด	- การสนใจ - การรับรู้ - การเรียนรู้ - ความเชื่อและทัศนคติ	

ภาพที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ที่มา: Armstrong and Kotler (2005: 144)

พฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลอย่างมากจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ดังนี้ (Armstrong and Kotler, 2005: 144 -160)

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดพฤติกรรมและความต้องการของบุคคลในสังคม ในทุกสังคมมีวัฒนธรรมของตนเอง และวัฒนธรรมเหล่านี้ก็มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของบุคคลในสังคม

1.2 วัฒนธรรมย่อย เป็นวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละกลุ่มที่มีระบบค่านิยมร่วมกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และสถานการณ์ ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มเชื้อชาติ กลุ่มศาสนา กลุ่มสีผิว และพื้นที่ทางภูมิศาสตร์

1.3 ชั้นของสังคม เป็นการแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับที่ต่างกัน สมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีค่านิยม ความสนใจ และพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งจะแตกต่างกันในแต่ละชั้นสังคม ชั้นทางสังคมจะเป็นตัวบ่งชี้ถึง รายได้ อาชีพ การศึกษา และพื้นที่ที่พำนักอาศัยของบุคคลนั้น

2. ปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย

2.1 กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มที่มีอิทธิพลทั้งทางตรง และทางอ้อม เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น กลุ่มอ้างอิงมีอิทธิพลในเรื่องของพฤติกรรมและการดำรงชีวิต รวมทั้งทัศนคติและแนวความคิดของบุคคล ซึ่งสามารถทำให้บุคคลคล้อยตามหรือปฏิบัติตามได้

2.2 ครอบครัว เป็นกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลในการซื้อของผู้บริโภคที่สำคัญที่สุดในสังคม บุคคลในครอบครัวจะมีอิทธิพลในเรื่องของศาสนา การเมือง เศรษฐกิจ ความรู้สึกในคุณค่าของตนเอง และความรัก ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

2.3 บทบาทและสถานะของผู้ซื้อ บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายๆ กลุ่ม เช่น ครอบครัว องค์กร สถาบันต่างๆ ซึ่งมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม บทบาทเป็นสิ่งที่บุคคลถูก

คาดหวังให้กระทำ ซึ่งแต่ละบทบาทก็จะมีสถานะของตนเองอยู่ บุคคลจะเลือกสินค้าที่แสดงบทบาท และสถานะของตนเองในสังคม

3. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

3.1 อายุและวงจรชีวิต อายุและวงจรชีวิตครอบคลุมเป็นตัวกำหนดลักษณะการบริโภคของแต่ละบุคคล ซึ่งในแต่ละช่วงอายุและวงจรชีวิตที่แตกต่างกันมีรูปแบบพฤติกรรมการซื้อ และความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ต่างกัน

3.2 อาชีพ อาชีพมีอิทธิพลต่อรูปแบบการบริโภคของแต่ละบุคคล เนื่องจากอาชีพจะกำหนดความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน

3.3 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งทำให้เกิดความแตกต่างในการบริโภคเนื่องมาจากระดับความสามารถในการซื้อที่แตกต่างกัน สถานการณ์เหล่านี้ประกอบด้วย รายได้ การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน

3.4 รูปแบบการดำรงชีวิต รูปแบบในการดำรงชีวิตของบุคคลจะแสดงออกทางกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น บุคคลที่มาจากวัฒนธรรมย่อย ชนทางสังคม และอาชีพที่เหมือนกันก็อาจจะมีรูปแบบการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันได้

3.5 บุคลิกภาพและแนวคิดส่วนบุคคล บุคลิกภาพ คือ ลักษณะทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันของบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งแสดงออกในรูปของความมั่นใจ การชอบเข้าสังคม การปรับตัว ความก้าวร้าว เป็นต้น ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการบริโภคได้ ส่วนแนวคิดส่วนบุคคลเป็นความรู้สึกที่บุคคลมีต่อตนเองอย่างแท้จริง

4. ปัจจัยด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย

4.1 การจูงใจ คือ การกระตุ้นให้บุคคลมีการกระทำหรือมีการปฏิบัติ

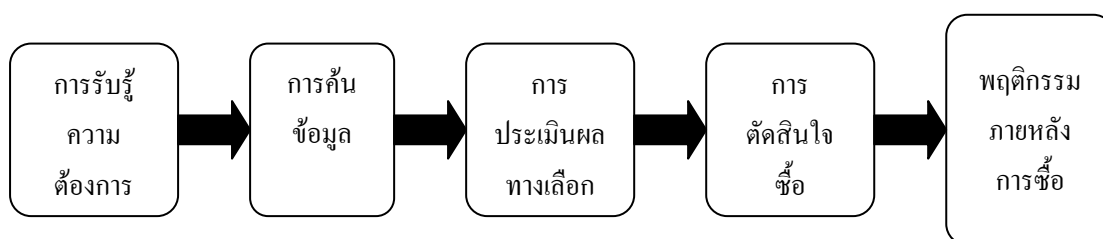
4.2 การรับรู้ เป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลทำการเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความหมาย ข้อมูลที่นำเข้า เพื่อสร้างภาพที่มีความหมายออกมา ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในของบุคคล และสิ่งกระตุ้นที่เป็นปัจจัยภายนอก

4.3 การเรียนรู้ คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือความโน้มเอียงของแต่ละบุคคล โดยมีผลจากประสบการณ์ที่ผ่านมา

4.4 ความเชื่อถือและทัศนคติ ความเชื่อ หมายถึง ความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากความรู้ ความคิดเห็น หรือความเชื่อถือ ส่วนทัศนคติ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของบุคคล รวมทั้งความรู้สึกด้านอารมณ์ และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือตัดสินใจเลือกใช้บริการใดๆ ของผู้บริโภคนั้น ย่อมต้องมีการคิดพิจารณา และเปรียบเทียบสิ่งต่างๆ ก่อนการตัดสินใจ ซึ่งได้มีผู้ทำการศึกษาในเรื่องขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและสรุปได้ว่ามีทั้งหมด 5 ขั้นตอน คือ (1) การรับรู้ถึงความต้องการ (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ (5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งผู้บริโภคอาจจะข้ามหรือย้อนกลับไปเริ่มต้นขั้นตอนก่อนนี้ก็ได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กระบวนการซื้อเริ่มต้นตั้งแต่ก่อนการซื้อจริงๆ และมีผลกระทบหลังจากการซื้อ (Armstrong and Kotler, 2005: 160 – 163)



ภาพที่ 3 กระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน

ที่มา: Armstrong and Kotler (2005: 160)

1. การรับรู้ถึงความต้องการ การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการของตน ซึ่งอาจเกิดขึ้นเอง หรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นจากภายในและภายนอก เช่น ความหิว ความกระหาย ความต้องการทางเพศ ความเจ็บปวด ฯลฯ ซึ่งรวมถึงความต้องการทางร่างกาย และความต้องการที่เป็นความปรารถนา อันเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้น บุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขาจะตอบสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร

2. การค้นหาข้อมูล ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอ และสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคจะดำเนินการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องมากขึ้น แต่บางครั้งความต้องการที่เกิดขึ้นไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันที ความต้องการจะถูกจดจำไว้เพื่อหาทางสนองความต้องการในภายหลัง

3. การประเมินผลทางเลือก เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้ว ผู้บริโภคก็จะพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ จากข้อมูลที่รวบรวมได้ โดยนำมาเปรียบเทียบเพื่อเลือกเอาทางเลือกที่คิดว่าดีที่สุด ซึ่งมีวิธีกำหนดแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับความรู้หรือข้อมูลที่มี

4. การตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นทางเลือกโดยทั่วไป ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ชอบมากที่สุด ปัจจัยที่เกิดขึ้นระหว่างความตั้งใจซื้อและการตัดสินใจซื้อ มี 2 ปัจจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ทักษะคิของบุคคลอื่น ทักษะคิของบุคคลที่เกี่ยวข้องมี 2 ด้าน คือ ทักษะคิด้านบวก และทักษะคิด้านลบ ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

4.2 ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ ขณะที่ผู้บริโภคกำลังตัดสินใจซื้อนั้น อาจมีปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนเข้ามาเกี่ยวข้องซึ่งกระทบต่อความตั้งใจซื้อ

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจผลิตภัณฑ์ ถ้าผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพต่ำกว่าที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้ ผู้บริโภคจะรู้สึกไม่พอใจ แต่ถ้าผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพเท่ากับที่คาดหวังไว้ ผู้บริโภคจะรู้สึกพึงพอใจ และถ้าผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพสูงกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึก

ประทับใจเป็นอย่างยิ่งซึ่งมีผลทำให้ผู้บริโภครับมาซื้อผลิตภัณฑ์นั้นอีกครั้ง หรือบอกต่อผู้อื่นเกี่ยวกับความพอใจและไม่พอใจของตนที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้น

ในการศึกษาได้นำแนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งเกิดจากปัจจัยด้านต่างๆ ของแต่ละคน ทั้งจากปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม และปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคมาเป็นกรอบที่ใช้ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการ ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดว่าผู้โดยสารจะตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกใช้บริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยแบ่งเป็น ความหมายของการบริการ ความสำคัญของการบริการ องค์ประกอบของการบริการ ลักษณะของการบริการ ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการ คุณภาพของการบริการ ความสำเร็จในการให้บริการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความหมายของการบริการ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการบริการไว้แตกต่างกัน โดยผู้วิจัยได้ทำการทบทวนเพื่อความเข้าใจและสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่ง เน้นว่าเป็นกิจกรรมที่สนองความต้องการและเกิดความพอใจด้วยลักษณะเฉพาะของการบริการ กลุ่มที่สอง เน้นว่าเป็นกิจกรรมที่สร้างประโยชน์ในเวลาและสถานที่เจาะจง กลุ่มที่สาม เน้นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับองค์กรที่ให้บริการ ส่วนกลุ่มที่สี่ เน้นว่าเป็นการกระทำที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มที่หนึ่ง ได้ให้ความหมายว่า การบริการหมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์ใดๆ ที่ฝ่ายหนึ่งเสนอต่ออีกฝ่ายหนึ่ง โดยมีเป้าหมายให้สามารถตอบสนองความต้องการและเกิดความพึงพอใจด้วยลักษณะเฉพาะของตัวเองซึ่งไม่สามารถจับต้องได้และไม่จำเป็นต้องรวมอยู่กับการขายสินค้าหรือบริการใดๆ การให้บริการอาจจะเกี่ยวข้องกับการใช้หรือไม่ใช้สินค้าที่มีตัวตน แต่ไม่ได้แสดงความเป็นเจ้าของสิ่งนั้น (Kotler, 2003: 444; ชัยสมพล, 2546: 18; ศิริวรรณ และคณะ, 2546: 431; จิตตินันท์, 2547: 8; วีรพงษ์, 2543: 6-7)

กลุ่มที่สอง ให้ความหมายว่าการบริการคือ กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและผลประโยชน์ให้กับลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการของการบริการ (Lovelock, Vandermerwe and Lewis, 1999: 7)

กลุ่มที่สาม ให้คำจำกัดความการบริการว่าหมายถึง กระบวนการซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมหนึ่งหรือหลายกิจกรรมที่มีลักษณะไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งโดยทั่วไปเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการ หรือลูกค้ากับบริษัทผลิตสินค้า หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่จัดไว้เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาของลูกค้า (Gronroos, 2001: 46)

กลุ่มที่สี่ ให้ความหมายว่า การบริการเป็นการกระทำที่เกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยความช่วยเหลือ ความปรารถนาดี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ หรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น เพื่อให้ผู้อื่นได้รับความสุข สะดวกสบาย ความเป็นธรรม และความเสมอภาค (ศุภนิคย์, 2536: 13; สมชาติ, 2536: 42; สมิติ, 2543: 13)

องค์ประกอบของการบริการ

การบริการที่มีประสิทธิภาพต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการดังนี้ (จิตตินันท์, 2547: 29-35)

1. ผู้รับบริการ ลูกค้าหรือผู้รับบริการเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญยิ่งในกระบวนการบริการ เพราะความพอใจของลูกค้าคือเป้าหมายหลักของการบริการ หากกิจการใดให้บริการที่ดี ทำให้ลูกค้าพอใจก็ย่อมสามารถรักษาลูกค้าไว้ให้กลับมาใช้บริการนั้นต่อไปอีก หรืออาจจะแนะนำลูกค้าใหม่ให้ด้วย ซึ่งส่งผลให้กิจการมีกำไรและประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งคนอื่นๆ ได้ การบริการที่จะให้ได้ผลตรงเป้าหมายที่สุดจึงจำเป็นต้องให้ความสนใจกับลูกค้าเป็นพิเศษ

2. ผู้ปฏิบัติงานบริการ ผู้ปฏิบัติงานในกิจการบริการทุกคนล้วนมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงานบริการทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่อยู่เบื้องหลังการบริการหรือผู้ให้บริการที่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ซึ่งพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงานนั้นมีอิทธิพลต่อคุณภาพของการบริการ ด้วยเหตุนี้ผู้ปฏิบัติงานบริการจึงต้องปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะลูกค้าจะเห็นภาพพจน์ของธุรกิจได้อย่างดีจากการแสดงของบุคลากรในองค์กรบริการนั้น

3. องค์การบริการ เป้าหมายขององค์กรทุกแห่งมุ่งเน้นความสนใจไปที่ความต้องการของลูกค้าเสมอ ธุรกิจบริการก็ต้องเสนอการบริการที่ผู้บริโภคชอบพอในบริการนั้น ผู้ประกอบการการบริการเป็นผู้รับผิดชอบวางแผนนโยบายและควบคุมการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจให้อยู่รอดและทำกำไร เนื่องจากระบบการบริการเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจบริการ การบริหารการบริการที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้งานบริการดำเนินไปได้ด้วยดีและสามารถสนองความต้องการต่างๆ ของลูกค้าให้ได้มากที่สุด และได้รับความพึงพอใจสูงสุด

4. ผลิภัณฑ์บริการ ธุรกิจบริการมีลักษณะแตกต่างกันและมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการด้วยวิธีการให้บริการ หรือการปฏิบัติต่อลูกค้าแตกต่างกันไปตามนโยบายการให้บริการ หรือวัตถุประสงค์ของการบริการแต่ละประเภท ผลิภัณฑ์บริการนับเป็นกุญแจสำคัญของการบริการที่จะสนองความต้องการของลูกค้า หรือผู้มาใช้บริการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

5. สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อม ในที่นี้หมายถึง สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ และเครื่องใช้ต่างๆ รวมทั้งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อร่างกาย เช่น แสง สี เสียง อุณหภูมิ เป็นต้น ส่วนบรรยากาศ หมายถึง สภาพความเป็นไปที่เกิดขึ้นภายในองค์กร เช่น การจัดแบ่งห้องต่างๆ เป็นสัดส่วน การประดับตกแต่งสถานที่ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรภายในองค์กร เป็นต้น องค์การบริการที่จำเป็นต้องมีการติดต่อใกล้ชิดกับลูกค้าต่างก็ให้ความสำคัญทั้งในด้านสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงานและอุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกในการปฏิบัติต่างๆ อันจะส่งผลให้บริการแก่ลูกค้าเป็นไปอย่างราบรื่น รวดเร็วได้ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความประทับใจ และเอกลักษณ์ของการบริการทำให้เกิดความแตกต่างในคุณภาพของการบริการได้เช่นเดียวกัน

องค์ประกอบของการบริการต่างๆ ไปประกอบด้วย ผู้รับบริการ ผู้ปฏิบัติงานบริการ องค์การบริการ ผลิภัณฑ์บริการ และสภาพแวดล้อมของการบริการ ซึ่งแต่ละองค์ประกอบล้วนมีความสำคัญเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบทั้งสิ้น ดังนั้น ในธุรกิจสายการบินซึ่งเป็นธุรกิจบริการรูปแบบหนึ่งก็ควรให้ความสำคัญในทุกส่วนเท่าๆ กัน เพราะหากส่วนใดส่วนหนึ่งบกพร่องก็ย่อมส่งผลกระทบทำให้การบริการนั้นประสบความล้มเหลวได้ ซึ่งมีผลต่อชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของสายการบินด้วย

ลักษณะของการบริการ

การบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการซึ่งมีผลต่อการออกแบบการดำเนินงานทางการตลาด ดังนี้ (Kotler, 2003: 445-449)

1. ไม่สามารถจับต้องได้ การบริการไม่สามารถมองเห็นหรือรู้สึกได้ก่อนการซื้อ และไม่สามารถคาดเดาผลที่จะเกิดขึ้นได้ ดังนั้นเพื่อลดความไม่แน่นอน ผู้ซื้อจะมองหาสัญญาณที่บอกถึงคุณภาพของการบริการ โดยพิจารณาจากสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา
2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน นั่นคือ ไม่มีตัวสินค้าที่สามารถเก็บรักษา ทำการจำหน่าย และบริโภคทีหลังได้ ผู้ให้บริการหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้เพียงหนึ่งราย ทำให้เกิดปัญหาเรื่องข้อจำกัดด้านเวลาขึ้น
3. ไม่แน่นอน ลักษณะของการให้บริการมีความไม่แน่นอนสูงขึ้นกับว่าผู้ให้บริการเป็นใคร ให้บริการที่ไหน และเมื่อไร ดังนั้นองค์กรที่เป็นผู้ให้บริการต้องทำการควบคุมคุณภาพ ซึ่งทำได้ 3 ขั้นตอนคือ ขั้นแรกจะต้องมีการคัดเลือกและฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ ขั้นที่สอง คือ สร้างมาตรฐานให้เกิดขึ้นในกระบวนการให้บริการตลอดทั่วทั้งองค์กร และขั้นสุดท้ายเป็นการตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าโดยการฟังคำแนะนำ ความไม่พอใจของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบ เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการขององค์กร
4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ การบริการไม่สามารถเก็บได้เหมือนกับสินค้าอื่น ซึ่งจะเกิดปัญหาขึ้นเมื่อความต้องการไม่แน่นอน ทำให้เกิดเหตุการณ์การให้บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้าเกิดขึ้น ดังนั้น องค์กรที่ให้บริการจะต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อที่จะปรับความต้องการซื้อและการให้บริการให้มีความสอดคล้องกัน

ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการ

ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการ เป็นสิ่งที่องค์กรสามารถควบคุมและจัดการ เพื่อทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งแบ่งส่วนประสมของการบริการออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้ (Haksever, 2000: 131-135)

1. ผลិតภัณฑ์ หรือการให้บริการ หมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับลักษณะของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย โดยที่การบริการหลัก บริการเสริม และคุณภาพของการให้บริการถูกกำหนดด้วยความต้องการของตลาดและตำแหน่งทางการแข่งขัน

2. ราคา นโยบายด้านราคาของการให้บริการจะเกี่ยวข้องกับส่วนลด ส่วนยอมให้ ระยะเวลาการจ่ายเงิน และเงื่อนไขการจ่ายเงิน ซึ่งมีความซับซ้อนกว่าสินค้าทั่วไป บางครั้งราคาเป็น สิ่งที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการความต้องการ นอกจากนี้ การกำหนดราคาของการบริการอาจ กำหนดจากขั้นตอนของการให้บริการ โดยเทียบจากขั้นตอนทั้งหมดที่ให้บริการก็ได้ สำหรับการ บริการ ราคาไม่เพียงแต่มีอิทธิพลต่อระดับความต้องการซื้อของลูกค้าเท่านั้น แต่ยังเป็นการส่งสาร ไปสู่ลูกค้าในเรื่องของความคาดหวังในการบริการที่จะได้รับด้วย

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยทั่วไปหมายถึง ที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่ายของ การบริการ การบริการบางอย่างมีการจัดส่งถึงบ้านหรือที่ทำงานด้วย การตัดสินใจขององค์กรที่ จะให้บริการโดยให้ลูกค้าเดินทางมารับบริการในสถานที่ที่จัดไว้ หรือเลือกที่จะให้บริการแก่ลูกค้า ตามสถานที่ที่ลูกค้าต้องการนั้น ขึ้นอยู่กับชนิดของการบริการ ราคา ต้นทุน และคู่แข่ง

4. ลักษณะทางกายภาพ ลักษณะทางกายภาพของการให้บริการเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ ของส่วนประสมของการบริการ เพราะว่าโดยปกติขณะที่ลูกค้าใช้บริการจะพบกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ อุปกรณ์ และพนักงาน นอกจากนี้การให้บริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ จึงทำให้ ประเมินผลยาก ดังนั้น ลักษณะทางกายภาพจึงเป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการ ก่อนที่จะใช้จริง โดยเฉพาะสายการบินเป็นที่รู้กันอย่างยิ่งดีเกี่ยวกับความสามารถในการสร้างคุณลักษณะ การบริการ ตลอดจนความสอดคล้องในการตกแต่งเครื่องบิน การโฆษณา และเครื่องแต่งกาย ของพนักงาน ซึ่งองค์กรที่ให้บริการจะต้องออกแบบ วางแผน และควบคุมลักษณะทางกายภาพ เหล่านี้ เพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นในคุณภาพของการบริการ

