

งานประชุมวิชาการระดับชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 8
วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2564



BUSINESS
CONFERENCE 2021

The 8th
Business transition to the new normal



ประกาศมหาวิทยาลัยแม่โจ้

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตรวจพิจารณาผลงานของการจัดประชุม
วิชาการระดับชาติ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เพื่อให้การดำเนินการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านบริหารธุรกิจ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เป็นไปด้วยความเรียบร้อย จึงแต่งตั้งคณะกรรมการ
ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจพิจารณาผลงานของการจัดประชุมวิชาการระดับชาติ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ดังนี้

- | | |
|-------------------------------------|---------------------------|
| ๑. รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร | บุญมาก |
| ๒. รองศาสตราจารย์ ดร.พิชานกรณ | ธนิตเบญจสิทธิ์ |
| ๓. รองศาสตราจารย์ ดร.วีระศักดิ์ | สมยานะ |
| ๔. รองศาสตราจารย์ ดร.กัญจรรุณา | ดิษฐ์แก้ว |
| ๕. รองศาสตราจารย์พรพรรณนุช | ชัยปิ่นชนะ |
| ๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภกฤษ | ธาราพิทักษ์วงศ์ |
| ๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร | ศิริโกศากิจ |
| ๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญพัฬวี | กล่อมจงเจริญ |
| ๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กริช | สมกันธา |
| ๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา | สุระ |
| ๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติคุณ | ชุลิกาวีทย์ |
| ๑๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลชญา | แว่นแก้ว |
| ๑๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศรา | สุกเพชร |
| ๑๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขมกร | ไชยประสิทธิ์ |
| ๑๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลลดา | ชะโลมกลาง |
| ๑๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชูเกียรติ | ชัยบุญศรี |
| ๑๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ | ลัมฤทธิ์สกุล |
| ๑๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณภัทร | ทิพย์ศรี |
| ๑๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เทียน | เลวามัญ |
| ๒๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หัตถพงศ์ | อวีโรธนานนท์ |
| ๒๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนกร | สิริสุคันธา |
| | ๒๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์... |

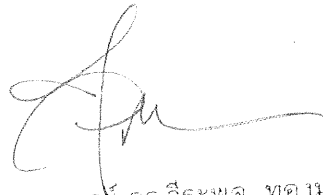
๒๒.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์	ชลประเสริฐสุข
๒๓.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรลักษณ์	สัจจะวาที
๒๔.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นภาพรรณ	เนตรประดิษฐ์
๒๕.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร	วรรณสถิตย์
๒๖.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพรรณ	ไชยานนท์
๒๓.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา	ศรีนฤวรรณ
๒๔.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เผด็จ	ทุกข์สุญ
๒๕.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษนิศา	เดชเถกิง
๓๐.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลยา	ไชยวงศ์
๓๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาณวิน	สงเคราะห์
๓๒.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิยา	บังเมฆ
๓๓.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิยะดา	ชัยเวช
๓๔.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภา	วรุณกุล
๓๕.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา	คณะสุวรรณ
๓๖.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล	ตุลาสมบัติ
๓๗.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสวี	ปานซาง
๓๘.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพรรณนิภา	สีอชาตรี
๓๙.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดฉัตร	ตันเจริญ
๔๐.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัทยา	ตันจันทร์พงศ์
๔๑.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพร	คุณวิชุด
๔๒.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส	หู่เย็น
๔๓.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิรวดี	ชมระกา
๔๔.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทริกา	มณีพันธ์
๔๕.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฉัตร	ชูชื่น
๔๖.	อาจารย์ ดร.จิรายุ	หาญตระกูล
๔๗.	อาจารย์ ดร.จักรกฤษ	เตโช
๔๘.	อาจารย์ ดร.ชนัดดา	คิวโมกษธรรม
๔๙.	อาจารย์ ดร.ชไมพร	รัตนเจริญชัย
๕๐.	อาจารย์ ดร.ชัชชัย	สุจริต
๕๑.	อาจารย์ ดร.ณัฐฉิณี	ธรรมปัญญา
๕๒.	อาจารย์ ดร.ดวงนภา	สุขะหุต
๕๓.	อาจารย์ ดร.ธนศักดิ์	ตันดินาคม
๕๔.	อาจารย์ ดร.นทีทิพย์	สรรพทานนท์

๕๕. อาจารย์...

๕๕. อาจารย์ ดร.นิตติศักดิ์	เจริญรูป
๕๖. อาจารย์ ดร.เบญจวรรณ	สุจริต
๕๗. อาจารย์ ดร.ปิติมา	ดิศกุลเนติวิทย์
๕๘. อาจารย์ ดร.พนมพร	เฉลิมวรรณ
๕๙. อาจารย์ ดร.วัลภา	วงศ์จันทร์
๖๐. อาจารย์ ดร.สายัณห์	อุ่มนันนาค
๖๑. อาจารย์ ดร.สุมนา	ลาภาโรจน์กิจ
๖๒. อาจารย์ ดร.โสภา	เกสัชพิพัฒน์กุล
๖๓. อาจารย์ ดร.อภิวัฒน์	อายุสุข
๖๔. อาจารย์ ดร.อัจฉราพร	แปลงมาลัย
๖๕. อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์	มารังค์
๖๖. อาจารย์ ดร.อรุณี	ยศบุตร
๖๗. อาจารย์ ดร.ศักดิ์ชาย	จันทร์เรือง

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ ๑๖ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๓



(รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทอมา)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยขอนแก่น



คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

มอบใบประกาศนียบัตรนี้ไว้เพื่อแสดงว่า
บทความเรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยศิลปกร คณะวิทยาการจัดการ ภาควิชาสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินไทยไลอ้อนแอร์

.....

