

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการเลือกใช้บริการ
สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ
ผู้ศึกษา นายชาญณรงค์ บุญคล้าย **ปริญญา** เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ สุภาสินี ดันตศิริสุข **ปีการศึกษา** 2547

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ เส้นทางการบิน กรุงเทพฯ – หาดใหญ่ (2) ศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ (3) ศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงประจักษ์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยผู้โดยสารชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 250 คน โดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.845 และได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางเศรษฐมิติด้วยสมการถดถอยพหุคูณ โดยวิธี OLS (Ordinary Least Square)

ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การเลือกใช้สายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ คือ ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการติดต่อและสำรองที่นั่ง ด้านการบริการภาคพื้นขาออก ด้านการให้บริการบนเครื่องบิน ด้านการบริการภาคพื้นขาเข้า (2) ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับปริมาณการใช้บริการ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ปัจจัยที่กำหนดปริมาณการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ คือ ด้านราคา ระดับรายได้ ความพึงพอใจในช่องทางการจัดจำหน่าย (3) การใช้บริการสายการบินเป็นสินค้าและบริการปกติ เนื่องจากมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ เป็น บวก (4) ปัจจุบันประเทศไทยมีสายการบินต้นทุนต่ำหลายสายการบินและมีการแข่งขันทางด้านราคาและบริการสูง การนำตัวกำหนดอุปสงค์มาประยุกต์ใช้ ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการคงจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค

คำสำคัญ ตัวกำหนดอุปสงค์ สายการบินต้นทุนต่ำ ผู้บริโภค

กิตติกรรมประกาศ

การทำการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัยตลอดจนคณะกรรมการบริหารสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ที่ได้จัดให้มีการศึกษาด้านเศรษฐศาสตร์ในระดับบัณฑิตศึกษา ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้มีความประสงค์ศึกษาด้านเศรษฐศาสตร์ในระดับสูงให้สามารถศึกษาได้ตามความต้องการ แม้ว่าการจัดการศึกษาจะมีความขลุกขลักอยู่บ้างในบางประการ ซึ่งหากมีการประสานงานที่ดีแล้วคาดว่าจะสมบูรณ์ในอนาคตและผู้วิจัยยังได้รับความอนุเคราะห์เป็นอย่างสูงยิ่งจากรองศาสตราจารย์ สุภาสินี ต้นดิศรีสุข และ รองศาสตราจารย์ รุทก ศรिताพร ที่ได้ให้คำแนะนำ และคอยแก้ไขตลอดจนติดตามการทำงานศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้อย่างใกล้ชิดตลอดมา นับตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ให้กำเนิดที่ให้ความเมตตาแรงใจ ให้ประสบความสำเร็จในการศึกษานี้ และขอขอบคุณตัวผู้วิจัยที่มีความอดุสาหะ พากเพียรศึกษามาจนกระทั่งจัดทำงานวิจัยฉบับนี้แล้วเสร็จ

ประโยชน์ที่เกิดจากงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้ผู้สนใจ

ชาญณรงค์ บุญคล้าย

พฤษภาคม 2548

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
สมมติฐานการวิจัย	7
กรอบแนวคิดการวิจัย	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
ทฤษฎีอุปสงค์ และความยืดหยุ่นของอุปสงค์	10
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	21
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
การวิเคราะห์ข้อมูล	30
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	33
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	33
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	62

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	65
สรุปการวิจัย	65
อภิปรายผล	71
ข้อเสนอแนะ	72
บรรณานุกรม	74
ภาคผนวก	76
ก สรุปข้อมูลพื้นฐานของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ.....	78
ข แบบสอบถาม	84
ประวัติผู้ศึกษา	89

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1	จำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยและรายได้ปี พ.ศ. 2544 – พ.ศ.2547..... 3
ตารางที่ 1.2	เปรียบเทียบอัตราค่าโดยสารเส้นทาง กทม. – หาดใหญ่..... 4
ตารางที่ 1.3	โปรโมชั่นราคาตั๋วเครื่องบินเส้นทาง กทม.-หาดใหญ่..... 4
ตารางที่ 4.1	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศ..... 34
ตารางที่ 4.2	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม..... 35
ตารางที่ 4.3	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา แยกตามอาชีพ..... 36
ตารางที่ 4.4	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ..... 37
ตารางที่ 4.5	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรายได้ แยกตามการศึกษา..... 38
ตารางที่ 4.6	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ..... 39
ตารางที่ 4.7	จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ..... 40
ตารางที่ 4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ..... 41

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 4.9 กราฟจำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	48
ภาพที่ 4.10 กราฟจำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	51
ภาพที่ 4.11 กราฟจำนวนตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	52
ภาพที่ 4.12 กราฟจำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา แยกตามอาชีพ.....	56

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคโลกาภิวัตน์นี้ โลกมีหลายสิ่งหลายอย่างที่หมุนเวียนเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งเกิดจากมนุษย์ที่เป็นปัจจัยในการขับเคลื่อน ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นทางด้านทรัพยากรสิ่งแวดล้อม การเมือง สังคม เศรษฐกิจ และอื่นๆอีกมากมาย ซึ่งมนุษย์ด้วยกันเองจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่จะต้องเดินตามแล้วก้าวนำความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นบนโลกนี้ เศรษฐกิจถือเป็นระบบหนึ่งที่สำคัญซึ่งจะเป็นตัวกำหนดได้ว่าประชาชนในประเทศ มีการครองชีพที่ดีหรือไม่ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ประเทศๆหนึ่งจะไม่สามารถยืนหยัดอยู่ได้ด้วยตัวเอง หากขาดการติดต่อ สื่อสาร และการคมนาคม หรือค้าขายกับประเทศอื่นๆ จึงทำให้เกิดธุรกิจระหว่างประเทศขึ้น

