

นิตยสาร ศรีฟ้า 2551: การศึกษาพฤติกรรมกรรมการดำเนินงานของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการภายใต้การผูกขาดของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส เส้นทางเกาะสมุย
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชา
เศรษฐศาสตร์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์จรพรรณ กุลดิลก, ศ.ม. 158 หน้า

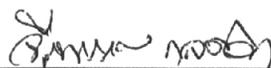
การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ (1) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการดำเนินงานภายใต้โครงสร้างตลาดผูกขาด (2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจากการใช้บริการของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส เส้นทางเกาะสมุย (3) ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยศึกษาพฤติกรรมกรรมการดำเนินงานในช่วงปี พ.ศ. 2547-2550 และใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนาร่วมกับสถิติต่างๆ จากข้อมูลทุติยภูมิที่รวบรวมจากเอกสาร หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามที่รวบรวมจากผู้ใช้บริการและการสัมภาษณ์ผู้บริหารของสายการบินบางกอกแอร์เวย์ส

ผลการศึกษาพบว่า ภายใต้โครงสร้างตลาดผูกขาดส่งผลให้สายการบินบางกอกแอร์เวย์สมีอำนาจในการกำหนดราคาโดยสารถได้ในระดับหนึ่ง ภายใต้อัตราค่าโดยสารมาตรฐานขั้นสูงที่กรมการขนส่งทางอากาศกำหนดไว้ ราคาโดยสารถเส้นทางเกาะสมุยจึงสูงเมื่อเปรียบเทียบกับเส้นทางบินอื่นที่มีระยะทางบินใกล้เคียงกัน โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการมีความพึงพอใจมากต่อการบริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ บุคลากรและลักษณะทางกายภาพ ในขณะที่มีความพึงพอใจปานกลางต่อราคาโดยสารถ อีกทั้งยังพบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านบริการ โดยเพศหญิงให้ความสำคัญกับการบริการมากกว่าเพศชาย และอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ความถี่ในการใช้บริการก็มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในช่องทางการจัดจำหน่าย โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการมากขึ้นให้ความสำคัญกับในช่องทางการจัดจำหน่ายน้อยลง และเส้นทางที่ให้บริการก็มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อบุคลากรอีกด้วย ส่วนปัจจัยอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ดังนั้น รัฐบาลควรส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันในเส้นทางเกาะสมุย เพื่อให้ผู้ให้บริการเกิดสวัสดิการสูงสุด ขณะเดียวกันสายการบินบางกอกแอร์เวย์สควรพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานด้านต่างๆ ให้ผู้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด รวมถึงควรกำหนดกลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมกรรมการใช้บริการของผู้โดยสาร เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงสุด



ลายมือชื่อนิติติ



ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

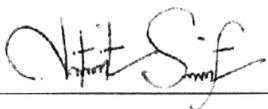
๒๐ / ๓.๕ / ๕1

Nutdita Srifa 2008: A Study of Performance Conduct of Bangkok Airways and Satisfaction of Passengers toward Airline Service under Monopoly of Bangkok Airways for Samui Route. Master of Economics (Business Economics), Major Field: Business Economics, Department of Economics. Thesis Advisor: Associate Professor Chiraphan Kuladilok, M.Econ. 158 pages.

The objectives for this research was aimed to 1) examine the operational behavior under the monopoly structure, 2) to investigate the passenger's satisfaction with serviceability provided by the Bangkok Airways (Koh Samui Route), and 3) to explore the association between potential factors that have impact on passenger's satisfaction with service. The study of operational behavior has been conducted during 2004-2007. The descriptive analysis and statistic means were implemented. On data collection, primary source of information has been derived from interviewing with Bangkok Airway executives, the secondary sources of information included documents and related institutes.

The results have shown that the Monopoly market has somehow empowered the Bangkok Airway to set the flight ticket price at some degrees under the standardized maximum flight rate required by Department of Civil Aviation. The flight ticket for Koh Samui route was reported relatively high when compared to other comparable airway at the same distance. The customers were satisfied with service, distribution channel, marketing promotion and service process, personal and physical Evidence, whereas they were satisfied with flight ticket price moderately. The results have found that gender was associated with customer's satisfaction on service area; namely, female customers have more valued the service than male customers. In addition, occupation factor appeared to be associated with customer's satisfaction for marketing promotion. Frequency in using service has associated with customer's satisfaction for distribution channel. The customers with more frequency in using service have lesser satisfied with distribution channel. The route has associated with customer's satisfaction for personal quality, whereas other factors have no association.

It's thus suggested that government should promote and boost the competition for Koh Samui route to maximize the customer's welfare and journey. On the same time, the Bangkok Airway should improve the performance in different area to satisfy the customer need optimally, and develop the market mix strategy to align with personal factors and customer's behavior to optimize the performance.



Student's signature



Thesis Advisor's signature