5. ผู้มีส่วนร่วม หมายถึง พนักงานทุกคนที่มีบทบาทในการให้บริการแก่ลูกค้า ทัศนคติหรือการกระทำของพนักงานจะมีผลกระทบต่อความสำเร็จของการให้บริการ พฤติกรรมของพนักงานจะต้องมุ่งเน้นที่การให้บริการลูกค้าให้ดีที่สุด ดังนั้น ในการให้บริการพนักงานจะต้องมีทักษะ ทัศนคติ ความเชื่อถือได้ และความสามารถต่างๆ ในการให้บริการแก่ลูกค้า

6. การส่งเสริมการตลาด การบริการใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดแบบดั้งเดิมซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการใช้พนักงานขาย แต่เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ดังนั้น การใช้พนักงานขายในการส่งเสริมการตลาดของการบริการเป็นเรื่องปกติมาก เนื่องจากพนักงานทุกคนที่ติดต่อกับลูกค้าเป็นจุดขายของการบริการและองค์กร ดังนั้นจึงต้องมีการอบรมพนักงานในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อสนับสนุนการให้บริการในระหว่างขั้นตอนของการบริการ ส่วนสำคัญของการส่งเสริมการตลาดของการบริการจะเกิดขึ้นหลังจากการขาย และจัดส่งการบริการให้กับลูกค้าแล้ว เนื่องจากธุรกิจบริการจะขึ้นอยู่กับลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ดังนั้นการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญ

7. ขั้นตอนของการให้บริการ เกี่ยวข้องกับการออกแบบขั้นตอนการให้บริการและระบบในการจัดส่งการให้บริการแก่ลูกค้า ถ้าองค์กรไม่ให้ความสนใจกับขั้นตอนการให้บริการอย่างเพียงพอจะทำให้คุณภาพการบริการตกต่ำ และทำให้ลูกค้าไม่พอใจได้ สิ่งที่สำคัญในองค์กรที่ทำการผลิตสินค้าคือ ผลสำเร็จจากขั้นตอนการผลิต แต่สำหรับองค์กรที่ให้บริการนั้น ขั้นตอนการให้บริการและผลสำเร็จที่ออกมาจะมีความสำคัญเท่าๆ กัน ดังนั้น จึงต้องออกแบบขั้นตอนการให้บริการ เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพในการให้บริการ

คุณภาพของการบริการ

กลยุทธ์สำคัญของการบริการที่มีประสิทธิภาพ และสามารถกำหนดอำนาจต่อรองในการแข่งขันทางธุรกิจปัจจุบันขึ้นอยู่กับคุณภาพของการบริการ หากธุรกิจใดสามารถสร้างความแตกต่างของกิจการบริการ โดยเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและเสนอบริการที่ตรงกับความต้องการในการให้บริการที่ลูกค้าเห็นว่าสำคัญ ลูกค้าย่อมเกิดความพึงพอใจและประทับใจในบริการนั้น อันเป็นแรงจูงใจให้กลับมาใช้บริการนั้นอีกในโอกาสต่อไป ธุรกิจนั้นย่อมประสบความสำเร็จและเจริญก้าวหน้า เพราะมีลูกค้าประจำหมุนเวียนมาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ (จิตตินันท์, 2547: 55)

ในเรื่องคุณภาพของการบริการ ได้มีผู้ทำการศึกษาและแบ่งลักษณะของคุณภาพของการบริการ ในแนวทางที่สอดคล้องกัน ดังนี้ (ศิริวรรณ และคณะ, 2546: 440; Fitzsimmons and Fitzsimmons, 2006: 44-45)

1. การเข้าถึงลูกค้า บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา และสถานที่ คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ท่าเลที่ตั้งเหมาะสม เพื่อแสดงถึงความสามารถของการเข้าถึงลูกค้า
2. การติดต่อสื่อสาร มีการอธิบายอย่างถูกต้องโดยอาศัยภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
3. ความสามารถ บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงานที่ให้บริการ
4. ความมีน้ำใจ บุคลากรต้องมีมนุษยสัมพันธ์ มีความเป็นกันเอง มีวิจารณ์ญาณ
5. ความน่าเชื่อถือ บริษัทและบุคลากรต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ในการบริการ โดยเสนอบริการที่ดีที่สุดให้แก่ลูกค้า สำหรับธุรกิจสายการบิน การตรงต่อเวลาเป็นสิ่งจำเป็น
6. ความไว้วางใจ บริการที่ให้กับลูกค้าต้องมีความสม่ำเสมอและถูกต้อง
7. การตอบสนองลูกค้า พนักงานจะต้องให้บริการและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วตามที่ลูกค้าต้องการ
8. ความปลอดภัย บริการที่ให้ต้องปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่างๆ
9. การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก ชื่อเสียงของบริการที่ลูกค้าได้รับจะทำให้เขาสามารถคาดคะเนถึงคุณภาพบริการได้
10. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า พนักงานต้องพยายามเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว ซึ่งถือเป็นการให้ความสำคัญกับลูกค้า

ความสำเร็จในการให้บริการ

ในการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในครั้งนี้ ถือว่า การบริการที่สอดคล้องและสามารถสนองตอบความต้องการของผู้โดยสาร ทำให้เกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกนั้น เป็นความสำเร็จในการให้บริการ ซึ่งได้มีนักวิชาการทำการศึกษาเรื่องความสำเร็จในการให้บริการและแบ่งองค์ประกอบออกเป็น 7 ประการ ดังนี้ (จิตตินันท์, 2547: 18)

1. ความพึงพอใจของผู้รับบริการ การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลัก โดยผู้ให้บริการจะต้องถือเป็นหน้าที่โดยตรงที่จะกระทำให้ได้อย่างหนึ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะผู้ให้บริการมีจุดมุ่งหมายในการมารับบริการและคาดหวังให้มีการตอบสนองความต้องการนั้น

2. ความคาดหวังของผู้รับบริการ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐาน ตลอดจนสำรวจความคาดหวังของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

3. ความพร้อมในการให้บริการ ประสิทธิภาพของการให้บริการขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการภายในเวลาและรูปแบบที่ต้องการ

4. ความมีคุณค่าของการบริการ คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมา ไม่เอาเปรียบลูกค้า รวมทั้งความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบและพอใจกับบริการที่ได้รับ ย่อมแสดงถึงคุณค่าของการบริการที่คุ้มค่าสำหรับผู้รับบริการ การให้บริการมีลักษณะและวิธีการที่แตกต่างกัน ดังนั้นคุณค่าของการให้บริการจึงขึ้นอยู่กับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับและเกิดความรู้สึกพึงพอใจ

5. ความสนใจต่อการให้บริการ การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรมหรือเท่าเทียมกันนับเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด เพราะลูกค้าทุกคนต่างก็ต้องการได้รับบริการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น

6. ความสุภาพในการให้บริการ การต้อนรับและให้บริการลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใสและทำทีที่สุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ แสดงถึงความมีอัธยาศัยและบรรยากาศของ

การให้บริการที่เป็นมิตร อบอุ่น และเป็นกันเอง ซึ่งส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ

7. ความมีประสิทธิภาพในการให้บริการ ความสำเร็จของการให้บริการขึ้นอยู่กับความเป็นระบบที่มีขั้นตอนในการให้บริการที่ชัดเจน การกำหนดปรัชญาหรือแผน และการพัฒนากลยุทธ์ในการให้บริการเพื่อให้การบริการมีคุณภาพสม่ำเสมอเป็นการแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการให้บริการ

ในการศึกษาได้นำแนวคิดเรื่องการบริการ ซึ่งเกี่ยวกับวิธีการที่จะเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและเสนอบริการที่ตรงกับความคาดหวังในการให้บริการที่ลูกค้าเห็นว่าสำคัญ ก่อให้เกิดความพึงพอใจและประทับใจในบริการนั้น อันเป็นแรงจูงใจให้กลับมาใช้บริการนั้นอีก ในปัจจุบันนั้นขึ้นอยู่กับคุณภาพของการบริการ โดยที่การเลือกใช้บริการของลูกค้าจะขึ้นอยู่กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของธุรกิจต่างๆ และความต้องการส่วนบุคคล ลูกค้ามักจะใช้เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพของการบริการในเรื่องที่ตนเห็นว่าสำคัญมาเป็นกรอบที่ใช้ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการ ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดว่าผู้โดยสารจะตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกใช้บริการ

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยแบ่งเป็น ความหมายของการตัดสินใจ กระบวนการตัดสินใจ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความหมายของการตัดสินใจ

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้แตกต่างกัน โดยผู้วิจัยได้ทำการทบทวนเพื่อความเข้าใจและสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่หนึ่ง เน้นการเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดจากทางเลือกต่างๆ มาแก้ไขปัญหา กลุ่มที่สอง เน้นว่าการตัดสินใจเป็นความตั้งใจที่ดีจนกว่าจะนำมาปฏิบัติ ส่วนกลุ่มที่สาม เน้นความสามารถของทางเลือกในการตอบสนองวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มที่หนึ่ง ให้ความหมายว่า การตัดสินใจคือการพิจารณาเลือกทางเลือกที่มีอยู่มากกว่าหนึ่งทางเลือกมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา โดยนำทางเลือกเหล่านั้นมาพิจารณาเปรียบเทียบกันจนได้ทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดแล้วจึงนำมาเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาต่อไป (ทิพย์วัลย์ และคณะ, 2546: 99; Schiffman and Kanuk, 1994: 555; วันทนีย์, 2536: 29)

กลุ่มที่สอง ได้ให้ความหมายว่า การตัดสินใจจะเป็นแต่เพียงความตั้งใจที่ดีเท่านั้นจนกว่าการตัดสินใจนั้นกลายเป็นการดำเนินการปฏิบัติ (ถวิล, 2530: 132)

กลุ่มที่สาม ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจว่าเป็นกระบวนการเลือกหนทางปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งจากบรรดาทางเลือกต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยอาศัยหลักเกณฑ์บางประการในการพิจารณาตัดสินใจ ซึ่งองค์ประกอบ ได้แก่ (ถวิล, 2530: 2; จิตราภรณ์, 2541: 78)

1. การตัดสินใจต้องมีทางเลือก และทางเลือกที่จะกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งได้นั้นต้องมีมากกว่าหนึ่งทางเลือก
2. การตัดสินใจต้องมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการบรรลุ และยังไม่แน่ใจว่าทางเลือกใดที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ดีกว่ากัน
3. การตัดสินใจเป็นเรื่องของกระบวนการใช้ความคิดใช้หลักเหตุผล เป็นเกณฑ์ในการประเมินทางเลือก หลักเกณฑ์ที่นำมาใช้ในการประเมินทางเลือกที่สำคัญคือ ความสามารถของทางเลือกในการสนองตอบต่อวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

กระบวนการตัดสินใจ

นักวิชาการได้ทำการศึกษากระบวนการตัดสินใจ และแบ่งขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจในลักษณะที่แตกต่างกันตามความคิดของแต่ละบุคคล โดยผู้วิจัยได้ทำการทบทวนเพื่อความเข้าใจและสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่หนึ่ง ทำการแบ่งกระบวนการตัดสินใจออกเป็น 4 ขั้นตอนคือ (Gary Dessler, 1998: 108; สร้อยตระกูล, 2538: 231)

1. การระบุปัญหา ผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจจะต้องวิเคราะห์และระบุปัญหาให้ได้อย่างถูกต้อง จึงจะสามารถดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปได้ถูกต้อง หากกำหนดปัญหาผิดพลาด ขั้นตอนต่อไปย่อมผิดพลาดตามไปด้วย

2. การพัฒนาทางเลือกในการตัดสินใจจำเป็นต้องมีทางเลือกหลายๆ ทาง และแต่ละทางเลือกจะต้องสามารถนำมาปฏิบัติให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้ ซึ่งต้องกำหนดทางเลือกให้สอดคล้องตอบสนองวัตถุประสงค์และปัญหา

3. การวิเคราะห์ทางเลือก หลังจากมีทางเลือกแล้วก็วิเคราะห์ทางเลือกทั้งหลายที่มีอยู่เพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุด

4. การตัดสินใจ เมื่อทำการวิเคราะห์ทางเลือกในแง่มุมต่างๆ และทำการเปรียบเทียบทางเลือกถึงผลที่คาดว่าจะเกิดจากการนำทางเลือกไปปฏิบัติแล้วจึงตัดสินใจเลือกทางใดทางหนึ่ง

ส่วนนักวิชาการกลุ่มที่สองได้กล่าวถึงการตัดสินใจว่ามีขั้นตอนดังนี้ (ทิพย์วัลย์ และคณะ, 2546: 99)

1. การหาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ กระบวนการรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ จากสภาพแวดล้อมหรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้น แล้วนำข้อมูลข่าวสารมาทำการวิเคราะห์เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจ ยิ่งได้ข้อมูลมากเท่าไรยิ่งดี เพราะจะทำให้การตัดสินใจถูกต้องไม่ผิดพลาด ซึ่งจะทำให้เราสามารถกำหนดปัญหาได้อย่างถ่องแท้

2. คาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะต้องกำหนดกฎเกณฑ์ในการตัดสินใจด้วย

3. การพิจารณาแนวทางหรือเปรียบเทียบเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจเพื่อนำไปปฏิบัติรวมทั้งการคิดค้นหาวิธีการใหม่ๆ เพื่อแก้ปัญหา รวมทั้งการวิเคราะห์และประเมินค่าสำหรับแนวทางปฏิบัตินั้นๆ ควรพิจารณาหาทางเลือกไว้หลายๆ ทาง

4. เลือกทางปฏิบัติทางใดทางหนึ่งจากแนวทางปฏิบัติที่เป็นไปได้หลายๆ ทาง และกำหนดทางเลือกโดยเลือกแนวทางที่จะเกิดประโยชน์สูงสุด

5. ตัดสินใจสั่งการให้ปฏิบัติวินิจัยเปรียบเทียบเพื่อจัดลำดับความสำคัญของทางเลือกต่างๆ ภายใต้เกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินใจแต่ละเกณฑ์

6. พิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุดและวัดผลการปฏิบัติโดยนำไปเปรียบเทียบกับผลการคาดคะเนที่ตั้งไว้ตั้งแต่ต้น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

นักวิชาการได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจและแบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้ (ทิพย์วัลย์ และคณะ, 2546: 113)

1. ปัจจัยภายใน เป็นลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งทุกขั้นตอนของการตัดสินใจถูกรบกวนอย่างมาก จากความจริงที่ว่าแต่ละคนมองตนเองและโลกรอบข้างจากทัศนคติที่เป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง ทัศนคติส่วนบุคคลประกอบด้วยสามส่วน ซึ่งมีความผสมผสานกันอย่างยากที่จะแยกจากกันได้คือ

1.1 กรอบของความคิด กรอบของความคิดของแต่ละคน ได้แก่ การจัดระบบความรู้และประสบการณ์ที่สะสมมา กรอบของความคิดมีส่วนจำกัดความสามารถของคนในการรับรู้ปัญหา ทำให้มองข้ามปัญหาที่สำคัญ เพราะในกรอบของความคิดของเขาไม่มีความรู้ที่จำเป็นสำหรับการรู้ปัญหาที่ปรากฏอยู่นั้น ในขณะที่เดียวกันกรอบของความคิดก็จำกัดความสามารถในการตีความหมายหรือการใช้หลักฐานที่มีอยู่เพื่อการแก้ปัญหาบางชนิด

1.2 ค่านิยม ได้แก่ มาตรฐานและสิ่งที่บุคคลให้ความสำคัญในการดำเนินชีวิต ไม่ว่าเขาจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม ค่านิยมที่เขายึดถือจะเป็นสิ่งที่ชี้นำแนวทางดำเนินชีวิตของเขา

1.3 ความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับตน คือ ความคิดเห็นส่วนตัว การที่บุคคลคิดว่าตัวเขาเองเป็นคนเช่นไรส่งผลต่อการคิดและการตัดสินใจของเขามาก แรงจูงใจสำหรับการคิดส่วนมากมาจากความต้องการขั้นพื้นฐาน เพื่อพัฒนาและรักษาความคิดเห็นเป็นส่วนตัวที่ตนพึงพอใจ

2. ปัจจัยภายนอก

2.1 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยที่ชี้ถึงสภาพแวดล้อมทางด้านเศรษฐกิจ เช่น ประชากร ปัจจัยรายได้ประชาชาติ อัตราดอกเบี้ย อัตราเงินเฟ้อ ทรัพยากรธรรมชาติ ระดับค่าจ้าง และเงินเดือน ฯลฯ

2.2 ปัจจัยทางด้านสังคม เป็นการอธิบายถึงโครงสร้างทางสังคมที่เกี่ยวข้อง เช่น ระดับการศึกษา ค่านิยม ความเชื่อ วิถีชีวิต อายุ ฯลฯ การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นไปอย่างช้าๆ หรือรวดเร็วต่างมีผลกระทบต่อการตัดสินใจ

2.3 ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย การพิจารณาถึงรูปแบบการปกครอง ความมั่นคงของรัฐบาล นโยบายของรัฐและกฎหมายที่รัฐบาลออกบังคับใช้ เช่น นโยบายการจัดเก็บภาษี กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายเรื่องคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า

2.4 ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี เช่น การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ออกสู่ตลาด การพัฒนาระบบการทำงานใหม่ การใช้เครื่องมือเครื่องจักรใหม่ๆ การนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ในการศึกษาได้นำแนวคิดเรื่องการตัดสินใจ ซึ่งเกิดจากปัจจัยด้านต่างๆ ของแต่ละคน ทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกมาเป็นกรอบที่ใช้ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการ ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญในการกำหนดว่าผู้โดยสารจะตัดสินใจเลือกหรือไม่เลือกใช้บริการ

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยแบ่งเป็น ความหมายของความรู้ การวัดความรู้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความหมายของความรู้

ในเรื่องเกี่ยวกับความรู้ ได้มีนักวิชาการหลายท่านทำการศึกษาและให้คำจำกัดความของความรู้ไว้แตกต่างกัน โดยผู้วิจัยได้ทำการทบทวนเพื่อประกอบความเข้าใจและสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่หนึ่ง เน้นว่าเป็นความสามารถในการนำความรู้มาแก้ปัญหาให้เหมาะสมกับเหตุการณ์ กลุ่มที่สอง เน้นว่าเป็นความสามารถในการจำสิ่งที่ผ่านมาไว้ได้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มที่หนึ่ง ได้ให้ความหมายว่าความรู้ หมายถึง ความสามารถในการคิด เข้าใจ ข้อเท็จจริง ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงความรู้บวกกับประสบการณ์เดิมที่เกิดจากการเรียนรู้ เพื่อแก้ปัญหาให้เหมาะสมกับเหตุการณ์ต่างๆ ได้ (เกศินี, 2540: 52; สุภกนิษฐ์, 2540: 22)

กลุ่มที่สอง ให้ความหมายว่าความรู้ คือ ความสามารถในการระลึกถึงหรือระลึกได้เกี่ยวกับเรื่องราวทั้งปวงของประสบการณ์ที่ผ่านมา รวมทั้งสิ่งที่สัมพันธ์กับประสบการณ์นั้นๆ ด้วย และเกิดขึ้นสืบเนื่องมาจากการเรียนรู้ โดยเริ่มต้นจากการรวบรวมสาระต่างๆ จนกระทั่งพัฒนาสู่ความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น (บุญธรรม, 2535: 7)

การวัดความรู้

ความรู้นั้นมีหลายระดับและสามารถวัดได้ ระดับความรู้สามารถจำแนกออกได้เป็น 6 ระดับ ดังนี้ (เกศินี, 2540: 52)

1. ระดับที่ระลึกได้ หมายถึง การเรียนรู้ในลักษณะที่จดจำเรื่องเฉพาะวิธีปฏิบัติ กระบวนการ และแบบแผนได้ ความสำเร็จในระดับนี้ คือ ความสามารถในการดึงข้อมูลจากความจำออกมาได้
2. ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ หมายความว่า บุคคลสามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้ มากกว่าการจดจำเนื้อหาที่ได้รับ เช่น สามารถเขียนข้อความเหล่านั้นด้วยถ้อยคำของตนเองได้ สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยภาพ ให้ความหมายที่ลึกซึ้ง แปลความ และเปรียบเทียบความคิดอื่นๆ หรือ คาดคะเนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้

3. ระดับการนำไปใช้ เป็นความสามารถที่จะนำข้อเท็จจริง และความคิดที่เป็นนามธรรม ไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

