



ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบิน
ต้นทุนต่ำในประเทศไทย

VALUE CHAIN OF AVIATION INDUSTRY FACTORS INFLUENCE
DECISION MAKING ON USING LOW COST AIRLINE
IN THAILAND

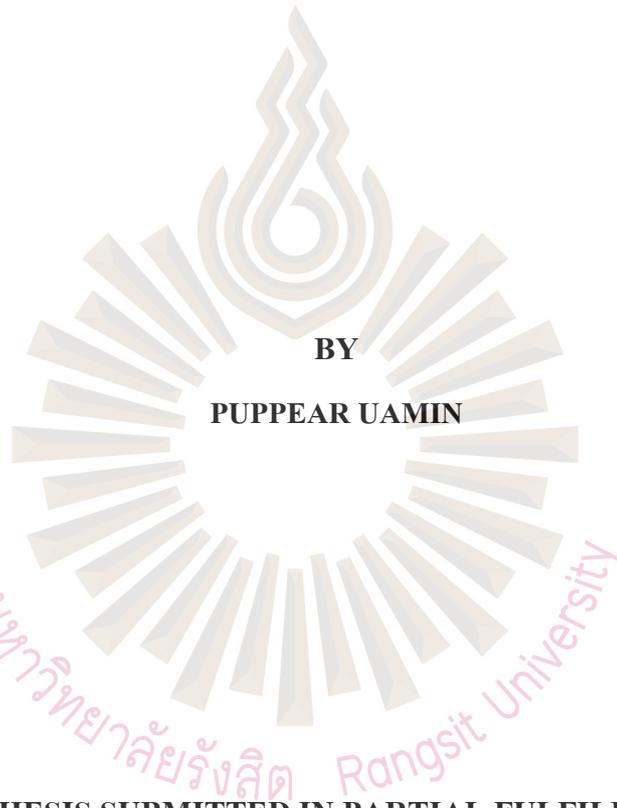


วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต
ปีการศึกษา 2561



**VALUE CHAIN OF AVIATION INDUSTRY FACTORS INFLUENCE
DECISION MAKING ON USING LOW COST AIRLINE
IN THAILAND**



**BY
PUPPEAR UAMIN**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR
THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE
IN MANAGEMENT OF LOGISTICS**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2018**

วิทยานิพนธ์เรื่อง

ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบิน
ต้นทุนต่ำในประเทศไทย

โดย

ภัทราพร อ่วมอินทร์

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2561

ผศ.ดร.กฤษณา วิสมิตะนันท์
ประธานกรรมการสอบ

ดร.ไชยรัช เมฆแก้ว
กรรมการ

ผศ.ดร. พัฒน์ พิสิษฐเกษม
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ.ร.ต.หญิง ดร.วรรณิ์ สุขสาตร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

20 ตุลาคม 2561

Thesis entitled

**VALUE CHAIN OF AVIATION INDUSTRY FACTORS INFLUENCE
DECISION MAKING ON USING LOW COST AIRLINE
IN THAILAND**

by

PUPPEAR UAMIN

was submitted in partial fulfillment of the requirements
for the degree of Master of Science in Management of Logistics

Rangsit University
Academic Year 2018

Asst.Prof.Krisana Visamitanan, Ph.D.
Examination Committee Chairperson

Chairat Mekkaew, Ph.D.
Member

Asst.Prof.Phat Pisitkasem, Ph.D.
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plт.Off. Vanee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

October 20, 2018

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จขึ้นมาตามความหวังของผู้วิจัยได้ เนื่องมาจากความเมตตากรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษาที่มีพระคุณยิ่งของผู้วิจัย ผศ.ดร.พัฒน์ พิสิษฐเกษม ที่กรุณารับเป็นที่ปรึกษาและเสียสละเวลาที่มีค่าในการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับแนวคิดในการทำวิทยานิพนธ์ ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัยส่งผลให้งานวิจัยเล่มนี้ถูกต้องและสมบูรณ์ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือ วารสาร เอกสาร และวิทยานิพนธ์ ทุกเล่มที่ช่วยให้การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณผู้โดยสารทุกท่านที่ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งในการเก็บข้อมูลการวิจัย รวมถึงคณะบุคลากรหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยรังสิตทุกท่าน และเพื่อนๆ สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยรังสิต รุ่น 2 ทุกท่าน ที่คอยช่วยเหลือให้คำปรึกษา อำนวยความสะดวก และให้มีรูปภาพที่ดีมาโดยตลอด กราบขอบพระคุณ คุณพ่อคุณแม่ ผู้ให้กำเนิด ผู้ซึ่งท่านได้วางรากฐานชีวิตพื้นฐานทางความคิด เป็นพลังและเป็นกำลังใจเสมอมาอันเป็นแนวทางนำไปสู่ความสำเร็จของผู้วิจัย

อนึ่งคุณค่าอันพึงมีในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.อาทิตย์ อุไรรัตน์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยรังสิต ผู้ริเริ่มให้มีทุนการศึกษาประจำมหาวิทยาลัยรังสิต ประเภททุนเรียนดี ทุนประสิทธิ์-คุณหญิงพัฒนา อุไรรัตน์ ซึ่งผู้วิจัยได้รับทุนนี้ในระดับปริญญาโท ตลอดจนให้ข้อคิดและแนวทางการดำเนินชีวิตที่ดีมาโดยตลอด

ภัทพร อ่วมอินทร์

ผู้วิจัย

5905462 : สาขาวิชาเอก: การจัดการโลจิสติกส์; วท.ม. (การจัดการโลจิสติกส์)

คำสำคัญ : สายการบินต้นทุนต่ำ, ห่วงโซ่คุณค่า, การตัดสินใจ

ภาพแพร่ อ่วมอินทร์: ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย (VALUE CHAIN OF AVIATION INDUSTRY FACTORS INFLUENCE DECISION MAKING ON USING LOW COST AIRLINE IN THAILAND)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผศ.ดร.พัฒน พิลิษฐ์เกษม, 73 หน้า.

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย และ 2. เพื่อศึกษากิจกรรมโลจิสติกส์ในห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน ประกอบด้วย ด้านความพร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบาย ด้านความปลอดภัย ด้านการเชื่อมต่อเที่ยวบิน ด้านราคา และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Sampling) จากผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยการสุ่มตัวอย่าง คัดเลือก 2 สนามบินนานาชาติในประเทศไทยที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดเพื่อนำมาทำการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยข้อมูลผู้ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 242 คน และ เพศชาย 158 คน อายุของผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุระหว่าง 16-30 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 215 คน อาชีพของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน 228 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ตอบแบบสอบถามต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001-30,000 บาท จำนวน 218 คน

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ อาชีพและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมโลจิสติกส์ในห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน มี 2 ส่วน ประกอบไปด้วย ด้านความปลอดภัยและด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ลายมือชื่อนักศึกษา ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา

**5905462 : MAJOR: MANAGEMENT OF LOGISTICS;
M.Sc. (MANAGEMENT OF LOGISTICS)**

KEYWORDS : LOWCOST AIRLINE, VALUE CHAIN, DECISION MAKING.

**PUPPEAR UAMIN: VALUE CHAIN OF AVIATION INDUSTRY FACTORS
INFLUENCE DECISION MAKING ON USING LOW COST AIRLINE IN THAILAND.**

THESIS ADVISOR: ASST. PROF. PHAT PISITKASEM, Ph.D., 73 p.

The objectives of this study were the first, to study characteristic of populations that affecting the decision making on selecting Low Cost Airline in Thailand and the second, to study Logistics activities in value chain included route and availability, safety, connecting flight, price and responsiveness. The samples of this research were 400 consumers using Low Cost Airline in Thailand to representative in all population in research and using a sampling method. The selection 2 airport Where passenger used most populated were Donmuang Airport and Suvarnabhumi Airport as representative of the entire population to bring research

The result of this study 400 consumers answered the questionnaires showed that more consumer was female 242 peoples and male 158 peoples of Low Cost Airline's customer answered the questionnaires. More customer was adult with range of age between 16-30 years old. The graduated with a bachelor's degree about 215 peoples, almost officer answered the question about 228 peoples and earned an average monthly income with a range of salary between bath 15,001-30,000 with 218 peoples

The result of hypothesis testing showed that the difference age gender and salary per month did affect to decision making on selection Low Cost Airline in Thailand and consumers satisfaction with the .05 significance level.

There are 2 components of Logistics Activities to relation with a decision making on selection of Low Cost Airline in Thailand were safety and price with the .05 significance level.

Student's Signature Thesis Advisor's Signature

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูป	ช
บทที่ 1	
บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 สมมติฐาน	3
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	4
1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.7 คำนิยามศัพท์	7
บทที่ 2	
แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้บริโภค	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่การบริโภค	14
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ	21
2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ	24
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
บทที่ 3	
ระเบียบวิธีวิจัย	34
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง	35
3.3 การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	35
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	37
3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	41
3.6 สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล	42
บทที่ 4 ผลการวิจัย	44
4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	44
4.3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	57
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	59
5.1 สรุปผลการวิจัย	59
5.2 อภิปรายผล	61
5.3 ข้อเสนอแนะ	63
บรรณานุกรม	65
ภาคผนวก	68
ประวัติผู้วิจัย	73

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ความหมายประชากรศาสตร์	10
3.1 แสดงการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด (Reliability)	39
3.2 แสดงการแปรผลความหมายคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจัดระดับความสำคัญ	42
4.1 แสดงจำนวน (คน) และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย	45
4.2 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความ คิดเห็นในด้าน การตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามด้านความ พร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบาย	46
4.3 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความ คิดเห็นในด้าน การตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามด้านความ ปลอดภัย	47
4.4 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความ คิดเห็นในด้าน การตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามด้านการ เชื่อมต่อเที่ยวบิน	48
4.5 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความ คิดเห็นในด้าน การตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามด้านราคา	49
4.6 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความ คิดเห็นในด้าน การตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามด้านการ ตอบสนองต่อลูกค้า	49
4.7 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความ คิดเห็นของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำแนกตามข้อคำถาม	50
4.8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจจำแนกตามสถานะทาง เพศ ด้วยการวิเคราะห์ t-test	51
4.9 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยจำแนก ตามอายุ	52

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยจำแนกตามระดับการศึกษา	52
4.11 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยจำแนกตามอาชีพ	53
4.12 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน	53
4.13 แสดงการทดสอบสมมติฐานห่วงโซ่คุณค่าทางการบินมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ	54
4.14 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มมีส่งผลกระทบต่อผลการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ในปัจจัยเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน ด้านราคา ด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุ LSD	54
4.15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มมีส่งผลกระทบต่อผลการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ในปัจจัยเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน ด้านปลอดภัย ด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุ LSD	55
4.16 แสดงการสรุปสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์	56
4.17 แสดงการสรุปสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน	57

สารบัญรูป

รูปที่		หน้า
1.1	กราฟเปรียบเทียบจำนวนผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศและต่างประเทศ ปี 2016-2017	2
1.2	กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
2.1	โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)	13
2.2	Value Chain	15
2.3	Value Chain of Aviation Industry	16
2.4	Managing the Services	19
2.5	แสดงขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Stage of the Buying Decision Process)	23
3.1	การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา	38

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ในปี 2015 ประเทศไทยเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC) ซึ่งได้มีการตกลงในเรื่องนโยบายการเปิดน่านฟ้า (Open Skies Policy) เพื่ออำนวยความสะดวกในการประกอบการธุรกิจขนส่งทางอากาศ ภายใต้การร่วมมือด้านการขนส่งทางอากาศ สายการบินสามารถให้บริการขนส่งทางอากาศทั้งขาไปและขากลับระหว่างเมืองได้ อีกทั้งสามารถลงจอดเพื่อรับผู้โดยสารและสินค้าจากเมืองตามเส้นทางการบินที่บินผ่านได้ ทำให้สายการบินภายในอาเซียนนั้นมีสถานะการแข่งขันสูงกว่าภูมิภาคอื่น

จากการสำรวจพบว่ามีจำนวนผู้โดยสารที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำเพิ่มขึ้นในปี 2016 มีผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบินภายในประเทศและต่างประเทศเฉลี่ย 53 ล้านคนต่อปี และเพิ่มสูงขึ้นเฉลี่ย 60 ล้านคนต่อปีในปี 2017 (ท่าอากาศยานไทย, 2560) ทำให้ทราบถึงจำนวนสายการบินและเที่ยวบินภายในประเทศที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็วและก้าวกระโดดด้วยโครงสร้างการบริหารต้นทุน ทำให้สายการบินต้นทุนต่ำเกิดความได้เปรียบในการตั้งราคา และสามารถแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดภายในอุตสาหกรรมการบินด้วยตนเอง และอุตสาหกรรมการขนส่งประเภทอื่นได้



รูปที่ 1.1 กราฟเปรียบเทียบจำนวนผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำเที่ยวบิน
ภายในประเทศและต่างประเทศ ปี 2559-2560
ที่มา: ท่าอากาศยานไทย, 2559,2560

ดังรูปภาพข้างต้นจะพบว่าผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี ไม่ว่าจะเป็นเที่ยวบินภายในประเทศและเที่ยวบินต่างประเทศ โดยทราบได้จากผลงานวิจัยในปี 2015 พบว่าปัจจุบัน มีสายการบินต้นทุนต่ำที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้นคือสายการบินแอร์เอเชีย ซึ่งเปิดบริการทั่วเอเชีย รวมถึงประเทศไทย และสายการบินไลออนแอร์ ของประเทศอินโดนีเซีย เจ็อน ไช ในประเทศต่าง ๆ รวมทั้งประเทศ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และประเทศไทยถือว่าเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำเนื่องจากการเพิ่มตัวของชนชั้นกลาง และ ภูมิภาคที่มีประชากรหนาแน่นทำให้มีทางเลือกในการขนส่งทางบกไม่มากนัก (Buaphiban, 2015) มีการคาดการณ์ว่าจำนวนของอากาศยานที่เปิดดำเนินงานสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำภายในภูมิภาค ซึ่งรวมทั้งสิ้น 1200 ลำ เทียบกับ 1050 ลำ ที่กำลังดำเนินงานอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นในแต่ละปีขึ้นอยู่กับความต้องการ และจำนวนของผู้โดยสาร ประสบการณ์ของผู้โดยสารและการแข่งขันของผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมีความสำคัญเนื่องจากขนาดและการเติบโตของผู้ให้บริการที่มีต้นทุนต่ำ สถิติบ่งชี้ว่ากลุ่มผู้ให้บริการที่มีต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีความแข็งแกร่งมาก

มีการวิจัยเกี่ยวกับวิธีการที่ผู้โดยสารตัดสินใจเกี่ยวกับการเลือกสายการบิน ในบทความของอุตสาหกรรมการบินมักคิดว่าราคาเป็นปัจจัยเดียวในการตัดสินใจในการเลือกสายการบิน อย่างไรก็ตามทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภคแนะนำว่าผู้บริโภคจะใส่ใจกับปัจจัยหลายอย่าง การเลือกผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมีหลายปัจจัย ที่ไม่ได้จำกัดเพียงแค่ปัจจัยด้านราคา การวิจัยทางวิชาการส่วนใหญ่ยังไม่ได้มุ่งเน้นไปที่ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินรวมถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคและยังไม่มีการศึกษาวิจัยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากนัก ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจเพราะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มียังมีจำนวนความจุต่อที่นั่งมากถึง 58 % ของผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ และเป็นภูมิภาคที่ใหญ่ที่สุดในโลกสำหรับผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาและทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน ประกอบด้วย ด้านความพร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบาย ด้านความปลอดภัย ด้านการเชื่อมต่อเที่ยวบิน ด้านราคา และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

1.3 สมมติฐาน

1.3.1 ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

1.3.2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ที่แตกต่างกัน

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

1.4.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

บุคคลทั่วไปที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย โดยการสุ่มตัวอย่าง (Sampling) เป็นการคัดเลือก 2 สนามบินนานาชาติในประเทศไทยที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุด จากทั้งหมด 6 สนามบินดังนี้

บริษัทท่าอากาศยานไทยจำกัด หรือ Airport of Thailand Public Company Limited ก่อตั้งขึ้นเพื่อเป็นผู้บริหารสนามบิน 6 สนามบินนานาชาติในประเทศไทย มุ่งเน้นการดำเนินงานและจัดการสนามบินโดยทำการพัฒนาสนามบินให้เป็นศูนย์กลางทางอากาศและกิจกรรมเชิงพาณิชย์ทั้ง 6 สนามบิน โดยสนามบินนานาชาติทั้ง 6 สนามบินประกอบด้วย ภาคกลางมีท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นสนามบินหลักของประเทศ และท่าอากาศยานดอนเมืองที่ได้รับพิจารณาว่าเป็นท่าอากาศยานที่ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำที่ใหญ่ที่สุดอันดับหนึ่งของโลก

สำหรับภาคเหนือประกอบด้วยท่าอากาศยานเชียงใหม่ ซึ่งเชียงใหม่เป็นที่รู้จักว่าเป็นประตูสู่ภาคเหนือของประเทศไทย และท่าอากาศยานเชียงรายที่มีภูมิภาคตอนเหนือของประเทศไทยตั้งอยู่บนฝั่งแม่น้ำโขงไหลผ่านสามเขตของประเทศลาว พม่า และไทย ซึ่งทำให้เชียงรายมีพรมแดนติดกับเพื่อนบ้าน จึงทำให้มีฐานทางเศรษฐกิจที่กำลังเติบโต

สำหรับภาคใต้ประกอบด้วยท่าอากาศยานภูเก็ต ถือว่าภูเก็ตเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นที่สุดของภาคใต้ ที่สามารถเดินทางไปยังประเทศเพื่อนบ้านด้วยการเชื่อมโยงระหว่างประเทศด้วยท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ประเทศเพื่อนบ้านประกอบด้วยประเทศมาเลเซียและประเทศสิงคโปร์ และท่าอากาศยานหาดใหญ่ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าของภาคใต้

จากข้อมูลบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (AOT) ได้ทำการคัดเลือกตัวอย่างมาเพียง 2 สนามบินหลัก ที่มีจำนวนผู้ใช้บริการมากที่สุด เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดเพื่อนำมาศึกษา ได้แก่ ท่าอากาศยานดอนเมือง 23,323,457 ล้านคน อันดับสอง ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 9,842,502 ล้านคน (ท่าอากาศยานไทย, 2559)