เมื่อมีการติดต่อระหว่างกัน ทำให้การสื่อสารและการคมนาคมก็เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของประชาชนในหลายๆ ด้านทั้งทางด้านธุรกิจ การเมืองและการค้าขาย ทำให้เกิดความรวดเร็วและความสะดวกสบายมากขึ้น การคมนาคมปัจจุบันเกิดขึ้นอย่างแพร่หลาย ทั้งรถไฟฟ้าบนดิน รถไฟฟ้าใต้ดินและเครื่องบินเป็นต้น ซึ่งต่างจากอดีตที่การคมนาคมมีจำนวนจำกัด การติดต่อสื่อสารและการคมนาคมที่ดีขึ้น ธุรกิจมีการเปิดตัวในวงกว้าง มีการสื่อสารในระหว่างประเทศ เกิดขึ้นส่งผลให้เศรษฐกิจระหว่างประเทศมีการติดต่อได้สะดวกสบายขึ้น นั่นคือการคมนาคมทางอากาศ ในธุรกิจการคมนาคมทางอากาศมีการแข่งขันที่สูง ทั้งทางด้านบริการ ซึ่งเกิดการแข่งขันกันขึ้นระหว่างสายการบินต่างๆ ในการเลือกใช้บริการสายการบิน ราคา ความปลอดภัยและความสะดวกสบาย ซึ่งเป็นปัจจัยหลักของการเลือกใช้บริการสายการบิน ซึ่งเกิดการแข่งขันระหว่างสายการบินและส่งผลดีกับลูกค้า เพราะแต่ละสายการบินย่อมต้องการสร้างความพึงพอใจกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าประทับใจและเลือกใช้บริการในครั้งต่อไปตามมา และเป็นลูกค้าประจำ การบริหารของสายการบินใดที่ทำได้เช่นนี้แล้วนับว่าสายการบินนั้น ประสบความสำเร็จในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งถือเป็นเป้าหมายหลักอย่างหนึ่งของสายการบิน

สำหรับธุรกิจการบินในประเทศไทย หลังจากทีนโยบายเปิดเสรีการบินเริ่มมีผลบังคับใช้ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2543 โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนให้การส่งเสริมในหมวดบริการและสาธารณูปโภค ภายใต้ประเภทกิจการขนส่งมวลชนขนาด

ใหญ่ ในชื่อประหยัดย่อว่ากิจการขนส่งทางอากาศ ซึ่งจัดเป็นกิจการที่ให้ความสำคัญเป็นพิเศษ ให้ได้รับสิทธิยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร และได้รับยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 8 ปี เนื่องจากถือเป็นกิจการที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีส่วนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้ให้การส่งเสริมการลงทุนแก่กิจการขนส่งทางอากาศอย่างมากมายหลายโครงการ ไม่ว่าจะเป็นโครงการที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ทั้งในรูปแบบของสายการบินทั่วไปและสายการบินต้นทุนต่ำ อาทิเช่น กิจการตามโครงการบริษัท การบินกรุงเทพจำกัด, บริษัท ไทยแอร์เอเชีย จำกัด, บริษัท ภูเก็ต แอร์ไลน์ จำกัด, บริษัท โอเรียนท์ ไทยแอร์ไลน์ จำกัด, บริษัท พีบีแอร์ จำกัด รวมไปถึงกิจการบริการขนส่งสินค้าเช่น กิจการตามโครงการของบริษัทไทยขนส่งสินค้าทางอากาศ จำกัด เป็นต้น ทำให้การแข่งขันด้านธุรกิจการบินมีการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันสูง ที่ผ่านมายุทธศาสตร์บินต่างพยายามส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาสนใจใช้บริการ ซึ่งแต่ละบริษัทก็ประสบความสำเร็จแตกต่างกันไป แต่แล้วในช่วงปลายปี 2546 ความสนใจใช้บริการเดินทางจากสายการบินก็เพิ่มขึ้นอย่างฉับพลัน เมื่อเกิดบริการสายการบินรูปแบบใหม่ที่เรียกกันติดปากว่าการบินราคาถูกลงจากสายการบินต้นทุนต่ำหรือ Low Cost Airline ขึ้น ซึ่งรูปแบบการบริการของสายการบินรูปแบบใหม่จะเสียค่าบริการไม่แตกต่างจากการใช้งานบริการระบบขนส่งมวลชนรูปแบบอื่นมากนัก

จากมาตรการของรัฐบาลในการกระตุ้นเศรษฐกิจให้ขยายตัวร้อยละ 8 โดยในปี พ.ศ.2547 ส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยว มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าประเทศไทย จำนวน 12 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ร้อยละ 21.2 คิดเป็นรายได้ประมาณ 383,900 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 29.3 ขณะที่นักท่องเที่ยวในประเทศมีจำนวน 67.1 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 คิดเป็น รายได้ 362,500 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.1 (ตารางที่ 1) เนื่องจากเศรษฐกิจทั่วโลกปรับตัวดีขึ้น รวมถึงความกังวลจากโรคซาร์สลดลง กอปรกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับความนิยมนมากขึ้นจากการที่ไทยมีรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และมีความปลอดภัยสูง

การส่งเสริมนักท่องเที่ยวไทยให้หันมาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้นนั้น สายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) เป็นปัจจัยหนึ่งเนื่องจากจะทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเดินทางที่สะดวก รวดเร็ว และประหยัดมากขึ้น รวมถึงการเปิดโครงการท่องเที่ยวใหม่ๆ อาทิ ชมหมี่แพนด้า ที่สวนสัตว์เชียงใหม่, อันเดอร์วอเตอร์เวิลด์ ที่พัทยา เป็นต้น

ตารางที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยและรายได้ปี พ.ศ 2544 – พ.ศ.2547

ปี	จำนวน (ล้านคน)	% การเปลี่ยนแปลง	รายได้ (ล้านบาท)	% การเปลี่ยนแปลง
2544	58.4	-	223,099	-
2545	61.8	5.5	235,337	5.2
2546*	65.1	5.3	301,900	28.3
2547*	67.1	3.1	362,500	20.1

ตัวเลขคาดการณ์โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สายการบินต้นทุนต่ำ : ปัจจัยเสริมการท่องเที่ยวไทยของภาครัฐ

จากรายงานของกระทรวงคมนาคม กล่าวถึงสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) ว่าจะส่งผลให้คนไทยเดินทางทางอากาศเพิ่มจากเฉลี่ย 8 ล้านคนต่อปี เป็น 16 ล้านคนต่อปี และภายในปี 2551 การขยายตัวของผู้เดินทางทางอากาศจะเพิ่มขึ้นเป็น 20 ล้านคนต่อปี โดยมีปัจจัยสนับสนุน ดังนี้ กลุ่มผู้โดยสารทางบกปัจจุบันมีถึงร้อยละ 90 ของตลาดขนส่งผู้โดยสารในประเทศทั้งระบบที่มีผู้ใช้บริการ 80 ล้านคน/ปี แบ่งเป็นผู้โดยสารเดินทางด้วยรถไฟร้อยละ 75 และเดินทางด้วยรถทัวร์ร้อยละ 15 จะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของสายการบินต้นทุนต่ำ เพราะจะมีผู้โดยสารกลุ่มหนึ่งที่พอมีกำลังซื้ออยู่บ้างเลือกยอมจ่ายเงินซื้อตั๋วเครื่องบินในราคาไม่ต่างกันมาก แต่ช่วยร่นระยะเวลามากขึ้น