4. ระดับการวิเคราะห์ สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกเป็นส่วน เป็นประเภท หรือนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง

5. ระดับการสังเคราะห์ คือ การนำข้อมูล และแนวความคิดมาประกอบกัน แล้วนำไปสู่ การสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นสิ่งใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม

6. ระดับการประเมินผล คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งกฎเกณฑ์การรวบรวม และวัดข้อมูลมาตรฐาน เพื่อให้ข้อตัดสินถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่าง

ในการวัดความรู้ในส่วนมากนิยมใช้แบบทดสอบซึ่งแบบทดสอบนี้เป็นเครื่องมือประเภท ข้อเขียนที่นิยมใช้กันทั่วไป แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ (จำนง, 2535: 24-29)

1. แบบอัตนัย หรือแบบความเรียง โดยให้เขียนตอบเป็นข้อความสั้นๆ ไม่เกิน 1-2 บรรทัด หรือเป็นข้อๆ ตามความเหมาะสม

2. แบบปรนัย แบ่งเป็น

2.1 แบบเติมคำหรือเติมข้อความให้สมบูรณ์ แบบทดสอบนี้เป็นการวัดความสามารถในการหาคำหรือข้อความมาเติมลงในช่องว่างของประโยคที่กำหนดให้ถูกต้องแม่นยำ โดยไม่มีคำตอบใดชี้นำมาก่อน

2.2 แบบถูก-ผิด แบบทดสอบนี้วัดความสามารถในการพิจารณาข้อความที่กำหนดให้ว่า ถูกหรือผิด ใช่หรือไม่ใช่ จากความสามารถที่เรียนรู้มาแล้ว โดยจะเป็นการวัดความจำและความคิด ในการออกแบบทดสอบควรต้องพิจารณาถึงข้อความจะต้องชัดเจน ถูกหรือผิดเพียงเรื่องเดียว สั้น กระชับรัดได้ใจความ และไม่ควรใช้คำปฏิเสธซ้อน

2.3 แบบจับคู่ แบบทดสอบนี้เป็นลักษณะการวางข้อเท็จจริง เงื่อนไข คำ ตัวเลข หรือ สัญลักษณ์ไว้ 2 ด้านขนานกัน เป็นแถวตั้ง 2 แถว แล้วให้อ่านดูข้อเท็จจริงในแถวตั้งด้านหนึ่งว่ามีความเกี่ยวข้อง จับคู่ได้พอดีกับข้อเท็จจริงในอีกแถวตั้งหนึ่ง โดยทั่วไปจะกำหนดให้ตัวเลือกในแถวตั้งด้านหนึ่งน้อยกว่าอีกด้านหนึ่ง เพื่อให้ได้ใช้ความสามารถในการจับคู่มากขึ้น

2.4 แบบเลือกตอบ ข้อสอบแบบนี้เป็นข้อสอบที่นิยมใช้กันในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถวัดได้ครอบคลุมจุดประสงค์และตรวจให้คะแนนได้แน่นอน ลักษณะของข้อสอบประกอบด้วยส่วนข้อคำถาม และตัวเลือก โดยตัวเลือกจะมีตัวเลือกที่เป็นตัวถูก และตัวเลือกที่เป็นตัวลวง ผู้เขียนข้อสอบต้องมีความรู้ในวิชานั้นอย่างลึกซึ้ง และรู้วิธีการเขียนข้อสอบ โดยมีข้อควรพิจารณา คือ ในส่วนข้อคำถามต้องชัดเจนเพียงหนึ่งเรื่อง ภาษาที่ใช้กะทัดรัดเหมาะสมกับระดับของผู้ตอบ ไม่ใช่คำปฏิเสธหรือปฏิเสธซ้อนกัน และไม่ควรถามคำถามแบบท่องจำ และในส่วนตัวเลือกควรมีคำตอบถูกเพียงคำตอบเดียวที่มีความกะทัดรัด ไม่ชี้นำหรือแนะคำตอบ มีความเป็นอิสระจากกัน มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันเรียงตามลำดับตามปริมาณหรือตัวเลข ตัวลวงต้องมีความเป็นไปได้ และกำหนดจำนวนตัวเลือก 4 หรือ 5 ตัวเลือก

จากที่นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวมาแล้วนั้น การวัดระดับความรู้ของบุคคล จำเป็นต้องวัดทั้ง 3 เรื่อง คือ ความรู้ของเนื้อหาข้อเท็จจริง ความรู้ในวิธีดำเนินการ และความสามารถในการจดจำข้อสรุป ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเป็นตัวแปรในการศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร

ความเป็นมาและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ

การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นมาและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยแบ่งเป็น ความเป็นมาเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ สายการบินไทยแอร์เอเชีย สายการบินนกแอร์ สายการบินวัน-ทู-โก โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความเป็นมาเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ

สายการบินต้นทุนต่ำกำเนิดขึ้นครั้งแรกโดยเซาท์เวสต์แอร์ไลน์ (Southwest Airlines) ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อปี พ.ศ. 2514 ซึ่งเกิดขึ้นจากเหตุการณ์สำคัญเหตุการณ์หนึ่งคือ รัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้เริ่มเปิดเสรีด้านบริการทางการบิน ทำให้การแข่งขันระหว่างสายการบินต่างๆ เข้มข้นขึ้น ส่งผลทำให้สายการบินบางแห่งที่เคยยิ่งใหญ่ในอดีตไม่สามารถปรับตัวเข้ากับการแข่งขันที่สูงขึ้นได้ ต้องประสบปัญหาทางการเงินและเลิกกิจการไป ขณะเดียวกันก็เกิดนวัตกรรมใหม่ในสหรัฐ ก็คือ สายการบินต้นทุนต่ำ โดยเซาท์เวสต์แอร์ไลน์ เริ่มเปิดเส้นทางการบินระยะสั้นที่บินระหว่างเมืองต่างๆ ในรัฐเท็กซัส โดยใช้คำขวัญประจำสายการบินว่า “Flying is Fun” เป็นการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับสายการบินที่เปลี่ยนจากเดิมซึ่งมุ่งเน้นความสะดวกสบายของลูกค้าที่มีภาพลักษณ์แบบนักธุรกิจเป็นส่วนใหญ่ให้กลายเป็นเรื่องสนุกที่ลูกค้าสามารถมีส่วนร่วมได้

ระยะแรกของการทำธุรกิจแบบสายการบินต้นทุนต่ำของเซาท์เวสต์แอร์ไลน์ มีลักษณะการเติบโตทางธุรกิจแบบค่อยเป็นค่อยไป โดยอาศัยการโฆษณาแบบปากต่อปาก ช่วยทำให้ชื่อเสียงของสายการบินแพร่หลายไปทั่ว ทำให้ธุรกิจขยายตัวและขยายเส้นทางการบินไปยังฝั่งตะวันตกของประเทศสหรัฐอเมริกาได้ในปี พ.ศ. 2521

ต่อมาปี พ.ศ. 2528 เกิดธุรกิจสายการบินแบบต้นทุนต่ำขึ้นที่ฝั่งอังกฤษ โดยสายการบินแรก ที่ดำเนินธุรกิจแบบนี้คือ สายการบินไรอันแอร์ (Ryan air) โดยเปิดให้บริการเส้นทางการบินทั่วอังกฤษและประเทศในทวีปยุโรปกลาง

สำหรับในเอเชีย-แปซิฟิก สายการบินต้นทุนต่ำได้เริ่มให้บริการในประเทศออสเตรเลียโดยสายการบินเวอร์จิน บลู ในปี พ.ศ. 2543 ตามมาด้วยสายการบินแอร์เอเชียของมาเลเซียในปี พ.ศ. 2544 และได้แพร่ขยายไปในทวีปต่างๆ อีกด้วย

สำหรับประเทศไทย ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเริ่มเกิดขึ้นเนื่องจากรัฐบาลได้เปิดเสรีให้สายการบินเอกชนสามารถบินทั้เส้นทางการบินของการบินไทย และต่อมาได้ยกเลิกการกำหนดเพดานราคาขั้นต่ำ ทำให้สายการบินต่างๆ สามารถขายตั๋วในราคาถูกลงได้ในปี พ.ศ. 2545 สายการบินต้นทุนต่ำที่ดั่งขึ้นในประเทศไทย ได้แก่ สายการบินไทยแอร์เอเชีย ของบริษัทไทยแอร์เอเชีย

จำกัด สาขาการบินวัน-ทู-โก ของบริษัทโอเรียนท์ ไทย แอร์ไลน์ จำกัด และสาขาการบินนกแอร์ ของบริษัท สาขาการบินนกแอร์ จำกัด (ยุทธศักดิ์, 2547: 32-40)

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ

รูปแบบการดำเนินธุรกิจของสายการบินต้นทุนต่ำจะเน้นลักษณะของสินค้าและบริการที่มีความเรียบง่ายและประหยัด ดังนี้ (ลลิตา, 2547: 10-11)

1. ไม่มีบริการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน ไม่มีบริการหุ้สำหรับฟังเพลงและบริการฉายภาพยนตร์ให้ชมซึ่งทั้งหมดนี้ก็เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานทั้งในส่วนของผู้ประกอบการและโดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนบุคลากร นอกจากนี้การงดบริการอาหารบนเครื่องบินยังเป็นการประหยัดเวลาในการเตรียมพร้อมสำหรับเที่ยวบินต่อไป หรือที่เรียกว่า Turnaround Time เพราะไม่ต้องเสียเวลาจัดเตรียมอาหารขึ้นเครื่อง รวมทั้งลดเวลาการทำความสะอาดบนเครื่องทำให้ประหยัดเวลาที่ต้องเสียไปกับการจอดรอที่เครื่องบิน เป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านค่าธรรมเนียมสนามบิน
2. ไม่มีห้องวีไอพีไว้บริการผู้โดยสารที่สนามบินเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายที่สนามบิน
3. ไม่มีการจองที่นั่งก่อนขึ้นเครื่อง ผู้โดยสารที่ขึ้นก่อนสามารถเลือกที่นั่งได้ก่อนระบบนี้จะทำให้ผู้โดยสารรีบขึ้นเครื่อง จึงช่วยให้เครื่องบินสามารถออกบินได้รวดเร็วตรงเวลา ไม่ต้องเสียเวลาจอดรอเรียกผู้โดยสาร อันเป็นการช่วยลด Turnaround Time ทั้งยังประหยัดค่าธรรมเนียมสนามบิน และค่าเชื้อเพลิงระหว่างติดเครื่องยนต์จอดรอที่สนามบิน
4. ให้บริการแบบ Single Class คือ ไม่มีการแบ่งชั้นผู้โดยสาร ดังนั้นอัตราค่าตัวปกติจึงมีราคาเดียวในแต่ละเส้นทางบิน ไม่มีตั๋วราคาพิเศษสำหรับเด็ก และไม่มีโปรแกรมสะสมไมล์เดินทาง นอกจากนี้ยังจำกัดน้ำหนักของกระเป๋าและสัมภาระของผู้โดยสารอย่างเข้มงวด เป็นการควบคุมน้ำหนักบรรทุกเครื่องบินและช่วยประหยัดค่าเชื้อเพลิง
5. ไม่มีการคืนเงินค่าตั๋วกรณีผู้โดยสารยกเลิกเที่ยวบินหรือขึ้นเครื่องไม่ทัน และไม่ให้ผู้โดยสารเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินที่จองไว้

6. ใช้ระบบตัวอิเล็กทรอนิกส์แทนตั๋วกระดาษ โดยให้จองตั๋วออนไลน์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จึงประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์ตั๋วและค่าคอมมิชชั่นให้กับตัวแทนจำหน่ายตั๋ว รวมทั้งประหยัดค่าเช่าพื้นที่สำนักงานขายของสายการบิน

7. ให้บริการด้วยเครื่องบินรุ่นเดียวกันทั้ง Fleet หรืออย่างมากไม่เกิน 2 รุ่น รูปแบบการให้บริการเช่นนี้นับเป็นจุดเด่นของสายการบินต้นทุนต่ำ เพราะนอกจากจะเป็นการสะดวกต่อการบำรุงรักษาในส่วนของช่างเครื่องยนต์แล้ว ยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการอบรมนักบินและเจ้าหน้าที่บริการบนเครื่องบินด้วย เปรียบเทียบกับสายการบินปกติที่มักบริการผู้โดยสารด้วยเครื่องบินหลากหลายรุ่นทำให้มีค่าใช้จ่ายสูงกว่า เพราะเครื่องบินแต่ละรุ่นแต่ละแบบจะมีความซับซ้อนและรายละเอียดทางเทคนิคแตกต่างกันค่อนข้างมาก

8. เน้นเส้นทางบินระยะสั้น (บริการเฉพาะเส้นทางภายในประเทศ หรือประเทศใกล้เคียง) และให้บริการในลักษณะจากจุดเริ่มต้นสู่จุดหมายปลายทางเสร็จสิ้นในเส้นทางนั้น (Short-haul and point-to-point traffic) กล่าวคือ จะไม่มีการแวะจอดเครื่องบินบนเส้นทางผ่านเพื่อรับส่งผู้โดยสารที่ต้องการใช้บริการเชื่อมต่อกับเที่ยวบินอื่น (No Connecting Flights) การให้บริการในลักษณะนี้ช่วยประหยัดเวลาที่ต้องใช้ในแต่ละเที่ยวบิน จึงทำให้ถึงจุดหมายปลายทางเร็วขึ้น อีกทั้งประหยัดค่าใช้จ่ายในการแวะจอดที่สนามบิน ซึ่งมีทั้งค่าธรรมเนียมต่างๆ จากการใช้สนามบิน และค่าใช้จ่ายสำหรับเจ้าหน้าที่ที่สนามบินที่ให้บริการ Flight Connection รวมทั้งในการขนกระเป๋าสัมภาระผู้โดยสารทั้งขึ้นและลงจากเครื่อง

9. พยายามเน้นการใช้สนามบินระดับรอง (Secondary Airports) ซึ่งจะมีค่าธรรมเนียมการใช้สนามบินต่ำกว่าสนามบินใหญ่ๆ หรือสนามบินหลัก แต่ทั้งนี้สนามบินรองที่เลือกใช้ต้องมีเส้นทางคมนาคมทางบกที่สะดวกสามารถเชื่อมโยงไม่ไกลจากตัวเมืองสำคัญๆ หรือเมืองท่องเที่ยวมากนักคือไม่ควรใช้เวลาเดินทางโดยรถยนต์เกิน 45 นาที ปัจจัยข้อนี้ถือเป็นปัจจัยที่ทำให้สายการบินต้นทุนต่ำในสหรัฐอเมริกา และยุโรปประสบความสำเร็จมาแล้ว เนื่องจากในภูมิภาคเหล่านี้มีสนามบินหลักและรองอยู่เป็นจำนวนมากให้สายการบินต้นทุนต่ำเลือกใช้เพื่อประหยัดต้นทุนสนามบิน อย่างไรก็ตาม สำหรับภูมิภาคเอเชียเนื่องจากจำนวนสนามบินระดับรองมีไม่มากเหมือนในสหรัฐอเมริกาและยุโรป สายการบินต้นทุนต่ำในเอเชียจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อรองรับสภาวะเงื่อนไขที่แตกต่าง อาทิ การเจรจากับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ลดหรือปรับปรุงค่าธรรมเนียมการใช้สนามบินสำหรับ

เครื่องบินที่ลงจอดและใช้เวลาจอดรออยู่บนสนามบินน้อยกว่าจำนวนขั้นต่ำที่กำหนดไว้ (เช่น ไม่เกิน 40 -50 นาที) ซึ่งอาจจะขออนุญาตให้เสียค่าธรรมเนียมในอัตราที่ต่ำกว่าปกติ

สายการบินไทยแอร์เอเชีย

สายการบินไทยแอร์เอเชียมีบริษัทแม่อยู่ในประเทศมาเลเซีย มีการขยายฐานธุรกิจโดยการร่วมทุนกับ บริษัท ชิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) เปิดสายการบินในประเทศไทยโดยใช้ชื่อว่า บริษัท ไทยแอร์เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด จัดตั้งขึ้นเมื่อเดือนกันยายน พ.ศ. 2546 ต่อมาวันที่ 8 ธันวาคม พ.ศ. 2546 ได้จดทะเบียนเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด ซึ่งได้รับการส่งเสริมการลงทุนในกิจการขนส่งทางอากาศ ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 400 ล้านบาท มีผู้ถือหุ้นฝ่ายไทย ร้อยละ 51 (กลุ่มชินคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)) และฝ่ายมาเลเซีย ร้อยละ 49 (บริษัท Air Asia Malaysia) มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 89/170 ชั้นที่ 9 อาคารจุฑามาศ ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

สายการบินไทยแอร์เอเชีย มีผู้บริหารดังนี้ ประธานกรรมการ นายบุญคลี ปลั่งศิริ ประธานกลุ่มเจ้าหน้าที่บริหาร โทนี เฟอนานเดส ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร นายทัศนพล แบเลเว็ลด์ กรรมการประกอบด้วย นายอาร์กัย ชลธารันนท์ นางศิริเพ็ญ ศีตสุวรรณ นายคามารูดิน บิน เมอรานัน และนายทัศนพล แบเลเว็ลด์

การให้บริการ

สายการบินไทยแอร์เอเชียดำเนินธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ มีคำขวัญประจำสายการบินว่า “ใคร...ใครก็บินได้” การบริการหลักคือ การให้บริการขนส่งผู้โดยสารระหว่างจังหวัด และระหว่างประเทศ ซึ่งใช้เวลาในการบินไม่เกิน 3-4 ชั่วโมง

สายการบินไทยแอร์เอเชีย ใช้นวัตกรรมเชิงเทคนิคในการบริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งช่วยให้สายการบินประหยัดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละเที่ยวบินได้มากที่สุด เช่น การลดระยะเวลาในการเดินทางในแต่ละเที่ยวบินให้เร็วขึ้น และการใช้พื้นที่และปริมาณบรรทุกในแต่ละเที่ยวอย่างเต็มประสิทธิภาพ สายการบินไทยแอร์เอเชียใช้หลักการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ

ควบคู่ไปกับการให้บริการขั้นพื้นฐานที่สำคัญ 3 ประการคือ ความปลอดภัย การให้บริการที่ดี และ กำหนดการเดินทางที่สามารถสนองตอบความต้องการของผู้โดยสาร

สายการบินมีการให้บริการขายอาหารว่างและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน ซึ่งรายการอาหารว่าง และเครื่องดื่มอาจแตกต่างกันในแต่ละเที่ยวบินขึ้นอยู่กับความเหมาะสม

เส้นทางบิน

เส้นทางการบินในประเทศ มีดังนี้ เส้นทางบินไป-กลับระหว่างกรุงเทพมหานคร-เชียงใหม่, กรุงเทพมหานคร-เชียงใหม่, กรุงเทพมหานคร-หาดใหญ่, กรุงเทพมหานคร-ภูเก็ต, กรุงเทพมหานคร-ขอนแก่น, กรุงเทพมหานคร-อุดรธานี, กรุงเทพมหานคร-อุบลราชธานี กรุงเทพมหานคร-นราธิวาส

เครื่องบินที่ใช้

ในปัจจุบัน สายการบินไทยแอร์เอเชียใช้เครื่องบินโบอิง 737-300 ซึ่งสามารถบรรทุกผู้โดยสารในแต่ละเที่ยวบินได้ 148 คน และเครื่องบินแอร์บัส 320 ซึ่งสามารถบรรทุกผู้โดยสารได้ 180 คนต่อเที่ยวบิน และมีการตกแต่งเครื่องบินโดยใช้สีแดงเป็นสีในการตกแต่งเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้โดยสาร และต้องการสื่อให้เห็นถึงความสดใส ความสนุกสนาน และความเป็นกันเอง

ราคาค่าโดยสาร

สายการบินไทยแอร์เอเชีย กำหนดอัตราค่าโดยสารราคาไม่เท่ากันในแต่ละที่นั่งโดยพิจารณาจากปริมาณอุปสงค์และอุปทานของผู้โดยสาร ซึ่งโดยทั่วไปอัตราค่าโดยสารจะสูงขึ้นเมื่อจำนวนที่นั่งในแต่ละเที่ยวบินได้จำหน่ายออกไปแล้ว

ภาษี ค่าธรรมเนียม หรือค่าใช้จ่ายที่กำหนดโดยรัฐ หรือผู้มีอำนาจรับผิดชอบสนามบินต่อการให้บริการ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบินจะเพิ่มเข้าไปในอัตราค่าโดยสารของสายการบินซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นราคาที่อยู่ในการโฆษณาจึงเป็นราคาที่ยังไม่รวมภาษี และค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้ อัตราค่าธรรมเนียมน้ำมัน อัตราค่าธรรมเนียมการดำเนินการ อัตราค่าประกันภัย อัตราภาษีสนามบิน