1.4.2 ตัวแปรอิสระ

1.4.2.1 ประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.4.2.2 ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน ซึ่งประกอบไปด้วย 1) ด้านความพร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบาย 2) ด้านความปลอดภัย 3) ด้านการเชื่อมต่อเที่ยวบิน 4) ด้านราคา 5) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

1.4.3 ตัวแปรตาม

การตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

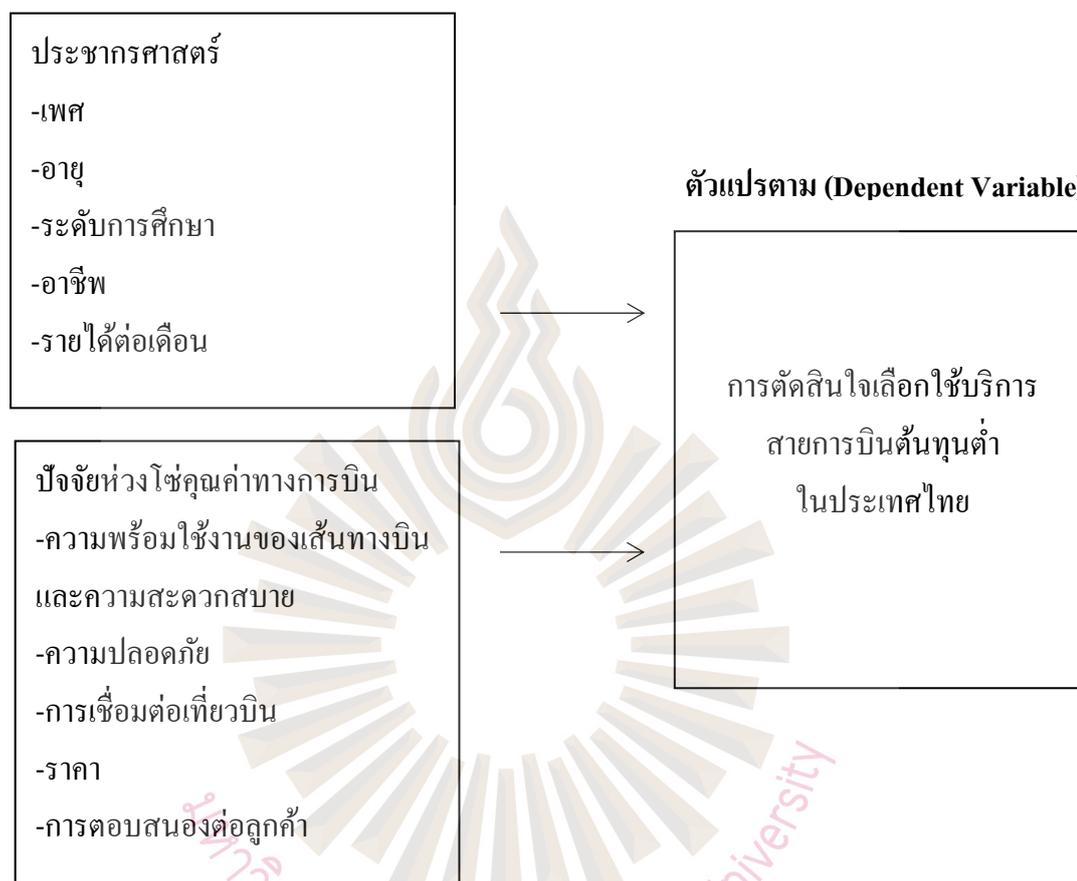
1.4.4 ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาในการศึกษา 6 เดือน ตั้งแต่ 1 มกราคม 2560 ถึง 30 มิถุนายน 2560



1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)



รูปที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 นำผลที่ได้ในการวิจัยไปพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการทำงานของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพ และเพิ่มขีดความสามารถในแข่งขันของธุรกิจสายการบินในประเทศไทยให้มีมาตรฐานภายใต้กฎระเบียบการขนส่งทางอากาศ

1.6.2 เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางอากาศ เช่น สายการบิน บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า บริษัททัวร์ บริษัทรับนำเข้า-ส่งออกสินค้า (Shipping) เป็นต้น โดยพัฒนากรอบวิจัยให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

1.7 คำนิยามศัพท์

สายการบินต้นทุนต่ำ (LCC หรือ Low Cost Carriers) หมายถึง ให้บริการแก่การเดินทางที่ปลอดภัย โดยไม่มีบริการเสริมอื่นๆ และสร้างความแตกต่างทางการตลาดให้กับสายการบินด้วยการลดราคาตั๋วเดินทาง (Vidovic, Stimac, & Vince, 2013)

ความพร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบาย (Route Availability and Convenience) หมายถึง โครงสร้างเครือข่ายเส้นทางบินของสายการบิน และจำนวนเครื่องบินที่ให้บริการในเส้นทางบินนั้นนอกจากสนามบินใด สนามบินหนึ่งและมีเส้นทางที่แตกต่างกัน (Buaphiban, 2015)

ความปลอดภัย (Safety) หมายถึง การห่างจากอันตรายความเสี่ยงจากการบาดเจ็บหรือการสูญเสียชีวิตบุคคล และ/หรือ ทรัพย์สินไม่ว่าจะเกิดโดยเจตนาหรือโดยอุบัติเหตุ (Business Dictionary, 2014)

การเชื่อมต่อเที่ยวบิน (Connecting Flight) หมายถึง กำหนดให้ผู้โดยสารต้องเปลี่ยนจากเครื่องบินหรือสายการบินหนึ่งไปยังอีกเครื่องบินหรือสายการบินอื่น จากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่งหรือที่เรียกว่า จุดเชื่อมต่อระหว่างทางไปยังจุดหมายปลายทาง (Business Dictionary, 2014)

ราคา (Price) หมายถึง กิจกรรมหรือธุรกิจขายสินค้าหรือบริการ โดยมีหลักฐานยืนยันการขายด้วยตัวโดยสารกระดาษ หรือ ตัวโดยสารอัตโนมัติ (Business Dictionary, 2014)

การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การให้บริการที่รวดเร็วถือเป็นความตั้งใจในการช่วยเหลือลูกค้า ไม่ให้รอนาน ให้ความช่วยเหลือ สอบถามถึงการมาใช้บริการอย่างไม่ละเลย พนักงานมีความรวดเร็วพร้อมกับการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ (Zeithaml & Bitner, 2000)

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี รวมถึงผลงานและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้บริโภค
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ
- 2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์และพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.1.1 ความหมายของประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมนุษย์ในด้านพฤติกรรมทางประชากรและการเปลี่ยนแปลงในปรากฏการณ์ทางประชากร (สันทัด เสริมศรี, 2539)ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Demography (ประชากรศาสตร์) จึงหมายถึง วิชาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากรนั่นเอง “Demography” หรือ “ประชากรศาสตร์” เป็นสาขาที่ศึกษาเกี่ยวกับประชากรตามขอบเขตที่เป็นการศึกษาถึงขนาด การกระจายตัว และองค์ประกอบของประชากร และองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงทางประชากรซึ่งได้แก่ การเกิด การตาย และการย้ายถิ่น

องค์ประกอบของประชากรศาสตร์ หมายถึง คุณลักษณะของประชากรในด้านต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ ที่อยู่อาศัย สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ เชื้อชาติ ภาษาและศาสนา เป็นต้น องค์ประกอบด้านอายุและเพศ เป็นองค์ประกอบหรือคุณลักษณะขั้นพื้นฐานของประชากรที่จัดว่ามีความสำคัญกว่าองค์ประกอบด้านอื่นๆ เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อ การเกิด การตายและการย้ายถิ่น เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านขนาด และการกระจายตัวประชากร โดยองค์ประกอบของประชากรศาสตร์ สามารถแบ่งออกเป็นด้านต่างๆ ได้ดังนี้

1) องค์ประกอบด้านเพศ

ข้อมูลเกี่ยวกับโครงสร้างทางเพศของประชากรมีความสำคัญในการวางแผนต่างๆเป็นอย่างมากทั้งภาครัฐบาลและหน่วยงานเอกชน เช่น การวางแผนการให้บริการสาธารณสุข การวางแผนการประกอบธุรกิจ เป็นต้น สังคมวิทยาของโครงสร้างทางเพศ ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างประชากรเพศชายและหญิงในแง่เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม ในการวิเคราะห์ทางประชากรศาสตร์เรื่อง การเกิด การตาย การย้ายถิ่น การสมรส รวมทั้งการวิเคราะห์ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมอื่นๆ จำเป็นต้องใช้ข้อมูลที่แยกเพศทั้งสิ้น

2) องค์ประกอบด้านอายุ

อายุเป็นส่วนประกอบพื้นฐานที่สำคัญของประชากรในการวิเคราะห์ทางประชากรศาสตร์ อายุเป็นตัวแปรที่สำคัญ ในการศึกษาการเกิด การสมรส การตาย และการย้ายถิ่น นอกจากนี้ความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบด้านอายุของประชากรจะช่วยให้การวางแผนด้านกำลังคน การขยายการศึกษา ตลอดจนโครงการสวัสดิการทางสังคมของรัฐที่ให้แก่ประชากร เป็นต้น

3) องค์ประกอบด้านการสมรส

องค์ประกอบสหประชาชาติแบ่งประเภทสถานภาพสมรส ดังนี้

- (1) โสด
- (2) สมรส
- (3) หม้าย
- (4) หย่าร้าง
- (5) สมรสแต่แยกกันอยู่โดยไม่ถูกต้องตามกฎหมาย

ความแตกต่างในสถานภาพสมรส มีความสำคัญทางประชากรศาสตร์ สัดส่วนของประชากรในแต่ละสถานภาพสมรสมีผลต่ออัตราเจริญพันธุ์ และอัตราตายในประเทศ กล่าวคือ สัดส่วนของสตรีที่สมรสสูงย่อมจะมีอัตราเกิดสูง นอกจากนี้ยังพบว่า ชายและหญิงที่สมรสมีอัตราตายต่ำกว่าคนโสด หม้าย และหย่าร้างในกลุ่มอายุเดียวกัน

4) องค์ประกอบด้านการศึกษา

ระดับการศึกษาของประชากร เป็นส่วนที่แสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาของประชากรเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์แก่รัฐบาลและเอกชนในการนำไปเป็นพื้นฐานการประมาณกำลังคนในอนาคต และการพัฒนาประเทศ จะเห็นว่าประเทศใดมีสัดส่วนของประชากรที่ไม่รู้หนังสือมากๆ ก็หมายความว่าประเทศนั้นยังด้อยพัฒนาอยู่มาก และการทราบถึงสัดส่วนของประชากรในวัยศึกษาเล่าเรียนก็ย่อมมีส่วนช่วยในการวางแผนและนโยบายทางการศึกษาของรัฐบาล

นิตยาพร เสมอใจ (2550) กล่าวว่า ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ การศึกษา เชื้อชาติ ศาสนา สีผิว ขนาดครอบครัว วงจรชีวิตครอบครัว เป็นวิธีการแบ่งส่วนตลาดที่ช่วยให้เห็นถึงกลุ่มตลาดที่สำคัญ เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคหรืออัตราการใช้จ่ายมีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรทางประชากรศาสตร์และสามารถวัดได้ง่ายกว่าตัวแปรอื่น ส่วนใหญ่จะใช้ตัวแปรหลายด้านมาประกอบกันในการแบ่งส่วนตลาด

ตารางที่ 2.1 ความหมายประชากรศาสตร์

ตัวแปร	ตัวอย่างการแบ่งส่วนตลาด
เพศ	ชาย, หญิง
อายุ	ต่ำกว่า 6 ปี, 6-12, 13-19, 20-28, 29-35, 36-45, 46 ปีขึ้นไป
อาชีพ	นักศึกษา, พนักงานบริษัท, เจ้าของกิจการ, ข้าราชการ, แม่บ้าน, ฯลฯ
รายได้	น้อยกว่า 10,000 / 10,000-30,000 / 30,001-50,000 / 50,001-100,000 / มากกว่า 100,000
การศึกษา	ประถมศึกษา, มัธยมศึกษา, ประกาศนียบัตรวิชาชีพ, อนุปริญญา, ปริญญาตรี, ปริญญาโท, ปริญญาเอก

ตารางที่ 2.2 ความหมายประชากรศาสตร์ (ต่อ)

ตัวแปร	ตัวอย่างการแบ่งส่วนตลาด
เชื้อชาติ	ไทย, จีน, ญี่ปุ่น, อเมริกัน พม่า ลาว ฯลฯ
ศาสนา	พุทธ, คริสต์, อิสลาม, ซิก
สีผิว	ขาว, เหลือง, ดำ
ขนาดครอบครัว	1-2 คน, 3-4 คน, 4-6 คน, 7 คนขึ้นไป
วงจรชีวิตครอบครัว	โสด, แต่งงานยังไม่มีบุตร, มีบุตรเล็ก, มีบุตรโต, บุตรทำงาน เกษียณ

ที่มา: รัตยาพร เสมอใจ, 2550

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) กล่าวว่า ลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ การศึกษา สิ่งทีกล่าวมาเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรก็ช่วยกำหนดเป้าหมายของตลาด ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์สามารถเข้าถึงและมีประสิทธิภาพต่อการกำหนดตลาดเป้าหมาย และง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่น ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ มีดังต่อไปนี้

1) อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันมีความต้องการในผลิตภัณฑ์ที่ไม่เหมือนกันหรือผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนองความต้องการในกลุ่มผู้บริโภค โภคที่อายุต่างกัน ดังนั้นนักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากตัวแปรของอายุในด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน นักการตลาดได้ทำการค้นคว้าหาความต้องการของตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น

2) เพศ (Sex) ปัจจุบันจะเห็นว่าสินค้าในตลาดผู้หญิงมีการเติบโตสูงมากและตลาดของผู้หญิงมีการเติบโตมากกว่าตลาดของผู้ชาย การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญมากก็คือผู้หญิงมีการทำงานมากขึ้น และยังมีสินค้าอีกประเภทหนึ่งที่สามารถใช้ได้ทั้ง 2 เพศ (Unisex) เนื่องจากบทบาทปัจจุบันของเพศมีการสับสน มีทั้ง กะเทย ทอม ดี เกย์ ฯลฯ

3) ลักษณะครอบครัว (Marital Status) อดีตจนถึงปัจจุบันลักษณะครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้ความพยายามทางการตลาดมาโดยตลอด และนักการตลาดจะสนใจลักษณะในครัวเรือน โดยใช้สินค้านิดใดชนิดหนึ่ง รวมถึงยังใส่ใจในการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นคนตัดสินใจในครัวเรือนเพื่อที่จะช่วยทำให้การพัฒนากลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสม

4) รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญต่อการกำหนดส่วนของตลาด นักการตลาดจะสนใจในกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งปัญหาสำคัญของการแบ่งส่วนตลาดก็จะถือเกณฑ์รายได้เพียงอย่างเดียวเพราะรายได้จะเป็นตัวชี้วัดความสามารถของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้า ในขณะที่เดียวกันการเลือกซื้อสินค้าแท้ที่จริงแล้วอาจใช้เกณฑ์ รูปแบบการดำรงชีวิต ทัศนคติ อาชีพ การศึกษา ฯลฯ ถึงแม้รายได้จะเป็นตัวแปรที่นิยมใช้กันมาก แต่นักการตลาดส่วนใหญ่จะเชื่อมโยงเกณฑ์รายไ้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่น เพื่อสามารถกำหนดเป้าหมายตลาดได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับประชากรศาสตร์สรุปได้ว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาจำนวนของคนที่อยู่ในแต่ละสังคม ภูมิภาค รวมทั้งศึกษาถึงโครงสร้าง การกระจายตัว และการเปลี่ยนแปลงโดยทั่วไปของประชากร ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่สำคัญ และเป็นตัวแปรที่ช่วยให้เห็นส่วนแบ่งการตลาดที่สำคัญตามกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งตัวแปรศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ การศึกษา เชื้อชาติ ศาสนา สีผิว ขนาดครอบครัว วงจรชีวิตครอบครัว นำมา กำหนดกลยุทธ์สร้างการตัดสินใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อให้เข้าถึง และตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด เพราะจะทำให้ให้นักการตลาดสามารถประเมินตลาดเป้าหมายได้ตามสัดส่วนที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.2 พฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

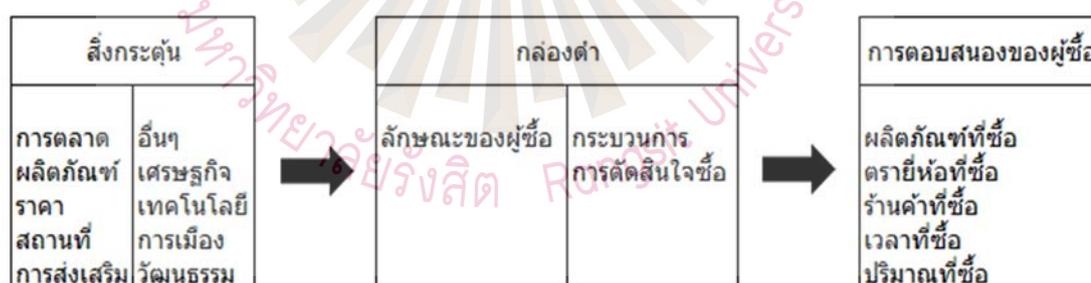
อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลต่างๆ ที่มีความสามารถในการซื้อ หรือทุกคนที่มีเงิน มีความเต็มใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ

Kotler (1999 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541) ได้ให้ความหมายของ พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเกี่ยวข้องกับ โดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งการใช้สินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า

เกศรา จันทร์จรัสสุข (2555)กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการจัดการหาได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ส่วนพฤติกรรมผู้ซื้อ นั้นหมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนสินค้า และบริการด้วยเงินและรวมถึงการตัดสินใจ

การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นวิธีการศึกษาที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร เช่น เวลา บุคลากร และอื่นๆ เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งนักการตลาดต้องศึกษาว่าสินค้าที่เขาจะเสนอนั้น ใครคือผู้บริโภค(Who?) ผู้บริโภคซื้ออะไร(What?) ทำไมจึงซื้อ(Why?) ซื้ออย่างไร(How?) ซื้อเมื่อไหร่(When?) ซื้อที่ไหน(Where?) ซื้อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด(How Often?) รวมทั้งการศึกษาว่าใครมีอิทธิพลต่อการซื้อเพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ที่ผู้ผลิตและผู้ขายไม่สามารถคาดเดาความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดของผู้ซื้อที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ได้



รูปที่ 2.1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541, น.128-130)

สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและใช้สินค้าหรือบริการ โดยการจัดหาให้มาด้วยการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการด้วยเงินที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังกระทำต่างๆ โดยขึ้นอยู่กับความพอใจและความต้องการของบุคคล

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่การbin

2.2.1 ห่วงโซ่คุณค่า

ห่วงโซ่คุณค่า(Value Chain)เป็นแนวคิดของ Porter (1985)ซึ่งได้อธิบายว่าในการปรับกลยุทธ์เพื่อการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของสินค้าจำเป็นต้องหาจุดยืน ที่โดดเด่นในตัวสินค้าที่สามารถสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน ทั้งในด้านราคาและการสร้างความแตกต่าง ในการสร้างความเข้าใจและความโดดเด่นของสินค้าตัวใดตัวหนึ่ง แนวคิดของ Porter จะช่วยทำความเข้าใจถึงบทบาทของแต่ละหน่วยงานปฏิบัติการ ว่าสามารถช่วยเหลือให้องค์กรธุรกิจสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าอย่างไร โดยคุณค่าที่องค์กรสามารถวัดได้โดยการพิจารณาจากการยินยอมที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคมากน้อยเพียงใด

Porter (1985) อธิบายกิจกรรมสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ซึ่งเป็นกิจกรรมหลัก (Primary Activities) และ กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) กิจกรรมหลักคือสิ่งที่สร้างมูลค่าให้กับลูกค้า วัตถุประสงค์หลักของกิจกรรมคือการผลิตมูลค่าที่สูงกว่าต้นทุนการผลิตและหารายได้ให้กับองค์กร (Rasmey, 2015)กล่าวว่าในห่วงโซ่คุณค่ากิจกรรมทั้งหมดเหล่านี้ไม่ได้เป็นอิสระจากกัน ในความเป็นจริงกระบวนการของหนึ่งกิจกรรมอาจมีผลต่อต้นทุนและประสิทธิภาพของอีกฝ่ายหนึ่ง ดังนั้นความได้เปรียบในการแข่งขันยังสามารถได้มาจากการเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรม

กรอบในห่วงโซ่คุณค่านอกจากสามารถเพิ่มคุณค่าในการดำเนินงานแล้ว ยังมีความเกี่ยวข้องกับการสร้างมาตรฐานของบริษัท โดยจำแนกประเภทกิจกรรมของโซ่คุณค่าไว้ดังรูป



รูปที่ 2.2 Value Chain
ที่มา: ปรับปรุงจาก Porter, 1985

1) กิจกรรมหลัก (Primary Activities) ประกอบด้วย 5 กิจกรรมหลัก เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ การตลาด และการขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคประกอบด้วย

1.1) การไหลเข้าของวัตถุดิบ (Inbound Logistics) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับสินค้า การขนส่ง การจัดเก็บสินค้า การแจกจ่าย การควบคุมสินค้าคงเหลือ

1.2) การดำเนินการผลิต (Operation) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้าหรือบริการไปยังลูกค้า

1.3) การจัดการฝั่งขาออก (Outbound Logistics) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม และจำหน่ายสินค้า หรือบริการไปยังลูกค้า

1.4) การตลาดและการขาย (Marketing and Sales) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการ

1.5) การบริการลูกค้า (Customer Services) กิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าให้กับสินค้านวมถึงบริการหลังการขาย

2) กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย

2.1) การจัดหา (Procurement) กิจกรรมจัดหาจัดซื้อวัตถุดิบ เพื่อมาใช้เป็นกิจกรรมหลัก

2.2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการ

2.3) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคลตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการสรรหา และคัดเลือก ประเมินผล พัฒนาฝึกอบรม ระบบเงินเดือนค่าจ้าง และแรงงานสัมพันธ์

2.4) โครงสร้างองค์กร (Firm Infrastructure) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ ระบบการเงิน ระบบบัญชี การบริหารจัดการขององค์กร

กิจกรรมหลักข้างต้นจะทำงานประสานงานกันได้ดีจนก่อให้เกิดคุณค่าได้ จะต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม นอกจากกิจกรรมสนับสนุน จะทำหน้าที่สนับสนุนกิจกรรมหลักแล้ว กิจกรรมสนับสนุนยังจะต้องทำหน้าที่สนับสนุนซึ่งกันและกันอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการจัดการห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน

วัตถุประสงค์ของการจัดการห่วงโซ่คุณค่า คือเพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขัน Porter แนะนำ ใช้ห่วงโซ่คุณค่าในการแยกกิจกรรม คุณสมบัติภาพขององค์กร โดย (Smyth,2005) กล่าวว่า ในกิจกรรมหลัก และ กิจกรรมสนับสนุน ที่อยู่ใน ห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน จะมีอีกหลากหลายกิจกรรมย่อยดำเนินอยู่ในส่วนของกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนเหล่านั้น โดยองค์ประกอบเหล่านี้มีส่วนสำคัญอย่างมากและช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของแต่ละสายการบิน ดังภาพสรุปกิจกรรมย่อยในห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน



รูปที่ 2.3 Value Chain of Aviation Industry

ที่มา: ปรับปรุงจาก Middleton, 2004

จากทฤษฎีห่วงโซ่คุณค่า ของ Michael E. Porter นำมาพัฒนาอยู่ในอุตสาหกรรมการบินสรุปได้ว่ากิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนภายในองค์กรมีการสนับสนุนซึ่งกันและกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร จะเห็นได้ว่า ระบบสารสนเทศจะเป็นองค์ประกอบหนึ่งในห่วงโซ่คุณค่า ในส่วนของการพัฒนาเทคโนโลยี ที่จะนำมาใช้ในการวางแผน การดำเนินงาน การตัดสินใจ โดยต้องทำหน้าที่สนับสนุนเชื่อมต่อกิจกรรมในทุกๆองค์ประกอบของห่วงโซ่คุณค่า เป็นการสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขันขององค์กรรวมถึงเป็นการสร้างมาตรฐานในส่วนของการบริการส่งขาออก (Outbound Logistics) ในส่วนของสินค้าและบริการไปยังลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.2 ความหมายของคุณภาพการบริการ

Kotler and Anderson (1987) อธิบายความหมายคุณภาพให้บริการ เป็นมโนทัศน์และปฏิบัติการในการประเมินของผู้รับบริการ โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างการบริการที่คาดหวัง (Expectation Service) กับบริการที่รับรู้จริง (Perception Service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ หรือ สร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการให้บริการซึ่งจะทำให้ผู้บริการเกิดความพึงพอใจจากการบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก

Crosby (1979) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการ หรือ Service Quality นั้นเป็นแนวคิดที่ถือหลักการดำเนินงานบริการที่ปราศจากข้อบกพร่อง และตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริการ และสามารถที่จะทราบความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ด้วย

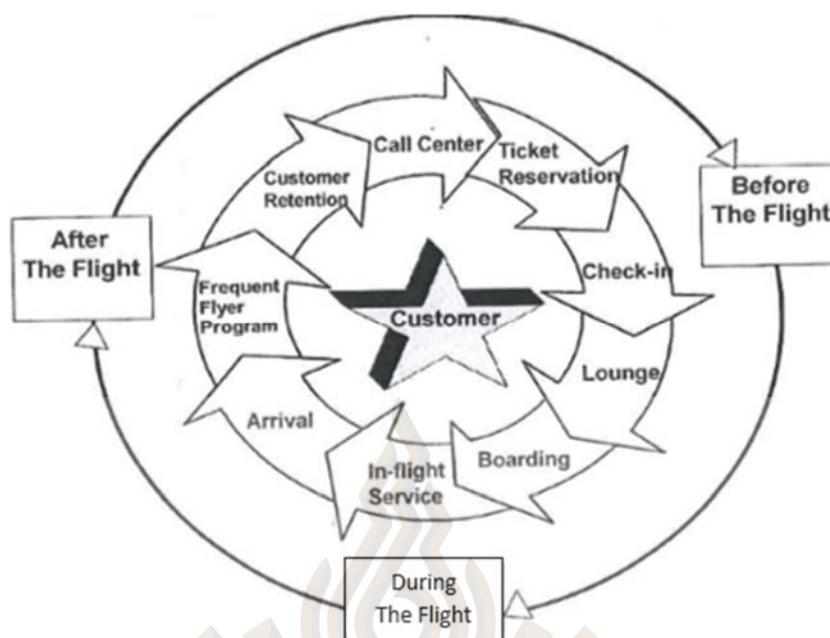
ณัฐวัฒน์ เจียรประดิษฐ์ (2558) อธิบายความหมายของคุณภาพการให้บริการ คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการขององค์กรให้แก่ลูกค้า คุณภาพของบริการจะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความคาดหวังของลูกค้าเป็นสิ่งที่จะต้องกระทำในรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ และลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ อันจะส่งผลต่อความภักดีต่อองค์กรของลูกค้าต่อไป

คุณภาพการบริการ เป็นโมเดลหนึ่งในสายการตลาดบริการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ดีในการกำหนดเป้าหมาย หรือทิศทางสร้างการบริการ โดยมีมิติที่สำคัญต่างๆที่ก่อให้เกิดผลรวมในการรับรู้ของลูกค้าว่าเป็นการบริการมีคุณภาพ 5 ด้านที่เรียกว่า RATER ดังนี้

- 1) Reliability – ลูกค้ารู้สึกที่ว่างใจได้มีคตินี้เกิดจากการให้บริการได้อย่างถูกต้องแม่นยำไม่ผิดพลาดและตรงเวลาทุกครั้ง
- 2) Assurance – ลูกค้ารู้สึกมั่นใจ มีคตินี้เกิดจากความรู้และอชยาศัยของพนักงานผู้ให้บริการที่ทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกมั่นใจต่อสถานบริการ
- 3) Tangible - ลูกค้าได้มองเห็นความพร้อมของเครื่องมือ และองค์ประกอบต่างๆ มีคตินี้เกี่ยวข้องกับเรื่องเครื่องมือ หรืออุปกรณ์ทุกอย่างที่ลูกค้าเห็น ห้องรับรอง เครื่องแบบพนักงาน
- 4) Empathy - ลูกค้ารู้สึกที่สถานบริการเอาใจใส่ – การเอาใจใส่ลูกค้าแต่ละบุคคลเป็นอย่างดีเอาใจใส่ในความต้องการเฉพาะราย สามารถจดจำชื่อลูกค้า
- 5) Responsiveness – ลูกค้าได้รับการตอบสนอง การไม่เคยปฏิเสธลูกค้าพยายามทำตามความต้องการ รวมทั้งตอบสนองลูกค้าแบบทันที

2.2.3 วงจรของการให้บริการของสายการบิน

ขั้นตอนการบริหารการบริการ (Managing the Services) มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และช่วยรักษารฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ ด้วยการปรับปรุงมาตรฐานของการบริการให้ดียิ่งขึ้น และเพื่อบริหารและพัฒนาการบริการ ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ขั้นตอนการบริหารการบริการ (Managing the Services) สามารถช่วยเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจการบิน โดยมีขั้นตอน 3 ขั้นตอน



รูปที่ 2.4 Managing the Services
ที่มา: ปรับปรุงจาก วสิษฐ์ กิตติภูล, 2555

รายละเอียดของการบริการก่อนขึ้นเครื่องบิน (Before the Flight Services) มีกิจกรรมดังนี้ การสำรองที่นั่งผ่านทางบริษัทท่องเที่ยว ทางเว็บไซต์ หรือ โดยตรงกับสายการบิน, การซื้อบัตรโดยสารเครื่องบิน โดยการจ่ายเงินผ่านบริษัทท่องเที่ยว การจ่ายเงินผ่านทางเว็บไซต์ โดยใช้บัตรเครดิต ผ่านระบบ Payment Channel ของธนาคาร หรือ การซื้อบัตรโดยสารโดยตรงกับสายการบิน, การเดินทางมาสนามบิน, การเช็คอิน (Check-in) ที่สนามบินและผ่านพิธีการตรวจคนเข้าเมือง, การใช้ห้องรับรองของสายการบิน (Lounge), การเตรียมการขึ้นเครื่องบิน (Boarding)

รายละเอียดของการบริการระหว่างอยู่บนเครื่องบิน (During the Flight Services) มีกิจกรรมดังนี้ การต้อนรับและนำผู้โดยสารนั่งตามหมายเลขที่นั่ง (Welcoming Service), การประกาศเกี่ยวกับนิรภัยบนเครื่องบิน (Safety Demonstration), การประกาศการบริการของพนักงาน (Cabin Crew Announcement), การบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Meal and Drink), การประกาศของนักบิน (Pilot Announcement), การขายของที่ระลึกและของปลอดภาษีบนเที่ยวบิน (Duty Free and Sales on Board), การประกาศและตรวจเช็คความปลอดภัย ระหว่างเครื่องทำการบินลง (Safety Procedures)

รายละเอียดของการบริการหลังจากลงจากเครื่อง (After the Flight Services) มีกิจกรรม ดังนี้การต้อนรับและผ่านพิธีการตรวจคนเข้าเมือง, การรับกระเป๋าและผ่านพิธีการศุลกากร, การดำเนินการเมื่อเกิดเหตุขัดข้อง เช่น กระเป๋าเดินทางไม่มา การบาดเจ็บหรือเกิดอุบัติเหตุระหว่างเดินทางหรือลงจากเครื่องบิน, การใช้บริการรถลิฟต์ขึ้น นำส่งที่พักหรือโรงแรม

2.2.4เกณฑ์การพิจารณาคุณภาพของการบริการ

ทั่วไปมักใช้เกณฑ์การประเมินคุณภาพของการบริการ ต้องคำนึงถึงคุณลักษณะที่ผู้รับบริการคาดหวัง หากองค์กรใดนึกถึงความสำคัญของคุณภาพของการบริการ โดยใช้เป็นแรงจูงใจให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ จึงเป็นกลยุทธ์ในการบริการตามแผนนโยบายการบริการที่คำนึงถึงคุณลักษณะดังกล่าว 10 ประการ

- 1) ลักษณะของการบริการ (Appearance) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็นหรือจับต้องได้ในกาให้บริการ
- 2) ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการตามคำสัญญาที่ให้ไว้อย่างตรงไปตรงมา
- 3) ความกระตือรือร้น (Responsiveness) หมายถึง การแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือและพร้อมที่จะให้บริการทันทีทันใด
- 4) ความเชี่ยวชาญ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ
- 5) ความนบน้อม (Courtesy) หมายถึง ความมีไมตรีจิตที่สุภาพอ่อนน้อมเป็นกันเอง เป็นมิตรของผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ปฏิบัติจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ
- 6) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อสัตย์สุจริต
- 7) ความปลอดภัย (Security) หมายถึงสภาพที่ไม่มีอันตรายหรือความเสี่ยงหรือปัญหาต่างๆ
- 8) การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง การติดต่อเข้ารับบริการด้วยความสะดวกไม่ยุ่งยาก
- 9) การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างสัมพันธ์และสื่อความหมายได้ชัดเจน ใช้ภาษาที่ผู้ฟังเข้าใจง่าย

10) ความเข้าใจลูกค้า (Understanding of Customer) หมายถึง ความพยายามในการทำความเข้าใจ ค้นหาความต้องการของลูกค้า รวมทั้งตอบสนองความต้องการดังกล่าว

จากการศึกษาสรุปได้ว่า การตอบสนองลูกค้า เป็นส่วนหนึ่งของคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) คือ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการขององค์กรให้แก่ลูกค้า คุณภาพการบริการจะสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร และสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่งได้ การเสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าเป็นสิ่งที่ต้องทำ เพราะลูกค้าจะเกิดความประทับใจและพึงพอใจในการใช้บริการ เมื่อได้รับสิ่งที่ต้องการและในรูปแบบที่ต้องการ อันจะส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าต่อองค์กรต่อไป

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ

2.3.1 ความหมายของการตัดสินใจ

Walter (1978)อธิบายคำว่า การตัดสินใจ (Decision) ว่าหมายถึง การเลือกทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเลือกจากทางเลือกที่มีอยู่หลายทางเลือก

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริหารก็มักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2550)

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่ง จากหลายๆทางเลือกที่ได้พิจารณาหรือประเมินอย่างดีแล้วว่าเป็นทางให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์กร (ชูชัย สมมติธิไกร, 2553)

การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกและเปรียบเทียบสิ่งที่ต้องการจากทางเลือกมากมายโดยนำมาพิจารณาด้วยเหตุผล เพื่อให้ได้สิ่งที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ (วิภาวรรณ มโนปราโมทย์, 2556)

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หมายถึง ขั้นตอนการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไปพฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจและพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจและกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อ และเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546)

สรุปได้ว่า การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ โดยพิจารณาทางเลือกนั้นอย่างรอบคอบแล้ว

2.3.2 กระบวนการตัดสินใจในการซื้อ

กระบวนการตัดสินใจในการซื้อ คือขั้นตอนที่ผู้บริโภคต้องพิจารณาลงมือกระทำอย่างเป็นลำดับและดำเนินการไปจนกระทั่งเกิดการตัดสินใจซื้อและลงมือซื้อสินค้า ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้ (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548)

1) การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา (Problem/Need Recognition) ในขั้นตอนแรกผู้บริโภคจะตระหนักถึงปัญหา หรือ ความต้องการในสินค้าหรือบริการซึ่งความต้องการนั้นเกิดขึ้นจากความจำเป็นซึ่งเกิดจาก

1.1) สิ่งกระตุ้นภายใน (Internal Stimuli) เช่น ความรู้สึกหิวข้าว ระบายน้ำ เป็นต้น

1.2) สิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimuli) เช่น เห็นโฆษณาสินค้าในโทรทัศน์ เป็นต้น

2) การแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการแล้ว ลำดับขั้นตอนต่อไปผู้บริโภคจะทำการหาข้อมูล เพื่อใช้ในการประกอบการตัดสินใจ โดยแหล่งข้อมูลของผู้บริโภค แบ่งเป็น

2.1) แหล่งบุคคล (Personal Source) เช่น การสอบถามจากเพื่อน ครอบครัว คนที่มีประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือบริการนั้น

2.2) แหล่งทางการค้า (Commercial Source) เช่น การหาข้อมูลจากโฆษณาตามสื่อต่างๆ พนักงานขาย ร้านค้า บรรจุกภัณฑ์

2.3) แหล่งสาธารณชน (Public Source) เช่น การสอบถามรายละเอียดสินค้าหรือบริการจากสื่อมวลชน

2.4) แหล่งประสบการณ์ (Experiential Source) เกิดจากประสบการณ์ส่วนตัวของผู้บริโภคที่เคยทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้นๆมาก่อน