ตารางที่ 1.2 เปรียบเทียบอัตราค่าโดยสารเส้นทาง กทม - หาดใหญ่ และระยะเวลาเดินทางของพาหนะต่างๆ

เครื่องบิน			รถไฟ		บขส.	
การบินไทย (บาท)	Low Cost (บาท)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	ราคา (บาท)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)	ราคา (บาท)	ระยะเวลา (ชั่วโมง)
3,095	ไม่เกิน 1,443	1.10	1,394	13.00	830	14.00

ที่มา : กระทรวงคมนาคม ณ วันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2548

หมายเหตุ : ราคาโดยสารเป็นรถไฟด่วนอนชััน 1 และรถทัวร์ปรับอากาศสวีไอพี 24 ที่นั่ง เวลาเป็น ชั่วโมง ราคาเป็นบาท

ปริมาณในการเดินทางทางอากาศจะเพิ่มสูงขึ้นเพราะจากราคาคั่วที่ถูกกลงมาก ทำให้เดินทางท่องเที่ยวได้ในหลายครั้งต่อปี ประกอบกับผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทั้งทัวร์ในประเทศ

และต่างประเทศ ต่างก็มีความตื่นตัวที่จะเข้าไปร่วมมือเพื่อจัดแพคเกจราคาถูกลงออกมาวางขายในตลาดท่องเที่ยว

การแข่งขันของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำด้วยตัวเอง ทำให้แต่ละสายการบินกระตือรือร้นในการทำตลาดเพื่อหาลูกค้ามาใช้บริการให้ได้มากที่สุด ดังนั้นราคาขายของสายการบิน เหล่านี้จะต่างกันไม่มาก ซึ่งการแข่งขันจะไม่เป็นเพียงแต่สายการบินต้นทุนต่ำเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสายการบินทั่วไปด้วย ทำให้ผลประโยชน์จะตกกับผู้โดยสาร เพราะทุกสายการบินจะมีการเสนอขายราคาโปรโมชั่นมาแข่งขัน

โดยในปลายปี พ.ศ. 2546 สายการบินวัน ทู โก ของโอเรียนท์ไทยแอร์ไลน์ เป็นสายการบินต้นทุนต่ำรายแรก ซึ่งเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2546 ตั้งเป้าผู้โดยสารไว้ราว 1.5 ล้านคน/ปี ขณะที่ไทยแอร์ เอเชีย จะเริ่มบินตั้งแต่วันที่ 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 ตั้งเป้าผู้โดยสารราว 1 ล้านคน/ปี

ตารางที่ 1.3 โปรโมชั่นราคาตั๋วเครื่องบินเส้นทาง กทม.-หาดใหญ่ ของสายการบินต่าง ๆ ในปี พ.ศ. 2547

สายการบิน	ราคาประชาสัมพันธ์(บาท)	ราคาปกติ (บาท)
ไทยแอร์เอเชีย	99 ไม่เกิน 1,000	2,170
วันทูโก	1,400	2,170
การบินไทย	เริ่มต้นที่ 1,199	1,380-2,990
นกแอร์	1,100	2,685

ที่มา : จากการรวบรวมของหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับวันที่ 24 มีนาคม 2547

สายการบินต้นทุนต่ำเข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจการบินภายในประเทศ

เนื่องจากสายการบินต้นทุนต่ำเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสนใจในการใช้บริการ ซึ่งการทำให้ต้นทุนต่ำ และสามารถใช้กลยุทธ์ทางด้านราคาเป็นคู่แข่งขั้นของสายการบิน ผู้ประกอบมีรูปแบบและวิธีลดต้นทุน ดังรูปแบบต่อไปนี้

รูปแบบแรกที่เรียกว่า “No Frills” คือการไม่บริการอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งไม่มีสิ่งให้ความบันเทิงไม่ว่าจะเป็นเพลงหรือการฉายภาพยนตร์ แต่ผู้โดยสารสามารถซื้อของขบเคี้ยว อาหาร และเครื่องดื่ม รวมทั้งของชำร่วยต่างๆ ได้บนเครื่องบิน

รูปแบบที่สองคือ “Short Haul, Point-to-Point and Frequent Service” คือ มีระยะทางการบินสั้น ใช้เวลาในการบินไม่เกิน 3 ชั่วโมงต่อเที่ยว และเป็นการบินตรงจากเมืองหนึ่งสู่อีกเมืองหนึ่ง โดยไม่ต้องต่อเครื่อง เพื่อไปยังจุดหมาย (Direct, Non-Stop Routes) การดำเนินการลักษณะนี้ทำให้สายการบินมีความถี่ในการให้บริการต่อวันสูง จึงใช้งานเครื่องบินได้มากที่สุดโดยชั่วโมงบินต่อวันต่อเครื่องจะสูงกว่า 10 ชั่วโมง นั่นคือหลังจากเครื่องบินลงจอดที่สนามบินแล้วจะต้องบินออกไปยังจุดหมายใหม่ภายในเวลาประมาณ 25 นาที

นอกจากนี้ ด้วยระยะทางและเวลาบินที่สั้นทำให้สามารถประหยัดต้นทุนจากการที่ผู้โดยสารต้องต่อเครื่องเพื่อบินไปยังจุดหมาย เช่น ต้นทุนการโอนย้ายกระเป๋าสัมภาระของผู้โดยสาร เป็นต้น ไม่เพียงเท่านั้น ยังเป็นการหลีกเลี่ยงความล่าช้าของเที่ยวบินที่เกิดจากการต่อเครื่องบินได้อีกด้วย

รูปแบบที่สามของบริการสายการบินต้นทุนต่ำนั้นคือ “Convenience Service” ซึ่งผู้โดยสารจะได้รับความสะดวกสบายการจองตั๋วและชำระเงินผ่านช่องทางต่างๆ ได้แก่การจองตั๋วผ่านอินเทอร์เน็ต ถือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต้นทุนต่ำที่สุด ทำให้สายการบินแบบต้นทุนต่ำได้รับประโยชน์มากเพราะเป็นการลดต้นทุนในการดำเนินการต่างๆ เช่น ค่าพนักงาน ค่าคอมมิชชั่นให้ Travel Agent เป็นต้น

Call Center เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต้นทุนต่ำรองจากการจองผ่านอินเทอร์เน็ต ช่องทางอื่นๆ เช่น การติดต่อผ่าน Travel Agent การส่ง SMS จากโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือการจองที่สนามบิน เป็นต้น