การสำรองที่นั่ง

สายการบินไทยแอร์เอเชีย ให้บริการจำหน่ายบัตรโดยสารผ่านหลายช่องทาง ดังนี้ จำหน่ายบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบินที่ www.airasia.com, ผ่านทางระบบ SMS, ที่เคาน์เตอร์ของสายการบิน ณ ท่าอากาศยาน, ที่เคาน์เตอร์ของสายการบิน ณ ห้างสรรพสินค้า, ผ่านทางศูนย์บริการทางโทรศัพท์ของสายการบิน เบอร์ 02 515 9999 ซึ่งเปิดให้บริการทุกวัน เวลา 08.00 – 21.00 น., ที่สำนักงานบริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด, ผ่านตัวแทนจำหน่าย และตัวแทนท่องเที่ยว, ผ่านศูนย์บริการของ AIS

การจ่ายค่าบัตรโดยสาร

ผู้โดยสารสามารถชำระค่าโดยสารได้ 3 วิธี ดังนี้ ชำระด้วยบัตรเครดิต, ชำระด้วยเงินสด, ชำระโดยการโอนเงินทางธนาคาร หรือระบบธนาคารออนไลน์ของธนาคารกรุงเทพ ธนาคารไทยพาณิชย์ และธนาคารกสิกรไทย

การตรวจรับบัตรโดยสาร

ผู้โดยสารต้องไปลงทะเบียนเพื่อยืนยันการเดินทางที่เคาน์เตอร์เช็คอินของสายการบินไทยแอร์เอเชีย ซึ่งจะเปิดรับการลงทะเบียนล่วงหน้า 2 ชั่วโมงก่อนเวลาเดินทาง และปิดรับการลงทะเบียน 45 นาทีก่อนเวลาเดินทาง

ผู้โดยสารนำบัตรประชาชนหรือหนังสือเดินทางพร้อมกับแจ้งหมายเลขยืนยันการจองที่นั่งที่เคาน์เตอร์เช็คอินของสายการบิน และผู้โดยสารจะต้องแสดงตัว ณ ประตูเครื่องบินอย่างน้อย 30 นาทีก่อนกำหนดการเดินทาง

ระเบียบทั่วไปที่ใช้ในการบิน

1. การเปลี่ยนแปลงเที่ยวบิน สามารถทำได้ก่อนกำหนดเดินทาง 48 ชั่วโมงโดยต้องชำระค่าธรรมเนียม 500 บาทต่อหนึ่งผู้โดยสารต่อหนึ่งเที่ยวบิน และหากค่าโดยสารเที่ยวบินใหม่ต่ำกว่าค่าโดยสารเดิมที่ถูกยกเลิก สายการบินจะไม่คืนเงินผลต่างของค่าโดยสาร หากค่าโดยสารเที่ยวบิน

ใหม่สูงกว่า ผู้โดยสารต้องชำระเงินในส่วนที่เพิ่มขึ้น การเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินจะสมบูรณ์เมื่อสายการบินออกหมายเลขการสำรองที่นั่ง และกำหนดการเดินทางใหม่ให้ แต่ผู้โดยสารไม่สามารถขอเปลี่ยนแปลงเส้นทางการบินได้

2. การเปลี่ยนแปลงชื่อผู้โดยสาร ผู้โดยสารสามารถขอเปลี่ยนแปลงชื่อผู้โดยสารได้ก่อนกำหนดการเดินทาง 2 ชั่วโมง โดยผู้โดยสารต้องเสียค่าธรรมเนียม 500 บาทต่อการเปลี่ยนแปลงหนึ่งรายการ และต้องมีการยืนยันจากผู้โดยสารเดิม

3. สายการบินอนุญาตให้ผู้โดยสารสามารถนำกระเป๋าสัมภาระขึ้นเครื่องได้ 1 ใบ น้ำหนักไม่เกิน 7 กิโลกรัม และกระเป๋าเดินทางฝากใต้ท้องเครื่องบิน โดยต้องมีน้ำหนักสุทธิไม่เกิน 15 กิโลกรัม แต่ถ้ากระเป๋ามีน้ำหนักมากกว่า 15 กิโลกรัมต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

4. ผู้โดยสารที่เป็น “ทารก” คือ ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 2 ปี ได้รับอนุญาตให้เดินทางได้โดยให้เด็กทารกนั่งบนตักผู้ปกครอง โดยคิดค่าธรรมเนียมเพิ่มเติมซึ่งยังไม่รวมภาษีสนามบิน และค่าประกันพิเศษ โดยกำหนดสัดส่วนผู้โดยสารที่เป็นผู้ใหญ่ 1 คน ต่อเด็กทารก 1 คน

5. ผู้โดยสารที่เป็น “เด็ก” คือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 2 ปีจนถึง 15 ปี และผู้ที่มีอายุเกิน 15 ปีขึ้นไป ถือว่าเป็นผู้โดยสารที่เป็นผู้ใหญ่ ดังนั้นจึงคิดอัตราค่าโดยสารเดียวกับผู้ใหญ่ ทางสายการบินจะไม่รับโดยสารทารกที่มีอายุต่ำกว่า 8 วัน ยกเว้นในกรณีพิเศษที่มีหนังสือยืนยันทางการแพทย์และได้รับการยินยอมจากผู้ปกครองอย่างเป็นทางการเป็นลายลักษณ์อักษร

6. กรณีผู้โดยสารที่มีครรภ์ ผู้โดยสารจะต้องแจ้งอายุครรภ์ต่อเจ้าหน้าที่ของสายการบิน เมื่อทำการสำรองที่นั่ง ซึ่งมีเงื่อนไขดังนี้ ผู้โดยสารที่มีอายุครรภ์ไม่เกิน 27 สัปดาห์สามารถเดินทางได้โดยไม่ต้องมีใบรับรองจากแพทย์ ผู้โดยสารที่มีอายุครรภ์ตั้งแต่ 28 ถึง 35 สัปดาห์ทำการสำรองที่นั่งแบบไป-กลับได้ โดยต้องมีใบรับรองแพทย์ระบุว่ามีความพร้อมที่จะเดินทาง และผู้โดยสารที่มีอายุครรภ์ตั้งแต่ 36 สัปดาห์ขึ้นไป สายการบินขอสงวนสิทธิ์รับโดยสาร

7. การให้บริการเก้าอี้รถเข็นแก่ผู้โดยสารที่พิการ ผู้ป่วย หรือบุคคลที่ต้องการการดูแลเป็นพิเศษ จะต้องแจ้งความต้องการเป็นพิเศษเมื่อซื้อบัตรโดยสารกับสายการบิน ซึ่งจะคิดค่าบริการเพิ่ม (www.airasia.com)

สายการบินนกแอร์

สายการบินนกแอร์ เกิดขึ้นเนื่องจากที่ประชุมคณะรัฐมนตรีได้เห็นชอบตามข้อเสนอของกระทรวงคมนาคมในการให้บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ดำเนินโครงการสายการบินราคาประหยัด ภายใต้ชื่อสายการบินนกแอร์ โดยให้เหตุผลในการจัดตั้งว่าเนื่องจากการเปิดเสรีธุรกิจการบินทำให้มีบริษัทเอกชนหลายรายสนใจเข้ามาดำเนินธุรกิจสายการบินเพิ่มขึ้น และการแข่งขันด้านราคาค่าโดยสารมีความรุนแรงมากขึ้น ดังนั้น เพื่อเป็นการรองรับการแข่งขันและเป็นการปกป้องฐานลูกค้าของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ทางบริษัทจึงเสนอให้จัดตั้งสายการบินนกแอร์ขึ้น

สายการบินนกแอร์ ดำเนินการโดยบริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด มีเงินทุนจดทะเบียนประมาณ 500 ล้านบาท ระหว่างบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท ทูลดิวตี้ จำกัด (สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์), บริษัท หลักทรัพย์ไทยพาณิชย์ จำกัด (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน)), ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน), บริษัท ทิพยประกันภัย จำกัด(มหาชน), กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ, กองทุนเปิดไทยทิพูน โดย บริษัท หลักทรัพย์จัดการกองทุน ไอเอ็นจี (ประเทศไทย) จำกัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม พ.ศ. 2547 มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เลขที่ 183 อาคารจินาการ ชั้น 17 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพฯ 10120

สายการบินนกแอร์ มีผู้บริหารดังนี้ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร นายพาที สารสิน รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายปฏิบัติการธุรกิจ นายปิยะ ยอดมณี รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการเงิน นางกุลวดี กาญจนโทยษ์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายปฏิบัติการบิน กับตันสรโรจ บุญมา รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายช่างซ่อมบำรุง นายพิษณุ สามะพุทธิ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหารฝ่ายการตลาด นายสิทธิพันธุ์ ชุมสาย ณ อยุธยา

การให้บริการ

สายการบินนกแอร์เป็นสายการบินโดยตรงของคนไทย เพื่อโอกาสและทางเลือกใหม่ของคนไทย พร้อมนำเสนอความสะดวกสบายภายใต้มาตรฐานปฏิบัติการบินระดับสากล ซึ่งเป็นมาตรฐานเดียวกับการบินไทย

เหตุผลที่ใช้ชื่อนกแอร์ เนื่องจากเป็นชื่อง่ายๆ สั้นๆ ง่ายต่อการจดจำ เป็นชื่อที่สื่อถึงความ เป็นมิตร และเป็นสัญลักษณ์แห่งอิสรภาพการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นชื่อที่ย้ำความเป็นไทย อย่างแท้จริง และยังมีคำขวัญประจำสายการบินว่า “มั่นใจ...บินไปกับนกแอร์”

สายการบินนกแอร์ เปิดให้บริการแบบใหม่ เรียกว่า “นกพลัส” เป็นการให้บริการสำหรับ ผู้โดยสารที่ต้องการความสะดวกสบาย เก้าอี้นกพลัสเป็นเก้าอี้ขนาดใหญ่กว้างกว่าเก้าอี้ของที่นั่งชั้น ประหยัด มีการให้บริการอาหารว่างและเครื่องดื่มฟรี สามารถเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินได้ ให้บริการ หนังสือพิมพ์ฟรี น้ำหนักของกระเป๋าเดินทางเพิ่มขึ้นเป็น 30 กิโลกรัม โดยสายการบินจะคิดราคาค่า โดยสารเพิ่มขึ้นจากราคาปกติ 535 บาทต่อเที่ยวบิน หากจองที่นั่งผ่านทางเว็บไซต์ ผู้โดยสารสามารถ เลือกตำแหน่งที่นั่งได้ตามความต้องการ การจองที่นั่งนกพลัสใช้ระบบการจองก่อนได้ก่อน และมี เพียง 12 ที่นั่งต่อเที่ยวบินเท่านั้น

เส้นทางบิน

สายการบินนกแอร์ เปิดให้บริการเส้นทางการบินภายในประเทศ ดังนี้ เส้นทางบินไป- กลับ กรุงเทพมหานคร-เชียงใหม่, กรุงเทพมหานคร-อุดรธานี, กรุงเทพมหานคร-หาดใหญ่ และ กรุงเทพมหานคร-ภูเก็ต, กรุงเทพมหานคร-นครศรีธรรมราช

เครื่องบินที่ใช้

สายการบินนกแอร์เลือกใช้เครื่องบินของบริษัทโบอิง รุ่น 737-400 เพียงแบบเดียว ซึ่งเป็น เครื่องบินที่เช่าจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) สามารถบรรทุกผู้โดยสารในแต่ละเที่ยวบินได้ 150 คน และตกแต่งเครื่องบินโดยใช้นกเป็นสัญลักษณ์ แสดงถึงความเป็นมิตร ความเป็นกันเอง และความสนุกสนาน เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้โดยสาร

ราคาค่าโดยสาร

สายการบินนกแอร์มีนโยบายการกำหนดอัตราค่าโดยสาร โดยจะกำหนดระดับราคาไม่ให้ แพงกว่าราคาของคู่แข่ง แต่จะไม่ใช้นโยบายด้านการลดราคาให้ต่ำมากเกินไป อัตราค่า โดยสารของสายการบินนกแอร์จะมีราคาไม่เท่ากันในแต่ละวันและในแต่ละที่นั่ง เพราะใช้ระบบ

คอมพิวเตอร์เป็นตัวกำหนดราคาหรือใช้การตั้งราคาแบบ Dynamic pricing หรือการตั้งราคาแบบระดับราคาลดลงแบบขึ้นบันไดตามโครงสร้างเวลาเหมือนสายการบินแอร์เอเชีย คือ ผู้โดยสารที่จองที่นั่งล่วงหน้าก่อนจะได้รับราคาที่ต่ำกว่าผู้โดยสารที่จองภายหลัง

ภาษี ค่าธรรมเนียม หรือค่าใช้จ่ายที่กำหนดโดยรัฐ หรือผู้มีอำนาจรับผิดชอบสนามบินต่อการใช้บริการ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบินจะเพิ่มเข้าไปในอัตราค่าโดยสารของสายการบินซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นราคาที่อยู่ในการโฆษณาจึงเป็นราคาที่ยังไม่รวมภาษี และค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้ อัตราค่าธรรมเนียมน้ำมัน อัตราค่าธรรมเนียมการดำเนินการ อัตราค่าประกันภัย อัตราภาษีสนามบิน

การสำรองที่นั่ง

สายการบินนกแอร์ให้บริการจำหน่ายบัตรโดยสารผ่านหลายช่องทาง ดังนี้ จำหน่ายบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบินที่ www.nokair.co.th, ที่สำนักงานขาย ณ ท่าอากาศยาน, ผ่านทางศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ โทร.1318 ซึ่งเปิดบริการทุกวัน เวลา 08.00 – 21.00 น.

การจ่ายค่าบัตรโดยสาร

ผู้โดยสารสามารถชำระค่าโดยสารได้ดังนี้ ชำระด้วยบัตรเครดิต, ชำระด้วยเงินสด และชำระด้วยการโอนเงินผ่านตู้ ATM ของธนาคารไทยพาณิชย์และธนาคารกรุงไทยทุกสาขา

การตรวจรับบัตรโดยสาร

ผู้โดยสารต้องไปลงทะเบียนเพื่อยืนยันการเดินทางที่เคาน์เตอร์เช็คอินของสายการบินนกแอร์ ซึ่งจะเปิดรับการลงทะเบียนล่วงหน้า 1 ชั่วโมง 30 นาทีก่อนเวลาเดินทาง และปิดรับการลงทะเบียน 45 นาทีก่อนเวลาเดินทาง

ผู้โดยสารนำบัตรประชาชนหรือหนังสือเดินทางพร้อมกับแจ้งหมายเลขยืนยันการจองที่นั่งที่เคาน์เตอร์เช็คอินของสายการบิน

ระเบียบทั่วไปที่ใช้ในการบิน

1. สายการบินนกแอร์มีขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงการเดินทางได้ ซึ่งผู้โดยสารต้องแจ้งเปลี่ยนแปลงการเดินทางอย่างช้าที่สุดก่อนกำหนดการเดินทาง 1 วัน มีเงื่อนไขดังนี้

1.1 กรณีที่นั่งชั้นประหยัด สามารถขอเปลี่ยนแปลงการเดินทางตามรายละเอียดดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการเดินทาง หรือเส้นทางบิน สามารถติดต่อขอเปลี่ยนแปลงผ่านทางโทรศัพท์ที่เบอร์ 1318 โดยต้องเสียค่าธรรมเนียมในการเปลี่ยนแปลงรวมถึงต้องเสียค่าส่วนต่างที่เพิ่มขึ้นจากราคาบัตรโดยสารเดิมและค่าบริการที่เกิดขึ้นจากการทำรายการ

2) การเปลี่ยนแปลงชื่อผู้โดยสาร สามารถติดต่อขอเปลี่ยนแปลงผ่านทางโทรศัพท์ที่เบอร์ 1318 หรือสามารถติดต่อขอเปลี่ยนแปลงผ่านห้องจำหน่ายบัตรโดยสารที่สำนักงานขายที่สนามบิน โดยต้องเสียค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนแปลงและค่าบริการที่เกิดขึ้นจากการทำรายการ และต้องแจ้งดำเนินการเปลี่ยนแปลงอย่างช้าที่สุดก่อนกำหนดการเดินทางเดิมล่วงหน้า 4 ชั่วโมง

1.2 กรณีที่นั่งชั้นนกพลัส สามารถขอเปลี่ยนแปลงการเดินทางตามรายละเอียดดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการเดินทาง สามารถติดต่อขอเปลี่ยนแปลงผ่านทางโทรศัพท์ที่เบอร์ 1318 หรือเปลี่ยนแปลงผ่านห้องจำหน่ายบัตรโดยสารที่สำนักงานขายที่สนามบิน โดยมีค่าบริการที่เกิดขึ้นจากการทำรายการ แต่ไม่มีค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนแปลงและค่าส่วนต่างของราคาบัตรโดยสาร รวมทั้งสามารถเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินในเส้นทางเดิมได้ไม่จำกัดจำนวนครั้งในช่วงเวลา 3 เดือนนับจากวันทำรายการครั้งแรก

2) การเปลี่ยนแปลงชื่อผู้โดยสาร สามารถติดต่อขอเปลี่ยนแปลงผ่านทางโทรศัพท์ที่เบอร์ 1318 โดยต้องเสียค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนแปลงและค่าบริการที่เกิดขึ้นจากการทำรายการ ซึ่งต้องแจ้งดำเนินการเปลี่ยนแปลงอย่างช้าที่สุดก่อนกำหนดการเดินทางเดิมล่วงหน้า 4 ชั่วโมง หรือสามารถติดต่อขอเปลี่ยนแปลงผ่านห้องจำหน่ายบัตรโดยสารที่สำนักงานขายที่สนามบิน ซึ่งต้องเสียค่าธรรมเนียมการเปลี่ยนแปลง

3) การเปลี่ยนแปลงเส้นทางบิน สามารถติดต่อขอเปลี่ยนแปลงผ่านทางโทรศัพท์ที่เบอร์ 1318 โดยมีค่าบริการที่เกิดขึ้นจากการทำรายการ รวมถึงค่าส่วนต่างของราคาบัตรโดยสาร หรือสามารถติดต่อขอเปลี่ยนแปลงผ่านห้องจำหน่ายบัตรโดยสารที่สำนักงานขายที่สนามบิน โดยไม่มีค่าบริการและค่าธรรมเนียมต่างๆ แต่จะมีค่าส่วนต่างของบัตรโดยสาร

ในการเปลี่ยนแปลงรายละเอียดการเดินทางนั้น ถ้าผู้โดยสารทำการเปลี่ยนแปลงผ่านทางโทรศัพท์ที่เบอร์ 1318 ผู้โดยสารต้องชำระเงินค่าบริการทั้งหมดผ่านทางบัตรเครดิตเท่านั้น แต่ถ้าทำการเปลี่ยนแปลงผ่านห้องจำหน่ายบัตรโดยสารที่สำนักงานขายที่สนามบิน ผู้โดยสารสามารถชำระเงินค่าธรรมเนียมเป็นเงินสดหรือบัตรเครดิตก็ได้

2. ผู้โดยสารสามารถนำกระเป๋าเดินทางไปได้ไม่เกิน 2 ใบ โดยสามารถนำขึ้นเครื่องได้ 1 ใบ ซึ่งมีน้ำหนักไม่เกิน 7 กิโลกรัมและต้องมีขนาดที่สามารถถือไปได้ ส่วนอีกหนึ่งใบหรือมากกว่า 1 ใบที่ให้ผู้โดยสารต้องนำขึ้นเครื่องจะต้องมีน้ำหนักรวมไม่เกิน 15 กิโลกรัมถ้าเป็นที่นั่งชั้นธรรมดา หรือ 30 กิโลกรัมถ้าเป็นที่นั่งแบบนอกลี้น และถ้าเกินจะมีค่าธรรมเนียมเพิ่มกิโลกรัมละ 50 บาท

ในกรณีที่สัมภาระเสียหายจะได้รับการชดเชยสูงสุด 400 บาทต่อกิโลกรัม และในกรณีที่สัมภาระสูญหายจะได้รับการชดเชยสูงสุด 2,000 บาทต่อกระเป๋า 1 ใบ

3. ผู้โดยสารที่เป็น “ทารก” คือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 2 ปี ได้รับอนุญาตให้เดินทางฟรีโดยให้เด็กทารกนั่งบนตักผู้ปกครอง

4. ผู้โดยสารที่เป็น “เด็ก” คือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 2 ปีขึ้นไปถือว่าเป็นผู้โดยสารที่เป็นผู้ใหญ่ ดังนั้น จึงคิดอัตราค่าโดยสารเดียวกับผู้ใหญ่ และสำหรับผู้โดยสารที่มีอายุต่ำกว่า 12 ปีต้องเดินทางพร้อมผู้ปกครอง (www.nokair.com)