3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 2 แล้ว ในขั้นตอนต่อไปผู้บริโภคจะทำการประเมินทางเลือกโดยการประเมินทางเลือกนั้น ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์หรือคุณสมบัติที่ใช้ในการประเมิน เช่น ถ้าผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการสายการบิน จะมีเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา เช่น ระยะทาง ระยะเวลาในการเดินทาง ราคา รูปแบบของสายการบิน บริการเสริมอื่นๆ เป็นต้น

4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากที่ได้ประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคจะเข้าสู่ขั้นตอนของการตัดสินใจซื้อ ซึ่งต้องมีการตัดสินใจด้านต่างๆ ดังนี้

4.1) ตรายี่ห้อที่ซื้อ (Brand Decision)

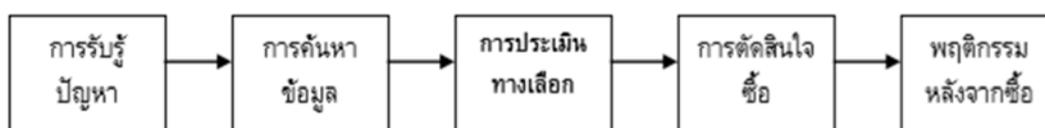
4.2) ร้านค้าที่ซื้อ (Vendor Decision)

4.3) ปริมาณที่ซื้อ (Quality Decision)

4.4) เวลาที่ซื้อ (Timing Decision)

4.5) วิธีการในการชำระเงิน (Payment-method Decision)

5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase Behavior) หลังจากที่ถูกค้าได้ทำการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว นักการตลาดจะต้องทำการตรวจสอบความพึงพอใจภายหลังการซื้อ ซึ่งความพึงพอใจนั้นเกิดขึ้นจากการที่ถูกค้าทำการเปรียบเทียบสิ่งที่เกิดขึ้นจริง กับสิ่งที่คาดหวังไว้ ถ้าคุณค่าของสินค้าหรือบริการที่ได้รับตรงตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้น โดยถ้ามีความพึงพอใจจะเกิดพฤติกรรมซื้อซ้ำ หรือบอกต่อ เป็นต้น แต่เมื่อใดก็ตามที่ลูกค้าที่ลูกค้าควรได้รับต่ำกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ ลูกค้าจะเกิดความไม่พึงพอใจ พฤติกรรมที่ตามมาคือการเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง หรือเลิกใช้หรืออาจเรียกร้องให้ผู้ขายรับผิดชอบ และมีการบอกต่อไปยังผู้บริโภคคนอื่นๆอีกด้วย



รูปที่ 2.5 แสดงขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Stage of the Buying Decision Process)

ที่มา:ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541, หน้า 145-146)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อที่กล่าวมานี้ สรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน จัดเป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อโดยตัดสินใจ การรับรู้ปัญหาเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคมองเห็นความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างสิ่งที่คาดคิดไว้กับความเป็นจริง ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลด้านต่างๆ ไว้สำหรับแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการนั้นๆ เมื่อพิจารณาหาหนทางที่เหมาะสมแล้วผู้บริโภคจะทำการประเมินทางเลือกที่เหมาะสมกับตนเองในรูปแบบต่างๆ โดยมีการตัดสินใจเลือกที่แตกต่างกัน แม้ว่าจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่เหมือนกันก็ตาม

2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ

จุดเริ่มต้นของสายการบินต้นทุนต่ำเกิดขึ้นครั้งแรกในสหรัฐอเมริกาเมื่อปี ค.ศ. 1971 โดยสายการบินเซาท์เวสต์ แอร์ไลน์ส (Southwest Airline) เป็นสายการบินต้นทุนต่ำรายใหญ่ที่สุดของสหรัฐอเมริกา หลังจากนั้นก็มีสายการบินต้นทุนต่ำรายอื่น ๆ เปิดให้บริการตามมา ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำในสหรัฐอเมริกานับว่าเป็นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและปัจจุบันกลายมาเป็นต้นแบบในการดำเนินกิจการของสายการบินต้นทุนต่ำในภูมิภาคอื่นๆทั่วโลก

ในเอเชีย สายการบินต้นทุนต่ำได้ถูกพัฒนาขึ้นในช่วงกลาง ค.ศ. 1990 ในประเทศญี่ปุ่นและฟิลิปปินส์ ทั้งสองประเทศได้รับการเปิดน่านฟ้าเสรีจากตลาดภายในประเทศที่มีขนาดใหญ่ โดยประเทศญี่ปุ่นเริ่มเปิดให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในปี ค.ศ. 1996 และในประเทศฟิลิปปินส์ที่สร้างกลยุทธ์ Low Fare, Great Value ในฟิลิปปินส์ เป็นจุดเริ่มต้นของอุตสาหกรรมภายในภูมิภาค ให้บริการแบบจุดต่อจุด (Point-to-Point service) โดยเป้าหมายส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อนในราคาที่เหมาะสมในเขตประเทศนั้น ๆ จากนั้นได้พัฒนาอย่างรวดเร็วในเอเชียใต้ เอเชียเหนือ และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปี ค.ศ. 2000 (Guntur, 2013)

สายการบินต้นทุนต่ำเป็นธุรกิจที่พลิกโฉมสภาพการแข่งขันของสายการบินในตลาดน่านฟ้าเสรีและมีผลกระทบอย่างมากต่อตลาดผู้โดยสารภายในประเทศของโลก ซึ่งก่อนหน้านี้ได้มีการควบคุม โดยผู้ให้บริการเรือขายแบบเต็มรูปแบบ (Full Service) (Yunus, Bojei, & Rashid 2013)

วสิษฐ์ กิตติกุล (2555) ได้กล่าวถึงประเภทของสายการบินต้นทุนต่ำไว้ว่า สายการบินต้นทุนต่ำนั้นมี 3 ประเภทหลักๆด้วยกันดังนี้

1) สายการบินต้นทุนต่ำแบบอิสระ (Independent Low Cost Airline) เป็นสายการบินที่สร้างขึ้นมานั้นการให้บริการแบบต้นทุนต่ำโดยเฉพาะ เช่น สายการบิน Southwest, Easy Jet Virgin Blue และ Ryan Air

2) สายการบินต้นทุนต่ำแบบบริษัทลูก (Subsidiary Low Cost Airline) เป็นสายการบินที่ถูกสร้างขึ้น โดยสายการบินปกติในรูปแบบบริษัทลูก โคนเป็น Flight Brand เพื่อที่จะรักษาส่วนแบ่งการตลาดไว้และทำการแข่งขันกับสายการบินต้นทุนต่ำด้วยกัน เช่น สายการบิน Air do ของ ANA และ ZIP ของ Canada เป็นต้น

3) สายการบินต้นทุนต่ำแบบลูกผสม (Hybrid Low Cost Airline) เป็นสายการบินต้นทุนต่ำแบบอิสระหรือบริษัทลูกก็ได้ โดยมีบริการพิเศษเพิ่มเติม เช่น บริการขายอาหาร เครื่องดื่มบนเที่ยวบิน มีบริการที่นั่งชั้นธุรกิจ หรือ มีรายการสะสมไมล์ และ ขาย Package tours เป็นต้น สายการบินเหล่านี้ได้แก่ Australian Airline ของ Qantas Airways , Air One ในอิตาลี และ สายการบินนกแอร์ ของการบินไทย เป็นต้น

รูปแบบธุรกิจของสายการบินต้นทุนต่ำถูกออกแบบด้วยกลยุทธ์การลดต้นทุนหลายอย่าง (Vidovic, A., Stimac, I., & Vince, D., 2013) กลยุทธ์ในการลดต้นทุนอย่างหนึ่งคือการใช้อากาศยานพิสัยกลาง (Medium Range, Medium-size Aircraft) เช่น แอร์บัส เอ 320 หรือ ไออิง 737 ซึ่งช่วยให้สายการบินสามารถลดต้นทุนด้านการดำเนินงานและการซ่อมบำรุง และลดค่าใช้จ่ายอื่น ๆ นอกจากนี้สายการบินต้นทุนต่ำให้บริการในเส้นทางระยะสั้นและระยะกลาง โดยตรงจุดหมายปลายทางมักจะใช้ปลายทางรองหรือสนามบินขนาดเล็กภายในเมืองเล็ก ๆ ที่อยู่ใกล้เมืองใหญ่ (Vidovic et al., 2013) จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นภายในเอเชียมีการเติบโตและพัฒนาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำอย่างรวดเร็ว ด้วยการแข่งขันทางด้านบริการ และด้านราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งจึงทำให้เป็นอีกข้อมูลหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำเกิดการเติบโตมากขึ้นในประเทศไทย ผู้โดยสารที่เดินทางโดยใช้สายการบินต้นทุนต่ำ (รวมทั้งเที่ยวบินระหว่างประเทศและเที่ยวบินภายในประเทศ) เพิ่มขึ้น สายการบินที่เปิดให้บริการในประเทศไทยส่วนใหญ่ ได้แก่ AirAsia, Nokair, NokScoot, Thai Smile, Thai lion air (Airport of Thailand PLC. [AOT], 2016) ปัจจุบัน ความไม่สงบทางการเมืองทำให้เกิดความไม่แน่นอนในตลาดธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ (Buaphiban, 2015) และการเพิ่มจำนวนของสายการบินคู่แข่งรายใหม่ รวมถึงการปรับตัวของสายการบินที่ให้บริการเครื่องบินแบบเต็มรูปแบบ (Full Service) แต่ถึงอย่างไรก็ตามในตลาดยังมีการเติบโตและคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Zhang (2010) ได้ศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวจีนคาดหวังอะไรจากสายการบินต้นทุนต่ำ โดยใช้ข้อมูล Likert Scale เพื่อระบุลำดับความสำคัญของรายการบริการจากการซื้อตั๋ว ไปจนถึงปลายทาง และรวมถึงการ Claim สัมภาระ เพื่อชี้แจงค่าใช้จ่ายของผู้โดยสารชาวจีนใส่ใจคุณลักษณะด้านการบริการทางอากาศ จึงทำให้พบว่า ชาวจีนมีความอดทนน้อยมากในเรื่องของความล่าช้าของเที่ยวบินและการจัดการสัมภาระที่ไม่ถูกต้อง แต่โปรแกรมสะสมไมล์ และ ขนาดของเครื่องบินถือว่าไม่เป็นประเด็นที่สำคัญมาก จากผลของงานวิจัยพบว่า ผู้โดยสารหรือผู้บริโภคนิยมที่จะจ่ายเงินจำนวนมากเพื่อหลีกเลี่ยงความล่าช้าตามกำหนดการบินและบินกับสายการบินที่มีเวลาที่ดีที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

Matibiri (2016) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความภักดีของลูกค้าในอุตสาหกรรมการบินในแอฟริกาโดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพการให้บริการการรับรู้และความพึงพอใจด้านความปลอดภัยและผลต่อความพึงพอใจการสะสมไมล์ต่อความภักดีของลูกค้า ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแสดงให้เห็นว่าทุกมิติคุณภาพการให้บริการมีผลต่อการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมาก มีแนวโน้มน้อยที่จะเปลี่ยนไปใช้สายการบินอื่น การศึกษานี้ใช้ตัวแปร 7 ตัวแปร ได้แก่ การสะสมไมล์ และ สามตัวแปรของคุณภาพการบริการ การรับรู้ด้านความปลอดภัย ความพึงพอใจ และ ความจงรักภักดีต่อลูกค้า โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บข้อมูลที่สนามบินนานาชาติฮาร์เร่ (The Robert Gabriel Mugabe International Airport, Airport Code: HRE) โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารที่เดินทางระหว่างประเทศทั้งหมด 148 คน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า การสะสมไมล์ (FFP) มีผลดีต่อความสัมพันธ์ระหว่างชื่อเสียงความปลอดภัยและความพึงพอใจซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาความภักดี เป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอาจทำให้เกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมได้

อดิเทพ กำแพงเสรี (2556) ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จต่อการให้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย พบว่า ผู้ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียจำนวน 400 คน มีความพึงพอใจต่อสายการบินไทยแอร์เอเชียอยู่ในระดับที่เห็นด้วย โดยแบ่งออกเป็น ปัจจัยด้านความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์อยู่ในระดับเห็นด้วย ปัจจัยความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับเห็นด้วย ปัจจัยความพึงพอใจด้านความภักดีอยู่ในระดับเห็นด้วย ในส่วนของความสัมพันธ์ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียส่งผลต่อความสำเร็จของสาย

การบินไทยแอร์เอเชียมีทั้งสัมพันธ์และไม่สัมพันธ์กันต่อความสำเร็จของสายการบินไทยแอร์เอเชีย โดยปัญหาที่สำคัญที่พบคือ การเปลี่ยนแปลงของราคาค่าโดยสารของสายการบินและการ ประชาสัมพันธ์ที่ง่ายต่อการเข้าใจของผู้โดยสาร ซึ่งสายการบินนั้นจำเป็นต้องตั้งราคาที่ เหมาะสมและการประชาสัมพันธ์ที่สามารถให้ผู้โดยสารทุกกลุ่มเข้าใจได้อย่างถูกต้อง

แครียา ภูพัฒน์ (2551) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ โตโยต้า นิว วีโอส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าจากจำนวน 385 คน ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็น เพศชาย อายุ 27-35 ปี ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีสถานภาพโสด โดยผู้บริโภค ส่วนใหญ่นิยมซื้อรถยนต์ โตโยต้า นิว วีโอส รุ่น 1.5 E เกียร์อัตโนมัติ สีที่นิยมมากที่สุดคือสีดำ ลูกค้ำ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทาง สำหรับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า นิว วีโอส เป็นเพราะเห็นประโยชน์จากความประหยัดน้ำมัน และสมรรถนะของเครื่องยนต์ ความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยรวมที่มีต่อรถยนต์โตโยต้า นิว วีโอส อยู่ในระดับสูงและมีแนวโน้มที่จะแนะนำหรือบอกต่อบุคคลอื่น ให้เลือกซื้อรถยนต์โตโยต้า นิว วีโอ สในระดับสูง โดยผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อบริษัทส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน ราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก

Buaphiban (2015) ได้ศึกษาหาปัจจัยส่งผลต่อการเลือกสายการบินของผู้โดยสาร ทัศนศึกษาผู้ให้บริการต้นทุนต่ำในประเทศไทย พบว่าประเทศไทยมีการเติบโตของการเดินทางด้วย เครื่องบินอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยมีผู้โดยสาร 53% และ 61% เป็นผู้โดยสารที่มาจาก สายการบินต้นทุนต่ำ สอดคล้องกับความจุผู้โดยสารทั้งหมดของสายการบินต้นทุนต่ำในภูมิภาค เอเชียถึงประมาณ 57% ของกำลังการผลิตทั้งหมดซึ่งสูงกว่าปีก่อนหน้านี้ โดยคิดเป็นประมาณ 20% ของการจราจรทั้งหมดที่ท่าอากาศยานไทย ประเทศไทยได้รับการระบุว่าเป็นหนึ่งในตลาดที่สำคัญ สำหรับการเติบโตของผู้โดยสารในประเทศ ของสายการบินต้นทุนต่ำ ด้วยตลาดของสายการบิน ต้นทุนต่ำนั้นจะอยู่ในชนชั้นกลางที่กำลังเติบโตต้องการการเดินทางมากขึ้นพร้อมกับพื้นที่เขตเมืองมี ประชากรหนาแน่นโดยมีทางเลือกในการเดินทางไม่มากนัก อย่างไรก็ตามก็ยังมีรายละเอียดสิ่งที่ทำ ให้ผู้โดยสารชาวไทยเลือกสายการบินเฉพาะอยู่ โดยเน้นถึงความพึงพอใจของลูกค้ามากกว่าการ เลือกสายการบิน ดังนั้นจากการศึกษาครั้งนี้ปัจจัยการสร้างแรงจูงใจของผู้โดยสารมีการเปลี่ยนแปลง อย่างมาก งานวิจัยชิ้นนี้แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในตลาดมีอยู่เป็นจำนวนมาก

มนลินี เลิศคชสิทธิ์ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินการบินไทยสำหรับการให้บริการภายในประเทศ พบว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา มากกว่าปัจจัยอื่น โดยราคาค่าโดยสารต้องมีมาตรฐานเหมาะสมกับคุณภาพ การให้บริการของระยะทาง รวมถึงความสะดวกสบายในการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวก เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินไทยเส้นทางบินภายในประเทศ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินการบินไทย สำหรับการให้บริการภายในประเทศ ในขณะที่ระดับรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินการบินไทยสำหรับการให้บริการภายในประเทศ พบว่า รายได้เป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการ

คุณลักษณะสายการบินที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสายการบินของผู้โดยสาร

จากการศึกษางานวิจัยพบว่าก่อนหน้านี้มีการระบุพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเอาผู้บริโภคเป็นฐานการตัดสินใจในการเลือกสายการบิน กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะบ่งชี้ถึงเส้นทางบิน และประเภทของสายการบิน โดยการประเมินตามลักษณะของสายการบินและลักษณะเหล่านั้นตรงกับความต้องการของผู้บริโภคก่อนที่จะทำการตัดสินใจเลือกใช้ ลักษณะสายการบินที่มีงานวิจัยสนับสนุนมากที่สุด ได้แก่ ความพร้อมใช้งานของเส้นทางและความสะดวกสบาย ความปลอดภัย การเชื่อมต่อเที่ยวบิน ราคา การตอบสนองต่อลูกค้า ปัจจัยเหล่านี้จะถูกกล่าวถึงต่อไปและรวมอยู่ในกรอบงานวิจัย อย่างไรก็ตามปัจจัยบางอย่างหรือบางกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าทางการบินอาจไม่รวมอยู่ เนื่องจากขอบเขตและข้อจำกัดในทางปฏิบัติ โดยส่วนนี้จะบรรยายถึงภาพรวมของกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่ทำให้ผู้โดยสารตัดสินใจเลือกสายการบิน โดยเฉพาะที่อยู่ในบริบทส่วนที่เหลือของงานวิจัย

ความพร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบาย

Buaphiban (2015) จากการศึกษาความพร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบายเป็นปัจจัยหนึ่งที่ชัดเจนและสำคัญในการเลือกสายการบิน เนื่องจากโครงสร้างเครือข่ายของสายการบินมีอยู่จำนวนจำกัด และมีข้อจำกัดในเรื่องของการดำเนินงานจากสนามบินใดสนามบินเดียวและมีเส้นทางแตกต่างกันจากสนามบินนั้น ทำให้เกิดข้อจำกัดในการเลือกสายการบินของผู้โดยสาร