โดย

**เพชร มั่นสปียะ, มาลีวัลย์ มณีอินทร์, เขียวลักษณ์ ฮงมา,
นรวิทย์ ทิพย์ศักดิ์, นิธิกร ม่วงสรเชียว**

.....

ได้รับการพิจารณาเข้าร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการ

ในการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 8

“BUSINESS TRANSITION TO THE NEW NORMAL”

ให้ไว้ ณ วันที่ 5 กุมภาพันธ์ พุทธศักราช 2564

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก
คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

สารบัญ

	หน้า
63. ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรในธุรกิจโรงแรมจังหวัดตรัง :ชยนรรจ์ ขวพลอด จตุพร ฮกทา และ อุไรวรรณ กริ้วกลาย	916
64. ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปกร คณะวิทยาการจัดการ ภาควิชาสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินไทยไล ออนแอร์ :เพชร มนัสปิยะ มาลีวัลย์ มณีอินทร์ เขียวลักษณ์ ฮงมา นรวินัญ ทิพย์ศักดิ์ และ นิธิกร ม่วงศรีเขียว	932
65. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันเดลิเวอรี่ :ณิชา ทองวัฒนานนท์ ศิวาพร ตระกูลศรี เอกพร พิงจันอัด และ ธนพัฒน์ อินทวิ	949
66. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ถุงผ้า ของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา :ทิพวรรณ สันทวิป ณัฐชัย ราษประดิษฐ์ และ วิลาวัลย์ จันทร์ศรี	966
67. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้หลอดรีไซเคิล : กรณีศึกษาของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา :นุชรี ปานป้อง พิชัย ไกรวัล และ วิลาวัลย์ จันทร์ศรี	981
68. ปัจจัยที่ส่งผลต่อทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกของครูชนบทในภาคเหนือตอนล่าง :วาสนา อยู่นาน กิ่งกาญจน์ ชูติด จิรวัดน์ พุ่มคำ และ ณิชกร วุฒธะพันธ์	996
69. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ยี่ห้อฮอนด้าของผู้บริโภคใน สปป.ลาว :เธียรชัย บุรณโกศล และ วรางคณา ถาวรวิริยตระกูล	1016
70. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการทुरुซ็อบ สาขาเซ็นทรัลพลาซ่าสุ ราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี :วัชรพันธ์ วรเศรษฐศักดิ์ และ นรารัตน์ เกื้อทอง	1030
71. พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนใน จังหวัดเชียงใหม่ :ศลิษา เพ็ชรทองคำ และ เอนก ชิตเกษร	1041
72. พฤติกรรมการใช้จ่ายของประชาชนจังหวัดภูเก็ตในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 :ธีรนนท์ ตู้เหล็ก ฤทธิเอก ดวงสิน และ ดวงรัตน์ โกยกิจเจริญ	1051
73. พฤติกรรมการใช้บริษัทขนส่ง จำกัดของประชาชนจังหวัดภูเก็ตตามแนวทางปกติใหม่ :กิตติศักดิ์ อินรอด สมศักดิ์ บิลเต๊ะ และ สมชาย ไชยโคต	1063
74. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การรีจันแกนโลกไซเบอร์ และปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาพจิตของวัยรุ่น ในจังหวัดพิษณุโลก :วิภาพร สายทอง ภรรณิกา ขำนิพัฒน์ และ ณิชกร วุฒธะพันธ์	1076
75. พฤติกรรมการบริโภคสินค้าที่เกิดจากอิทธิพลศิลปินเกาหลี กรณีศึกษา : กลุ่มศิลปินนักร้องเกาหลีวง EXO :ทิพย์สิริ สร้อยระย้า พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาทิตยา วงษ์มาก ธัญชนก สัมมาวรรณ และ จิราพร พลันสุข	1096

ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินราคาประหยัด

ของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ

กรณีศึกษาสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินไทยไลอ้อนแอร์

เพชร มนัสปิยะ^{1*} มาลีวัลย์ มณีอินทร์² เยาวลักษณ์ ฮงมา³ นรวินท์ ทัพยศักดิ์⁴ นิธิกร ม่วงศรีเขียว⁵

บทคัดย่อ

สายการบินราคาประหยัดมีบทบาทต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจภายในประเทศเป็นอย่างมาก โดยพบว่า จำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดมีแนวโน้มสูงขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสายการบินราคาประหยัดเป็นที่นิยมและมีบทบาทต่ออุตสาหกรรมการบินมาก ผู้ประกอบการสายการบินจึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนและพัฒนากลยุทธ์การตลาดใหม่ตามสถานการณ์ของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยงานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 378 คน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ กรณีศึกษาสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ โดยใช้หลักการตลาดแบบประสม 7Ps

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ กรณีศึกษาสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับราคาค่าบัตรโดยสาร ช่องทางการจัดจำหน่าย มากที่สุด โดยมีข้อเสนอแนะในการเพิ่มเที่ยวบินจากสนามบินนานาชาติหัวหินไปยังจังหวัดอื่นๆ

คำสำคัญ : สายการบินราคาประหยัด, ผู้โดยสาร, 7Ps

^{1*, 2, 3, 4} นักศึกษา, คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร, 0960893743, manaspiya_p@silpakorn.edu

⁵ อาจารย์ ดร., มหาวิทยาลัยศิลปากร



**POSITIVE IMPACT FACTORS AFFECT DECISION
USE LOW COST AIRLINES SERVICE OF THE STUDENT,
SILPAKORN UNIVERSITY, FACULTY OF MANAGEMENT
SCIENCE, CASE STUDY : THAI AIR ASIA AIRLINES AND
THAI LION AIRLINES**

Petch Manaspiya ^{1*} Maleewan Maneein ² Yaowalak Hongma ³
Narawit Thipayasak ⁴ Nithikon Muangsonkeaw ⁵

Abstract

Low cost Airlines has been a major part of Tourism Industry and the economy due to an increasing the total of passenger use Low cost Airlines has trend and show that Low cost Airlines is popular and role of more Airlines Business.