สายการบินวัน-ทู-โก

คุณอุดม ต้นติประสงค์ชัย ประธานบริหาร และกรรมการผู้จัดการ บริษัทโอเรียนท์ ไทย แอร์ไลน์ จำกัด เริ่มต้นธุรกิจสายการบินด้วยการร่วมทุนกับรัฐบาลกัมพูชา เปิดสายการบินกัมพูชา แอร์ไลน์ (CIA) เมื่อปี พ.ศ. 2534 แต่ถูกระงับกิจการเมื่อปี พ.ศ. 2537 เนื่องจากความไม่สงบ

ภายในประเทศ จึงย้ายฐานทางธุรกิจเข้ามาเริ่มต้นเปิดเส้นทางการบินภายในประเทศ โดยใช้จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือเป็นศูนย์กลาง ในสมัยที่รัฐบาลยังคงเป็นผู้ผูกขาดธุรกิจการบินในประเทศไทย

แม้จะต้องฝ่าฟันมรสุมทางธุรกิจการบินที่โหมกระหน่ำ ในสมัยผูกขาดนานพยามกว่า 10 ปี หากแต่โอเรียนท์ ไทย ก็ยังหยั่งยืนเป็นสายการบินหนึ่งในไม่กี่สายการบินของคนไทยที่ได้รับความไว้วางใจจากผู้โดยสารมาอย่างยาวนาน ทำให้บริษัทโอเรียนท์ ไทย แอร์ไลน์ จำกัดประกาศศักยภาพของสายการบินไทยด้วยการก้าวลงสู่สนามการแข่งขันทางธุรกิจ “สายการบินต้นทุนต่ำ” ทั้งนี้ที่รัฐบาลประกาศนโยบายเปิดน่านฟ้าเสรีในปีพ.ศ.2545

บริษัทโอเรียนท์ ไทย แอร์ไลน์ จำกัด เปิดตัวสายการบินต้นทุนต่ำ วัน-ทู-โก และใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการเป็นสายการบินของคนไทยเพื่อคนไทย ประกาศศักดิ์ศรีว่า “คนไทยก็ทำได้” เน้นความปลอดภัย สะดวกรวดเร็วในราคาประหยัด เพื่อให้คนไทยมั่นใจ และสะดวกสบายในการเดินทาง วัน-ทู-โก เป็นสายการบินต้นทุนต่ำสายการบินแรกที่ดำเนินงานโดยคนไทยโดยเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม พ.ศ. 2546 มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่ 138/70 ชั้น 17 จิวเวลเลอรี เซ็นเตอร์ ถ.นเรศ แขวงสี่พระยา เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

สายการบินวัน-ทู-โก ดำเนินการโดย นายอุดม ดันติประสงค์ชัย ประธานบริหาร นางขจิต หัพนานนท์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา และนางนิดา ดันติประสงค์ชัย ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร

การให้บริการ

สายการบินวัน-ทู-โก ดำเนินธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ การบริการหลักคือ การให้บริการขนส่งผู้โดยสารระหว่างจังหวัด และระหว่างประเทศ ซึ่งใช้เวลาในการบินไม่เกิน 3-4 ชั่วโมง

สายการบินวัน-ทู-โกได้ทำโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้โดยสารถึงการเป็นสายการบินต้นทุนต่ำที่มีกลยุทธ์การขายบัตรโดยสารราคาเดียวกันทุกที่นั่ง และเป็นสายการบินต้นทุนต่ำที่มีบริการอาหารว่างและเครื่องดื่ม โดยไม่ต้องเสียค่าบริการต่างๆ เพิ่มเติม รวมทั้งการซื้อบัตรโดยสารในรูปแบบใหม่ที่แตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ และเป็นสายการบินออกบูธในงาน

เทรดโชว์ต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับตัวแทนท่องเที่ยวต่างๆ หรือผู้บริโภคที่เข้าร่วมงาน นอกจากนี้ยังมีนิตยสารใช้ในการประชาสัมพันธ์อีกด้วย

บริการส่งบัตรโดยสาร เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการรับบัตรโดยสาร หลังจากสำรองที่นั่งกับเจ้าหน้าที่แล้ว เพียงแจ้งความประสงค์ในการใช้บริการส่งบัตรโดยสาร ซึ่งมีขอบเขตการให้บริการในกรุงเทพฯ นนทบุรี ปทุมธานี โดยคิดค่าธรรมเนียมในการจัดส่งขึ้นอยู่กับระยะทาง ทางสายการบินจะจัดส่งบัตรโดยสารหลังจากทำการสำรองที่นั่งหนึ่งวัน

เส้นทางบิน

เส้นทางการบินในประเทศ มีดังนี้ เส้นทางบินไป-กลับ กรุงเทพมหานคร-เชียงใหม่, กรุงเทพมหานคร-เชียงราย, กรุงเทพมหานคร-หาดใหญ่, กรุงเทพมหานคร-ภูเก็ต, และ กรุงเทพมหานคร-สุราษฎร์ธานี

เครื่องบินที่ใช้

สายการบินวัน-ทู-โกเลือกใช้เครื่องบินของบริษัทโบอิง 757-200 เป็นที่นั่งชั้นประหยัด ทั้งหมด 216 ที่นั่ง, โบอิง 747-SR แบ่งเป็นที่นั่งชั้นธุรกิจ 16 ที่นั่ง และที่นั่งชั้นประหยัด 446 ที่นั่ง, โบอิง 747-LR แบ่งเป็นที่นั่งชั้นธุรกิจ 16 ที่นั่ง และที่นั่งชั้นประหยัด 440 ที่นั่ง และ MD-82 ซึ่งมีชั้นประหยัด 176 ที่นั่ง สายการบินวัน-ทู-โกมีการตกแต่งเครื่องบิน โดยใช้ธงชาติไทยเป็นสัญลักษณ์ แสดงถึงความเป็นสายการบินของคนไทย เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้โดยสาร

ราคาค่าโดยสาร

สายการบินวัน-ทู-โก ใช้นโยบายกลยุทธ์สายการบินแบบราคาต่ำเป็นธรรม และใช้ราคาเดียวทุกที่นั่งทุกเที่ยวบินทุกวันในเส้นทางเดียวกัน โดยเชื่อว่าจะได้รับการเชื่อถือจากผู้บริโภคมากกว่า ซึ่งเป็นการปรับตำแหน่งทางการตลาดของเดิมจาก Low Cost Airline มาเป็น Low Fare Airline โดยวางราคาต่ำกว่าราคาของการบินไทย แต่ราคาสูงกว่าสายการบินต้นทุนต่ำ เช่น สายการบินนกแอร์ สายการบินไทยแอร์เอเชีย และค่าโดยสารของสายการบินรวมค่าธรรมเนียมน้ำมัน และค่าภาษีสนามบินแล้ว

บัตรโดยสารมีอายุการใช้งานภายใน 30 วันหลังจากออกบัตรโดยสาร และสามารถเปลี่ยนแปลงวันเดินทางและเที่ยวบินได้โดยการสำรองที่นั่งล่วงหน้า และไม่มีค่าธรรมเนียมใดๆ ในการขอเปลี่ยนแปลง แต่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงเส้นทางและเปลี่ยนชื่อผู้โดยสารได้

การสำรองที่นั่ง

สายการบินวัน-ทู-โกให้บริการจำหน่ายบัตรโดยสารผ่านหลายช่องทาง ดังนี้ จำหน่ายบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบินที่ www.fly12go.com, ที่สำนักงานขาย ณ ท่าอากาศยาน, ผ่านศูนย์บริการทางโทรศัพท์ของสายการบินเบอร์ 1126 ซึ่งเปิดบริการทุกวันเวลา 07.00– 21.00 น., ที่สำนักงานบริษัท, ผ่านตัวแทนจำหน่าย

การจ่ายค่าบัตรโดยสาร

ผู้โดยสารสามารถชำระค่าโดยสารได้ดังนี้ ชำระด้วยบัตรเครดิต, ชำระด้วยเงินสด, ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสของธนาคารทั้ง 5 ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์, ธนาคารกสิกรไทย, ธนาคารกรุงไทย, ธนาคารกรุงศรีอยุธยา และธนาคารนครหลวงไทย, ชำระผ่านเคาน์เตอร์เซอร์วิสร้านเซเว่น-อีเลฟเว่น, เคาน์เตอร์ของบิสเทล หรือชำระที่ทำการไปรษณีย์

การตรวจรับบัตรโดยสาร

ผู้โดยสารต้องไปลงทะเบียนเพื่อยืนยันการเดินทางที่เคาน์เตอร์เช็คอินของสายการบินวัน-ทู-โก ซึ่งเปิดรับการลงทะเบียนล่วงหน้า 2 ชั่วโมงก่อนเวลาเดินทาง และปิดรับการลงทะเบียน 40 นาทีก่อนเวลาเดินทาง

ผู้โดยสารนำบัตรประจำตัวประชาชน, บัตรโดยสาร (สำหรับท่านที่สำรองผ่านเว็บไซต์และชำระเงินโดยผ่านบัตรเครดิต) พร้อมกับหมายเลขยืนยันการจองที่นั่งที่เคาน์เตอร์เช็คอินของสายการบิน และผู้โดยสารสามารถระบุที่นั่งได้ โดยแจ้งความจำนงค์กับเจ้าหน้าที่ ณ เคาน์เตอร์เช็คอินในวันเดินทาง

ระเบียบทั่วไปที่ใช้ในการบิน

1. กรณีการเปลี่ยนแปลงข้อมูลการสำรองที่นั่งหรือเปลี่ยนแปลงวันเดินทาง ต้องติดต่อ โทร. 1126 เพื่อทำการเปลี่ยนแปลง โดยมีเงื่อนไขดังนี้

1.1 กรณีที่ผู้โดยสารสำรองที่นั่งไว้โดยที่ยังไม่ออกบัตรโดยสาร สามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลได้ทุกกรณี โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

1.2 กรณีที่ผู้โดยสารมีบัตรโดยสาร สามารถเปลี่ยนแปลงได้เฉพาะวันที่เดินทาง (ไม่สามารถเปลี่ยนชื่อ, เส้นทางการเดินทาง) ภายในระยะเวลาที่ระบุไว้บนบัตรโดยสาร ซึ่งต้องแจ้งเปลี่ยนแปลงก่อนล่วงหน้าอย่างน้อย 48 ชั่วโมง โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

1.3 กรณีที่ผู้โดยสารสำรองที่นั่งผ่านทางเว็บไซต์และชำระเงินผ่านบัตรเครดิต สามารถเปลี่ยนวันเดินทางได้โดยมีค่าธรรมเนียมครั้งละ 500 บาทต่อท่านต่อเที่ยว และต้องแจ้งเปลี่ยนแปลงล่วงหน้าอย่างน้อย 1 วัน ก่อนเวลา 18.00 น.

2. ผู้โดยสารสามารถนำกระเป๋าเดินทางขึ้นเครื่องได้ไม่เกิน 2 ใบ โดยนำติดตัวได้น้ำหนักรวมไม่เกิน 7 กิโลกรัม และใส่ได้ท้องเครื่องน้ำหนักรวมไม่เกิน 20 กิโลกรัม ถ้าเกินจะคิดอัตราค่าบริการเพิ่มเติมตามระยะเส้นทาง

หากสัมภาระสูญหายและไม่สามารถติดตามสัมภาระคืนได้ สายการบินจะชดเชยค่าเสียหาย โดยคำนวณจากน้ำหนักสัมภาระในอัตรา กิโลกรัมละ 350 บาท แต่ไม่เกิน 2,000 บาทต่อ 1 ใบ

3. ผู้โดยสารที่เป็น “ทารก” คือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 2 ปีเดินทางได้ในอัตราค่าโดยสารคิดเป็น 10 เปอร์เซ็นต์ และกำหนดให้ผู้ใหญ่ 1 คนต่อทารก 1 คนเท่านั้น

4. ผู้โดยสารที่เป็น “เด็ก” คือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 2 ปีจนถึง 12 ปีใช้อัตราค่าโดยสารเดียวกับผู้ใหญ่

5. เด็กที่อายุระหว่าง 6-12 ปี ทางสายการบินอนุญาตให้เดินทางตามลำพังได้ โดยผู้ปกครองต้องแจ้งให้เจ้าหน้าที่ทางสายการบินทราบก่อนเดินทาง

6. สตรีมีครรภ์ทางสายการบินอนุญาตให้ร่วมเดินทางได้ โดยอายุครรภ์ไม่เกิน 27 สัปดาห์ และต้องมีใบรับรองแพทย์ยืนยันการเดินทาง สำหรับสตรีที่อายุครรภ์ตั้งแต่ 36 สัปดาห์ขึ้นไป ไม่อนุญาตให้เดินทาง

7. ผู้โดยสารที่ต้องการการบริการเป็นพิเศษ ต้องแจ้งเจ้าหน้าที่ในวันที่สำรองที่นั่งหรือติดต่อที่เคาน์เตอร์เช็คอินในวันที่เดินทาง สำหรับผู้โดยสารที่พิการ คนชรา มีความประสงค์จะใช้เก้าอี้รถเข็น ทางสายการบินมีบริการเก้าอี้รถเข็นที่จะอำนวยความสะดวกให้กับท่านใช้เดินทางจากเคาน์เตอร์ลงทะเบียนไปยังเครื่องบินโดยสาร โดยไม่มีค่าธรรมเนียมใดๆ (www.fly12go.com)

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการตรวจเอกสาร ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ความรู้

ขนิษฐา (2548) ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการบริการของสายการบินนกแอร์ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสายการบินนกแอร์กับความพึงพอใจของผู้โดยสารมีความสัมพันธ์ในทางบวก

สิริกาญจน์ (2547) ศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร พบว่า ความรู้ความเข้าใจไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้บริการของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจ

สุธีวัน (2546) ได้ศึกษาความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางกับบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ผลการศึกษารูปว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเดินทางโดยสารการบินไทย

สุกัญญา (2548) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ: กรณีศึกษาเส้นทางบินกรุงเทพ-เชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเดินทางโดยสารการบิน

วนิดา (2544) ได้ศึกษาปัจจัยกำหนดการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส พบว่า ปัจจัยเรื่องเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

จากการตรวจสอบเอกสารเพื่อการวิจัย และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะเห็นได้ว่า ยังไม่มีข้อยุติเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาวิจัยต่อไป ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการประมวลตัวแปรต่างๆ ที่จะทำการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ทั้งในส่วนตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม สรุปตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

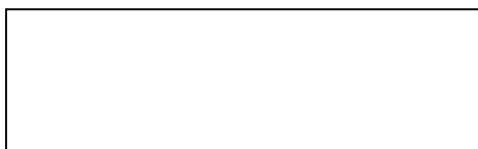
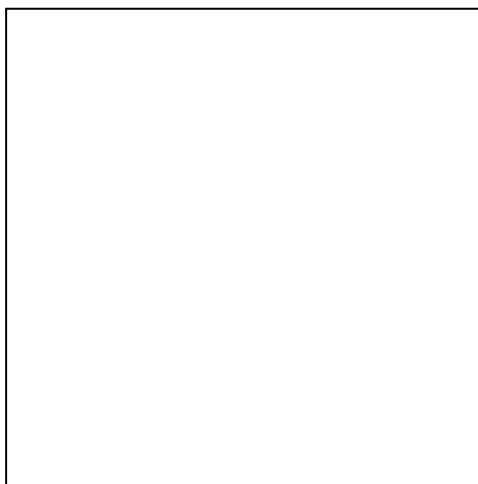
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ได้แก่ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประสบการณ์ในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ 2) ความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ และ 3) การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ



3. กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้
สายการบินต้นทุนต่ำ

ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

วิธีการและอุปกรณ์

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการในการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างเที่ยงตรง โดยแบ่งเป็น ประชากรที่ใช้ในการวิจัย การสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้โดยสารที่เดินทางกับสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 2,172,000 คน ในระยะเวลาตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548 ถึง วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2548 (สายการบินไทยแอร์เอเชีย, สายการบินนกแอร์, สายการบินวัน-ทู-โก, 2548)

การสุ่มตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 1 โดยใช้สูตรของ Yamane's ในการคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับใช้ในการวิจัย (บุญธรรม, 2547: 108) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย n = จำนวนของขนาดตัวอย่าง

N = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e = ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (โดยกำหนดให้มีค่าเท่ากับ .05)

แทนค่าในสูตร ดังนี้

$$n = \frac{2,172,000}{1 + (2,172,000 \times .05^2)}$$

$$= 399.99$$

ดังนั้น จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 400 คน

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และในแต่ละชั้นภูมิจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม/ชั้น} = \frac{\text{จำนวนตัวอย่างทั้งหมด} \times \text{จำนวนประชากรในแต่ละชั้น}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$$

จากสูตรสามารถคำนวณจำนวนผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่เป็นกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสายการบินดังปรากฏตามตาราง

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างตามสายการบินต้นทุนต่ำ

(หน่วย: คน)

สายการบิน	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
ไทยแอร์เอเชีย	905,000	167
วันทูโก	724,000	133
นกแอร์	543,000	100
รวม	2,172,000	400

ขั้นตอนที่ 3 ทำการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างต่อสัปดาห์ของทุกเส้นทางบิน ดังสูตรต่อไปนี้

$$\text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง/สัปดาห์} = \frac{\text{จำนวนเที่ยวบินไป-กลับต่อสัปดาห์} \times \text{จำนวนที่นั่ง/สัปดาห์}}{\text{จำนวนที่นั่งทั้งหมดต่อสัปดาห์ของแต่ละสายการบิน}}$$

ตารางที่ 2 การหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างต่อสัปดาห์

สายการบิน	เส้นทางบิน	จำนวน เที่ยวบินไป- กลับ/ สัปดาห์	จำนวนที่นั่ง ทั้งหมด/ สัปดาห์	จำนวนกลุ่ม ตัวอย่าง/ สัปดาห์
ไทยแอร์เอเชีย	กรุงเทพมหานคร- เชียงราย	84	12,432	22
	กรุงเทพมหานคร- เชียงใหม่	144	21,312	39
	กรุงเทพมหานคร- หาดใหญ่	134	19,832	36
	กรุงเทพมหานคร- ภูเก็ต	144	21,312	39
	กรุงเทพมหานคร- ขอนแก่น	14	2,072	4
	กรุงเทพมหานคร- อุดรธานี	42	6,216	11
	กรุงเทพมหานคร- อุบลราชธานี	42	6,216	11
	กรุงเทพมหานคร- นครราชสีมา	20	2,960	5
นกแอร์	กรุงเทพมหานคร- เชียงใหม่	56	8,400	27
	กรุงเทพมหานคร- อุดรธานี	42	6,300	21
	กรุงเทพมหานคร- หาดใหญ่	56	8,400	27
	กรุงเทพมหานคร- ภูเก็ต	28	4,200	14
	กรุงเทพมหานคร- นครศรีธรรมราช	22	3,300	11
วัน-ทู-โก	กรุงเทพมหานคร- เชียงใหม่	88	19,008	70
	กรุงเทพมหานคร- เชียงราย	28	6,048	22
	กรุงเทพมหานคร- หาดใหญ่	14	3,024	11
	กรุงเทพมหานคร- ภูเก็ต	14	6,384	24
	กรุงเทพมหานคร- สุราษฎร์ธานี	8	1,728	6
รวม				400

ที่มา: สายการบินไทยแอร์เอเชีย, สายการบินนกแอร์, สายการบินวัน-ทู-โก, 2548

ขั้นตอนที่ 4 ทำการหาจำนวนชุดแบบสอบถามที่จะใช้ข้อมูลต่อวันในทุกเส้นทางบิน ดัง
สูตรต่อไปนี้

$$\text{จำนวนชุดแบบสอบถามที่จะใช้ต่อวัน} = \frac{\text{จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง}}{\text{จำนวนวันในหนึ่งสัปดาห์}}$$

ตารางที่ 3 การหาจำนวนชุดแบบสอบถามที่จะใช้ต่อวันในทุกเส้นทางบิน

สายการบิน	เส้นทางบิน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง/ สัปดาห์	จำนวนชุด แบบสอบถามที่จะ ใช้ต่อวัน
ไทยแอร์เอเชีย	กรุงเทพมหานคร- เชียงราย	22	3
	กรุงเทพมหานคร- เชียงใหม่	39	6
	กรุงเทพมหานคร- หาดใหญ่	36	5
	กรุงเทพมหานคร- ภูเก็ต	39	6
	กรุงเทพมหานคร- ขอนแก่น	4	1
	กรุงเทพมหานคร- อุดรธานี	11	2
	กรุงเทพมหานคร- อุบลราชธานี	11	2
	กรุงเทพมหานคร- นครราชสีมา	5	1
นกแอร์	กรุงเทพมหานคร- เชียงใหม่	27	4
	กรุงเทพมหานคร- อุดรธานี	2	3
	กรุงเทพมหานคร- หาดใหญ่	27	4
	กรุงเทพมหานคร- ภูเก็ต	14	2
	กรุงเทพมหานคร- นครศรีธรรมราช	11	2
วัน-ทู-โก	กรุงเทพมหานคร- เชียงใหม่	70	10
	กรุงเทพมหานคร- เชียงราย	22	3
	กรุงเทพมหานคร- หาดใหญ่	11	2
	กรุงเทพมหานคร- ภูเก็ต	24	3
	กรุงเทพมหานคร- สุราษฎร์ธานี	6	1