โดยปกติแล้วผู้โดยสารจะมีทางเลือกเฉพาะสายการบินสายเดียวหรือหลายสายการบินที่ต้นทาง(Origin)และจุดหมายปลายทาง (Destination) ที่ต้องการและอาจต้องรับการถ่ายโอนสำหรับบริการบางประเภท ดังนั้นการเลือกของสายการบินทั้งที่ต้นทางและจุดหมายปลายทางจะติดปัญหาว่าจะทำการเลือกจุดไหนเป็นอันดับแรก และเมื่อทำการเลือกสายการบินนั้นแล้วเป็นที่น่าพึงพอใจหรือไม่ ซึ่งจากการศึกษา (Buaphiban,2015) พบว่าความสำคัญของการเลือกสายการบินที่จุดต้นทางและจุดหมายปลายทางนั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการในการเดินทางและเวลาออกเดินทางเป็นหนึ่งในเหตุผลหลักในการเลือกสายการบิน และความสะดวกในการกำหนดตารางเวลาเป็นปัจจัยในการเลือกสายการบิน (Atalık&Özel, 2007) รวมถึงเที่ยวบินถ่ายลำ (Transfer Flight) ที่อาจส่งผลกระทบต่อทางเลือก ตัวอย่างเช่น ผู้โดยสารจะหลีกเลี่ยงเส้นทางที่ต้องใช้เวลาถ่ายลำ(Transfer Flight)นานๆ โดยจะเน้นการเชื่อมต่อเที่ยวบินในระยะเวลาสั้นมากกว่าการเลือกระยะเวลาถ่ายลำเป็นเวลานาน แต่อาจทำให้เกิดความเสี่ยง ในกรณีที่ระยะเวลาการถ่ายลำสั้นมากๆ อาจทำให้ผู้โดยสารถ่ายลำไม่ทัน

Castillo-Manzano and Marchena-Gómez (2010) จากการศึกษาพบว่าผู้โดยสารชาวสเปนส่วนใหญ่เลือกระหว่างความถี่ของเที่ยวบินและราคา เป็นการกำหนดเส้นทาง เช่นวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันธรรมดา รวมทั้งเส้นทางว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกระหว่าง LCC (Low Cost Carrier) และ FSC (Full Service Carrier) สำหรับการถ่ายลำเที่ยวบินตามความต้องการของผู้โดยสาร

สรุปว่า ความพร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบาย อาจมีหลายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำคัญของเส้นทาง เช่นจุดเริ่มต้น (Origin) และจุดหมายปลายทาง (Destination) และการใช้เที่ยวบินถ่ายลำ (Transfers Flight) ระยะเวลาในการเดินทาง และระยะเวลาในการถ่ายลำที่เหมาะสม รวมถึงความต้องการของผู้โดยสารที่ใช้ต้องใช้เวลาเที่ยวบินถ่ายลำ อาจเป็นตัวกำหนดให้ผู้โดยสารเลือกใช้บริการของสายการบินเหล่านั้นไม่ว่าเป็น LCC (Low Cost Carrier)และFSC (Full Service Carrier) ซึ่งขึ้นอยู่กับความถี่และราคา

ความปลอดภัย

คุณลักษณะอีกข้อของสายการบิน คือความปลอดภัยของสายการบิน (Airline Safety) ความปลอดภัยของสายการบินเป็นปัจจัยหนึ่งที่ใช้ในการเลือกสายการบินต้นทุนต่ำ LCC (Low Cost Carrier) (Jou,Ham,Hensher,Chen and Kuo 2008) อธิบายในเชิงทฤษฎีพบว่าความปลอดภัยของสาย

การบินเป็นหนึ่งในทางเลือกสายการบิน จากการศึกษาที่ยังแสดงให้เห็นว่าสายการบินตอบสนองความต้องการด้านความปลอดภัยด้วยการปรับปรุงความปลอดภัยและทำการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภครับทราบถึงมาตรการความปลอดภัยของสายการบิน ซึ่งเป็นหนึ่งในส่วนประกอบสำคัญของชื่อเสียงของสายการบิน (Jou et al., 2008) ในความเป็นจริงส่วนประกอบนี้เป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดที่หลายสายการบินไม่ว่าจะเป็นสายการบินประเภท LCC (Low Cost Carrier), FSC (Full Service Carrier) หรือแม้แต่สายการบินที่ขนส่งเฉพาะสินค้าอย่างเดียว (Freighter) ให้ความสำคัญและเมื่อได้รับการรับรองจากหน่วยงานด้านความปลอดภัย เช่น ICAO (International Civil Aviation Organization) ทำให้มาตรการด้านความปลอดภัยของสายการบินจะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ด้วยการปรับปรุงและพัฒนาด้านวิศวกรรมและการปรับปรุงด้านความปลอดภัยของสายการบิน เพื่อลดอัตราการเกิดอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นกับผู้โดยสาร การสร้างมาตรการเหล่านี้ก็เพราะการแข่งขันที่รุนแรงของสายการบินที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นตามจำนวนผู้โดยสารที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นจึงคาดว่าความปลอดภัยของสายการบินจะมีบทบาทในการเลือกสายการบิน

Zhang (2010) ศึกษาพบว่า ผู้โดยสารชาวจีนให้ความสำคัญกับความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกสายการบิน

Mikulic and Prebezak (2011) อธิบายว่า ความปลอดภัยของสายการบินเป็นหนึ่งในสิ่งที่ผู้โดยสารที่โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ LCC (Low Cost Carrier) มีความสำคัญที่แตกต่างไปจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินที่ให้บริการเต็มรูปแบบ FSC (Full Service Carrier) จากการศึกษาพบว่าความปลอดภัยของสายการบินมีความสำคัญต่อผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำมากกว่าการดำเนินงานที่ตรงต่อเวลาของเที่ยวบิน (On-time Operation) ซึ่งเป็นอีกมิติหนึ่งของคุณภาพการให้บริการ

แต่ในการให้บริการของสายการบินเต็มรูปแบบ FSC (Full Service Carrier) ความสัมพันธ์จะต่างกันเมื่อพูดถึงความปลอดภัย อาจเป็นเพราะความรู้สึกปลอดภัยลดลงสำหรับผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ LCC (Low Cost Carrier) เมื่อเทียบกับ สายการบินให้บริการเต็มรูปแบบ FSC (Full Service Carrier)

Oyewole, Sankaran, and Choudhury (2007) อธิบายว่าสายการบินในมาเลเซียแสดงให้เห็นว่าอาจมีช่องว่างระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยของสายการบินและการประเมินด้านความปลอดภัยของสายการบินและการกำกับดูแลจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า สายการบินที่ได้รับการ

จัดอันดับจากผู้โดยสาร อาจเป็นสายการบินที่ปลอดภัยน้อยกว่าที่แนะนำไว้ ดังนั้นการรับรู้ของผู้โดยสารเกี่ยวกับระบบความปลอดภัยอาจแตกต่างจากความปลอดภัยจริงของสายการบิน ซึ่งอาจมีผลต่อการเลือกสายการบิน

จากงานวิจัยข้างต้น สรุปได้ว่า โดยทั่วไปเป็นที่ชัดเจนว่าการรับรู้ความปลอดภัยของสายการบินเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจในการเลือกสายการบิน อย่างไรก็ตามปัญหาที่เกิดขึ้นอาจเกิดจากความไม่แน่นอนเนื่องจากการขาดข้อมูลเฉพาะเกี่ยวกับความปลอดภัยของสายการบินและการรับรู้ถึงการดำเนินงานด้านความปลอดภัยของสายการบิน ดังนั้นความเข้าใจด้านความปลอดภัยของสายการบินจึงเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้สายการบิน และเป็นส่วนหนึ่งของกรอบงานวิจัยสำหรับการศึกษาครั้งนี้

การเชื่อมต่อเที่ยวบิน

Yuqiong(2004) อธิบายว่า การเชื่อมต่อเที่ยวบิน หมายถึง การต่อเที่ยวบินจากสนามบินต้นทางไปยังสนามบินปลายทางด้วยการเปลี่ยนเครื่อง ณ เมืองใดเมืองหนึ่ง สิ่งที่สำคัญของการเชื่อมต่อเที่ยวบิน การกำหนดตารางเวลาของสายการบินให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งในปัจจุบันลูกค้าสามารถดึงดูจากผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ได้ง่าย

อนันต์ บรรจงศิลป์ (2545) อธิบายว่า การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรการบิน เมื่อมีการเข้าร่วมกลุ่มพันธมิตรการบินจะสามารถประสานประโยชน์และ การใช้ทรัพยากรร่วมกันได้ในหลายๆด้าน ดังเช่น การปรับตารางบินและจุดเชื่อมต่อเที่ยวบินร่วมกัน รวมถึงการพัฒนาระบบข้อมูลผู้โดยสารเพื่อให้ผู้โดยสารเป็นที่รู้จักและได้รับบริการในระดับเดียวกัน การใช้โปรแกรมสะสมไมล์ร่วมกัน

สรุปว่า การเชื่อมต่อเที่ยวบิน เมื่อทำร่วมกับสายการบินในกลุ่มพันธมิตรการบิน สามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าเนื่องจากการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของแต่ละสายการบินร่วมกัน ดังนั้นการเชื่อมต่อเที่ยวบินนอกจากอำนวยความสะดวกให้กับผู้โดยสารที่เดินทางจากสนามบินต้นทางไปยังสนามบินปลายทางด้วยความปลอดภัยแล้ว ยังเป็นอีกทางเลือกให้กับสายการบินในกลุ่มพันธมิตรการบินได้มีทางเลือกและวิธีการที่จะลดค่าใช้จ่ายได้อีกทางหนึ่ง

ราคา

เกศรา จันทรจักรีสสุข (2555) อธิบาย ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ต้องชำระเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ หรือสิ่งมีค่าอื่นๆ ที่ผู้บริโภคต้องนำไปแลกเปลี่ยนกับประโยชน์ที่ได้รับจากการมีหรือการได้ใช้สินค้าหรือบริการ

ธนัท สุขวัฒนาวิทย์ (2556) อธิบายว่า ราคามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อที่ต่อเมื่อผู้บริโภคทำการประเมินทางเลือกและทำการตัดสินใจ โดยปกติผู้บริโภคชอบผลิตภัณฑ์ราคาต่ำสำหรับการตัดสินใจอย่างกว้างขวาง ผู้บริโภคมักพิจารณารายละเอียด โดยถือเป็นอย่างหนึ่งในลักษณะทั้งหลายที่เกี่ยวข้องสำหรับสินค้าฟุ่มเฟือย ราคาสูงไม่ทำให้การซื้อลดลง นอกจากนี้ราคายังเป็นเครื่องประเมินคุณค่าของผู้บริโภคซึ่งผลตามมาคือการซื้อ

ThapanatBuaphiban (2015) อธิบายลักษณะของสายการบินที่พิจารณาเป็นครั้งแรกคือราคา ราคาเป็นสิ่งที่ชัดเจนสำหรับการเลือกสายการบิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความแตกต่างด้านราคาของสายการบินต้นทุนต่ำ LCC (Low Cost Carrier) และสายการบินให้บริการเต็มรูปแบบ FSC (Full Service Carrier) การศึกษาทางทฤษฎี พบว่าการเลือกสายการบินของผู้โดยสารแสดงให้เห็นว่าราคาเป็นหนึ่งปัจจัยสำคัญในการเลือกสายการบิน แม้ว่าสายการบินนั้นจะไม่ตอบสนองในเรื่องของราคาตัวโดยสาร แต่โดยการเพิ่มความปลอดภัยและความสะดวกสบายก็ตาม

Park (2007) อธิบายว่า ราคาเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดสายการบินสำหรับผู้โดยสารชาวเกาหลีและออสเตรเลีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเทียบกับบริการที่ผู้โดยสารได้รับการศึกษาครั้งนี้พบว่าราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเลือกสนามบินและจุดหมายปลายทางที่จะออกเดินทาง

นอกจากนี้ผู้โดยสารบางประเภทอาจไม่ได้รับแรงผลักดันจากราคาในการเลือกตัวโดยสาร ตัวอย่างเช่น ผู้โดยสารที่เดินทางเพื่อธุรกิจ อาจไม่มีความรู้หรือการควบคุมราคาตัว ผู้โดยสารเหล่านี้มักจะเลือกเที่ยวบินโดยอ้างอิงตามเวลาสะดวก หรือ จากประสบการณ์เดิมจากวัฒนธรรมขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์กรที่มีขนาดใหญ่อาจกระตุ้นให้นักธุรกิจเลือกตัวราคาแพงได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวที่จะให้ความสำคัญในเรื่องของราคามากกว่า

จากงานวิจัยข้างต้น สรุปได้ว่า ราคาเป็นปัจจัยในการเลือกสายการบินและเป็นปัจจัยในการแบ่งแยกระหว่าง สายการบินต้นทุนต่ำ LCC (Low Cost Carrier) และสายการบินให้บริการเต็ม

รูปแบบ FSC (Full Service Carrier) อย่างไรก็ตาม ราคาอาจไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดสำหรับนักเดินทางบางประเภท แต่อาจมีผลมาจากปัจจัยอื่น ๆ รวมอยู่ด้วยเช่นกัน

การตอบสนองต่อลูกค้า

ณัฐวัฒน์ เกียรประคิษฐ์(2558) อธิบายความหมายการตอบสนองต่อลูกค้าว่า การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี ได้แก่ ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความพร้อมที่จะให้บริการ การติดต่อกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง การวางแผนในการปฏิบัติต่อลูกค้า เป็นต้น

ศรัณยพงศ์ เทียงธรรม (2552 อ้างถึงใน ณัฐวัฒน์ เกียรประคิษฐ์, 2558) ระบุว่า การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) ลูกค้ารู้สึกได้ว่ารับการตอบสนอง ซึ่งหมายถึงการไม่เคยปฏิเสธลูกค้าก่อนที่จะพยายามทำตามความต้องการ รวมทั้งตอบสนองลูกค้าแบบทันทีที่เห็นลูกค้า ทันทีที่ลูกค้าถาม ทันทีที่ลูกค้านำเรื่องขออีกด้วย

สรุปได้ว่า การตอบสนองต่อลูกค้า การกระทำสิ่งทีลูกค้าต้องการ ที่ลูกค้านำเรื่องขอด้วยความเต็มใจที่จะให้บริการ ให้ความช่วยเหลือทันที โดยหมายถึงการไม่เคยปฏิเสธก่อนที่จะพยายามทำตามความต้องการ และคำร้องขอของลูกค้า โดยการตอบสนองต่อลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของการพิจารณาคุณภาพของการบริการ(Service Quality)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงสำรวจใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เลือกเก็บข้อมูลแค่ 2 สนามบินของผู้ให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย คือ สนามบินสุวรรณภูมิและสนามบินดอนเมืองที่มีผู้มาใช้บริการโดยประมาณ 33,165,959 คน/ปี ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างและใช้สูตร Yamane (1967) ในการคำนวณขนาดตัวอย่าง โดยระดับความเชื่อมั่น 95 % และระดับความคลาดเคลื่อน 5 % เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้ ผู้วิจัยจึงมีวิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยแสดงวิธีการคำนวณตามสูตรได้ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad (3-1)$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้

ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการคือ

สูตร	n	=	$\frac{N}{1+N(e)^2}$
โดย	n	=	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
	N	=	จำนวนประชากร
	e	=	ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (Sampling Error)
แทนค่าสูตร	n	=	$\frac{33165959}{1+33165959 (0.05)^2}$
	n	=	399.99 คน

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจากผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย จึงมีทั้งสิ้น 400 คน

3.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างพิจารณาตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย จำนวน 400 คน

หลังจากกำหนดตัวอย่างแล้ว ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะทำการเก็บข้อมูลจากผู้โดยสารที่เดินทางเข้าและออกประเทศไทย โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้โดยสารที่ใช้บริการที่สนามบินดอนเมืองและสนามบินสุวรรณภูมิ

3.3 การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิดให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวในช่องว่างที่เว้นไว้ ตอบคำถามจำนวน 5 ข้อประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวกับ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับห่วงโซ่มูลค่าทางการบิน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสาร โดยเป็นแบบสอบถามในรูปมาตราลิกเคอร์ต (Likert, 1967) เป็นคำถามปลายปิด (Closed Ended question) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับดังนี้

- ระดับที่ 5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- ระดับที่ 4 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมาก
- ระดับที่ 3 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นปานกลาง
- ระดับที่ 2 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อย
- ระดับที่ 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายบินต้นทุนต่ำ โดยแบบสอบถามในรูปมาตราลิกเคอร์ต (Likert, 1967) เป็นคำถามปลายปิด (Closed Ended question) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับดังนี้

- ระดับที่ 5 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- ระดับที่ 4 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมาก
- ระดับที่ 3 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นปานกลาง
- ระดับที่ 2 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อย
- ระดับที่ 1 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

สำหรับเกณฑ์ในการแปลความหมายของแบบสอบถามในส่วนที่ 2 กำหนดโดยมาตราวัดตัวแปรที่ต้องการวิเคราะห์ มาเป็นช่วงเท่าๆกัน ตั้งแต่ 1-5 คะแนน ให้คะแนนหรือน้ำหนักจากความคิดเห็นมากที่สุดไปหาความคิดเห็นน้อยที่สุดเป็น 5 ถึง 1 ตามลำดับ โดยนำค่าเฉลี่ยของคะแนนในมาตราวัดมาทำการแบ่งระดับได้โดยสูตรดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} & (3-2) \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

แสดงเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยในแบบสอบถามได้ดังนี้

- 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
- 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นมาก
- 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นปานกลาง
- 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อย
- 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

การนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหา นำข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษามาปรับปรุงเพื่อให้ได้แบบสอบถามสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้เสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการศึกษาไปทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามดังนี้

3.4.1 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา

ในการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหานี้มีดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency / Index of item objective congruence / Index of Congruence หรือ IOC) เป็นวิธีที่ใช้ในการตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวัดที่ใช้ในงานวิจัย IOC จะเป็นการตรวจสอบ 2 ส่วน ได้แก่ ความตรงเฉพาะหน้า (Face Validity) และความตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) ซึ่งจะให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านมีความเชี่ยวชาญกับสิ่งที่วัดเป็นผู้ทำการตรวจสอบ