The entropenure of Airlines should be apply and developed strategy depend on suitiation of market as change. The sample is 378 pax. The objective of this research for study to choose Low cost Airlines service of the student, Silpakorn University, Faculty of Management Science and compare service of Low cost Airlines between Thai Air Asia Airlines and Thai Lion Airlines by use mix market 7Ps.

The result of research shown that positive impact factors and important to decision to use Low cost Airlines of the student, Silpakorn University, Faculty of Management Science, case study Thai Air Asia Airlines and Thai Lion Airlines by satisfy about air ticket price and the channel of distribute are mostly. The suggestion is increasing more flights from International Hua-Hin Airport to another province.

Keywords : Low-cost Airline, Passenger, 7Ps

^{1*2,3,4} Student, Silpakorn University, 0960893743, manaspiya_p@silpakorn.edu

⁵ Professor Dr., Silpakorn University



บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่ประเทศไทยใช้เป็นตัวขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจการบินและธุรกิจของที่ระลึก การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ส่งผลให้มีบทบาทที่สำคัญต่อสังคมและเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็น การฟื้นฟูและการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมการแต่งกาย การคมนาคมและสาธารณสุขโลก ช่วยลดช่องว่างทางสังคม เกิดการหมุนเวียนของเงินตรา เป็นต้น อุตสาหกรรมการบินเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการเดินทางโดยเครื่องบินมีความรวดเร็วและประหยัดเวลาในการเดินทาง ซึ่งในขณะที่เดินทางจะได้รับความสะดวกสบายและปลอดภัยเนื่องจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยและการบริการของหน่วยงานภาคพื้นดิน

ในประเทศไทยการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก และมีแนวโน้มในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจสายการบินราคาประหยัดที่เติบโตอย่างรวดเร็วตั้งแต่ปีพ.ศ. 2553-2556 ประเทศไทยเป็นผู้นำทางการตลาดของสายการบินราคาประหยัด และท่าอากาศยานที่ถูกจัดให้เป็นท่าอากาศยานบริการสายการบินราคาประหยัดที่ใหญ่ที่สุดในโลก คือ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง ซึ่งถูกจัดตั้งโดย Center for Asia Pacific Aviation; CAPA และมีผู้ใช้บริการสายการบินราคาประหยัดเพิ่มขึ้นในทุกปี จึงทำให้มีเส้นทางการบินเพิ่มขึ้นและมีความถี่ในการให้บริการมากขึ้น

ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินราคาประหยัดรายแรกของประเทศไทย คือ สายการบินไทยแอร์เอเชีย ซึ่งอยู่ภายใต้แบรนด์แอร์เอเชีย ประเทศมาเลเซีย โดยพันธกิจของสายการบินไทยแอร์เอเชีย คือ เปิดโอกาสให้ “ใคร ใคร...ก็บินได้” กลยุทธ์ทางการตลาด คือ การขายตั๋วเดินทางภายในประเทศที่ราคาต่ำที่สุด ซึ่งมีราคาตั๋วเดินทางไม่รวมค่าบริการอื่นๆ เช่น อาหาร เครื่องดื่ม น้ำหนักกระเป๋า และการระบุที่นั่งล่วงหน้า แต่หากต้องการใช้บริการอื่นที่นอกเหนือจากราคาตั๋วเดินทางดังกล่าวสามารถจ่ายเพิ่มเติมได้ (Airasia, <https://www.airasia.com/flights/th/th/asia>)

สายการบินไทยไลอ้อนแอร์เป็นสายการบินที่ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2556 นับเป็นผู้ประกอบการสายการบินราคาประหยัดรายใหม่ในประเทศไทย โดยเป็นสายการบินที่มีศูนย์ปฏิบัติการและสำนักงานใหญ่อยู่ที่อินโดนีเซีย โดยมีสโลแกนว่า “Freedom of fly” เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และมีกลยุทธ์ทางการตลาดในการเสนอราคาตั๋วเดินทางที่รวมค่าบริการต่างๆ เช่น ของว่าง และน้ำหนักกระเป๋า รวมถึงสามารถระบุที่นั่งล่วงหน้าได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่ม (lion air, [https://www.lionairthai.com/th/press_release/2020/03/26/\[News-Update\]-Freedom-to-fly-Freedom-to-go](https://www.lionairthai.com/th/press_release/2020/03/26/[News-Update]-Freedom-to-fly-Freedom-to-go))

คณะผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับ “ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ ภาควิชาศึกษาสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินไทยไลอ้อนแอร์” เพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ และเปรียบเทียบการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำระหว่างสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ ตลอดจนศึกษาข้อเสนอแนะในส่วนที่สายการบินราคาประหยัดควรพัฒนาและปรับปรุง รวมถึงให้ข้อมูลผู้สนใจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาตอบสนองความพึงพอใจของผู้โดยสารและผู้ให้บริการ



การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง/Literature Review

การวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของนักศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ กรณีศึกษาสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินไทยไลออนแอร์” ผู้วิจัย ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลของสายการบินต้นทุนต่ำ

- สายการบินไทยแอร์เอเชีย
- สายการบินไทยไลออนแอร์

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ
- แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสายการบินต้นทุนต่ำ

1.1 สายการบินไทยแอร์เอเชีย

อารักษ์ ชลธาร์นนท์ ประธานกรรมการบริษัท เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า ปี พ.ศ.2558 เป็นปีที่ ธุรกิจการบินมีการเติบโตและแข่งขันกันอย่างรุนแรง และสายการบินไทยแอร์เอเชียจะรักษาความเป็นผู้นำและสร้างจุดยืนที่แตกต่าง ดังนั้น จึงสานต่อและขยายความหมายและกรอบแนวคิดการให้บริการแบบ “บินคุ้ม คุณภาพครบ” กล่าวคือนอกจากการให้บริการเที่ยวบินราคาประหยัดแล้ว สายการบินไทยแอร์เอเชียยังเน้นในเรื่องของ คุณภาพการให้บริการ การครอบคลุมทั้ง ความตรงต่อเวลาและความปลอดภัยถือว่า สายการบินไทยแอร์เอเชียกำหนดนโยบายและวางกลยุทธ์ได้ตรงจุด ทำให้ปี พ.ศ.2558 สายการบินไทยแอร์เอเชียมีจุดแข็งที่สำคัญในตลาดการแข่งขัน และการจัดอันดับของ First State ได้ระบุว่า สายการบินไทยแอร์เอเชียเป็นสายการบินราคาประหยัดที่ตรงต่อเวลาที่สุดในประเทศไทยและภูมิภาค (อารักษ์ ชลธาร์นนท์, 2559, หน้า 17)

1.2 สายการบินไทยไลออนแอร์

สายการบินไทยไลออนแอร์เป็นสายการบินราคาประหยัด ก่อตั้งเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ.2556 โดยสำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศอินโดนีเซีย มีการเปิดให้บริการเที่ยวบินทั้งในประเทศและต่างประเทศ และมีสโลแกนว่า “Freedom to Fly” สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการให้บริการทุกเที่ยวบิน ออกแบบเป็นรูปสิงโต โดยได้แรงบันดาลใจจากชื่อสายการบิน สะท้อนภาพลักษณ์ของลูกค้าหลัก คือ นักเดินทางวัยหนุ่มสาว และให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้า โดยให้ผู้โดยสารสามารถนำสัมภาระบรรทุกใต้ท้องเครื่องได้ฟรี ไม่เกิน 15 กิโลกรัม สำหรับเที่ยวบินในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ สามารถเลือกที่นั่งได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย (Thai Lion Air Magazine, December 2014, หน้า 13)



สายการบินไทยไลอ้อนแอร์ เป็นสายการบินแรกในประเทศไทยที่มีวิศวกรอากาศยาน และช่างอากาศยานผู้ชำนาญงานทั้งจากประเทศไทยและอินโดนีเซียกว่า 50 คน ทำให้ผู้โดยสารมีความเชื่อมั่นและมั่นใจในความปลอดภัยในการเดินทาง และให้ความสำคัญในความปลอดภัยของผู้โดยสารเป็นอันดับหนึ่ง โดยตรวจสอบอากาศยานทุกลำภายใต้การดูแลของผู้เชี่ยวชาญอยู่เสมอ (Thai Lion Air Magazine, May 2014, หน้า 8)

2.แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ คือ พื้นฐานของความสัมพันธ์ทางการติดต่อสื่อสารในการให้บริการแก่ลูกค้า องค์กรจำเป็นต้องเรียนรู้ทฤษฎีความสัมพันธ์ใกล้ชิด ความคุ้นเคยเพื่อครองใจลูกค้า ประกอบด้วย 5c คือ

- 1.การสื่อสาร (Communication)
- 2.ความใส่ใจและการให้ (Caring and Giving)
- 3.การให้ข้อผูกมัด (Commitment)
- 4.การให้ความสะดวกสบาย (Comfort)
- 5.การแก้ไขสถานการณ์ขัดแย้ง(Conflict resolution) (วรรัตน์ สันติวงษ์,2549)

ความเชื่อมั่น หรือความไว้วางใจ (Trust) เป็นความคาดหวังที่พัฒนาขึ้นภายในบุคคล ดังนั้น บุคคลจึงมีความแปรผันตามความเชื่อมั่นของตนเอง ความไว้วางใจแต่ละบุคคลจะทำให้เกิดปฏิกิริยาซ้ำๆ กับผู้ที่เขาไว้วางใจ (Trustor) เพื่อแสดงออกให้รู้ถึงความน่าไว้วางใจ ระดับความไว้วางใจขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล บุคลิกภาพและวัฒนธรรมเดิมของบุคคลนั้น ความไว้วางใจค่อนข้างคงที่ หรือเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยตามสถานการณ์ (ชัยยุทธ อรัญสุคนธ์, 2557)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

การให้บริการ (Service) หมายถึง กิจกรรมหรือผลประโยชน์เชิงนามธรรม มีผู้ให้บริการเป็นผู้เสนอขาย และผู้รับบริการได้รับแต่ไม่ได้ครอบครองบริการนั้นๆ เป็นรูปธรรม กระบวนการให้บริการอาจจะให้ควบคู่ไปกับการจำหน่ายสินค้าหรือไม่ก็ได้ ดังนั้น การบริการจึงเกี่ยวข้องกับการเสนอขายสินค้า การปฏิบัติงานหรือการกระทำใดๆ ก็ตาม ให้แก่ผู้รับบริการได้พึงพอใจในตัวสินค้าและบริการ (ชูชัย สมितिไกร, 2554)