สำหรับการชำระเงินนั้น ผู้จองตั๋วเครื่องบินสามารถชำระได้จากบัตรเครดิต ชำระที่สาขาธนาคาร หรือชำระผ่านตู้ ATM เป็นต้น

รูปแบบการใช้ตั๋วโดยสาร เป็นอีกรูปแบบหนึ่งของสายการบินต้นทุนต่ำ กล่าวคือจะไม่มี การออกตั๋วให้ผู้โดยสาร (Ticket Less System) แต่ผู้โดยสารจะได้รับรหัสประจำตัวจากการจองตั๋ว

เพื่อแสดงพร้อมบัตรประชาชนหรือพาสปอร์ต Passport ในวันเดินทาง จากนั้นจึงจะได้รับ Boarding Pass ใช้ขึ้นเครื่องบินต่อไป

นอกจากนี้ ยังมีการใช้การตลาดเพื่อสร้าง Brand ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และจัด Position Brand ให้อยู่ในระดับที่แตกต่างจากสายการบินอื่น ๆ ที่ต้นทุนสูงกว่า โดยเน้นจุดหมายปลายทาง และค่าโดยสารที่มีราคาต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับสายการบินอื่นที่ให้บริการในเส้นทางเดียวกัน เป็นปัจจัยหลักในการทำการตลาด

เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการฝึกหัดพนักงานให้เกิดความชำนาญเกี่ยวกับเครื่องบิน รวมทั้งทำให้สามารถจัดซื้ออะไหล่ของเครื่องบินได้ในราคาต่ำ สายการบินต้นทุนต่ำจึงใช้เครื่องบินแบบเดียวในการทำการบิน (Single Fleet Type) โดยส่วนใหญ่จะใช้เครื่องบินรุ่นเดียวกันคือเครื่องโบอิง 737

การบริหารบุคคลจะเน้นที่การเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของพนักงาน การจ่ายค่าตอบแทนขึ้นอยู่กับผลงาน ทักษะและประสิทธิภาพในการทำงาน (Preference Based Pay) แทนการจ่ายเงินเดือนในลักษณะเท่ากันทุกเดือน เช่น การจ่ายให้นักบินตามจำนวนเที่ยวบินแทนจำนวนชั่วโมงการทำงาน จะทำให้นักบินพยายามบินให้ได้จำนวนเที่ยวมากที่สุดเพื่อให้ได้ผลตอบแทนสูงสุด ขณะที่พนักงานภาคพื้นดินจะได้รับเงินในอัตราที่ไม่สูง แต่จะได้รับส่วนแบ่งรายได้อื่นจากผลงานและประสิทธิภาพในการทำงาน เป็นต้น

นอกจากนี้ สายการบินต้นทุนต่ำอาจจะมีวิธีการที่จะประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการได้อีก เช่น การเช่าเครื่องบินแบบเหมาลำรวมลูกเรือ (Wet Lease) จากสายการบินอื่นในช่วงแรกของเปิดดำเนินการ ซึ่งการเช่าแบบ Wet Lease นี้ จะช่วยให้สามารถเปิดให้บริการได้อย่างรวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายกว่าการเริ่มต้นด้วยตนเอง ทั้ง ยังเป็นการเตรียมความพร้อมในการให้บริการในช่วงต้น โดยจะมีการถ่ายทอดประสบการณ์ ตลอดจนฝึกอบรมบุคลากรจากผู้ให้เช่าเครื่องบิน จนกระทั่งสายการบินต้นทุนต่ำสามารถดำเนินการด้วยตนเองได้

จากการที่สายการบินประเภทนี้ สามารถประหยัดต้นทุนที่เป็นไปได้ทุกรูปแบบที่กล่าวข้างต้น ทำให้สามารถตั้งราคาตัวเครื่องบินในราคาถูกกว่าสายการบินทั่วไป (Low Fares) โดยการตั้งราคาและส่วนลดที่ให้แก่ลูกค้าจะแตกต่างกันไปตามอุปสงค์และอุปทานในแต่ละเส้นทางและในเวลาต่างกัน เช่น ค่าโดยสารเส้นทางการบิน กรุงเทพฯ – หาดใหญ่ เที่ยวบินอังคารจะถูกกว่าเที่ยววันศุกร์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม แม้สายการบินต้นทุนต่ำจะต้องพยายามประหยัดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ แต่สำหรับเรื่องความปลอดภัยนั้น ไม่สามารถที่จะประหยัดได้ มาตรฐานความปลอดภัยของสายการบินต้นทุนต่ำจะต้องเทียบเท่ามาตรฐานสากล โดยมีมาตรฐานการดูแลรักษาเครื่องบินให้

เป็นไปตามมาตรฐานของ Civil Aviation Authority (CAA)-UK และ Joint Aviation Authority (JAA) –Europe

จากข้างต้นจะแสดงให้เห็นว่า กิจการสายการบินต้นทุนต่ำเริ่มให้บริการแก่ประชาชนเป็นจำนวนมากเพิ่มขึ้น ในระยะไม่กี่ปีที่ผ่านมา ซึ่งนับเป็นข้อดีที่ทำให้ผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีทางเลือกในการเดินทางไปในที่ต่างๆ มากยิ่งขึ้น การให้บริการที่รวดเร็ว และเสียค่าใช้จ่ายไม่สูงนัก ยังจะเป็นการช่วยเสริมให้ผู้ประกอบการเดินทางไปติดต่อธุรกิจ ได้สะดวกยิ่งขึ้น หากยังเป็นกำลังสำคัญหนึ่งในการสนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศด้วย มีผลทำให้อุปสงค์ของการใช้บริการสายการบินภายในประเทศเพิ่มขึ้น ดังนั้น จึงเป็นที่น่าศึกษาว่าปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้จัดทำได้ทำการวิจัยถึงอุปสงค์ของการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อจะได้ทราบถึงความพึงพอใจและปัจจัยในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ และความต้องการต่างๆ ของลูกค้า เพื่อนำไปพัฒนาและแก้ไขในส่วนที่บกพร่องและพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้นไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ
- 2.2 เพื่อศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ
- 2.3 เพื่อศึกษาถึงปัญหา และอุปสรรคของสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ

3. สมมติฐานการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้สามารถกำหนดสมมติฐานที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ได้ดังนี้

- 3.1 ปัจจัยด้านราคา มีความสัมพันธ์ในทางตรงข้ามกับปริมาณการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ
- 3.2 ปัจจัยด้านรายได้ มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกันกับปริมาณการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ

3.3 ปัจจัยด้านความพึงพอใจทางด้านการจัดการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์ในทางเดียวกันกับปริมาณการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ

4. ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาจากผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ เส้นทาง กรุงเทพฯ-หาดใหญ่ ในระหว่างเดือน มกราคม ถึง มีนาคม พ.ศ. 2548 เส้นทางการบินนี้ได้รับความนิยม จากผู้โดยสารทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ซึ่งเข้ามาใช้บริการเป็นอย่างมาก กอปรกับช่วงเวลาที่ใช้ในการวิจัยเป็นช่วงเทศกาลท่องเที่ยวของประเทศไทย

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 การบริการ หมายถึง การปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่มีประสิทธิภาพแล้วทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการ

5.2 ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ลูกค้าหรือผู้ที่เข้ารับบริการได้เข้ามาใช้บริการในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ที่มีประสิทธิภาพและเกิดความประทับใจในการบริการนั้น

5.3 Low cost Airlines เป็นสายการบินราคาประหยัด โดยจะไม่มีบริการเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องดื่มเล็กๆ น้อยๆ เหมือนการบินทั่วไป ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่ไม่จำเป็น และลดต้นทุนในส่วนอื่น

5.4 Low fare หรือ Budget Airlines เป็นสายการบินราคาประหยัด โดยจะยังคงบริการเสิร์ฟอาหารหรือเครื่องดื่มเล็กๆ น้อยๆ เหมือนการบินทั่วไป เปลี่ยนแปลงวันเดินทางได้ ทั้งนี้ บางรายใช้วิธีรักษากำไรให้สูงสุดในราคาต่ำโดยผ่านระบบการขายแบบหลายราคาโลว์คอสต์ และลดต้นทุนในส่วนอื่น เช่น แวลูเออร์ ขณะที่บางรายใช้วิธีลดกำไรลงเพื่อให้ราคาต่ำ เช่น วันทูโก

5.5 ชาวไทย หมายถึง บุคคลซึ่งอยู่ในประเทศไทยโดยมีสัญชาติไทย

5.6 ชาวต่างชาติ หมายถึง บุคคลซึ่งอยู่ในประเทศไทยโดยไม่มีสัญชาติไทย

5.7 สายการบินภายในประเทศ หมายถึง สายการบินที่ขนส่งผู้โดยสารในพรมแดนของประเทศ

5.8 ผู้ใช้บริการ หมายถึง ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการในสถานที่หนึ่งแล้วเกิดความพึงพอใจในการบริการ

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ

6.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดปริมาณการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ และ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อผู้บริหารบริษัทสายการบินต้นทุนต่ำ ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

6.3 เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงบริษัทให้ดีขึ้นกว่าเดิมทำให้ผู้บริหารนำข้อมูลที่ได้มา ไปใช้ในการวางแผนทางด้านการจัดการ และด้านอื่นๆ ของบริษัทให้ดียิ่งขึ้น เพื่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการเลือกใช้บริการสายการบิน โดยเนื้อหาครอบคลุมดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการเลือกใช้บริการสายการบินเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งในการศึกษาจะใช้ทฤษฎี อุปสงค์ ศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ

1.1 ทฤษฎีอุปสงค์/กฎอุปสงค์ (ประสาร บุญเสริม, 2544:94)

อุปสงค์ (Demand) แสดงถึงความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ ณ ระดับราคาต่างๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง อาจจะเป็นต่อวัน ต่อสัปดาห์ หรือต่อปีก็ได้แล้วแต่ผู้ศึกษาจะกำหนด หากแต่ความต้องการตามนัยของอุปสงค์นั้นจะแตกต่างจากความต้องการโดยทั่วไป ซึ่งความต้องการโดยทั่วไปนั้นจะมีแต่ความอยากได้เท่านั้น แต่ความต้องการตามนัยของอุปสงค์จะต้องประกอบไปด้วยองค์สาม กล่าวคือในประการแรกต้องมีความอยากได้ในสินค้าหรือบริการนั้นๆ (Demand) ประการที่สองต้องมีความเต็มใจที่จะจ่าย (Willing to Pay) และในประการสุดท้ายต้องมีความสามารถที่จะจ่ายได้ (Ability to Pay) หากขาดประการหนึ่งประการใดไปแม้แต่ประการเดียว ความต้องการที่กล่าวถึงจะไม่สมบูรณ์ตามนัยของอุปสงค์

กฎของอุปสงค์ กล่าวไว้ว่าหากสิ่งอื่นคงที่ปริมาณอุปสงค์จะแปรผกผันอย่างผกผันกับราคา ซึ่งหมายความว่า เมื่อราคาเพิ่มขึ้นปริมาณอุปสงค์หรือความต้องการซื้อจะลดลง และเมื่อราคาถูกลงความต้องการซื้อจะมากขึ้น ทั้งนี้ต้องอยู่ภายใต้ข้อสมมติที่ว่าสิ่งอื่นๆ คงที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวกำหนดอื่นๆ ของอุปสงค์จะไม่เปลี่ยนแปลง

ตัวกำหนดอุปสงค์และฟังก์ชันของอุปสงค์

ตัวกำหนดอุปสงค์ หมายถึง สิ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อ หากตัวกำหนดอุปสงค์เปลี่ยนแปลงไปปริมาณซื้อจะเปลี่ยนแปลงไปด้วย ตัวกำหนดดังกล่าวจะประกอบไปด้วย

1. ราคาของสินค้าหรือบริการนั้น
2. รายได้ของผู้บริโภค
3. รสนิยมของผู้บริโภค
4. ราคาสินค้าชนิดอื่น
5. การกระจายรายได้

6. ฤดูกาล และเทศกาล

ฟังก์ชันของอุปสงค์(นราทิพย์ ชูติวงศ์, 2524:105-126)

ฟังก์ชันของอุปสงค์ คือ การเขียนปริมาณความต้องการซื้อหรือปริมาณอุปสงค์ และตัวกำหนดต่างๆ ของอุปสงค์ให้อยู่ในรูปของฟังก์ชันหรือสมการทางคณิตศาสตร์ โดยมีปริมาณอุปสงค์เป็นตัวแปรตาม และตัวกำหนดต่างๆ ของอุปสงค์เป็นตัวอิสระ (Independent Variable) เพื่อความชัดเจน ขอกำหนดสัญลักษณ์ดังนี้

จากนี้เราสามารถเขียนฟังก์ชันของอุปสงค์ได้ดังนี้

$$Q = f(P, I, T, P^*, D, S, F)$$

Q	คือ ปริมาณอุปสงค์
P	คือ ราคาสินค้าหรือบริการที่กำลังกล่าวถึง
I	คือ รายได้ของผู้บริโภค
T	คือ รสนิยมของผู้บริโภค
P*	คือ ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง
D	คือ ภาวะการกระจายรายได้
S	คือ ฤดูกาล
F	คือ เทศกาล