วิธีการหาค่า IOC ของเครื่องมือวัดผู้วิจัยจะนำเครื่องมือวัดที่สร้างขึ้นมาให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านตรวจสอบและให้คะแนนรายชื่อตามดุลยพินิจของผู้ทรงคุณวุฒิ

โดยการให้คะแนนรายข้อของผู้ทรงคุณวุฒินั้นจะมี 3 ค่า คือ

ค่า + 1 คือ ผู้ตรวจสอบแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถใช้วัดค่าตัวแปรที่จะศึกษาได้

ค่า 0 คือ ผู้ตรวจสอบไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสามารถใช้วัดค่าตัวแปรที่จะศึกษาได้
หรือไม่

ค่า - 1 คือ ผู้ตรวจสอบแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สามารถใช้วัดค่าตัวแปรที่จะศึกษาได้

เมื่อได้ผลคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิครบทุกท่านแล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการคำนวณตามสูตรหาค่าดัชนี ความสอดคล้องดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N} \quad (3-3)$$

IOC = ดัชนีความสอดคล้อง

R = ค่าคะแนนรายข้อตามดุลยพินิจของผู้ตรวจสอบหรือผู้ทรงคุณวุฒิ

N = จำนวนผู้ตรวจสอบหรือผู้ทรงคุณวุฒิ

ผลที่ได้จากการคำนวณจะต้องมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 ขึ้นไปจึงถือว่าเป็นแบบสอบถามที่สามารถนำไปใช้งานได้ แต่ถ้าค่าดัชนี IOC น้อยกว่า 0.6 และผู้วิจัยมีความจำเป็นที่จะต้องใช้คำถามนั้นอาจทำได้โดยให้ผู้วิจัยทำการปรับปรุงข้อคำถามให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 2 ข้อที่	R1	R2	R3	R4	S1	S2	S3	S4	C1	C2
คนที่1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
คนที่2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
คนที่3	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0
รวม	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2
ค่า IOC	1	1	1	0.666667	0.666667	1	1	0.666667	0.666667	0.666667
ผลสรุป	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0

ส่วนที่ 2 ข้อที่	C3	P1	P2	P3	P4	P5	RE1	RE2	RE3
คนที่1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
คนที่2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
คนที่3	0	1	1	0	1	1	1	1	1
รวม	2	3	3	2	3	3	3	3	3
ค่า IOC	0.666667	1	1	0.666667	1	1	1	1	1
ผลสรุป	1	1	1	1	1	0	1	1	1

ส่วนที่ 3 ข้อที่	D1	D2	D3	D4	D5
คนที่1	1	1	1	1	1
คนที่2	1	1	1	1	1
คนที่3	1	0	1	1	1
รวม	3	2	3	3	3
ค่า IOC	1	0.666667	1	1	1
ผลสรุป	1	1	1	1	1

รูปที่ 3.1 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา

3.4.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด (Reliability)

หลังจากทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดไปทดสอบกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าคุณภาพของเครื่องมือและตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการ นำข้อมูลที่ได้รับมาทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยแนวทางการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในของครอนบาช Cronbach's Alpha Coefficient (Cronbach,1951) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในของแบบสอบถามประเภทข้อมูลอันดับตามลำดับแสดงว่าแบบสอบถาม มีความเชื่อมั่นและสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับเก็บข้อมูลได้ ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด (Reliability)

ตัวแปร	ค่า Cronbach's Alpha
ความพร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบาย	
R1. จำนวนเส้นทางคือเหตุผลหลักที่ทำให้ท่านต้องการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	
R2. ท่านพอใจกับกำหนดเวลาและตารางเที่ยวบินของสายการบินต้นทุนต่ำ	
R3. ความพร้อมให้บริการของสายการบินที่เสนอโดยสายการบินต้นทุนต่ำเป็นไปตามความคาดหวังของท่าน	
R4. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องโดยสารมีความสะอาดพร้อมให้บริการ	
รวม	0.831
ความปลอดภัย	
S1. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัย	
S2. สายการบินต้นทุนต่ำที่ท่านเลือกใช้มีระบบความปลอดภัยที่ดี	
S3. ท่านเลือกใช้สายการบินที่มีชื่อเสียงที่ดีในระบบความปลอดภัยเท่านั้น	
S4. ท่านมั่นใจว่าสายการบินต้นทุนต่ำมีระบบความปลอดภัยที่ดี	
รวม	0.901

ตารางที่ 3.2 แสดงการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด (Reliability) (ต่อ)

ตัวแปร	ค่า Cronbach's Alpha
การเชื่อมต่อเที่ยวบิน	
C1. เวลาออกของเครื่องบินมีความแม่นยำ ตามตารางบินที่เสนอ	
C2. เวลาถึงจุดหมายปลายทางของเครื่องบินมีความแม่นยำ ตามตารางบินที่เสนอ	
C3. ไม่เกิดเหตุล่าช้าเมื่อมีการต่อเที่ยวบิน (Transit)	
รวม	0.930
ราคา	
P1. ท่านไม่มีปัญหาในการซื้อตั๋วจากสายการบินต้นทุนต่ำ	
P2. ราคาตั๋วโดยสารเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับท่าน	
P3. ตั๋วเครื่องบินของสายการบินต้นทุนต่ำเป็นราคาที่แพงมาก	
P4. การบริการมีความสมเหตุสมผลต่ออัตราค่าโดยสาร	
P5. สายการบินเสนอความคุ้มค่าของราคากับระยะเวลาการเดินทาง	
รวม	0.893
การตอบสนองต่อลูกค้า	
RE1. พนักงานเคาน์เตอร์เช็คอินมีความรวดเร็วในการให้บริการ	
RE2. พนักงานบนเครื่องบินมีทักษะในเรื่องความปลอดภัย และรอบรู้ในการให้ข้อมูลที่มประโยชน์	
RE3. พนักงานของสายการบินมีความเป็นมืออาชีพ มีบุคลิกภาพและทัศนคติที่ดีในการให้บริการ	
รวม	0.917
การตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ	
D1. ท่านได้สืบหาข้อมูลของเส้นทางบิน เที่ยวบินของสายการบินต้นทุนต่ำ ก่อนตัดสินใจซื้อ	
D2. ท่านได้สอบถามความเห็นคนในครอบครัว เพื่อน แฟน ฯลฯ ก่อนตัดสินใจซื้อ	
D3. โปรโมชั่นของสายการบินมีส่วนในการตัดสินใจซื้อของท่าน	

ตารางที่ 3.3 แสดงการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัด (Reliability) (ต่อ)

ตัวแปร	ค่า Cronbach's Alpha
การตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ	
D4. ท่านได้เปรียบเทียบราคาตั๋วโดยสารระหว่างสายการบินก่อนตัดสินใจซื้อ	
D5. ท่านคิดว่ารุ่นของเครื่องบินมีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ	
รวม	0.871

จากการทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยแนวทางการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องภายในของครอนบาช Cronbach's Alpha Coefficient (Cronbach,1951) ในส่วนที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานต่อการเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ 5 หัวข้อ ในส่วนหัวข้อ 1) ความพร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบาย มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.831 หัวข้อ 2) ความปลอดภัย มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.901 หัวข้อ 3) การเชื่อมต่อเที่ยวบิน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.930 หัวข้อ 4) ราคา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.893 หัวข้อ 5) การตอบสนองต่อลูกค้า มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.917 และ ในส่วนที่ 3 ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.871 แสดงให้เห็นว่ามีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.5 และในตอนที่ 3 ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำมีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.5 จึงแสดงให้เห็นว่าค่าที่ทำแบบทดสอบสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับเก็บข้อมูลได้จริง และมีการปรับปรุงเพิ่มเติมแบบสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์

3.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามให้กับผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำนวน 400 ชุด เสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงนำเสนอแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการ ดังนี้

3.5.1 การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยทำการตรวจสอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออกไป

3.5.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลในคอมพิวเตอร์

3.5.3 เมื่อผู้วิจัยได้ลงรหัสเรียบร้อยแล้วจึงนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกลงคอมพิวเตอร์เพื่อทำการวิเคราะห์ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.6 สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากการใช้แบบสอบถามสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ โดยใช้สถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล และสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 รูปแบบ

3.6.1 สถิติเชิงพรรณนา ข้อมูลวิเคราะห์สำหรับใช้เพื่อการบรรยายคุณลักษณะของข้อมูลที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย

1) ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

2) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านต่าง ๆ

3) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ร่วมกับค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงการกระจายของข้อมูลห้วงใช้คุณค่าทางการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ

ตารางที่ 3.4 แสดงการแปรผลความหมายคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจัดระดับความสำคัญ

คะแนน	ระดับการตัดสินใจ
4.21 - 5.00	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
3.41 - 4.20	มีผลต่อการตัดสินใจมาก
2.61 - 3.40	มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
1.81 - 2.60	มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
1.00 - 1.81	มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

3.6.2 สถิติเชิงอนุมาน ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ประกอบไปด้วย

1) Independent-Sample T-Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศที่มีต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ระดับสำคัญทางสถิติที่ 0.05

2) One-Way ANOVA หรือ F-Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอื่นๆ นอกจากเพศ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้โดยสารใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 โดยทำการเปรียบเทียบรายกลุ่มตามวิธี Scheffe สำหรับเฉพาะตัวแปรที่ทดสอบแล้วพบความแตกต่างกัน

3) Multiple Regression Analysis เพื่อใช้ทดสอบปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยการตรวจสอบความเป็นอิสระกันของค่าความคลาดเคลื่อนจะพิจารณาจากสถิติทดสอบ Durbin-Watson เพื่อทดสอบหาว่าค่า e_t และ e_{t+1} เป็นอิสระจากกันหรือไม่ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา และจิตา วานิชย์บัญชา, 2558)

สำหรับค่าวิกฤตของ Durbin-Watson จะขึ้นอยู่กับขนาดของตัวอย่าง (n) และจำนวนตัวแปรอิสระในสมการความถดถอย (k)

โดยพิจารณาค่าสถิติ Durbin-Watson ถ้ามีค่าเข้าใกล้ 2 (นั่นคือมีค่าในช่วง 1.5 ถึง 2.5) แสดงว่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าเป็นอิสระกัน

ถ้า Durbin-Watson มีค่าน้อยกว่า 1.5 วิ่งเข้าใกล้ 0 แสดงว่า ความคลาดเคลื่อนแต่ละตัวยังมีความสัมพันธ์กันอย่างมากในเชิงบวก

ถ้า Durbin-Watson มีค่ามากกว่า 2.5 แสดงว่าความคลาดเคลื่อนแต่ละตัวมีความสัมพันธ์ในเชิงลบ

ถ้า Durbin-Watson มีค่าเข้าใกล้ 4 แสดงว่ายังมีความสัมพันธ์กันอย่างมากในเชิงลบ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา “ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย” การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการสื่อความหมายที่ตรงกัน

4.1 การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย ได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับห่วงโซ่คุณค่าทางการบินต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยแจกแจงจำนวน (ความถี่) และค่าร้อยละ ตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน (คน) และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่
ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	158	39.5
หญิง	242	60.5
รวม	400	100
อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี	-	-
16-30 ปี	190	47.5
31-45 ปี	100	25.0
46-60 ปี	88	22.0
61 ปี ขึ้นไป	22	5.5
รวม	400	100
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	119	29.8
ปริญญาตรี	215	53.8
ปริญญาโท	63	15.8
สูงกว่าปริญญาโท	3	0.08
รวม	400	100
อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	228	57.0
เจ้าของกิจการ	74	18.5
นักศึกษา	41	10.2
พนักงานอิสระ	21	5.3
ว่างงาน	12	3.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9	2.2
เกษียณอายุ	6	1.5
ข้าราชการ	3	0.8
อื่น ๆ เช่น ค้าขาย เปิดร้านทำผม	6	1.5
รวม	400	100

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน (คน) และร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่
ผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	77	19.2
15,001-30,000 บาท	218	54.5
30,001-50,000 บาท	55	13.8
50,001 บาทขึ้นไป	50	12.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.1 จำนวน(คน)และร้อยละของข้อมูลทั่วไปจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า
ในด้านเพศ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.5 และอันดับ 2
คือเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 39.5

ในด้านอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 16-30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.5
อันดับ 2 มีอายุระหว่าง 31-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 25 อันดับ 3 มีอายุอยู่ระหว่าง 46-60 ปี คิดเป็นร้อย
ละ 22.0 อันดับ 4 มีอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.5

ในด้านระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิด
เป็นร้อยละ 53.8 อันดับ 2 คือระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 29.8 อันดับ 3 คือ
ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 15.8 และอันดับสุดท้ายระดับสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 0.08

ในด้านอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อย
ละ 57.0 อันดับ 2 เป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 18.5 อันดับ 3 คือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ
10.2 อันดับ 4 คือ พนักงานอิสระ คิดเป็นร้อยละ 5.3 อันดับ 5 คืออาชีพว่างงาน คิดเป็นร้อยละ 3
อันดับ 6 คือพนักงานรัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 2.2 อันดับ 7 คือเกษียณอายุ คิดเป็นร้อยละ 1.5
อันดับ 8 คือข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 0.8 อันดับสุดท้ายคือค้าขาย และเปิดร้านทำผม คิดเป็นร้อย
ละ 1.5

ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,001-
30,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5 อันดับ 2 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000
บาท คิดเป็นร้อยละ 19.2 อันดับ 3 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.8
และอันดับสุดท้ายมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.5

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับห้วงโซ่คุณค่าทางการบินต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ

วิเคราะห์ระดับห้วงโซ่คุณค่าทางการบินต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ แสดงผลโดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับห้วงโซ่คุณค่าทางการบินต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ สามารถจำแนกตามระดับปัจจัยเกี่ยวกับห้วงโซ่คุณค่าทางการบิน ได้ 5 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านความพร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบาย ด้านความปลอดภัย ด้านการเชื่อมต่อเที่ยวบิน ด้านราคา ด้านการตอบสนองลูกค้า แสดงในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นในด้าน การตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามด้านความพร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบาย

ข้อที่	คำถามด้านความพร้อมใช้งานของเส้นทางบิน และความสะดวกสบาย	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	(S.D)	แปลผล
1	จำนวนเส้นทางคือเหตุผลหลักที่ทำให้ท่าน ต้องการใช้บริการสายการบิน	3.70	0.82	มาก
2	ท่านพอใจกับกำหนดเวลาและตารางเที่ยวบิน ของสายการบินต้นทุนต่ำ	3.66	0.82	มาก
3	ความพร้อมใช้งานของสายการบินที่เสนอโดย สายการบินต้นทุนต่ำ เป็นไปตามความ คาดหมายของท่าน	3.58	0.88	มาก
4	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องโดยสารมี ความสะอาดพร้อมให้บริการ	3.55	0.99	มาก
	รวม	3.62	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่า ระดับความสำคัญในมิติต่างๆ ต่อความพร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบาย พบว่า จำนวนเส้นทางคือเหตุผลหลักที่ทำให้ท่านต้องการใช้บริการสายการบิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70 รองลงมาคือ ท่านพอใจกับกำหนดเวลาและตารางเที่ยวบินของสายการบินต้นทุนต่ำ และ ความพร้อมใช้งานของสายการบินที่เสนอโดยสายการบินต้นทุนต่ำ เป็นไปตามความคาดหมายของท่าน ค่าเฉลี่ยที่ 3.66 และ 3.58 ตามลำดับ ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องโดยสารมีความสะดวกพร้อมให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดที่ 3.55

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นในด้าน การตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามด้านความปลอดภัย

ข้อที่	คำถามด้านความปลอดภัย	ระดับความคิดเห็น		
		(\bar{X})	(S.D)	แปลผล
1	พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัย	3.85	0.94	มาก
2	สายการบินต้นทุนต่ำที่ท่านเลือกใช้มีระบบความปลอดภัยที่ดี	3.82	0.92	มาก
3	ท่านเลือกใช้สายการบินที่มีชื่อเสียงที่ดีในระบบความปลอดภัยเท่านั้น	3.72	0.85	มาก
4	ท่านมั่นใจว่าสายการบินต้นทุนต่ำมีระบบความปลอดภัยที่ดี	3.54	0.92	มาก
	รวม	3.73	0.76	มาก

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่า ระดับความสำคัญในมิติต่าง ๆ ด้านความปลอดภัย พบว่า พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85 รองลงมาคือ สายการบินต้นทุนต่ำที่ท่านเลือกใช้มีระบบความปลอดภัยที่ดี และ ท่านเลือกใช้สายการบินที่มีชื่อเสียงที่ดีในระบบความปลอดภัยเท่านั้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.82 และ 3.72 ส่วนท่านมั่นใจว่าสายการบินต้นทุนต่ำมีระบบความปลอดภัยที่ดี มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดที่ 3.54

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นในด้าน การตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามด้านการเชื่อมต่อเที่ยวบิน

ข้อที่	คำถามด้านการเชื่อมต่อเที่ยวบิน	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	(S.D)	แปลผล
1	เวลาออกของเครื่องบินมีความแม่นยำ ตามตารางบินที่เสนอ	3.48	0.98	มาก
2	เวลาถึงจุดหมายปลายทางของเครื่องบินมีความแม่นยำ ตามตารางบินที่เสนอ	3.63	1.00	มาก
3	ไม่เกิดเหตุล่าช้าเมื่อมีการเชื่อมต่อเที่ยวบิน (Transit)	3.70	0.94	มาก
	รวม	3.60	0.85	มาก

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า ระดับความสำคัญในมิติต่าง ๆ ด้านการเชื่อมต่อเที่ยวบินพบว่า ไม่เกิดเหตุล่าช้าเมื่อมีการเชื่อมต่อเที่ยวบิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70 รองลงมาคือ เวลาถึงจุดหมายปลายทางของเครื่องบินมีความแม่นยำ ตามตารางบินที่เสนอ และ เวลาออกของเครื่องบินมีความแม่นยำ ตามตารางบินที่เสนอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.63 และ 3.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นในด้าน การตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามด้านราคา

ข้อที่	คำถามด้านราคา	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	(S.D)	แปลผล
1	ท่านไม่มีปัญหาในการซื้อตั๋วจากสายการบินต้นทุนต่ำ	3.80	0.86	มาก
2	ต่ำ	3.96	0.96	มาก
3	ราคาตั๋วโดยสารเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับท่าน	3.92	0.88	มาก
4	ตั๋วเครื่องบินของสายการบินต้นทุนต่ำเป็นราคาที่			
5	ไม่แพงมาก	3.76	0.95	มาก
5	การบริการมีความเหมาะสมผลต่ออัตราค่าโดยสารสายการบินเสนอความคุ้มค่าของราคากับระยะเวลาการเดินทาง	3.81	0.88	มาก
	รวม	3.85	0.77	มาก