การให้บริการ (Service) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมหรืองานเพื่อผลประโยชน์ (Benefit) สำหรับลูกค้าหรือผู้รับบริการ โดยสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามความต้องการของผู้รับบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552)

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจ ให้บริการ คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการสร้างความแตกต่างในตลาดคู่แข่ง การเสนอคุณภาพที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการจะเป็นการให้บริการที่มีคุณภาพที่สุด (กนกวรรณ นาสมpong, 2555)



3.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐพร มีเนียม (2556) ทำการศึกษาเรื่อง “ผลกระทบจากการเกิดอุบัติเหตุของเครื่องบินโดยสารกับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภค” พบว่า ปัจจัยด้านการให้บริการและพนักงานส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ (2556) ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทย” พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานอยู่ในระดับมาก โดยอัตราย้ายไม้ตรีและประสิทธิภาพของพนักงานที่ให้บริการบนเครื่องบินเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด

ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ (2556) ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทย” พบว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญต่อผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยแล้วคือ ราคาบัตรโดยสารเหมาะสมกับเส้นทางและราคาบัตรโดยสารถูกกว่าสายการบินอื่นๆ ในช่วงที่ซื้อ เป็นปัจจัยย่อยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกอุไร วังปรีชา (2557) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) ในประเทศไทย” พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสายการบินต้นทุนต่ำมีราคาบัตรโดยสารถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับสายการบินอื่นอยู่ในระดับมากที่สุด

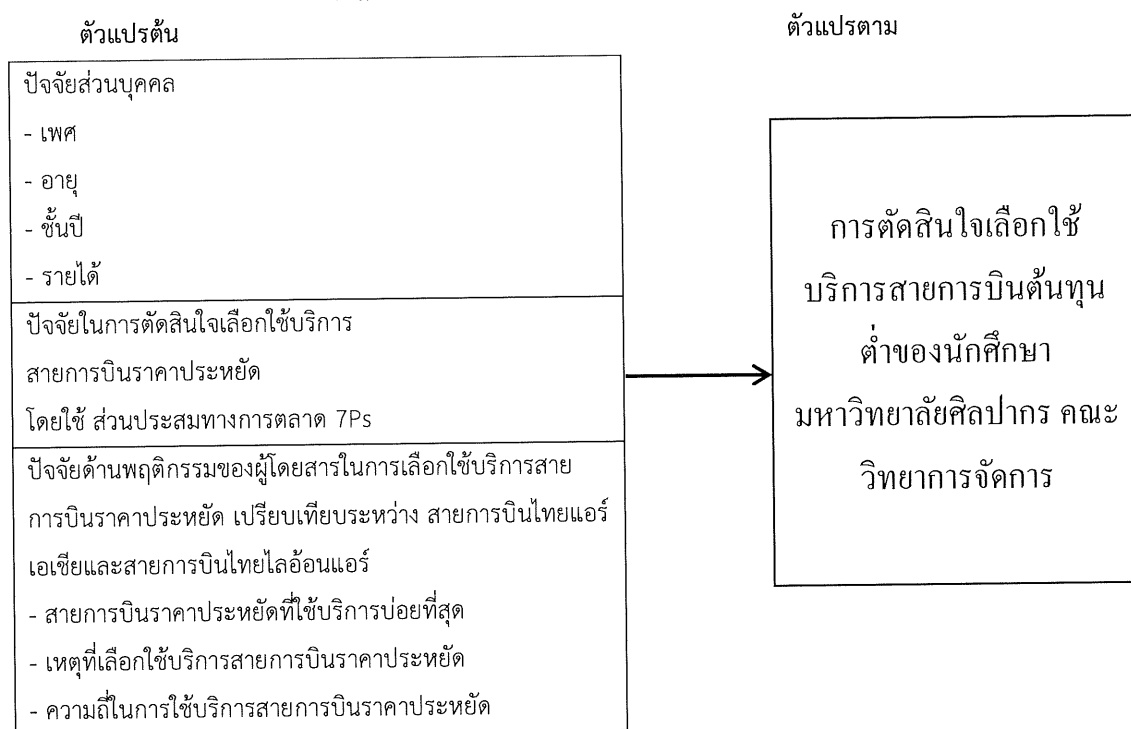
ศุภวิช ชินรัตนลาม (2558) ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้ใช้บริการชาวไทย” พบว่า ผู้โดยสารชาวไทยใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเฉลี่ย 1-3 ครั้งต่อปี โดยเลือกใช้บริการในความพึงพอใจด้านราคา 501-1,000 บาท โดยผู้โดยสารร้อยละ 93 เลือกซื้อบัตรโดยสารเมื่อมีกิจกรรมส่งเสริมการขายของสายการบินเป็นอันดับแรก และใช้บริการสายการบินไทยแอร์เอเชียบ่อยที่สุด

สราสี โรมรัตน์พันธ์ (2561) ทำการวิจัยเรื่อง “ความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการ การรับรู้คุณค่า และภาพลักษณ์ ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ” พบว่า ความไว้วางใจเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยมีการให้บริการที่มีคุณภาพและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้โดยสารตลอดการเดินทาง