ฟังก์ชันดังกล่าว ถ้ากำหนดให้ P เป็นตัวแปรอิสระที่แปรค่าได้เพียงตัวเดียว ส่วนตัวแปรอิสระอื่นๆ ถูกกำหนดให้คงที่

ตัวแปรอิสระที่ไม่ใช่ P นั้น ในบางครั้งมีความสำคัญมากไม่แพ้ P บางกรณีทั้งๆ ที่ราคา (P) ไม่เปลี่ยนแปลงแต่อุปสงค์ก็เปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ใช่ P นั้นเอง นอกจากนี้หากไม่มีตัวแปรที่ไม่ใช่ P แล้วการประมาณค่าอุปสงค์ก็จะไม่ชัดเจน

เมื่อตัวแปรอิสระถูกกำหนดให้แปรค่าได้เพียงตัว P เท่านั้น ดังนั้นฟังก์ชันดังกล่าวจึงเหลือเพียง

$$Q = f(P)$$

การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์

อุปสงค์มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ 2 ลักษณะ คือ

- 1 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ (Change in Quantity Demand)
- 2 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ (Change in Quantity Demand)

การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์นั้นมีสาเหตุมาจากตัวแปรอิสระ P เพียงตัวเดียวที่เปลี่ยนแปลง ส่วนตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ คงที่ทั้งหมด การเปลี่ยนแปลงแบบนี้คือ การเปลี่ยนแปลงบนเส้นอุปสงค์เดิม ส่วนการเปลี่ยนแปลง (ดังกล่าวข้างต้นแล้วว่า ถึงแม้ตัวแปรอิสระต่างๆ ที่ไม่ใช่ P จะถูกกำหนดให้เป็นตัวคงที่ แต่ค่าของมันจะเปลี่ยนแปลงได้เป็นครั้งคราว) เมื่อตัวแปรอิสระอื่นๆ ที่ไม่ใช่ P เปลี่ยนแปลงจะทำให้เส้นอุปสงค์ทั้งเส้นเคลื่อนไปจากที่เดิมคือ เคลื่อนไปอยู่ตำแหน่งใหม่ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้เรียกว่าระดับอุปสงค์เปลี่ยนแปลง (Change in Quantity Demand)

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์(ประสาร บุญเสริม,2544:108)

ความยืดหยุ่น (Elasticity)

เมื่อปัจจัยตัวใดตัวหนึ่งที่กำหนดปริมาณเสนอซื้อ/เสนอขาย เปลี่ยนแปลงไป ย่อมส่งผลกระทบต่อจำนวนสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ/หรือผู้ผลิตต้องการขาย เราสนใจว่าเมื่อปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์/อุปทานเปลี่ยนแปลงไป จะทำให้ความต้องการซื้อ หรือความต้องการขายเปลี่ยนไปมากน้อยเท่าใด

ปริมาณความต้องการซื้อ/ความต้องการขายจะตอบสนองหรือมีความอ่อนไหวต่อปัจจัยที่มากำหนด ระดับการตอบสนองหรือความอ่อนไหวที่ตัวแปรหนึ่งมีต่อปัจจัยที่กำหนด เราเรียกว่า ความยืดหยุ่น

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์แบ่งได้ 3 ประเภทดังนี้

1.2.1 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา เป็นค่าที่ใช้วัดอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าที่จะมีผู้ต้องการเสนอซื้อ ณ ขณะใดขณะหนึ่ง ต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดนั้น ๆ เมื่อกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่

ชนิดหรือแบบ

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามี 2 ชนิด หรือ 2 แบบ กล่าวคือ ชนิดหรือแบบเป็นช่วง (Arc Elasticity) และชนิดหรือแบบเป็นจุด (Point Elasticity)

สูตรคำนวณ

ชนิดหรือแบบเป็นจุด มีสูตรคำนวณดังนี้

$$E_p = (P/Q) * (dQ / dP)$$

โดยที่ E_p คือ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา
 P คือ ราคาสินค้าหรือบริการ ณ จุดที่คำนวณ
 Q คือ ปริมาณสินค้าหรือบริการ ณ จุดที่คำนวณ

ชนิดหรือแบบเป็นช่วง มีสูตรคำนวณดังนี้

$$E_p = \frac{(Q_1 - Q_2) * (P_1 + P_2)}{(Q_1 + Q_2) (P_1 - P_2)}$$

โดยที่ Q_1 คือ ปริมาณสินค้าหรือบริการ ณ จุดแรกของช่วง
 Q_2 คือ ปริมาณสินค้าหรือบริการ ณ จุดหลังของช่วง
 P_1 คือ ราคา ณ จุดแรกของช่วง
 P_2 คือ ราคา ณ จุดหลังของช่วง

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าต่ำสุดเท่ากับศูนย์และมีค่าสูงสุดเท่ากับอนันต์ (Infinity) และมีชื่อเรียกค่าต่างๆ ตามค่ายืดหยุ่นดังกล่าวดังนี้

$E_p = 0$ เรียกว่าอุปสงค์ไม่มีความยืดหยุ่นเลย (Perfectly Inelastic demand)

$E_p = \infty$ เรียกว่าอุปสงค์มีความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์ (Perfectly elastic demand)

$E_p < 1$ เรียกว่าอุปสงค์มีความยืดหยุ่นต่ำ (Inelastic demand)

$E_p = 1$ เรียกว่าอุปสงค์มีความยืดหยุ่นเอกภาพ (Unitary)

$E_p > 1$ เรียกว่าอุปสงค์มีความยืดหยุ่นสูง (Elastic demand)

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา เมื่อคำนวณออกมาจะมีค่าเป็นลบเสมอ แต่ไม่คิดเป็นค่าลบตามหลักคณิตศาสตร์ เครื่องหมายลบดังกล่าวเพียงแต่แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์เป็นไปในทางผกผันกับราคาเท่านั้น ดังนั้นค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าเท่ากับ -2 และ -0.9 เรากล่าวว่าความยืดหยุ่นที่มีค่าเท่ากับ -2 มีความยืดหยุ่นสูงกว่า หรือมากกว่า -0.9

ลักษณะของเส้นอุปสงค์กับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

โดยปกติทั่วไปแล้วค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาจะผกผันกับความชัน (Slope) ของเส้นอุปสงค์ กล่าวคือ เส้นอุปสงค์ที่มีความชันน้อยจะมีความยืดหยุ่นสูง ในทางตรงกันข้าม เส้นอุปสงค์ที่มีความชันมากจะมีความยืดหยุ่นต่ำ