หลังจากนั้นผู้วิจัยนำจำนวนเที่ยวบินต่อวันมาหาสัดส่วนครั้งสุดท้ายในทุกเส้นทางบิน ดัง
สูตรต่อไปนี้

$$\text{ความถี่ในการเก็บแบบสอบถาม} = \frac{\text{จำนวนเที่ยวบินต่อวัน}}{\text{จำนวนชุดแบบสอบถามที่จะใช้ต่อวัน}}$$

ตารางที่ 4 การหาความถี่ของการเก็บแบบสอบถาม

สายการบิน	เส้นทางบิน	จำนวน เที่ยวบิน ต่อวัน	จำนวนชุด แบบสอบถาม ที่จะใช้ต่อวัน	ความถี่ของ การเก็บ แบบสอบถาม
ไทยแอร์เอเชีย	กรุงเทพมหานคร- เชียงราย	12	3	4
	กรุงเทพมหานคร- เชียงใหม่	24	6	4
	กรุงเทพมหานคร- หาดใหญ่	30	5	6
	กรุงเทพมหานคร- ภูเก็ต	24	6	4
	กรุงเทพมหานคร- ขอนแก่น	2	1	2
	กรุงเทพมหานคร- อุดรธานี	6	2	3
	กรุงเทพมหานคร- อุบลราชธานี	6	2	8
	กรุงเทพมหานคร- นราธิวาส	8	1	8
นกแอร์	กรุงเทพมหานคร- เชียงใหม่	8	4	2
	กรุงเทพมหานคร- อุดรธานี	6	3	2
	กรุงเทพมหานคร- หาดใหญ่	8	4	2
	กรุงเทพมหานคร- ภูเก็ต	4	2	2
	กรุงเทพมหานคร- นครศรีธรรมราช	4	2	2
วัน-ทู-โก	กรุงเทพมหานคร- เชียงใหม่	11	10	1
	กรุงเทพมหานคร- เชียงราย	4	3	1
	กรุงเทพมหานคร- หาดใหญ่	2	2	1
	กรุงเทพมหานคร- ภูเก็ต	2	3	1
	กรุงเทพมหานคร- สุราษฎร์ธานี	2	1	2

ดังนั้น ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) ดังนี้

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – เชียงราย ทุกๆ 4 เที่ยวบิน (คือ เที่ยวบินที่ 4, 8, 12) เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – เชียงใหม่ ทุกๆ 4 เที่ยวบิน (คือ เที่ยวบินที่ 4, 8, 12,...24) เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – หาดใหญ่ ทุกๆ 6 เที่ยวบิน (คือ เที่ยวบินที่ 6, 12, 18,...30) เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – ภูเก็ต ทุกๆ 4 เที่ยวบิน (คือ เที่ยวบินที่ 4, 8, 12,...24) เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – ขอนแก่น ทุกๆ 2 เที่ยวบิน (คือ เที่ยวบินที่ 2) เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – อุดรธานี ทุกๆ 3 เที่ยวบิน (คือ เที่ยวบินที่ 3, 6) เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – อุบลราชธานี ทุกๆ 3 เที่ยวบิน (คือ เที่ยวบินที่ 3, 6) เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย ในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – นครราชสีมา ทุกๆ 8 เที่ยวบิน (คือ เที่ยวบินที่ 8) เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – เชียงใหม่ ทุกๆ 2 เที่ยวบิน (คือ เที่ยวบินที่ 2, 4, 6, 8) เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – อุดรธานี ทุกๆ 2 เที่ยวบิน (คือ เที่ยวบินที่ 2, 4, 6) เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – หาดใหญ่ ทุกๆ 2 เที่ยวบิน (คือ เที่ยวบินที่ 2, 4, 6, 8) เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – ภูเก็ต ทุกๆ 2 เที่ยวบิน (คือ เที่ยวบินที่ 2, 4) เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินนกแอร์ ในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – นครศรีธรรมราช ทุกๆ 2 เที่ยวบิน (คือ เที่ยวบินที่ 2, 4) เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินวัน-ทู-โกในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – เชียงใหม่ ทุกเที่ยวบิน เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินวัน-ทู-โกในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – เชียงราย ทุกเที่ยวบิน เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินวัน-ทู-โกในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – หาดใหญ่ ทุกเที่ยวบิน เที่ยวบินละ 1 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินวัน-ทู-โกในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – ภูเก็ต ทุกเที่ยวบิน เที่ยวบินละ 2 คน

ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินวัน-ทู-โกในเส้นทาง กรุงเทพมหานคร – สุราษฎร์ธานี ทุกๆ 2 เที่ยวบิน เที่ยวบินละ 1 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือโดยอาศัยข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร แนวคิดต่างๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาเป็นแนวทางจัดทำแบบสอบถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประสบการณ์ในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยใช้มาตรวัดของ Likert's Scale

การสร้างแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เป็นคำถามแบบเลือกคำตอบ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ เป็นคำถามแบบถูกผิด โดยให้ตอบคำถามว่าใช่ หรือไม่ใช่

เกณฑ์การให้คะแนน

เกณฑ์การวัดโดยให้คะแนนเป็นรายข้อ ข้อตอบถูกให้ 1 คะแนน ข้อตอบผิดให้ 0 คะแนน แล้วรวบรวมคะแนนทั้งหมดเพื่อหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของกลุ่มตัวอย่าง ใช้การอิงเกณฑ์ในการแปลความข้อมูล โดยใช้การพิจารณา ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{1 - 0}{2} = 0.50$$

การวิเคราะห์เรื่องความรู้ของผู้โดยสารเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ ได้แบ่งคะแนนเฉลี่ยออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 0.00 – 0.50 หมายความว่า ผู้โดยสารมีความรู้น้อยเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ

ค่าเฉลี่ย 0.51 – 1.00 หมายความว่า ผู้โดยสารมีความรู้มากเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยนำแบบวัดความคิดเห็นของ Likert's Scale มาปรับใช้ในการเก็บข้อมูล

เกณฑ์การให้คะแนน

มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

จากนั้นรวบรวมคะแนนทั้งหมดเพื่อหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง ใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 3 ระดับ โดยใช้วิธีการคำนวณความกว้างของชั้น ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5-1}{3} = 1.33$$

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนน ดังนี้

<u>การตัดสินใจ</u>	<u>ระดับค่าเฉลี่ย</u>
มาก	3.67 – 5.00
ปานกลาง	2.34 – 3.66
น้อย	1.00 – 2.33

ดังนั้นจะได้

การตัดสินใจระดับมาก หมายถึง มีระดับความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจมาก หมายความว่า สิ่งนี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้โดยสารอย่างมาก

การตัดสินใจระดับปานกลาง หมายถึง มีระดับความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจปานกลาง หมายความว่า สิ่งนี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้โดยสารพอสมควร

การตัดสินใจระดับน้อย หมายถึง มีระดับความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจน้อย หมายความว่า สิ่งนี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้โดยสารเพียงเล็กน้อย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ประกอบด้วย

1. การหาความเที่ยงตรง เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ โดยนำแบบสอบถามไปเสนอกณะกรรมาการวิทยานิพนธ์ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา หลังจากนั้นนำมาแก้ไขปรับปรุงให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ที่สุดเพื่อดำเนินการในขั้นต่อไป

2. การหาความเชื่อมั่น ผู้วิจัยหาความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับประชากรในกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา จำนวน 30 คน แล้วจึงนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ โดยวิธีการวัดความสอดคล้องภายใน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach (บุญเรียง, 2539: 183-193) หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนเพื่อวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ ซึ่งผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

2.1 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ความรู้เกี่ยวกับสายการบิน ต้นทุนต่ำด้วยวิธีการของ Kuder-Richardson โดยใช้สูตร KR20 (วัลลภ, 2547: 118) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .7861

2.2 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .8705

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย แล้วสร้างเครื่องมือแบบสอบถามและนำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์ประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด หลังจากนั้นนำแบบสอบถามทุกฉบับที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบความถูกต้อง นำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ บันทึกข้อมูลในกระดาดบันทึกเพื่อเตรียมนำไปวิเคราะห์ และนำข้อมูลที่ได้ลงรหัสไว้แล้วไปวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ทำการตอบแล้วมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติร้อยละ ใช้สำหรับอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประสบการณ์ในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ
2. ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้อธิบายความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ และการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง “การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ” แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ 1) ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 2) ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ 3) ข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ 4) ข้อวิจารณ์ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประสบการณ์ในการใช้บริการ สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ (n = 400)
<u>เพศ</u>			
	ชาย	170	42.50
	หญิง	230	57.50
<u>อายุ</u>			
	น้อยกว่า 20 ปี	16	4.00
	20 – 30 ปี	197	49.25
	31 – 40 ปี	120	30.00
	41 – 50 ปี	51	12.75
	มากกว่า 50 ปี	16	4.00

ตารางที่ 5 (ต่อ)

(n = 400)		
ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>ระดับการศึกษา</u>		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น	4	1.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	20	5.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย	40	10.00
อนุปริญญา	20	5.00
ปริญญาตรี	251	62.75
สูงกว่าปริญญาตรี	65	16.25
<u>อาชีพ</u>		
นักเรียน / นักศึกษา	65	16.25
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	81	20.25
พนักงานบริษัทเอกชน	152	38.00
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	69	17.25
รับจ้าง	21	5.25
อื่นๆ	12	3.00
<u>รายได้</u>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	89	22.25
10,000 – 20,000 บาท	162	40.50
20,001 – 30,000 บาท	71	17.75
30,001 – 40,000 บาท	29	7.25
40,001 บาทขึ้นไป	49	12.25
<u>ประสบการณ์ในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ</u>		
เคย	321	80.25
ไม่เคย (เป็นครั้งแรก)	79	19.75

ตารางที่ 5 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างมีรายละเอียด ดังนี้

เพศ กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.5 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 42.5

อายุ กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 49.25 มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ร้อยละ 30 มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี ร้อยละ 12.75 มีอายุต่ำกว่า 20 ปีและมีอายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 4 เท่ากัน

ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 62.75 ระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 16.25 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 10 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และระดับอนุปริญญามีจำนวนเท่ากัน ร้อยละ 5 และระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 3

อาชีพ กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 38 มีอาชีพข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 20.25 มีอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 17.25 นักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 16.25 มีอาชีพรับจ้าง ร้อยละ 5.25 และมีอาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน ร้อยละ 3

รายได้ กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000–20,000 บาท ร้อยละ 40.5 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 22.25 มีรายได้ระหว่าง 20,001–30,000 บาท ร้อยละ 17.75 มีรายได้ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 12.25 และมีรายได้ระหว่าง 30,001–40,000 บาท ร้อยละ 7.25

ประสบการณ์ในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ร้อยละ 80.25 และไม่มีประสบการณ์ในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ร้อยละ 19.75

ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ

คำถามความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งผลการวิเคราะห์จำแนกเป็นรายข้อ รายละเอียดดังตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 6 ความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำจำแนกเป็นรายชื่อ

(n = 400)

ข้อความ	ตอบถูก	ตอบผิด	$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับ ความรู้
1. สายการบินต้นทุนต่ำจะเน้นลักษณะของสินค้าและบริการที่มีความเรียบง่ายและประหยัด	380 (95.0)	20 (5.0)	.95 (.22)	มาก
2. สายการบินต้นทุนต่ำไม่มีบริการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน	273 (68.3)	127 (31.8)	.68 (.47)	มาก
3. สายการบินต้นทุนต่ำไม่มีหุ้ฟงสำหรับฟังเพลงและบริการฉายภาพยนตร์ให้ชม	337 (84.3)	63 (15.8)	.84 (.37)	มาก
4. สายการบินต้นทุนต่ำไม่มีห้องวีไอพีไว้บริการผู้โดยสารที่สนามบิน	330 (82.5)	70 (17.5)	.83 (.38)	มาก
5. สายการบินต้นทุนต่ำจะเน้นเส้นทางบินระยะสั้น (บริการเฉพาะเส้นทางภายในประเทศหรือประเทศใกล้เคียง)	321 (80.3)	79 (19.8)	.80 (.40)	มาก
6. สายการบินต้นทุนต่ำใช้เครื่องบินโดยสารประเภทเดียวกันทั้งหมด	222 (55.5)	178 (44.5)	.56 (.50)	มาก
7. ผู้โดยสารที่ขึ้นเครื่องบินก่อนสามารถเลือกที่นั่งได้ก่อน	228 (57.0)	172 (43.0)	.57 (.50)	มาก
*8. บนเครื่องบินมีที่นั่งให้เลือก 2 ประเภทคือ ที่นั่งชั้นธุรกิจและที่นั่งชั้นประหยัด	215 (53.8)	185 (46.3)	.54 (.50)	มาก
*9. มีการแวะจอดเครื่องบินบนเส้นทางผ่านเพื่อรับผู้โดยสารที่ต้องการใช้บริการเพื่อเชื่อมต่อกับเที่ยวบินอื่น	300 (75.0)	100 (25.0)	.75 (.43)	มาก

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n = 400)				
ข้อความ	ตอบถูก	ตอบผิด	$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับ ความรู้
10. ผู้โดยสารสามารถจองบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบินได้	345 (86.3)	55 (13.8)	.86 (.35)	มาก
11. สายการบินต้นทุนต่ำใช้ระบบตั๋วอิเล็กทรอนิกส์แทนตั๋วกระดาษ	229 (57.3)	171 (42.8)	.57 (.50)	มาก
*12. สายการบินต้นทุนต่ำมีบัตรราคาพิเศษสำหรับเด็ก	251 (62.8)	149 (37.3)	.63 (.48)	มาก
*13. ผู้โดยสารสามารถเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินที่จองได้โดยไม่เสียค่าธรรมเนียมใดๆ	313 (78.3)	87 (21.8)	.78 (.41)	มาก
14. ทางสายการบินจะไม่มีกรคืนเงินค่าบัตรโดยสารกรณีผู้โดยสารยกเลิกเที่ยวบิน / ขึ้นเครื่องบินไม่ทัน	300 (75.0)	100 (25.0)	.75 (.43)	มาก
15. เอกสารที่ใช้ในการเช็คอิน คือ บัตรประชาชนหรือหนังสือเดินทางพร้อมกับแจ้งหมายเลขขึ้นยานการจอดที่นั่ง	371 (92.8)	29 (7.3)	.93 (.26)	มาก
ค่าเฉลี่ย			.74 (.13)	มาก

* หมายถึง คำถามที่ตอบว่าไม่ใช่ เป็นคำตอบที่ถูกต้อง

ตารางที่ 6 กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย .74 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ข้อ 1 ลักษณะของสินค้าและบริการของสายการบินต้นทุนต่ำมีความเรียบง่ายและประหยัด มีค่าเฉลี่ย .95 ข้อ 15 เอกสารที่ใช้ในการเช็คอิน คือ บัตรประชาชนหรือหนังสือเดินทางพร้อมกับแจ้งหมายเลขขึ้นยานการจอดที่นั่ง มีค่าเฉลี่ย .93 ข้อ 10 ผู้โดยสารสามารถจองบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบินได้ มีค่าเฉลี่ย

.86 ข้อ 3 สายการบินต้นทุนต่ำไม่มีหุ้ฟงสำหรับฟังเพลงและบริการฉายภาพยนตร์ให้ชม มีค่าเฉลี่ย .84
 ข้อ 4 สายการบินต้นทุนต่ำไม่มีห้องวีไอพีไว้บริการผู้โดยสารที่สนามบิน มีค่าเฉลี่ย .83 ข้อ 5 สายการบิน
 ต้นทุนต่ำจะเน้นเส้นทางบินระยะสั้น(บริการเฉพาะเส้นทางภายในประเทศหรือประเทศใกล้เคียง)
 มีค่าเฉลี่ย .80 ข้อ 13 ผู้โดยสารสามารถเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินที่จองได้โดยไม่เสียค่าธรรมเนียมใดๆ มี
 ค่าเฉลี่ย .78 ข้อ 9 มีการแวะจอดเครื่องบินบนเส้นทางผ่านเพื่อรับผู้โดยสารที่ต้องการใช้บริการเพื่อ
 เชื่อมต่อกับเที่ยวบินอื่น และข้อ 14 ทางสายการบินจะไม่มีการคืนเงินค่าบัตรโดยสารกรณีผู้โดยสาร
 ยกเลิกเที่ยวบิน / ขึ้นเครื่องบินไม่ทัน โดยมีค่าเฉลี่ย .75 ข้อ 2 สายการบินต้นทุนต่ำไม่มีบริการเสิร์ฟ
 อาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน มีค่าเฉลี่ย .68 ข้อ 12 สายการบินต้นทุนต่ำมีบัตรราคาพิเศษสำหรับเด็ก มีค่าเฉลี่ย .63 ข้อ 7 ผู้โดยสารที่ขึ้นเครื่องบินก่อนสามารถเลือกที่นั่งได้ก่อนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ข้อ
 11 สายการบินต้นทุนต่ำใช้ระบบตัวอิเล็กทรอนิกส์แทนตั๋วกระดาษ โดยมีค่าเฉลี่ย .57 เท่ากัน ข้อ 6
 สายการบินต้นทุนต่ำใช้เครื่องบินโดยสารประเภทเดียวกันทั้งหมด มีค่าเฉลี่ย .56 และข้อ 8 บน
 เครื่องบินมีที่นั่งให้เลือก 2 ประเภทคือ ที่นั่งชั้นธุรกิจและที่นั่งชั้นประหยัด มีค่าเฉลี่ย .54

เมื่อรวมข้อความต่างๆ เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 15 ข้อแล้ว แบ่ง
 คะแนนเฉลี่ยออกเป็น 2 ระดับ คือ มีความรู้ในระดับมาก และมีความรู้ในระดับน้อย โดยใช้การอิง
 เกณฑ์ในการแปลข้อมูล รายละเอียดดังตารางที่ 6 สรุปได้ว่า ผู้โดยสารมีความรู้เกี่ยวกับสายการบิน
 ต้นทุนต่ำในระดับมาก

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

การวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น
 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำแนกเป็นรายชื่อ
 รายละเอียดแสดงไว้ตามตารางที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 7 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในขั้นการรับรู้ความต้องการ

(n = 400)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ	ความคิดเห็น					$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
<u>การรับรู้ความต้องการ</u>							
1. ท่านต้องการที่จะเดินทางด้วย ความรวดเร็ว	157 (39.3)	150 (37.5)	71 (17.8)	12 (3.0)	10 (2.5)	4.08 (.95)	มาก
2. ท่านต้องการที่จะเดินทางด้วย ความประหยัด	186 (46.5)	143 (35.8)	66 (16.5)	4 (1.0)	1 (0.3)	4.27 (.79)	มาก
3. ท่านต้องการที่จะเดินทางด้วย ความสะดวกสบาย	129 (32.3)	128 (32.0)	107 (26.8)	24 (6.0)	12 (3.0)	3.85 (1.04)	มาก
4. ท่านต้องการที่จะเดินทางด้วย ความปลอดภัย	232 (58.0)	90 (22.5)	60 (15.0)	9 (2.3)	9 (2.3)	4.32 (.96)	มาก
รวม						4.13 (.67)	มาก

ตารางที่ 7 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ในขั้นการรับรู้ความต้องการ กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ข้อ 4 ท่านต้องการที่จะเดินทางด้วยความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 4.32 ข้อ 2 ท่านต้องการที่จะเดินทางด้วยความประหยัด มีค่าเฉลี่ย 4.27 ข้อ 1 ท่านต้องการที่จะเดินทางด้วยความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.08 และข้อ 3 ท่านต้องการที่จะเดินทางด้วยความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ย 3.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในขั้นการค้นหาข้อมูล