4.กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้



ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ กรณีศึกษาสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินไทยไลอ้อนแอร์เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อสรุปผลวิจัย โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังนี้

1. ลักษณะของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ลักษณะของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาทุกสาขาวิชา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีที่เคยใช้บริการสายบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศไทย ใช้วิธีการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) (กฤษดา เขียววัฒนสุข และปิยวรรณ ไกรเลิศ, 2559)



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

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ควรสุ่ม
 N แทน ขนาดของประชากรทั้งหมด
 e แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่ม (ในที่นี้ค่าความคลาดเคลื่อน = 0.05 แทนค่าในสูตรดังนี้)

$$n = \frac{3,273}{1 + (3,273)(0.05)^2}$$

$$= 356.43 \approx 360 \text{ คน}$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 378 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยเชิงปริมาณนี้ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปลายี่ส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Closed ended question) แบบมีตัวเลือกให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ปลายี่ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ตอบแบบสอบถามและระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งเกณฑ์ในการกำหนดค่านำหนักการประเมินค่าเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (Five-Point Likert Scale) ดังนี้

ระดับคะแนน 5 มากที่สุด

ระดับคะแนน 4 มาก

ระดับคะแนน 3 ปานกลาง

ระดับคะแนน 2 น้อย

ระดับคะแนน 1 น้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นหรือการตัดสินใจชื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งผลจากการคำนวณโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และมีอันตรภาคชั้นช่วงระยะเท่ากับ 0.8 เกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็น ระดับการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ และปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
2.61-3.40	ปานกลาง
1.81-2.60	น้อย
1.00-1.80	น้อยที่สุด



ส่วนที่ 3 ปัจจัยพฤติกรรมของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีข้อความจำนวน 3 ข้อได้แก่

- 1.สายการบินราคาประหยัดที่ใช้บริการบ่อยที่สุดระหว่างสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินไทยไลอ้อนแอร์
- 2.เหตุผลที่เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัด
- 3.ความถี่ในการใช้บริการสายการบินราคาประหยัดในรอบ 1 ปี

ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Closed ended question) แบบมีตัวเลือกให้เลือกตอบ

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ตั้งแต่ 20 กรกฎาคม 2563 – 19 ตุลาคม 2563

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 378 ชุด ตามวิธีการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane) ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามทั้งหมดทำการตรวจสอบ และนำข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยและอภิปราย

ในการดำเนินงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ “ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินราคาประหยัดของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ กรณีศึกษาสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินไทยไลอ้อนแอร์” ตลอดจนศึกษาข้อเสนอแนะในส่วนที่สายการบินราคาประหยัดควรพัฒนาและปรับปรุง รวมถึงให้ข้อมูลผู้ที่สนใจและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านการผลิต (Product) ปัจจัยด้านราคาโดยสาร (Price) ปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ปัจจัยบุคคล (People) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) และปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) รวมถึงลักษณะทางปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ซึ่งจากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 360 คน หลังจากผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้วได้รับข้อมูลแบบสอบถามตอบกลับมารวมทั้งสิ้น 378 ชุด จากนั้นได้มีการตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลที่เป็นต่อการวิเคราะห์เรียบร้อยแล้ว ในขั้นตอนต่อไปผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาดำเนินการประมวลผลและวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้



1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัย ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับมาทั้งหมด 378 ตัวอย่าง โดยในงานวิจัยครั้งนี้ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่จะพิจารณา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน(คน)	สัดส่วน(%)
1. เพศ		
ชาย	108	28.6
หญิง	270	71.4
	378	100
2. อายุ		
18-20	110	29.1
21-23	259	68.5
23 ปีขึ้นไป	9	2.4
	378	100
3. ชั้นปี		
นักศึกษาชั้นปีที่ 1	62	16.4
นักศึกษาชั้นปีที่ 2	89	23.5
นักศึกษาชั้นปีที่ 3	125	33.1
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	102	27
	378	100
4. รายได้		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	141	37.3
5,001-7,000 บาท	183	48.4
มากกว่า 7,001 บาท	54	14.3
	378	100

ตารางที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

2. ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ

ข้อมูลที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์มีจำนวนทั้งสิ้น 378 ชุด สามารถนำมาสรุปค่าเฉลี่ยของ ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการตามปัจจัยทั้งหมด 7 ปัจจัย ดังนี้

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลค่า
ด้านราคา			
1. มีราคาโดยสารที่ประหยัด	4.38	0.790	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ราคาบัตรโดยสารเหมาะสมกับเส้นทาง	4.39	0.693	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ค่าอาหารที่ต้องจ่ายเพิ่มมีความเหมาะสม	3.23	1.198	เห็นด้วยมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
1. มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง เช่น ตัวแทนจำหน่าย	4.47	0.692	เห็นด้วยมากที่สุด
2. มีช่องทางการชำระเงินหลากหลายช่องทาง	4.52	0.735	เห็นด้วยมากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
1. มีสื่อโฆษณาดึงดูดใจ	3.74	0.986	เห็นด้วยมาก
2. มีการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์	4.11	0.854	เห็นด้วยมาก
3. มีการส่งเสริมการขายคู่กับบริการอื่นๆ	3.83	1.025	เห็นด้วยมาก
ด้านบุคคล			
1. นักบินของสายการบินมีประสบการณ์	4.22	0.820	เห็นด้วยมากที่สุด