ตัวกำหนดอุปสงค์ต่อราคา (Determinants of price Elasticity)

ตัวกำหนดอุปสงค์ต่อราคา หมายถึง สิ่งซึ่งทำให้ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าสูงหรือต่ำ ซึ่งกำหนดดังกล่าวดังต่อไปนี้

1. จำนวนสินค้าที่ใช้ทดแทน สินค้าใดที่มีสินค้าทดแทนเป็นจำนวนมาก จะมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสูง ทั้งนี้เพราะว่าเมื่อเปลี่ยนแปลงราคาเพียงเล็กน้อย ก็จะกระทบกับราคาค่อนข้างแรง เช่นเมื่อขึ้นราคาเพียงเล็กน้อย ลูกค้าก็จะหันไปซื้อสินค้าอื่นทดแทน ซึ่งสินค้านี้มีให้เลือกเป็นจำนวนมาก ทำให้ ปริมาณอุปสงค์ ลดลงค่อนข้างมาก

2. สัดส่วนของราคาสินค้าเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายรวมของผู้บริโภค สินค้าบางชนิดมีราคาค่อนข้างต่ำ ทำให้การซื้อสินค้านี้ไม่กระทบกระเทือนต่อค่าใช้จ่ายรวมของผู้บริโภค เนื่องจากราคาต่ำ ถึงแม้ราคาจะสูงถึง 100 % ก็ตาม แต่รายจ่ายที่เป็นตัวเงินก็เพิ่มไม่มาก จนเห็นว่าไม่มีผลต่อรายจ่ายรวม ทำให้ปริมาณซื้อไม่เปลี่ยนแปลงนัก สินค้าประเภทนี้ จะมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาต่ำ

3. ความคงทนของสินค้า สินค้าที่มีความคงทนถาวรมาก จะมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาต่ำ เพราะนานๆ ซื้อครั้ง และเมื่อซื้อครั้งที่สอง ก็อาจนานจนลืมราคาซื้อครั้งแรกไปแล้ว ดังนั้นราคาจึงไม่มีผลมากนักต่อปริมาณสินค้าที่คงทนถาวร ยิ่งคงทนถาวรมากเท่าใด ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาน่าจะยิ่งต่ำเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ยังมีสินค้าคงทนถาวรบางชนิดที่มีความยืดหยุ่นค่อนข้างสูงเพราะมีรุ่นใหม่ๆ ออกมาบ่อย เช่น รถยนต์ เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น

4. ระยะเวลาหรือช่วงเวลา หากช่วงเวลายาวนานมากพอ ผู้บริโภคมีโอกาสปรับตัวได้มากขึ้น ดังนั้น เส้นอุปสงค์ระยะยาวมักจะมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสูง กว่าเส้นอุปสงค์ในระยะสั้น

การประยุกต์ใช้ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ ต่อราคาในด้านธุรกิจ

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีประโยชน์ต่อการตัดสินใจของผู้บริหารในด้านธุรกิจ ดังต่อไปนี้ กล่าวคือ ผู้บริหารควรจะทราบค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ ต่อราคาในสินค้าของตน ว่า

มีค่ามากกว่า 1 หรือ น้อยกว่า 1 ในยามที่ยอดขายตกต่ำ (ในภาษาเศรษฐศาสตร์ เรียกยอดขายว่า รายรับรวม- Total Revenue-TR) การตัดสินใจในด้านราคา เมื่อยกระดับราคาให้สูงขึ้น ก็จะต้องพิจารณาจากความยืดหยุ่นต่ออุปสงค์ต่อราคา หากความยืดหยุ่นดังกล่าว มีค่ามากกว่า 1 ก็ควรตัดสินใจลดราคาลง เพราะจะทำให้ยอดขายสูงขึ้นได้ เนื่องจากปริมาณซื้อเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่สูงกว่าราคา ในทางตรงข้าม หากความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีน้อยกว่า 1 ก็ควรตัดสินใจขึ้นราคา จะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นได้ ทั้งนี้เพราะปริมาณขายที่ลดลง จะมีสัดส่วนต่ำกว่าการสูงขึ้นของราคาอันเป็นผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้น ซึ่งในกรณีนี้จะเป็นผลดีอย่างยิ่งต่อหน่วยธุรกิจ เพราะผลิตน้อยลง ทำงานน้อยลง ใช้เงินทุนน้อยลง แต่กลับทำให้รายรับจากการขายเพิ่มขึ้น ดังนั้นธุรกิจทุกแห่ง พยายามทำให้สินค้าของตนมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ ต่อราคาต่ำ ยิ่งต่ำลงมากเท่าใด ก็ยังเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจมากเท่านั้น วิธีการดังกล่าวที่เห็นกันอยู่โดยทั่วไป คือการโหมโฆษณา เพื่อให้ลูกค้ามีความภักดีต่อสินค้าของตนให้มากขึ้น ซึ่งทำให้ความยืดหยุ่นต่ำลงนั่นเอง แต่จะเป็นผลในระยะยาว ก็ต่อเมื่อพยายามปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์แล้ว โฆษณาตามความเป็นจริง

ดังจะเห็นได้ว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าเป็นบวก ผู้ประกอบการตั้งราคาสูงจะส่งผลให้ รายรับรวมลดลงเนื่องจากยอดขายที่ลดลงจากราคาที่สูงขึ้น ในทางกลับกัน หากตั้งราคาลินค้าลดลง สินค้ามีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามีค่าเป็นบวกจะส่งผลให้รายรับรวมเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากยอดขายสูงขึ้นจากผลของราคา รายละเอียดรายละเอียดการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ระหว่าง ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและรายรับรวมได้ดังนี้

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา	การเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้า	การเปลี่ยนแปลงในรายรับรวม
ยืดหยุ่นมาก ($E_p > 1$) Elastic	ราคาสูงขึ้น ราคาลดลง	รายรับรวมลดลง รายรับรวมเพิ่มขึ้น
ยืดหยุ่นคงที่ ($E_p = 1$) Unit elastic	ราคาสูงขึ้น ราคาลดลง	รายรับรวมคงที่ รายรับรวมคงที่
ยืดหยุ่นน้อย ($E_p < 1$) Inelastic	ราคาสูงขึ้น ราคาลดลง	รายรับรวมเพิ่มขึ้น รายรับรวมลดลง