(n = 400)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ	ความคิดเห็น					$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
การค้นหาข้อมูล							
1. ท่านได้รับข้อมูลสายการบิน ต้นทุนต่ำจากบุคคลที่รู้จัก	63 (15.8)	121 (30.3)	158 (39.5)	40 (10.0)	18 (4.5)	3.43 (1.02)	ปาน กลาง
2. ท่านได้รับข้อมูลสายการบิน ต้นทุนต่ำจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และป้ายโฆษณา	71 (17.8)	160 (40.0)	125 (31.3)	34 (8.5)	10 (2.5)	3.62 (.96)	ปาน กลาง
3. ท่านได้รับข้อมูลสายการบิน ต้นทุนต่ำจากโฆษณาทางโทรทัศน์ และวิทยุ	59 (14.8)	131 (32.8)	145 (36.3)	54 (13.5)	11 (2.8)	3.43 (.99)	ปาน กลาง
4. ท่านได้รับข้อมูลสายการบิน ต้นทุนต่ำจากเว็บไซต์ของสายการ บิน	65 (16.3)	116 (29.0)	116 (29.0)	72 (18.0)	31 (7.8)	3.28 (1.16)	ปาน กลาง
5. ท่านได้รับข้อมูลสายการบิน ต้นทุนต่ำจากการออกร้านในงาน ท่องเที่ยว	21 (5.3)	65 (16.3)	134 (33.5)	111 (27.8)	69 (17.3)	2.65 (1.10)	ปาน กลาง
รวม						3.28 (.62)	ปาน กลาง

ตารางที่ 8 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในขั้นการค้นหาข้อมูล กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.28 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ข้อ 2 ท่านได้รับข้อมูลสายการบิน

ต้นทุนต่ำจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา มีค่าเฉลี่ย 3.62 ข้อ 1 ท่านได้รับข้อมูลสายการบิน ต้นทุนต่ำจากบุคคลที่รู้จัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ข้อ 3 ท่านได้รับข้อมูลสายการบินต้นทุนต่ำจากโฆษณา ทางโทรทัศน์ และวิทยุ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.43 ข้อ 4 ท่านได้รับข้อมูลสายการบินต้นทุนต่ำจากเว็บไซต์ ของสายการบิน มีค่าเฉลี่ย 3.28 และข้อ 5 ท่านได้รับข้อมูลสายการบินต้นทุนต่ำจากการออกร้านใน งานท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 2.65 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในขั้นการประเมินทางเลือก

(n = 400)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ	ความคิดเห็น					$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
การประเมินทางเลือก							
1. ใช้เวลาในการเดินทางน้อยเมื่อ เทียบกับการเดินทางรูปแบบอื่น (เช่น รถปรับอากาศ, รถไฟฟ้า 1)	256 (64.0)	111 (27.8)	21 (5.3)	9 (2.3)	3 (0.8)	4.52 (.76)	มาก
2. ราคาโดยสารคุ้มค่าเมื่อเทียบ กับการเดินทางรูปแบบอื่น (เช่น รถ ปรับอากาศ, รถไฟฟ้า 1)	144 (36.0)	162 (40.5)	81 (20.3)	8 (2.0)	5 (1.3)	4.08 (.87)	มาก
3. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากมี เส้นทางบินตรงกับปลายทางที่ท่าน ต้องการ	179 (49.8)	155 (38.8)	55 (13.8)	8 (2.0)	3 (0.8)	4.25 (.82)	มาก
4. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากมี เส้นทางบินไปยังจุดหมายที่ใกล้เคียง กับปลายทางที่ไม่มีสนามบิน	69 (17.3)	104 (26.0)	127 (31.8)	74 (18.5)	26 (6.5)	3.29 (1.15)	ปาน กลาง
5. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากมี หลายเที่ยวบิน ไปสู่จุดหมาย ปลายทาง	102 (25.5)	154 (38.5)	96 (24.0)	37 (9.3)	11 (2.8)	3.75 (1.03)	มาก

ตารางที่ 9 (ต่อ)

(n = 400)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ	ความคิดเห็น					$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
การประเมินทางเลือก (ต่อ)							
6. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากสามารถออกเดินทางและถึงจุดหมายปลายทางได้ตรงตามเวลาที่กำหนดในตารางบิน	72 (18.0)	144 (36.0)	127 (31.8)	46 (11.5)	11 (2.8)	3.55 (1.00)	ปาน กลาง
7. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากสามารถเปลี่ยนแปลงวันและเวลาเดินทางได้ โดยเสียค่าธรรมเนียมเพียงเล็กน้อย	36 (9.0)	83 (20.8)	141 (35.3)	104 (26.0)	36 (9.0)	2.95 (1.09)	ปาน กลาง
8. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากมีการลดราคา และการจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วย	80 (20.0)	114 (28.5)	121 (30.3)	64 (16.0)	21 (5.3)	3.42 (1.13)	ปาน กลาง
9. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากสภาพของเครื่องบินมีความทันสมัย ทำให้มั่นใจในการเดินทาง	80 (20.0)	104 (26.0)	153 (38.3)	47 (11.8)	16 (4.0)	3.46 (1.06)	ปาน กลาง
10. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากไม่เคยได้รับข่าวเรื่องเครื่องบินตกหรือลงจอดฉุกเฉินทำให้มั่นใจในการเดินทาง	109 (27.3)	103 (25.8)	123 (30.8)	46 (11.5)	19 (4.8)	3.59 (1.14)	ปาน กลาง
รวม						3.69 (.53)	มาก

ตารางที่ 9 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในขั้นการประเมินทางเลือก กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ข้อ 1 ใช้เวลาในการเดินทางน้อย เมื่อเทียบกับการเดินทางรูปแบบอื่น (เช่น รถปรับอากาศ, รถไฟฟ้า 1) มีค่าเฉลี่ย 4.52 ข้อ 3 ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากมีเส้นทางบินตรงกับปลายทางที่ท่านต้องการ มีค่าเฉลี่ย 4.25 ข้อ 2 ราคาค่าโดยสารคุ้มค่าเมื่อเทียบกับการเดินทางรูปแบบอื่น (เช่น รถปรับอากาศ, รถไฟฟ้า 1) มีค่าเฉลี่ย 4.08 ข้อ 5 ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากมีหลายเที่ยวบินไปสู่จุดหมายปลายทาง มีค่าเฉลี่ย 3.75 ข้อ 10 ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากไม่เคยได้รับข่าวเรื่องเครื่องบินตกหรือลงจอดฉุกเฉินทำให้มั่นใจ เดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.59 ข้อ 6 ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากสามารถออกเดินทางและถึงจุดหมายปลายทางได้ตรงตามเวลาที่กำหนดในตารางบิน มีค่าเฉลี่ย 3.55 ข้อ 9 ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากสภาพของเครื่องบินมีความทันสมัยทำให้มั่นใจในการเดินทาง มีค่าเฉลี่ย 3.46 ข้อ 8 ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากมีการลดราคา และจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วย ข้อ 4 ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากมีเส้นทางบินไปยังจุดหมายที่ใกล้เคียงกับปลายทางที่ไม่มีสนามบิน มีค่าเฉลี่ย 3.29 และข้อ 7 ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากสามารถเปลี่ยนแปลงวันและเวลาเดินทางได้ โดยเสียค่าธรรมเนียมเพียงเล็กน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในขั้นพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

(n = 400)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ	ความคิดเห็น					$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
พฤติกรรมหลังการใช้บริการ							
1. ท่านพึงพอใจในภาพรวมของการ ให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ	83 (20.8)	161 (40.3)	140 (35.0)	15 (3.8)	1 (0.3)	3.78 (.83)	มาก
2. ท่านจะกลับมาใช้บริการสายการ บินต้นทุนต่ำอีกแน่นอน	118 (29.5)	176 (44.0)	93 (23.3)	9 (2.3)	4 (1.0)	3.99 (.84)	มาก
3. ท่านจะบอกกับผู้อื่นให้มาใช้ บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	101 (25.3)	161 (40.3)	103 (25.8)	27 (6.8)	8 (2.0)	3.80 (.96)	มาก

ตารางที่ 10 (ต่อ)

(n = 400)

การตัดสินใจเลือกใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำ	ความคิดเห็น					$\bar{X}$ (S.D.)	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
พฤติกรรมหลังการใช้บริการ (ต่อ)							
4. ท่านมีแผนการว่าจะใช้บริการ สายการบินต้นทุนต่ำเป็นประจำ	108 (27.0)	148 (37.0)	115 (28.8)	22 (5.5)	7 (1.8)	3.82 (.95)	มาก
5. ท่านต้องการให้สายการบิน ต้นทุนต่ำมีการให้บริการที่มากขึ้น	188 (47.0)	147 (36.8)	53 (13.3)	10 (2.5)	2 (0.5)	4.27 (.82)	มาก
รวม						3.93 (.68)	มาก

ในชั้นพฤติกรรมหลังการใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ข้อ 5 ท่านต้องการให้สายการบินต้นทุนต่ำมีการให้บริการที่มากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.27 ข้อ 2 ท่านจะกลับมาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอีกแน่นอน มีค่าเฉลี่ย 3.99 ข้อ 4 ท่านมีแผนการว่าจะใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเป็นประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.82 ข้อ 3 ท่านจะบอกกับผู้อื่นให้มาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีค่าเฉลี่ย 3.80 และข้อ 1 ท่านพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ มีค่าเฉลี่ย 3.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารในขั้นตอนการตัดสินใจ 4 ขั้นตอน

ข้อความ	$\bar{X}$	การตัดสินใจ
<u>การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ</u>		
ขั้นการรับรู้ความต้องการ	4.13	มาก
ขั้นการค้นหาข้อมูล	3.28	ปานกลาง
ขั้นการประเมินทางเลือก	3.69	มาก
ขั้นพฤติกรรมหลังการใช้บริการ	3.93	มาก
รวม	3.73	มาก

ตารางที่ 11 กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 และเมื่อพิจารณาในแต่ละขั้นตอนการตัดสินใจ ในขั้นการรับรู้ความต้องการกลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ในขั้นการค้นหาข้อมูล กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.28 ในขั้นการประเมินทางเลือก กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.69 ในขั้นพฤติกรรมหลังการใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93

ข้อวิจารณ์

การวิจารณ์ผลการวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ” แบ่งออกเป็น 1) ความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ 2) การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีดังนี้

ความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ

จากผลการวิจัยในเรื่องความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำนั้น ทำให้ทราบว่าผู้โดยสารที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย .74

ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ ได้แก่ ข้อ 1 สายการบินต้นทุนต่ำเน้นลักษณะของสินค้าและบริการที่มีความเรียบง่ายและประหยัด ข้อ 15 เอกสารที่ใช้ในการเช็คอิน คือ บัตรประชาชนหรือหนังสือเดินทางพร้อมกับแจ้งหมายเลขขึ้นบินการจองที่นั่ง ข้อ 10 ผู้โดยสารสามารถจองตั๋วโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบินได้ ข้อ 3 สายการบินต้นทุนต่ำไม่มีหุ้ฟงสำหรับฟังเพลงและบริการฉายภาพยนตร์ให้ชม ข้อ 4 สายการบินต้นทุนต่ำไม่มีห้องวีไอพีไว้บริการผู้โดยสารที่สนามบิน ข้อ 5 สายการบินต้นทุนต่ำจะเน้นเส้นทางบินระยะสั้น(บริการเฉพาะเส้นทางภายในประเทศหรือประเทศใกล้เคียง) ข้อ 13 ผู้โดยสารสามารถเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินที่จองได้โดยไม่เสียค่าธรรมเนียมใดๆ ข้อ 9 มีการแวจอดเครื่องบินบนเส้นทางผ่านเพื่อรับผู้โดยสารที่ต้องการใช้บริการเพื่อเชื่อมต่อกับเที่ยวบินอื่น และข้อ 14 ทางสายการบินจะไม่มีการคืนเงินค่าบัตรโดยสารกรณีผู้โดยสารยกเลิกเที่ยวบิน/ขึ้นเครื่องบินไม่ทัน เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในประเด็นเหล่านี้ อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ก่อนการตัดสินใจเลือกใช้แล้วหรือเป็นขั้นตอนการให้บริการที่กลุ่มตัวอย่างต้องประสบด้วยตนเองจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างทราบรายละเอียดดังกล่าวได้ดี

ส่วนประเด็นคำถามเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกน้อยที่สุด ได้แก่ ข้อ 8 บนเครื่องบินมีที่นั่งให้เลือก 2 ประเภทคือ ที่นั่งชั้นธุรกิจและที่นั่งชั้นประหยัด ข้อ 6 สายการบินต้นทุนต่ำใช้เครื่องบินโดยสารประเภทเดียวกันทั้งหมด ข้อ 7 ผู้โดยสารที่ขึ้นเครื่องบินก่อนสามารถเลือกที่นั่งได้ก่อน และข้อ 11 สายการบินต้นทุนต่ำใช้ระบบตั๋วอิเล็กทรอนิกส์แทนตั๋วกระดาษ อาจเป็นเพราะการที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสายการบินที่แตกต่างกัน จึงทำให้มีความรู้ที่ต่างกัน เพราะแต่ละสายการบินก็มีรูปแบบการให้บริการที่ต่างกันขึ้นอยู่กับเทคนิคทางการตลาดของแต่ละสายการบินซึ่งอาจจะมืรูปแบบที่ต่างจากลักษณะพื้นฐานการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำทั่วไปที่ว่าสายการบินต้นทุนต่ำจะให้บริการด้วยเครื่องบินรุ่นเดียวกันทั้งหมด ให้บริการด้วยที่นั่งชั้นประหยัดเท่านั้น ผู้โดยสารไม่สามารถจองที่นั่งก่อนขึ้นเครื่องได้ และใช้ระบบตั๋วอิเล็กทรอนิกส์ ดังนั้นจึงทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ที่ต่างกัน

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.73 เมื่อพิจารณาแต่ละขั้นตอนการตัดสินใจ

ในขั้นการรับรู้ความต้องการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมากในทุกข้อ หมายความว่า ความปลอดภัย ความประหยัด และความรวดเร็วเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างต้องการจากการเดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ ฉะนั้น สายการบินผู้ให้บริการจึงต้องให้ความสำคัญในเรื่องต่างๆ เหล่านี้ โดยเฉพาะเรื่องความปลอดภัยซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด เพราะโดยปกติการเดินทางทางอากาศนั้นมีมาตรฐานเรื่องความปลอดภัยสูง เพราะมีความเข้มงวดในการตรวจเช็คสภาพเครื่องบินต่างๆ และมีองค์การที่น่าเชื่อถือในการรับรอง นอกจากนี้สถิติของความเสี่ยงในการเดินทางก็น้อยกว่าการเดินทางรูปแบบอื่น ดังนั้นผู้โดยสารคาดหวังในเรื่องความปลอดภัยเป็นอันดับหนึ่งในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ส่วนในเรื่องความสะดวกสบาย ถึงแม้ว่าค่าเฉลี่ยจะอยู่ในระดับมาก แต่ค่าเฉลี่ยนั้นก็น้อยกว่าเรื่องอื่นๆ แสดงให้เห็นว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกสบายเป็นอันดับท้ายที่สุด อาจเป็นเพราะว่าผู้โดยสารรู้และเข้าใจถึงการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำที่เน้นความเรียบง่ายและประหยัด ดังนั้น เมื่อผู้โดยสารตัดสินใจเลือกใช้บริการนี้จึงไม่ได้คาดหวังในเรื่องความสะดวกสบายมากนัก

ในขั้นการค้นหาข้อมูล เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผู้โดยสารได้รับข้อมูลสายการบินต้นทุนต่ำจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และป้ายโฆษณาในระดับปานกลางเท่านั้น แต่ก็เป็นที่ผู้โดยสารได้รับข้อมูลมากที่สุด อาจเป็นเพราะสื่อสิ่งพิมพ์เข้าถึงบุคคลได้ง่ายที่สุดและทั่วถึงมากที่สุด ส่วนโฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุ นั้น อาจมีข้อจำกัดตรงที่ไม่ได้มีโฆษณาของทางสายการบินเป็นประจำ จึงมีผู้โดยสารแค่จำนวนหนึ่งเท่านั้นที่ได้รับข้อมูลจากสื่อทางนี้ ส่วนเว็บไซต์ของสายการบินต้นทุนต่ำ และการออกร้านในงานท่องเที่ยวเป็นแหล่งข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างได้รับน้อยที่สุด อาจเป็นเพราะเว็บไซต์เป็นแหล่งข้อมูลที่จำกัดเฉพาะคนที่ใช้คอมพิวเตอร์เป็นเท่านั้น ส่วนการออกร้านในงานท่องเที่ยวนั้นก็จำกัดเฉพาะกลุ่มคนที่ไปงานเหล่านี้เท่านั้น

ในขั้นการประเมินทางเลือก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากไม่เคยได้รับข่าวเรื่อง

เครื่องบินตก หรือลงจอดฉุกเฉินทำให้มั่นใจการเดินทาง และท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากสภาพของเครื่องบินมีความทันสมัยทำให้มั่นใจในการเดินทาง อาจเป็นเพราะผู้โดยสารมีความเชื่อมั่นว่าการเดินทางโดยเครื่องบินนั้นมีมาตรฐานด้านความปลอดภัยสูงอยู่แล้ว และสถิติเกี่ยวกับอุบัติเหตุก็น้อยกว่าการเดินทางรูปแบบอื่น ดังนั้น ประเด็นนี้จึงเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับปานกลางเท่านั้น ส่วนประเด็นที่ว่าเลือกใช้บริการเนื่องจากสามารถออกเดินทางและถึงจุดหมายปลายทางได้ตรงตามเวลาที่กำหนดในตารางบิน อาจเป็นเพราะผู้โดยสารเคยได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับความล่าช้าและไม่ตรงต่อเวลาของสายการบินต้นทุนต่ำมาก่อนหน้านี้ ซึ่งอาจจะได้รับประสบการณ์โดยตรงหรือจากบุคคลอื่นๆ ผู้โดยสารจึงไม่ได้คาดหวังว่าสายการบินจะมีการให้บริการที่ตรงตามเวลาในตารางบิน ดังนั้น ประเด็นนี้จึงเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง ส่วนประเด็นที่เลือกใช้บริการเนื่องจากมีเส้นทางบินไปยังจุดหมายที่ใกล้เคียงกับปลายทางที่ไม่มีสนามบิน อาจเป็นเพราะผู้โดยสารทราบว่าสายการบินต้นทุนต่ำมีเส้นทางบินที่จำกัด และมีปลายทางเพียงไม่กี่แห่ง ดังนั้นจึงไม่ได้คาดหวังว่าสายการบินจะไปได้ในทุกจุดหมาย และผู้โดยสารยังมีทางเลือกในการเดินทางรูปแบบอื่นอีก เช่น รถไฟ รถปรับอากาศ ดังนั้น ประเด็นนี้จึงเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง และประเด็นที่ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากสามารถเปลี่ยนแปลงวันและเวลาเดินทางได้ โดยเสียค่าธรรมเนียมเพียงเล็กน้อย อาจเป็นเพราะถ้าผู้โดยสารต้องการราคาค่าโดยสารที่ถูกมากๆ ก็จะต้องมีการจองที่นั่งและวางแผนการเดินทางล่วงหน้า ซึ่งถ้าไม่มีเหตุจำเป็นจริงๆ ผู้โดยสารมักจะไม่เปลี่ยนแปลงการเดินทาง ดังนั้น ไม่ว่าการเสียค่าธรรมเนียมในการเปลี่ยนแปลงจะมากหรือน้อยก็ไม่ได้เป็นประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

ในขั้นตอนพฤติกรรมหลังการใช้บริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าการให้สายการบินต้นทุนต่ำมีการให้บริการที่มากขึ้น เพราะในปัจจุบันสายการบินต้นทุนต่ำมีการให้บริการที่จำกัด ทั้งในเรื่องของเส้นทางบินที่ยังมีน้อย เที่ยวบินในแต่ละวัน จำนวนเคาน์เตอร์เช็คอิน การให้บริการบนเครื่องบิน และผู้โดยสารส่วนใหญ่ก็ยังมีความคิดเห็นว่ายังไม่พึงพอใจในการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ และระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

การดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ณ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างไปทำการวิเคราะห์และรวบรวมข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

จากปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.5 มีอายุระหว่าง 20–30 ปี ร้อยละ 49.25 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 62.75 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 38 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000–20,000 บาท ร้อยละ 40.5 และมีประสบการณ์ในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ร้อยละ 80.25

ผู้โดยสารมีความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย .74 ซึ่งผู้โดยสารมีความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำว่าเน้นลักษณะของสินค้าและบริการที่มีความเรียบง่ายและประหยัดมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย .95 ส่วนในเรื่องบนเครื่องบินมีที่นั่งให้เลือก 2 ประเภทคือ ที่นั่งชั้นธุรกิจและที่นั่งชั้นประหยัดนั้น ผู้โดยสารมีความรู้ที่น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย .54

ส่วนของการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำนั้น ผู้โดยสารมีการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.73 เมื่อพิจารณาในแต่ละขั้นตอนการตัดสินใจ ขั้นการรับรู้ความต้องการ พบว่า ผู้โดยสารมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.13 ในขั้นการค้นหาข้อมูล พบว่า ผู้โดยสารมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.28 ในขั้นการประเมินทางเลือก พบว่า ผู้โดยสารมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.69 และในขั้นพฤติกรรมหลังการให้บริการ พบว่า ผู้โดยสารมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.73