2. พนักงานบนเครื่องบินมีบุคลิกภาพและอัธยาศัยดี	4.21	0.797	เห็นด้วยมากที่สุด
3. พนักงาน call center ปักปัญหาได้ดี	4.04	0.946	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์			
1. เครื่องบินทันสมัย	4.08	0.860	เห็นด้วยมาก
2. เวลาเครื่องขึ้น-ลงตรงตามเวลาเสมอ	4.32	0.790	เห็นด้วยมากที่สุด
3. สายการบินมีชื่อเสียงด้านความปลอดภัย	4.38	0.751	เห็นด้วยมากที่สุด
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ			
1. อุปกรณ์และเครื่องใช้ภายในเครื่องบินมาตรฐานและสภาพที่ดี	4.32	0.724	เห็นด้วยมากที่สุด
2. การแต่งการของพนักงานสวยงาม มีเอกลักษณ์	3.73	0.997	เห็นด้วยมาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ			
1. มีการจัดตารางเที่ยวบินที่ชัดเจนและสะดวก	4.50	0.641	เห็นด้วยมากที่สุด
2. มีการสาธิตอุปกรณ์ฉุกเฉินชัดเจนและครบถ้วน	3.96	0.945	เห็นด้วยมาก
3. การเช็คอินและโหลดกระเป๋าใต้ท้องเครื่องบินมีความรวดเร็ว	4.17	0.965	เห็นด้วยมาก
4. ขั้นตอนการซื้อบัตรโดยสารรวดเร็วและถูกต้อง	4.43	0.692	เห็นด้วยมาก

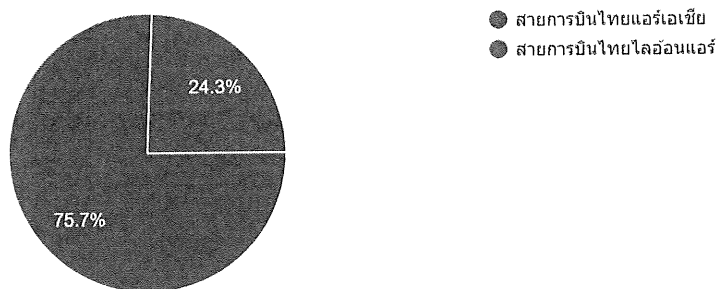
ตารางที่ 2 : ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้ตอบแบบสอบถามและระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ ในงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย การตัดสินใจเลือกใช้บริการระหว่างสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินไทยไลอ้อนแอร์ เหตุผลในการเลือกใช้บริการสายการบิน และความถี่ในการใช้บริการสายการบินราคาประหยัดในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.สายการบินราคาประหยัดที่ให้บริการบ่อยที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

คำตอบ 378 ข้อ



ภาพที่ 1 : การตัดสินใจเลือกใช้บริการระหว่างสายการบินไทยแอร์เอเชียและสายการบินไทยไลอ้อนแอร์

2.เหตุผลที่เลือกใช้บริการสายการบินราคาประหยัด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

คำตอบ 378 ข้อ

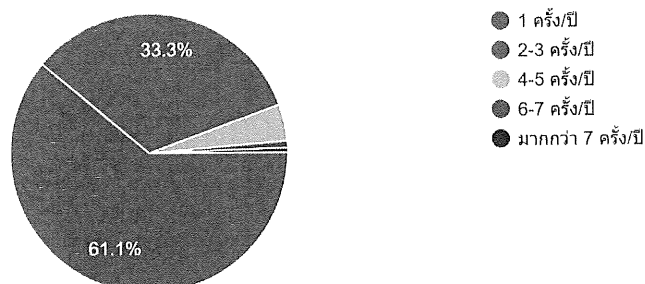


ภาพที่ 2 : เหตุผลในการเลือกใช้บริการสายการบิน



3. ความถี่ในการใช้บริการสายการบินราคาประหยัดในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

คำตอบ 378 ข้อ



ภาพที่ 3 : ความถี่ในการใช้บริการสายการบินราคาประหยัดในรอบ 1 ปี

จากตารางที่ 1 พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างสามารถแบ่งออกเป็นเพศชาย 28.6% เพศหญิง 71.4% โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 23 ปี คิดเป็น 68.5% ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่าง คือนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 คิดเป็น 33.1% ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ 5,001 – 7,000 บาท คิดเป็น 48.4%

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำดังนี้

ด้านราคา

1. มีราคาค่าโดยสารที่ประหยัด มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
2. ราคาบัตรโดยสารเหมาะสมกับเส้นทาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
3. ค่าอาหารที่ต้องจ่ายเพิ่มมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.23 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลายช่องทาง เช่น ตัวแทนจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.47 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

2. มีช่องทางการชำระเงินหลากหลายช่องทาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. มีสื่อโฆษณาดึงดูดใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 หมายถึง เห็นด้วยมาก
2. มีการประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11 หมายถึง เห็นด้วยมาก
3. มีการส่งเสริมการขายคู่กับบริการอื่นๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.83 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ด้านบุคคล

1. นักบินของสายการบินมีประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

2. พนักงานบนเครื่องบินบุคลิกภาพและอัธยาศัยดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.21 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
3. พนักงาน call center แก้ปัญหาได้ดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

1. เครื่องบินทันสมัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 หมายถึง เห็นด้วยมาก
2. เวลาเครื่องขึ้น-ลงตรงตามเวลาเสมอ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
3. สายการบินมีชื่อเสียงด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.38 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ

1. อุปกรณ์และเครื่องใช้ภายในเครื่องบินมาตรฐานและสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
2. การแต่งการของพนักงานสวยงาม มีเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการ

1. มีการจัดตารางเที่ยวบินที่ชัดเจนและสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.50 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
2. มีการสาธิตอุปกรณ์ฉุกเฉินชัดเจนและครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.96 หมายถึง เห็นด้วยมาก
3. การเช็คอินและโหลดกระเป๋าใต้ท้องเครื่องบินมีความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 หมายถึง เห็นด้วยมาก
4. ขั้นตอนการซื้อบัตรโดยสารรวดเร็วและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.43 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ เลือกใช้บริการ สายการบินไทยแอร์เอเชีย คิดเป็น 75.7% และเลือกใช้บริการ สายการบินไทยไลอ้อนแอร์ คิดเป็น 24.3%
2. นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการสายการบิน โดยเลือกจากราคาถูกและประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง คิดเป็น 62.2% รองลงมาคือ เที่ยวบินมีความตรงต่อเวลา คิดเป็น 10.1% สามารถเลือกซื้อบัตรโดยสารได้หลากหลายช่องทาง คิดเป็น 9% มีความปลอดภัยในการเดินทาง คิดเป็น 8.5% มีการส่งเสริมการขาย คิดเป็น 6.6% และ มีความสะดวกและรวดเร็ว คิดเป็น 3.6% ตามลำดับ
3. นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร คณะวิทยาการจัดการ มีความถี่ในการใช้บริการสายการบินราคาประหยัดในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา คือ 1 ครั้ง/ปี คิดเป็น 61.1% รองลงมาคือ 2-3 ครั้ง/ปี คิดเป็น 33.3% ตามด้วย 4-5 ครั้ง/ปี คิดเป็น 4.2% ตามด้วย 6-7 ครั้ง/ปี คิดเป็น 0.8% และ มากกว่า 7 ครั้ง/ปี คิดเป็น 0.5% ตามลำดับ

สรุปและอภิปราย

ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถระบุปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินราคาประหยัดได้ ซึ่งจากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยด้านราคาบัตรโดยสาร ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านพนักงาน เป็นปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกที่สำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินราคาประหยัด นอกจากนี้พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินราคาประหยัดไม่แตกต่างกัน จากข้อมูลทางการวิจัยดังกล่าวมีประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการ



สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของสายการบินราคาประหยัดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ดีขึ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยสรุปข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการสายการบินราคาประหยัดให้ความสำคัญเกี่ยวกับการเพิ่มเที่ยวบินจากหัวหินไปจังหวัดอื่นๆ โดยมีเที่ยวบินทั้งไปและกลับ

2. ผู้ประกอบการสายการบินราคาประหยัดให้ความสำคัญเกี่ยวกับที่นั่งของผู้โดยสารในเรื่องความสบายและความสะอาด โดยมีการรักษาความสะอาดอยู่เสมอ และราคาบัตรโดยสารที่มีการส่งเสริมการขายโดยให้เลือกที่นั่งโดยสารโดยไม่มีค่าใช้จ่าย



รายการอ้างอิง

- กฤษฎา เขียววัฒนสุข และปิยวรรณ ไกรเลิศ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อบริการสายการบิน ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสายการบินไทยสมายล์และสายการบินไทยแอร์เอเชีย เส้นทางกรุงเทพฯ-กระบี่. ปรินญาณพนธ์ บธ.บ. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศุภวิช ชินรัตน์ลาภ. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทางภายในประเทศของผู้ใช้บริการชาวไทย. การค้นคว้าแบบอิสระ บธ.ม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐพร มีเนียม. (2556). ผลกระทบจากการเกิดอุบัติเหตุของเครื่องบินโดยสาร กับการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้บริโภค. การค้นคว้าแบบอิสระ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิวัตรา พิพัฒน์ไชยศิริ. (2556). ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางภายในประเทศของผู้โดยสารชาวไทย. การค้นคว้าแบบอิสระ: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เอกอุไร วั่งปรีชา. (2557). กลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) ในประเทศไทย. การค้นคว้าแบบอิสระ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สรลณี โรมรัตน์พันธ์. (2561). ความไว้วางใจ คุณภาพการให้บริการ การรับรู้คุณค่า และภาพลักษณ์ ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ. การค้นคว้าแบบอิสระ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัยยุทธ อธิยศสุนทร. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการส่งต่อข้อมูลทางการตลาดแบบViral Marketing. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วรรัตน์ สันติวงษ์. (2549). ปัจจัยที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าธนาคารต่อการใช้บริการ E-Banking. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ชูชัย สมมติไกร. (2554). การให้บริการ.
- กนกวรรณ นาสมปอง. (2555). สภาพการให้บริการการศึกษาทางอินเทอร์เน็ต งานส่งเสริมวิชาการและงานลงทะเบียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อารักษ์ ชลธารันนท์, (2559), บริษัท เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด (มหาชน), หน้า 17
- Thai Lion Air Magazine. (2557). December 2014, หน้า 13
- Thai Lion Air Magazine. (2557). May 2014, หน้า 8
- Airasia, สัปดาห์ได้มากขึ้นและค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่าด้วยข้อเสนอของเที่ยวบิน เอเชีย, สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2563, จาก : <https://www.airasia.com/flights/th/th/asia>
- Lion airline, Freedom to fly Freedom to go เลือกที่ชอบ จะก็รอบก็ได้, สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2563, จาก : [https://www.lionairthai.com/th/press_release/2020/03/26/\[News-Update\]-Freedom-to-fly-Freedom-to-go](https://www.lionairthai.com/th/press_release/2020/03/26/[News-Update]-Freedom-to-fly-Freedom-to-go)