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่า ระดับความสำคัญในมิติต่าง ๆ ด้านราคา ราคาตั๋วโดยสาร เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับท่าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 รองลงมาคือ ตัวเครื่องบินของสายการบินต้นทุนต่ำ เป็นราคาที่แพงมาก และ สายการบินเสนอความคุ้มค่าของราคากับระยะเวลาการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.92 และ 3.81 ตามลำดับ ส่วนท่านไม่มีปัญหาในการซื้อตั๋วจากสายการบินต้นทุนต่ำ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.80 และลำดับสุดท้ายการบริการมีความสมเหตุสมผลต่ออัตราค่าโดยสาร มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 3.76

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นในด้าน การตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำแนกตามด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

ข้อที่	คำถามด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	ระดับความคิดเห็น		
		\bar{X}	(S.D)	แปลผล
1	พนักงานเคาน์เตอร์เช็คอินมีความรวดเร็วในการให้บริการ	3.54	0.82	มาก
2	พนักงานบนเครื่องบินมีทักษะในเรื่องความปลอดภัยและรอบรู้ในการให้ข้อมูลที่มีประโยชน์	3.87	0.98	มาก
3	พนักงานของสายการบินมีความเป็นมืออาชีพ มีบุคลิกภาพและทัศนคติที่ดีในการให้บริการ	3.79	0.89	มาก
	รวม	3.73	0.81	มาก

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่า ระดับความสำคัญในมิติต่าง ๆ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า พนักงานบนเครื่องบินมีทักษะในเรื่องความปลอดภัยและรอบรู้ในการให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 รองลงมาพนักงานของสายการบินมีความเป็นมืออาชีพมีบุคลิกและทัศนคติที่ดีในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 และพนักงานเคาน์เตอร์เช็คอินมีความรวดเร็วในการบริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 3.54

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ จำแนกตามข้อคำถาม

ข้อที่	คำถามการตัดสินใจเลือกใช้สายการบิน ต้นทุนต่ำ	ระดับความพึงพอใจ		
		(\bar{X})	(S.D)	แปลผล
1	ท่านได้สืบหาข้อมูลของเส้นทางบิน เที่ยวบิน ของสายการบินต้นทุนต่ำก่อนตัดสินใจซื้อ	4.01	0.86	มาก
2	ท่านได้สอบถามความเห็นคนในครอบครัว เพื่อน แฟน ฯลฯ ก่อนตัดสินใจซื้อ	3.82	0.92	มาก
3	โปรโมชันของสายการบินมีส่วนในการ ตัดสินใจซื้อของท่าน	4.15 4.19	0.99 0.92	มาก มาก
4	ท่านได้เปรียบเทียบราคาตั๋วโดยสารระหว่าง สายการบินก่อนตัดสินใจซื้อ	3.71	1.0	มาก
5	ท่านคิดว่ารุ่นของเครื่องบินมีส่วนในการ ตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ			
รวม		3.97	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่า ระดับความสำคัญในมิติต่าง ๆ ด้านการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ท่านได้เปรียบเทียบราคาตั๋วโดยสารระหว่างสายการบินก่อนตัดสินใจซื้อ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 รองลงมาคือ โปรโมชันของสายการบินมีส่วนในการตัดสินใจซื้อของท่าน และท่านได้สืบหาข้อมูลของเส้นทางบิน เที่ยวบินของสายการบินต้นทุนต่ำก่อนตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.15 และ 4.01 ตามลำดับ ส่วนท่านได้สอบถามความเห็นคนในครอบครัว เพื่อน แฟน ฯลฯ ก่อนตัดสินใจซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.82 และลำดับสุดท้ายคือ ท่านคิดว่ารุ่นของเครื่องบินมีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 3.71

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐานครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้วิเคราะห์ทางสถิติ ในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรต้นที่เป็นข้อมูลเชิงกลุ่มมากกว่า 2 ตัวเลือก ตัวแปรตามเป็นข้อมูลเชิงปริมาณใช้ (One-way ANOVA) ค่าเฉลี่ยของตัวแปรต้นที่เป็นข้อมูลเชิงกลุ่ม 2 ตัวเลือก ตัวแปรตามเป็นข้อมูล

เชิงปริมาณใช้ Independent simple, t-test และ Multiple Regression Analysis เพื่อใช้ทดสอบปัจจัย
ห่วงโซ่คุณค่าทางการบินส่งผลต่อการตัดสินใจ โดยการตรวจสอบความเป็นอิสระกันของค่าความ
คลาดเคลื่อน พิจารณาจากสถิติทดสอบ Durbin-Watson

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบิน
ต้นทุนต่ำ จากสมมติฐานที่ 1 สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบิน
ต้นทุนต่ำที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจจำแนกตามสถานะทางเพศ ด้วยการ
วิเคราะห์ t-test

เพศ	N	\bar{X}	SD	t	Sig.
ชาย	158	3.92	0.808	1.004	0.316
หญิง	242	4.00	0.722		

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.8 พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุน
ต่ำไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพิจารณาจากค่า Sig (2-tailed) มีค่า
เท่ากับ 0.316 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบิน
ต้นทุนต่ำที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยจำแนกตามอายุ

ระดับความพึง พอใจ	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
	ระหว่างกลุ่ม	3	4.617	1.539	2.717	0.044*
	ภายในกลุ่ม	396	224.262	.566		
	รวม	399	228.879			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.9 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพิจารณาจากค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.04 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05 และพบว่าค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Levene Statistic = 4.506, Sig. = 0.00)

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
	ระหว่างกลุ่ม	3	3.570	1.190	2.091	0.101
	ภายในกลุ่ม	396	225.309	.569		
	รวม	399	228.879			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพิจารณาจากค่า Sig มีค่าเท่ากับ 0.101 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยจำแนกตามอาชีพ

ระดับความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
	ระหว่างกลุ่ม	7	15.300	2.186	3.950	0.000*
	ภายในกลุ่ม	386	213.575	.553		
	รวม	393	228.875			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบิน ต้นทุนต่ำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพิจารณาจากค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำโดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ระดับความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
	ระหว่างกลุ่ม	3	12.362	4.121	7.537	0.000*
	ภายในกลุ่ม	396	216.517	.547		
	รวม	399	228.879			

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพิจารณาจากค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ห่วงโซ่คุณค่าทางการบินมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

ตารางที่ 4.13 แสดงการทดสอบสมมติฐานห่วงโซ่คุณค่าทางการบินมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ

ห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน	b	Std. Error	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.30	0.17		7.73	0.00*		

ตารางที่ 4.14 แสดงการทดสอบสมมติฐานห่วงโซ่คุณค่าทางการบินมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ (ต่อ)

ห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน	b	Std. Error	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	1.30	0.17		7.73	0.00*		
ด้านความพร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบาย (R)	0.04	0.07	0.04	0.62	0.54	0.39	2.56
ด้านความปลอดภัย (S)	0.34	0.07	0.35	4.84	0.00*	0.28	3.54
ด้านการเชื่อมต่อเที่ยวบิน (C)	-0.03	0.05	-0.03	-0.53	0.60	0.40	2.49
ด้านราคา (P)	0.38	0.06	0.38	6.77	0.00*	0.46	2.18
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (RE)	-0.03	0.06	0.03	-0.46	0.64	0.34	2.94
R=0.643 R ² =0.414 Adj. R ² =0.407 SEE = 0.583 F=55.686 Sig.=0.00 *							
Durbin-Watson=1.943							

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินได้แก่ ด้านความปลอดภัย (S), ด้านราคา (P) อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณอยู่ในระดับสูง (R=0.643) มีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 40.7 (Adj. R² = 0.407) มีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ 0.583 (SEE = 0.583) และความคลาดเคลื่อนของตัวแปรเป็นอิสระจากกัน โดยมีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.943 มีค่า Tolerance ต่ำสุดอยู่ที่ 0.282 และ VIF มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 3.541 จึงสรุปได้ว่าไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity)

โดยปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมากที่สุดคือ ด้านราคา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐานเท่ากับ 0.38 รองลงมาคือด้านความปลอดภัย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐานเท่ากับ 0.35

ตารางที่ 4.154 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่มีส่งผลต่อผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ในปัจจัยเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าทางการบินด้านราคา ด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุ LSD

อายุ	16-30 ปี	31-45 ปี	46-60 ปี	มากกว่า 61 ปี
16-30 ปี	-	0.068 (0.46)	0.397* (0.00)	0.570 (0.00)
31-45 ปี		-	0.329 (0.00)	0.501 (0.00)
46-60 ปี			-	0.172 (0.33)
มากกว่า 61 ปี				-

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ช่วงอายุ 16-30 ปี มีการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในด้านราคา มากกว่าช่วงอายุ 46-60 ปี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.165 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่มีส่งผลต่อผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ในปัจจัยเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าทางการบินด้านปลอดภัย ด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุ LSD

อายุ	16-30 ปี	31-45 ปี	46-60 ปี	มากกว่า 61 ปี
16-30 ปี	-	0.071 (0.43)	0.376* (0.00)	0.543 (0.00)
31-45 ปี		-	0.304 (0.00)	0.471 (0.00)

ตารางที่ 4.175 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่มีส่งผลต่อผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ในปัจจัยเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าทางการบินด้านปลอดภัย ด้านประชากรศาสตร์จำแนกตามอายุ LSD (ต่อ)

อายุ	16-30 ปี	31-45 ปี	46-60 ปี	มากกว่า 61 ปี
				0.167
46-60 ปี			-	(0.34)
มากกว่า 61 ปี				-

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ช่วงอายุ 16-30 ปี มีการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำใน ด้านความปลอดภัยมากกว่าช่วงอายุ 46-60 ปี อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.186 แสดงการสรุปสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์

ตัวแปร	สถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ
เพศ	T-Test	0.32	ไม่แตกต่าง
อายุ	F-Test	0.04	แตกต่าง
ระดับการศึกษา	F-Test	0.10	ไม่แตกต่าง
อาชีพ	F-Test	0.00*	แตกต่าง
รายได้ต่อเดือน	F-Test	0.00*	แตกต่าง

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.197 แสดงการสรุปสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยเกี่ยวกับห่วงโซ่มูลค่าทางการบิน

ตัวแปร	สถิติ	Sig.	ผลการทดสอบ
ด้านความพร้อมใช้งานของเส้นทาง บินและความสะดวกสบาย (R)	MRA	0.54	ไม่ส่งผล
ด้านความปลอดภัย (S)	MRA	0.00*	ส่งผล
ด้านการเชื่อมต่อเที่ยวบิน (C)	MRA	0.60	ไม่ส่งผล
ด้านราคา (P)	MRA	0.00*	ส่งผล
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (RE)	MRA	0.64	ไม่ส่งผล

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา “ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย” จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งสามารถสรุปผลดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 242 คน (ร้อยละ 60.5) มีอายุ 16-30 ปี จำนวน 190 คน (ร้อยละ 47.5) มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 215 คน (ร้อยละ 53.8) มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 228 คน (ร้อยละ 57.0) มีรายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท จำนวน 218 คน (ร้อยละ 54.5)

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับห่วงโซ่คุณค่าทางการบินต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ สามารถจำแนกตามระดับปัจจัยเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.8$) รองลงมา ด้านความปลอดภัยและการตอบสนองต่อลูกค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) และน้อยที่สุด ด้านการเชื่อมต่อเที่ยวบิน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) โดยแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านความพร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า จำนวนเส้นทางคือเหตุผลหลักที่ทำให้ท่านต้องการใช้บริการสายการบิน โดยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) รองลงมาคือ ท่านพอใจกับกำหนดเวลาและตารางเที่ยวบินของสายการบินต้นทุนต่ำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) และน้อยที่สุด สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องโดยสารมีความสะอาดพร้อมให้บริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$)

2) ด้านความปลอดภัยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัย โดยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) รองลงมาคือ สายการบินต้นทุน

ต่ำที่ท่านเลือกใช้มีระบบความปลอดภัยที่ดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) และน้อยที่สุดท่านมั่นใจว่าสายการบินต้นทุนต่ำมีระบบความปลอดภัยที่ดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$)

3) ด้านการเชื่อมต่อเที่ยวบินมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ไม่เกิดเหตุล่าช้าเมื่อมีการเชื่อมต่อเที่ยวบิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$) รองลงมาคือ เวลาถึงจุดหมายปลายทางของเครื่องบินมีความแม่นยำ ตามตารางบินที่เสนอ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) และน้อยที่สุด เวลาออกของเครื่องบินมีความแม่นยำ ตามตารางบินที่เสนอ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$)

4) ด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ราคาตั๋วโดยสารเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับท่าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) รองลงมาคือ ตั๋วโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำเป็นราคาที่ไม่แพงมาก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) และน้อยที่สุดการบริการมีความสมเหตุสมผลต่ออัตราค่าโดยสาร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$)

5) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พนักงานบนเครื่องบินมีทักษะในเรื่องความปลอดภัยและรอบรู้ในการให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมาคือพนักงานของสายการบินมีความเป็นมืออาชีพมีบุคลิกและทัศนคติที่ดีในการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) และน้อยที่สุดคือ พนักงานเกาน์เตอร์เช็คอินมีความรวดเร็วในการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$)

5.1.3 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย สรุปได้ว่า ท่านได้เปรียบเทียบราคาตั๋วโดยสารระหว่างสายการบินก่อนตัดสินใจซื้อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมา ท่านได้สืบหาข้อมูลของเส้นทางบิน เที่ยวบินของสายการบินต้นทุนต่ำก่อนตัดสินใจซื้อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) และน้อยที่สุด พบว่า ท่านคิดว่ารุ่นของเครื่องบินมีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$)

5.1.4 สรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ อาชีพและ

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบิณฑุเงินต่ำในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 กิจกรรมโลจิสติกส์ในห่วงโซ่คุณค่าทางการบิณฑุเงินมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบิณฑุเงินต่ำในประเทศไทย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ด้านความปลอดภัย และ ด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบิณฑุเงินต่ำในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 40.7

โดยปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบิณฑุเงินต่ำในประเทศไทยมากที่สุดคือ ด้านราคา ($\beta = 0.38$) รองลงมาคือ ด้านความปลอดภัย ($\beta = 0.35$)

5.2 อภิปรายผล

ผลจากการวิจัย ปัจจัยกิจกรรมโลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบิณฑุเงินต่ำในประเทศไทย สามารถอภิปรายได้ดังนี้

5.2.1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อาชีพและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบิณฑุเงินต่ำในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งผู้โดยสารส่วนใหญ่จะมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 16-30ปี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งผู้โดยสารส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการดังกล่าวจะมีรายได้โดยประมาณ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน

ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า มนสิณี เลิศคชสิทธิ์ (2558) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินการบินไทยสำหรับการให้บริการภายในประเทศ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินการบินไทย สำหรับการให้บริการภายในประเทศ ในขณะที่ระดับรายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินการบินไทยสำหรับการให้บริการภายในประเทศ พบว่ารายได้เป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้โดยสารให้ความสำคัญในการเลือกใช้บริการ

5.2.2 กิจกรรมโลจิสติกส์ในห่วงโซ่คุณค่าทางการบิณฑุเงินมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบิณฑุเงินต่ำในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอภิปรายผลตามค่าน้ำหนักได้ดังนี้

1) ด้านราคา (Price) พบว่าผู้ใช้บริการให้ระดับความคิดเห็นกิจกรรมโลจิสติกส์ในห่วงโซ่คุณค่าทางการบินด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่าราคาตั๋วโดยสารเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ตั๋วโดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำเป็นราคาที่ไม่แพงมาก สายการบินเสนอความคุ้มค่าของราคากับระยะเวลาการเดินทาง รวมถึงผู้โดยสารไม่มีปัญหาในการซื้อตั๋วจากสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับ แครีวา กูว์พันธ์ (2551) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ โตโยต้า นีว วีโอส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความเห็นต่อปัจจัยในส่วนประสมทางการตลาด ในด้านราคาในระดับมาก และเหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า นีว วีโอส เป็นเพราะเห็นประโยชน์จากความประหยัดน้ำมันและสมรรถนะของเครื่องยนต์ ยังสอดคล้องกับ มนสิณี เลิศกษสีย์ (2558) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินการบินไทยสำหรับการให้บริการภายในประเทศ ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา มากกว่าปัจจัยอื่น โดยค่าโดยสารต้องมีมาตรฐานเหมาะสมกับคุณภาพ การให้บริการของระยะทาง รวมถึงความสะดวกสบายในการเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลือกใช้บริการสายการบินไทย สำหรับการให้บริการภายในประเทศ

2) ด้านความปลอดภัย (Safety) พบว่าผู้ใช้บริการให้ระดับความคิดเห็นกิจกรรมโลจิสติกส์ในห่วงโซ่คุณค่าทางการบินด้านความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นว่า พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัย สายการบินต้นทุนต่ำที่ท่านเลือกใช้มีระบบความปลอดภัยที่ดี ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการสายการบินที่มีชื่อเสียงที่ดีในระบบความปลอดภัยเท่านั้น รวมถึง ผู้บริโภคนั้นใจในระบบความปลอดภัยที่ดีของสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งในการเดินทางด้วยอากาศยานทุกสายการบินต้องมีระบบความปลอดภัย และ ระบบสำรองในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินซึ่งเป็นเรื่องที่จำเป็นในการขนส่งทางอากาศทั้งในส่วนของผู้โดยสาร หรือ สินค้า เพราะเมื่อเกิดเหตุการณ์ขัดข้อง จากตัวอากาศยาน หรือจากปัจจัยภายนอกอื่นๆ เช่น สภาพอากาศ ปัญหาทางด้านการเมือง ความปลอดภัยของอากาศยานและผู้โดยสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทุกสายการบินต้องให้ความสำคัญอย่างมาก

ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับ Buaphiban (2015) ได้ศึกษาการหาปัจจัยผลต่อการเลือกสายการบินของผู้โดยสาร กรณีศึกษาผู้ให้บริการต้นทุนต่ำในประเทศไทยตลาดของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างมาก และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับชนชั้นกลางที่มีการเติบโตสูง และนิยมในการเดินทาง นอกจากจะสายการบินจะสร้างแรงจูงใจในการเดินทางกับผู้ใช้บริการ โปรแกรมสะสมไมล์ การเน้นความพึงพอใจต่อลูกค้าแล้ว จากการศึกษาพบว่าความปลอดภัยของสายการบินเป็นหนึ่งในทางเลือกสายการบิน นอกจากจะตอบสนองความ