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผู้โดยสารมีความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก และมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตามเพื่อให้เกิดความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ และมีการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของสายการบิน ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. สายการบินควรเน้นในเรื่องความปลอดภัย ความประหยัด และความรวดเร็วในการเดินทาง เพราะจากผลการวิจัย ความต้องการทั้ง 3 อย่างนี้เป็นความต้องการพื้นฐานของผู้โดยสารที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ฉะนั้นจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องเหล่านี้อย่างมาก ถึงแม้ว่าผู้โดยสารจะไม่ได้คำนึงถึงความสะดวกสบายเท่ากับประเด็นอื่น แต่ทางสายการบินก็ไม่ควรมองข้ามในจุดนี้ควรเพิ่มความสะดวกสบายให้มากขึ้น เช่น เพิ่มจำนวนเคาน์เตอร์เช็คอิน จัดที่นั่งรอให้ผู้โดยสาร จัดเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก เป็นต้น

2. แต่ละสายการบินควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ผู้โดยสารได้รับทราบรายละเอียดการให้บริการให้ครบถ้วนและอย่างทั่วถึง เพื่อให้ผู้โดยสารมีความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน ทั้งนี้เพื่อ

เป็นการลดความขัดแย้งและความเข้าใจผิดระหว่างผู้โดยสารและสายการบิน ซึ่งอาจส่งผลถึงความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกใช้บริการในโอกาสต่อไปได้

3. เนื่องจากผู้โดยสารไม่เชื่อมั่นในเรื่องการตรงต่อเวลาของสายการบิน ซึ่งถือว่าเป็นข้อเสียอย่างหนึ่งของสายการบินต้นทุนต่ำ ดังนั้นสายการบินจะต้องแก้ไขในเรื่องของการเดินทางตามเวลาที่กำหนดในตารางบิน เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้โดยสาร ถ้าสายการบินต้นทุนต่ำมีความตรงต่อเวลา ผู้โดยสารก็จะหันมาเลือกใช้บริการมากขึ้น เพราะความรวดเร็วในการเดินทางที่ได้เปรียบรถไฟ รถปรับอากาศ และราคาตั๋วที่ได้เปรียบสายการบินปกติ

4. จากการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารต้องการให้สายการบินต้นทุนต่ำมีการให้บริการที่มากขึ้น จึงเสนอว่า ทางสายการบินควรเพิ่มการให้บริการ เช่น เพิ่มเส้นทางบินให้มากขึ้น เพิ่มเที่ยวบินในแต่ละวันให้เหมาะสมกับความต้องการ และเพิ่มการให้บริการบนเครื่องบิน

5. สายการบินควรทำการสำรวจเส้นทางบินที่ผู้โดยสารต้องการ และทำการเพิ่มเส้นทางบินตามนั้น ควรเปิดให้บริการในเส้นทางบินที่แตกต่างจากสายการบินปกติ นอกจากนี้ก็ควรทำการสำรวจความต้องการในเรื่องช่วงเวลาเดินทาง และเพิ่มเที่ยวบินตามที่ผู้โดยสารต้องการ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้โดยสารในการเดินทาง

6. สายการบินต้นทุนต่ำจะต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ให้บริการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้โดยสาร โดยคำนึงถึงข้อได้เปรียบหรือปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำดำเนินกิจการต่อไปอย่างมีคุณภาพ ควรวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย และสนับสนุนจุดเด่นที่มีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น เป็นการเพิ่มศักยภาพการบริการ อีกทั้งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในงานบริการ ตลอดจนสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้โดยสาร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในปัจจุบันธุรกิจการให้บริการขนส่งทางอากาศมีการแข่งขันสูง อันเนื่องมาจากการที่มีสายการบินต้นทุนต่ำหลายสายการบินเข้าสู่อุตสาหกรรมการบิน ทำให้ราคาค่าโดยสารมีราคาลดลง ประชาชนมีทางเลือกในการเดินทางเพิ่มมากขึ้น ในธุรกิจสายการบินนั้นนอกจากจะเน้นเรื่องความปลอดภัยแล้วยังต้องให้ความสำคัญกับการบริการอีกด้วย ดังนั้น สายการบินจึงควรทราบถึงความต้องการและปัจจัย

ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของประชาชน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการบริการต่อไป ดังนั้นจึงเสนอแนะว่า

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบความต้องการของผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อให้ทราบความต้องการของผู้โดยสาร ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำมาปรับปรุง พัฒนา และกำหนดนโยบายในการให้บริการ เพื่อให้เกิดการแข่งขันในด้านการให้บริการ ซึ่งจะมีประโยชน์ทั้งต่อผู้โดยสารและสายการบินเอง
2. ควรศึกษาถึงตัวแปรอื่นๆ ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เช่น ความเหมาะสมของเส้นทางในการให้บริการ พฤติกรรมการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ
3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังในการใช้บริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุงการบริการให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น
4. ควรมีคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้โดยสารสามารถให้ข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ
5. ควรมีการศึกษาโดยใช้สถิติขั้นสูงกว่านี้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

เกศินี จุฑาวิจิตร. 2540. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์.

ขนิษฐา นิ่มเสมอ. 2548. ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการบริการของสายการบินนกแอร์.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จ่านง พรายเข้มแข. 2535. เทคนิคการวัดและประเมินผลการเรียนรู้กับการสอนซ่อมเสริม
(ตามกระบวนการทางวิทยาศาสตร์). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

จิตตินันท์ เฉชะคุปต์. 2547. เอกสารการสอนชุดจิตวิทยาการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 9.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

จิตรกรณีย์ สุทธิวรเศรษฐ์. 2541. ยุทธวิธีการประชาสัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฉัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. 2545. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2546. การตลาดบริการ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ถวัลย์ วรเทพพิพิงษ์. 2530. แนวความคิด กระบวนการ และโครงสร้างการตัดสินใจ.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เสมอธรรม.

ถวิล เกื้อกูลวงศ์. 2530. การบริหารการศึกษาสมัยใหม่ : ทฤษฎีวิจัยและปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร:
โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

ทิพย์วัลย์ สัจจันทร์, เยาวเรศ ทองนอก, ทิตยา เทพมงคล, ปารินดา สุขสบาย, อุบล ชื่นสำราญ,
ทิวมา นวลบุญ, พัชรี เสวะมาตย์, จารินี ศานติจรรยาพร, กัลยากรณีย์ จันตรี และวรพจน์
หริตกุล. 2546. การคิดและการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

บริษัท สกาย เอเชีย จำกัด. 2548. สายการบินนกแอร์ (Online). Available: www.nokair.com.

บริษัท แอร์ เอเชีย จำกัด. 2548. สายการบินแอร์เอเชีย (Online). Available: www.airasia.com.

บริษัท โอเรียนท์ ไทย แอร์ไลน์ จำกัด. 2548. สายการบินวันทูโก (Online). Available: www.fly12go.com.

บุญธรรม กิจปริดาภิสุทธิ. 2535. การวัดและการประเมินผลการเรียนการสอน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: บีแอนด์บี พับลิชชิง.

บุญธรรม กิจปริดาภิสุทธิ. 2547. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: จามจุรีโปรดักท์

บุญเรียง ขจรศิลป์. 2539. วิธีวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: หจก.พี.เอ็น การพิมพ์.

บุษศักดิ์ คณาสวัสดิ์. 2547. การรูกีบของธุรกิจสายการบินราคาต่ำในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก. วารสารส่งเสริมการลงทุน. 15 (1) : 32-40.

ราชบัณฑิตยสถาน. 2546. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

ลลิตา จิระนนท์ประวดี. (บรรณาธิการ). 2547. Low-Cost Airlines แรงเสียดทาน...ยุคน้ำมันแพง. วารสารผู้ส่งออก. 17 (404) : 8-13.

วนิดา ไทยเกื้อ. 2544. ปัจจัยกำหนดการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วันทนี ภูมิภักตราคม. 2536. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: เทียนทวีป.

วัลลภ ลำพาย. 2547. **เทคนิควิจัยทางสังคมศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วีรพงษ์ เกลิมจิระรัตน์. 2543. **คุณภาพในงานบริการ 1. พิมพ์ครั้งที่ 4**. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, สุกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. 2546. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร: Diamond in Business World.

ศุภกนิษฐ์ พลไพรินทร์. 2540. **เทคนิคการประเมินผล**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แพรววิทยา.

ศุภกนิษฐ์ โชตรัตนชัย. 2536. **การบริหารการบริการ : พัฒนาคนอย่างไรเพื่อให้บริการที่ดี**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ..

สมชาติ กิจยรรยง. 2536. **สร้างบริการสร้างความประทับใจ**. กรุงเทพมหานคร: บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น.

สมิต สัจฉกร. 2543. **การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สายธาร.

สร้อยตระกูล อรรถมานะ. 2538. **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สิริกาญจน์ สุขวานิช. 2547. **ความต้องการของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุกัญญา กล้าขยัน. 2548. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินภายในประเทศ: กรณีศึกษาเส้นทางบินกรุงเทพ-เชียงใหม่**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุชีวัน ปรีชาวิบูลย์. 2546. **ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเดินทางกับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543. **พฤติกรรมผู้บริโภค**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Armstrong, G. and Kotler, P. 2005. **Marketing: an Introduction**. 7th ed. New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Dessler, G. 1998. **Management: Leading People and Organizations in the 21st Century**. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. 1990. **Consumer Behavior**. 6th ed. Chicago: The Dryden Press.

Fitzsimmons J.A. and Fitzsimmons M.J. 2006. **Service Management: Operations, Strategy, Information Technology**. 5th ed. McGraw-Hill Companies, Inc.

Gronroos, C. 2001. **Service Management and Marketing: a customer relationship management approach**. 2nd ed. Chichester: Wiley.

Haksever, C., Render, B., Russell, R.S. and Murdick, R.G. 2000. **Service Management and Operations**. 2nd ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Kotler, P. 2003. **Marketing Management**. 11th ed. New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Lovelock, C., Vandermerwe, S. and Lewis, B. 1999. **Services Marketing: a European perspective**. New Jersey: Prentice Hall Inc.

Schiffman, L.G. and Kanuk, L.L. 1994. **Consumer Behavior**. 5th ed. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ผู้ดำเนินการศึกษา

นางสาวศิริดารณี พลวัฒน์ นิสิตปริญญาโท สาขาบริหารรัฐกิจ
ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้น มีจุดประสงค์เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
สายการบินต้นทุนต่ำ โดยแบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ข้อมูลที่ได้นี้จะนำไปใช้เป็น
แนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำต่อไป

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ()

1. เพศ

1. () ชาย

2. () หญิง

2. อายุปัจจุบัน

1. () น้อยกว่า 20 ปี

2. () 20 – 30 ปี

3. () 31 – 40 ปี

4. () 41 – 50 ปี

5. () มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษาที่ได้รับสูงสุด (ไม่นับที่กำลังศึกษาอยู่)

1. () ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

2. () มัธยมศึกษาตอนต้น

3. () มัธยมศึกษาตอนปลาย

4. () อนุปริญญา

5. () ปริญญาตรี

6. () สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. () นักเรียน / นักศึกษา

2. () ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ

3. () พนักงานบริษัทเอกชน

4. () ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

5. () รับจ้าง

6. () อื่นๆ (ระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

1. () ต่ำกว่า 10,000 บาท

2. () 10,000 – 20,000 บาท

3. () 20,001 – 30,000 บาท

4. () 30,001 – 40,000 บาท

5. () มากกว่า 40,000 บาท

6. ท่านเคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ หรือไม่

1. () เคย

2. () ไม่เคย (ใช้บริการเป็นครั้งแรก)

ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง **ใช่** หากท่านคิดว่าข้อความข้างหน้าถูกต้อง

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง **ไม่ใช่** หากท่านคิดว่าข้อความข้างหน้าไม่ถูกต้อง

การให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ	ใช่	ไม่ใช่
1. สายการบินต้นทุนต่ำจะเน้นลักษณะของสินค้าและบริการที่มีความเรียบง่ายและประหยัด		
2. สายการบินต้นทุนต่ำไม่มีบริการเสิร์ฟอาหารและเครื่องดื่มบนเครื่องบิน		
3. สายการบินต้นทุนต่ำไม่มีหุ้ฟงสำหรับฟังเพลงและบริการฉายภาพยนตร์ให้ชม		
4. สายการบินต้นทุนต่ำไม่มีห้องวีไอพีให้บริการผู้โดยสารที่สนามบิน		
5. สายการบินต้นทุนต่ำจะเน้นเส้นทางบินระยะสั้น (บริการเฉพาะเส้นทางภายในประเทศหรือประเทศใกล้เคียง)		
6. สายการบินต้นทุนต่ำใช้เครื่องบินโดยสารประเภทเดียวกันทั้งหมด		
7. ผู้โดยสารที่ขึ้นเครื่องบินก่อนสามารถเลือกที่นั่งได้ก่อน		
8. บนเครื่องบินมีที่นั่งให้เลือก 2 ประเภทคือ ที่นั่งชั้นธุรกิจและที่นั่งชั้นประหยัด		
9. มีการแวะจอดเครื่องบินบนเส้นทางผ่านเพื่อรับผู้โดยสารที่ต้องการใช้บริการเพื่อเชื่อมต่อกับเที่ยวบินอื่น		
10. ผู้โดยสารสามารถจองบัตรโดยสารผ่านทางเว็บไซต์ของสายการบินได้		
11. สายการบินต้นทุนต่ำใช้ระบบตั๋วอิเล็กทรอนิกส์แทนตั๋วกระดาษ		
12. สายการบินต้นทุนต่ำมีบัตรราคาพิเศษสำหรับเด็ก		
13. ผู้โดยสารสามารถเปลี่ยนแปลงเที่ยวบินที่จองได้ โดยไม่เสียค่าธรรมเนียมใดๆ		
14. ทางสายการบินจะไม่มีกรคืนเงินค่าบัตรโดยสารกรณีผู้โดยสารยกเลิกเที่ยวบินหรือขึ้นเครื่องบินไม่ทัน		
15. เอกสารที่ใช้ในการเช็คอิน คือ บัตรประชาชนหรือหนังสือเดินทางพร้อมกับแจ้งหมายเลขยืนยันการจองที่นั่ง		

ส่วนที่ 3 การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การรับรู้ความต้องการ					
1. ท่านต้องการที่จะเดินทางด้วยความรวดเร็ว					
2. ท่านต้องการที่จะเดินทางด้วยความประหยัด					
3. ท่านต้องการที่จะเดินทางด้วยความสะดวกสบาย					
4. ท่านต้องการที่จะเดินทางด้วยความปลอดภัย					
การค้นหาข้อมูล					
1. ท่านได้รับข้อมูลสายการบินต้นทุนต่ำจากบุคคลที่รู้จัก					
2. ท่านได้รับข้อมูลสายการบินต้นทุนต่ำจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และป้ายโฆษณา					
3. ท่านได้รับข้อมูลสายการบินต้นทุนต่ำจากโฆษณาทาง โทรทัศน์ และวิทยุ					
4. ท่านได้รับข้อมูลสายการบินต้นทุนต่ำจากเว็บไซต์ สายการบิน					
5. ท่านได้รับข้อมูลสายการบินต้นทุนต่ำจากการออกร้าน ในงานท่องเที่ยว					
การประเมินทางเลือก					
1. ใช้เวลาในการเดินทางน้อยเมื่อเทียบกับการเดินทาง รูปแบบอื่น (เช่น รถปรับอากาศ, รถไฟชั้น 1)					
2. ราคาโดยสารคุ้มค่าเมื่อเทียบกับการเดินทาง รูปแบบอื่น (เช่น รถปรับอากาศ, รถไฟชั้น 1)					
3. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากเส้นทางบินตรงกับที่ท่าน ต้องการ					
4. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากมีเส้นทางบินไปยังจุดหมาย ที่ใกล้เคียงกับปลายทางที่ไม่มีสนามบิน					
5. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากมีหลายเที่ยวบินไปสู่จุดหมาย ปลายทาง					
6. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากสามารถออกเดินทางและ ถึงจุดหมายปลายทางได้ตรงตามเวลาที่กำหนดในตารางบิน					

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การประเมินทางเลือก (ต่อ)					
7. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากสามารถเปลี่ยนแปลงวันและเวลาเดินทางได้ โดยเสียค่าธรรมเนียมเพียงเล็กน้อย					
8. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากมีการลดราคา และการจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วย					
9. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากสภาพของเครื่องบินมีความทันสมัยทำให้มั่นใจในการเดินทาง					
10. ท่านเลือกใช้บริการเนื่องจากไม่เคยได้รับข่าวเรื่องเครื่องบินตก หรือลงจอดฉุกเฉินทำให้มั่นใจเดินทาง					
พฤติกรรมหลังการใช้บริการ					
1. ท่านพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำ					
2. ท่านจะกลับมาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำอีกแน่นอน					
3. ท่านจะบอกกับผู้อื่นให้มาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ					
4. ท่านมีแผนการว่าจะใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเป็นประจำ					
5. ท่านต้องการให้สายการบินต้นทุนต่ำมีการให้บริการที่มากขึ้น					

ภาคผนวก ข
ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

แสดงวิธีหาค่าความเชื่อมั่นของความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำโดยใช้สูตร KR20 ซึ่งได้จากการทดลองใช้แบบสอบถามจำนวน 30 ชุด

สูตร KR20 ในการคำนวณที่ใช้หาค่าความเชื่อมั่น

$$r_{tt} = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum pq}{S^2} \right\}$$

เมื่อ r_{tt} คือ ค่าความเชื่อมั่น

k คือ จำนวนข้อของคำถาม

p คือ ค่าความยากของคำถามในแต่ละข้อซึ่งหาได้จาก

$$\frac{\text{จำนวนคนที่ทำถูก}}{\text{จำนวนคนทั้งหมด}}$$

q คือ $1-p$

$\sum pq$ คือ ผลรวมของผลคูณค่าความยากรายข้อ p กับ q

S^2 คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งหมดที่ได้จากการทดสอบโดย

$$S^2 = \frac{1}{n-1} \left\{ \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n} \right\}$$

โดยค่าคะแนนของแต่ละชุดคำถามตั้งแต่ชุดที่ 1-30 มีดังนี้

15	15	13	12	8	13	11	15	9	14
15	12	7	4	6	15	5	13	14	12
9	14	8	13	12	10	6	14	12	11

ซึ่งมีค่าความแปรปรวนรวมของคะแนนทั้งหมด(S^2) = 8.57 และได้ค่า $\sum pq = 2.28$ โดยได้แสดงการกำหนดค่า p (ค่าความยากรายข้อ) และ q ของคำถามในแต่ละข้อตั้งแต่ข้อ 1 -15 ดังตาราง

ตารางผนวกที่ 1 การกำหนดค่าความยากรายข้อของคำถามความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ

ข้อ	จำนวนคนที่ทำถูก	p	q	pq
1	27	0.90	0.10	0.0900
2	25	0.83	0.17	0.1411
3	27	0.90	0.10	0.0900
4	21	0.70	0.30	0.2100
5	19	0.63	0.27	0.1701
6	12	0.40	0.60	0.2400
7	26	0.87	0.13	0.1131
8	24	0.80	0.20	0.1600
9	21	0.70	0.30	0.2100
10	27	0.90	0.10	0.0900
11	15	0.50	0.50	0.2500
12	20	0.67	0.33	0.2211
13	26	0.87	0.13	0.1131
14	28	0.93	0.07	0.0651
15	26	0.87	0.13	0.1131
$\sum pq$				2.2767

แทนค่าในสูตร KR20

$$\begin{aligned}
 r_{tt} &= 15 / (15-1) \left\{ 1 - \left[2.28 / 8.57 \right] \right\} \\
 &= (1.071) (1-0.266) \\
 &= (1.071) (0.734) \\
 &= .7861
 \end{aligned}$$

จากการคำนวณโดยใช้สูตร KR20 ได้ค่าความเชื่อมั่นของคำถามความรู้เกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำเท่ากับ **.7861**

ตารางผนวกที่ 2 แสดงค่าความเชื่อมั่นรวมของแบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้
บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

Item	Corrected Item	Alpha if
	Total Correlation	Item Deleted
1	.6021	.8616
2	.3939	.8668
3	.2723	.8696
4	.4535	.8657
5	.2715	.8714
6	.4369	.8655
7	.1184	.8765
8	.5137	.8630
9	.4333	.8671
10	.5824	.8610
11	.4134	.8662
12	.4453	.8653
13	.2901	.8697
14	.5736	.8611
15	.4307	.8659
16	.4383	.8656
17	.4271	.8660
18	.5077	.8636
19	.3592	.8677
20	.6738	.8579
21	.4287	.8658
22	.5194	.8633
23	.5224	.8631
24	.5285	.8627
Reliability Coefficients N of Cases = 30.0 N of Items = 24 Alpha = .8705		