ต้องการในด้านการตลาดแล้ว ด้านมาตรการ ความปลอดภัยทางการบินจึงเป็นอีกส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดของสายการบิน ยังสอดคล้องกับ Zhang (2010) ได้ศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวจีน คาดหวังอะไรจากสายการบินต้นทุนต่ำ ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารชาวจีนส่วนใหญ่ใส่ใจคุณลักษณะด้านการบริการทางอากาศ ในด้านความปลอดภัย และ ยินดีที่จะจ่ายเงินจำนวนมากเพื่อหลีกเลี่ยงความล่าช้าตามกำหนดการบินและบินกับสายการบินที่มีช่วงเวลาบินที่ดีที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อต้องเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ปัจจัยกิจกรรม โลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1) ผลจากการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง และอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 16-30 ปี ซึ่งใช้บริการมากกว่าเพศชายที่มีอายุเฉลี่ยที่ 16-30 เท่ากัน ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีศักยภาพทางการเงินมากกว่ากลุ่มอื่นๆ เพื่อเพิ่มผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ในช่วงอายุที่เท่ากัน ดังนั้นทางสายการบินควรเพิ่มในส่วนการตลาด โปรแกรมส่งเสริมการตลาด ทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้มาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำมากขึ้น และเพื่อเพิ่มการเติบโตควรจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าและให้การเป็นสมาชิกถาวร จะทำให้เกิดความพึงพอใจแก่คนผู้ใช้บริการกลุ่มนี้เพื่อให้กลับมาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำต่อไปในอนาคต

2) ด้านราคา (Price) ของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ด้านราคาควรพิจารณาในเรื่องการตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพการให้บริการ และระยะทางที่ให้บริการ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกโดยนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เปรียบเทียบราคาของกลุ่มแข่ง และปรับราคาให้เหมาะสม ซึ่งทำให้ผู้โดยสารทุกช่วงวัยสามารถเข้าถึง รู้สึกได้ถึงความคุ้มค่าและยินดีจ่าย โดยสร้างความโดดเด่นในเรื่องการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่งทางตรงและคู่แข่งทางอ้อม ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีการคำนึงถึงความเหมาะสมของราคาควบคู่ไปกับคุณภาพของการบริการให้ไปในทิศทางเดียวกันด้วย

3) ด้านความปลอดภัย (Safety) การขนส่งทางอากาศถือว่าการขนส่งที่มีความปลอดภัยสูงเมื่อเทียบกับการขนส่งประเภทอื่น จึงควรมีการรักษาชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของสายการบินให้เป็นที่น่าจดจำ รวมถึงการรักษามาตรฐานความปลอดภัยในการเดินทางและทรัพย์สิน ความตรงต่อเวลาของเที่ยวบิน ควรมีการสำรวจเส้นทางบินเพื่อพัฒนาและปรับปรุง

เส้นทางบินและจำนวนของเที่ยวบินเพื่อตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ รวมถึงปรับเปลี่ยนขนาดของเครื่องบินเพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้และให้เหมาะสมกับเส้นทางที่จำเป็นต้องบิน นอกจากนี้ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับกลยุทธ์การตลาดต่อลูกค้าแต่ละกลุ่ม นำเสนอการบริการที่เป็นภาพลักษณ์และลูกค้าสามารถสัมผัสได้ถึงจุดแข็งของผลิตภัณฑ์และบริการในภาพรวมได้อย่างชัดเจน และพัฒนาสายการบินต้นทุนต่ำให้เป็นเอกลักษณ์ สามารถเทียบชั้นกับสายการบินระดับนานาชาติของโลกได้ในขณะที่ผู้บริการยังคงรู้สึกถึงความประหยัดและปลอดภัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรศึกษาในด้านของห่วงโซ่คุณค่าทางการบินในแบบการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกต่อไป
- 2) ควรศึกษาประชากรศาสตร์ทั้งคนไทยและคนต่างประเทศที่เลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาความสามารถทางการขนส่งทางอากาศของประเทศไทยต่อไป

บรรณานุกรม

- เกศรา จันทร์จรัสสุข. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและใช้บริการในห้าง
เทสโก้โลตัสของผู้บริโภคใน* (Independent Study). สืบค้นจาก
http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Kesara_C.pdf
- กัลยา วานิชย์บัญชา และจิตา วานิชย์บัญชา.(2558).*การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.
กรุงเทพฯ: สามลดา* (2557).
- แคร์ริยา ภูพัฒน์. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์โตโยต้า นีว วีโอสของ
ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร* (Independent Study). สืบค้นจาก
http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Careeya_B.pdf
- นัฐยา ดวงสุวรรณ. (2553). *แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมข้าวไทย
(Independent Study)*. สืบค้นจาก [http://digi.library.tu.ac.th/thesis/ac/0931/title-
appendices.pdf](http://digi.library.tu.ac.th/thesis/ac/0931/title-appendices.pdf)
- นัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิพรีนธ์ (1991).
- นัตยาพร เสมอใจ และมัทนียา สมมิ. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เอ็กเซเปอร์เน็ด.
- ชูชัย สมิตธิไกร. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ณัฐวัฒน์ เจริญประดิษฐ์.(2558).*ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการเครือข่าย 4G ของ
ผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร*(Independent Study). สืบค้นจาก
http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/2144/1/nattawat_chie.pdf
- ท่าอากาศยานไทย. (2559). *สถิติขนส่งทางอากาศ 2016*. สืบค้นจาก [https://airportthai.co.th/wp-
content/uploads/2018/07/REPORT-2016.pdf](https://airportthai.co.th/wp-content/uploads/2018/07/REPORT-2016.pdf)
- ท่าอากาศยานไทย. (2560). *สถิติขนส่งทางอากาศ 2017*. สืบค้นจาก [https://airportthai.co.th/wp-
content/uploads/2018/07/Annual-Airport-2017.pdf](https://airportthai.co.th/wp-content/uploads/2018/07/Annual-Airport-2017.pdf)
- ธนัท สุขวัฒนาวิทย์. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในงานแสดงสินค้าของ
ประชากรในกรุงเทพมหานคร* (Independent Study). สืบค้นจาก
<http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1223/1/tanut.sukw.pdf>
- มนสิณี เลิศคชสิทธิ์. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินการบินไทยสำหรับการ
ให้บริการภายในประเทศ* (Independent Study). สืบค้นจาก
http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702031849_2857_1779.pdf

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิภาวรรณ มโนปราโมทย์. (2556). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม)ของประชากรในกรุงเทพมหานคร (Independent Study)*. สืบค้นจาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1231/1/wipawan_mano.pdf
- วสินท์ กิตติกุล. (2555). *การตลาดในธุรกิจการบิน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ศิริยศ แซ่มช้อย. (2556). *การศึกษาส่วนประสมทางการตลาดของลูกพันธุ์กุ้งขาวบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด(มหาชน) ในอำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด (Master's thesis)*. สืบค้นจาก <http://www.theses.rbru.ac.th/pdf-uploads/allfile-118-file01-2016-03-14-10-23-25.pdf>
- ศิริวรรณ เสงี่ยมรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสงี่ยมรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสงี่ยมรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์จำกัด.
- ศิรินยา ศรีศัลักษณ์. (2554). *ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมซื้อที่อยู่อาศัยที่ส่งผลต่อการใช้สื่อโฆษณา กรณีศึกษา: อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม (Master's thesis)*. สืบค้นจาก http://www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/snamcn/Sirinya_Srisasaluk/fulltext.pdf
- สันทัต เสริมศรี. (2539). *ประชากรศาสตร์ทางสังคม. นครปฐม: ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล*.
- สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์โฮลิสติก พับลิชชิ่ง.
- อนันต์ บรรจงศิลป์. (2545). *พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารและการรับรู้ในงานประชาสัมพันธ์กลุ่มพันธมิตรการบินของผู้ใช้บริการชาวไทย : กรณีศึกษากลุ่มพันธมิตรการบิน สตาร์ อัลไลแอนซ์ (Master's thesis)*. สืบค้นจาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5702031294_2842_1833.pdf
- อดิเทพ กำแพงเสรี. (2556). *ปัจจัยความสำเร็จต่อการให้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชีย (Independent Study)*. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1001/1/Adithep.kamp.pdf>
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 6)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Atalik, Ö., & Özel, E. (2007). Passenger expectations and factors affecting their choice of low cost carriers: Pegasus Airlines. *Proceedings of the Northeast Business and Economics Association*, 8, 285-288.
- Business Dictionary .(2014a). *Connecting flight*. Retrieved from <http://www.businessdictionary.com/definition/connecting-flight.html>
- Business Dictionary .(2014b). *Price*. Retrieved from <http://www.businessdictionary.com/definition/price.html>
- Business Dictionary .(2014c). *Safety*. Retrieved from <http://www.businessdictionary.com/definition/safety.html>
- Buaphiban, Thapanat. (2015). *Determination of Factors That Influence Passengers' Airline Selection: A study of Low Cost Carrier in Thailand* (Unpublished Doctoral dissertation). Embry-Riddle Aeronautical University-Daytona Beach, Florida, USA.
- Castillo-Manzano, J.I., & Marchena-Gómez, M. (2010). Analysis of determinants of airline choice: Profiling the LCC passenger. *Applied Economics Letters*, 18(1), 49-53.
- Chen, S. -L., Chuang, S. -T., Liao, Y. -T., Chang, S. -J., & Liu, Y. -W. (2013). *A Market Research of Low-Cost Carriers in Taiwan* (Unpublished Master's thesis). Golbal Partnership of Asia Colleges Business Administration, Taiwan.
- Crosby, P. B. (1979). *Quality is Free*. New York: McGraw – Hill
- Cronbach, L. J. (1951). *Starting at the Beginning: An introduction to Coefficient Alpha and Internal Consistency*, 16, 99-103.
- Guntur, M. (2013). *A Study on Low-Cost Leadership Strategy: The Case of AirAsia* (Unpublished Doctoral dissertation). Jinan University, China.
- Jou, R., Ham, S., Hensher, D.A., Chen, C., & Kuo, C. (2008). The effect of service quality and price on international airline competition. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 44(4), 580-592.
- Kotler, P., & Anderson, A. R. (1987). *Strategic Marketing for Nonprofit Organizations*. New Jersey : Prentice-Hall.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Likert, Rensis. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale. In Fishbein, M (Ed.), *Attitude Theory and Measurement* (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.
- Matibiri, B. (2016). *An investigation into the impact of service quality, frequent flier programs and safety perception on satisfaction and customer loyalty in the airline industry in south Africa* (Unpublished Doctoral dissertation). University of Zimbabwe, Zimbabwe.
- Mikulic, J., & Prebezak, D. (2011). What drives passenger loyalty to traditional and low cost airlines? A formative partial least squares approach. *Journal of Air Transport Management*, 17(4), 237-240.
- Middleton, C.(2004). *ITM700 Course Information: Fall 2004*. School of Information Technology Management, Ryerson University, Toronto, Canada, Retrieved from www.ryerson.ca/~cmiddlet/700/overheads/700week6.ppt
- Oyewole, P., Sanakaran, M., & Choudhury, P. (2007). *Consumer Choice of Airlines in Malaysia a synthesis of perspectives from participants in the air travel market*. Retrieved from https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J046v20n01_03
- Porter, M. E.(1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press,
- Park, J. (2007). Passenger perceptions of service quality: Korean and Australian case studies. *Journal of Air Transport Management*, 13(4), 238-242.
- Rasmey, Heang.(2015). *Apply The Value Grid Model In Airline Industry A Case Study Of Scandinavian Airline (SAS)*(Unpublished Doctoral dissertation). Halmstad University, Sweden.
- Smyth, A. (2005). *B2B e-marketplaces in the airline industry: Process drivers and performance indicators* (Unpublished Doctoral dissertation). Dublin Institute of Technology, Ireland.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Vidovic, A., Stimac, I., & Vince, D. (2013). Development of business models of low-cost airlines. *International Journal for Traffic and Transport Engineering*, 3(1), 69-81.
- Walter, M. (1978). *Decision Making Practices of Public Service Administrators*. Research Article, May-June 1978.
- Yamane Taro. (1967). *Taro statistic : An Introductory Analysis*. New York: Harper & row.
- Yunus, Nor Sara Nadia Muhamad., Bojei, Jamil and Rashid., Wan Edura. (2013, August). Service Quality towards Customer Loyalty in Malaysia's Domestic Low Cost Airline Services (*International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, Vol.3, No.4), 50-53.
- Zeithaml, V.A. and Bitner, M.J. (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm* (2nd Edition). Boston: McGraw-Hill.
- Zhang, Y. (2010). *What do Chinese passengers expect from domestic airlines?* (Unpublished Master's thesis). University of Southern Queensland, Australia.





ภาคผนวก

แบบสอบถาม

ปัจจัยห่วงโซ่คุณค่าทางการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้
สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

แบบสอบถามงานวิจัย

เรื่อง ปัจจัยกิจกรรม โลจิสติกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย

คำชี้แจง แบบสอบถาม เพื่อให้ผู้จัด ได้มีโอกาสรับทราบผลการดำเนินงานของตนเอง และเพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงโครงการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

โปรดเติมเครื่องหมาย ✓ และกรอกข้อความให้สมบูรณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี 16-30 ปี 31-45 ปี

46-60ปี 61 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี

ปริญญาโท สูงกว่าปริญญาโท

4. อาชีพ

พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานรัฐวิสาหกิจ ข้าราชการ

เจ้าของกิจการ เกษียณอายุ พนักงานอิสระ

ว่างาน นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา

อื่นๆ โปรดระบุ

5. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท 15,001-30,000 บาท

30,001-50,000 บาท มากกว่า 50,001 บาท

ส่วนที่ 2 ปัจจัยเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ โดยปัจจัยดังต่อไปนี้ท่านมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำมากน้อยเพียงใด โดย 5 = ความคิดเห็นมากที่สุด 4 = ความคิดเห็นมาก 3 = ความคิดเห็นปานกลาง 2 = ความคิดเห็นน้อย 1 = ความคิดเห็นน้อยที่สุดหรือต้องปรับปรุง

ห่วงโซ่คุณค่าทางการบิน	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
1. ความพร้อมใช้งานของเส้นทางบินและความสะดวกสบาย					
R1. จำนวนเส้นทางคือเหตุผลหลักที่ทำให้ท่านต้องการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ					
R2. ท่านพอใจกับกำหนดเวลาและตารางเที่ยวบินของสายการบินต้นทุนต่ำ					
R3. ความพร้อมให้บริการของสายการบินที่เสนอโดยสายการบินต้นทุนต่ำ เป็นไปตามความคาดหมายของท่าน					
R4. สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องโดยสารมีความสะอาดพร้อมให้บริการ					
2. ความปลอดภัย					
S1. พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัย					
S2. สายการบินต้นทุนต่ำที่ท่านเลือกใช้มีระบบความปลอดภัยที่ดี					
S3. ท่านเลือกใช้สายการบินที่มีชื่อเสียงที่ดีในระบบความปลอดภัยเท่านั้น					
S4. ท่านมั่นใจว่าสายการบินต้นทุนต่ำมีระบบความปลอดภัยที่ดี					
3. การเชื่อมต่อเที่ยวบิน					
C1. เวลาออกของเครื่องบินมีความแม่นยำ ตามตารางบินที่เสนอ					
C2. เวลาถึงจุดหมายปลายทางของเครื่องบินมีความแม่นยำ					

ตามตารางบินที่เสนอ					
C3. ไม่เกิดเหตุล่าช้าเมื่อมีการต่อเที่ยวบิน (Transit)					
4. ราคา					
P1. ท่านไม่มีปัญหาในการซื้อตั๋วจากสายการบินต้นทุนต่ำ					
P2. ราคาตั๋วโดยสารเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับท่าน					
P3. ตัวเครื่องบินของสายการบินต้นทุนต่ำเป็นราคาที่ไมแพงมาก					
P4. การบริการมีความสมเหตุสมผลต่ออัตราค่าโดยสาร					
P5. สายการบินเสนอความคุ้มค่าของราคากับระยะเวลาการเดินทาง					
5. การตอบสนองต่อลูกค้า					
RE1. พนักงานเคาน์เตอร์เช็คอินมีความรวดเร็วในการให้บริการ					
RE2. พนักงานบนเครื่องบินมีทักษะในเรื่องความปลอดภัยและรอบรู้ในการให้ข้อมูลที่มประโยชน์					
RE3. พนักงานของสายการบินมีความเป็นมืออาชีพ มีบุคลิกภาพและทัศนคติที่ดีในการให้บริการ					

ส่วนที่ 3 ปัจจัยเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ โดยปัจจัยดังต่อไปนี้ท่านมีระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจ

เลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำมากน้อยเพียงใด โดย 5 = ความคิดเห็นมากที่สุด 4 = ความคิดเห็นมาก 3 = ความคิดเห็นปานกลาง 2 = ความคิดเห็นน้อย 1 = ความคิดเห็นน้อยที่สุดหรือต้องปรับปรุง

การตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
D1. ท่านได้สืบหาข้อมูลของเส้นทางบิน เที่ยวบินของสายการบินต้นทุนต่ำก่อนตัดสินใจซื้อ					
D2. ท่านได้สอบถามความเห็นคนในครอบครัว เพื่อน แฟน					

๑๓๑ ก่อนตัดสินใจซื้อ					
D3. โปรโมชันของสายการบินมีส่วนในการตัดสินใจซื้อของท่าน					
D4. ท่านได้เปรียบเทียบราคาตัวโดยสารระหว่างสายการบินก่อนตัดสินใจซื้อ					
D5. ท่านคิดว่ารุ่นของเครื่องบินมีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำ					

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ภัทพร อ่วมอินทร์
วัน เดือน ปีเกิด	13 กุมภาพันธ์ 2535
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจด้าน การบิน, 2556 มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โลจิสติกส์, 2561
ทุนการศึกษา	ทุนเรียนดี ประสิทธิ์-คุณหญิงพัฒนา อูไรรัตน์
ที่อยู่ปัจจุบัน	ม.ลัดลีวิลล์ ต.อุกต อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 12130
สถานที่ทำงาน	บริษัท ทรานแอร์คาร์โก้ จำกัด
ตำแหน่งปัจจุบัน	Sales Coordinator