1.2.2 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ หมายถึง อัตราส่วนการเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละของปริมาณอุปสงค์ ต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละของรายได้ (ของผู้บริโภค) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือการเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละ ของปริมาณอุปสงค์ เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ร้อยละ 1 **ชนิดหรือ แบบ**

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ ก็มี 2 แบบ เช่น ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ กล่าวคือ เป็น ความยืดหยุ่นชนิดเป็นจุด กับความยืดหยุ่นชนิดเป็นช่วง

สูตรคำนวณ

ชนิดหรือแบบเป็นจุด มีสูตรคำนวณดังนี้

$$E_1 = (Y/Q) * (dQ / dY)$$

โดยที่ E_1 คือ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้
 Q คือ ปริมาณความต้องการซื้อ
 Y คือ รายได้ของผู้บริโภค

ชนิดเป็นช่วง มีสูตรคำนวณ คือ

$$E_1 = \frac{(Q_1 - Q_2) * (Y_1 + Y_2)}{(Q_1 + Q_2) (Y_1 - Y_2)}$$

โดยที่ Q_1 คือ ปริมาณซื้อ ณ จุดแรกของช่วง
 Q_2 คือ ปริมาณซื้อ ณ จุดหลังของช่วง
 Y_1 คือ ระดับรายได้เมื่อซื้อครั้งแรก
 Y_2 คือ ระดับรายได้เมื่อซื้อครั้งหลัง

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ มีลักษณะเช่นเดียวกับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา หากมีความแตกต่างกันในด้านความหมาย ของ เครื่องหมาย หากความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้มีเครื่องหมายเป็น ลบ จะมีผลในการตีความแตกต่างจากการมีเครื่องหมายเป็น บวก

ตัวกำหนดอุปสงค์ต่อรายได้

ตัวกำหนดอุปสงค์ต่อรายได้ มิใช่มีผลต่อความยืดหยุ่นเท่านั้น หากแต่มีผลต่อประเภทของสินค้าด้วย

สินค้าด้อย (Inferior Goods) สินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าคุณภาพต่ำและราคาถูก การเปลี่ยนแปลงในปริมาณซื้อจะผกผันกับรายได้ กล่าวคือ หากรายได้ต่ำลง จะซื้อสินค้าประเภทนี้มากขึ้น หากรายได้สูงขึ้น จะซื้อสินค้าประเภทนี้น้อยลง ดังนั้น สินค้าด้อย ทำให้ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ มีเครื่องหมายเป็น ลบ หรือคำนวณออกมาได้ว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ เป็น ลบ ย่อมแสดงว่าสินค้านี้เป็น สินค้าด้อย

สินค้าจำเป็น (Necessary Goods) สินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าที่ซื้อกันโดยปกติทั่วไป ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่จำเป็นในการดำรงชีวิต จึงมักเรียกว่า สินค้าจำเป็น ซึ่งจะมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ เป็นบวก สินค้าประเภทนี้มีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า สินค้าปกติ (Normal Goods)

สินค้าฟุ่มเฟือย (Luxury Goods) สินค้าประเภทนี้เมื่อคนมีฐานะดีขึ้น รายได้สูงขึ้น จะซื้อสินค้าประเภทนี้มากขึ้นในสัดส่วนที่สูงกว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น จึงทำให้ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้มีค่ามากกว่า 1 หรือ $E_i > 1$ ตัวอย่างสินค้าประเภทนี้ ได้แก่ เครื่องประดับและ อัญมณี

การประยุกต์ใช้ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาในด้านธุรกิจ

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ มีประโยชน์ในการตัดสินใจทางธุรกิจดังนี้ ในยามที่เศรษฐกิจเฟื่องฟู ประชาชนมีรายได้สูง ผู้บริหารด้านธุรกิจควรจะหันมาผลิตสินค้าฟุ่มเฟือยให้มากขึ้น (ถ้าทำได้) เพราะประชาชนจะใช้ซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยมากขึ้น ในสัดส่วนที่สูงกว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น ในช่วงดังกล่าว อุปสงค์ต่อสินค้าในประเภทนี้จะเพิ่มขึ้นมาก

ในยามเศรษฐกิจตกต่ำประชาชนมีรายได้น้อย ผู้บริหารด้านธุรกิจควรจะตัดสินใจหันมาผลิตสินค้าจำเป็นมากขึ้น เพราะสินค้านี้มีความยืดหยุ่นต่อรายได้ค่อนข้างต่ำถึงแม้รายได้ลดลงปริมาณซื้อจะไม่เปลี่ยนแปลงมากนักหรือนโยบายที่ดีกว่าก็คือ หันมาผลิตสินค้าประเภทสินค้าด้อยให้มากขึ้นในยามเศรษฐกิจตกต่ำนี้สินค้าประเภทนี้จะมีอุปสงค์สูงขึ้น

1.2.3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้องคือ อัตราส่วนของการเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละ ของปริมาณอุปสงค์ต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละของราคาสินค้าชนิดอื่น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละของอุปสงค์ของสินค้าชนิดหนึ่งเมื่อราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปร้อยละหนึ่ง

ชนิดหรือแบบ

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดนี้ก็เช่นเดียวกับสองชนิดที่กล่าวมาแล้ว คือมี 2 แบบ หรือ 2 ชนิด ชนิดหนึ่งคือความยืดหยุ่นแบบเป็นจุดอีกชนิดหนึ่งคือแบบเป็นช่วง

สูตรคำนวณ

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น มีสูตรคำนวณตามชนิดของความยืดหยุ่น ดังนี้

สูตรคำนวณชนิดความยืดหยุ่นแบบเป็นจุด

$$E_c = (X/Y) * (dQ_x / dP_y)$$

โดยที่ E_c คือ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง
 Q_x คือ ปริมาณซื้อสินค้า X
 P_y คือ ราคาสินค้า Y

สูตรคำนวณความยืดหยุ่นแบบเป็นช่วง

$$E_1 = \frac{(Q_{x_1} - Q_{x_2}) * (P_{y_1} + P_{y_2})}{(Q_{x_1} + Q_{x_2}) (P_{y_1} - P_{y_2})}$$

โดยที่ Q_{x_1} คือ ปริมาณซื้อสินค้า X ครั้งแรก
 Q_{x_2} คือ ปริมาณซื้อสินค้า X ครั้งหลัง
 P_{y_1} คือ ราคาสินค้า y ครั้งแรก
 P_{y_2} คือ ราคาสินค้า y ครั้งหลัง

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

ค่าของความยืดหยุ่นชนิดนี้มีลักษณะคล้ายกับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ กล่าวคือ เครื่องหมายของความยืดหยุ่นจะมีความหมายต่อการตีความ หากความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง มีเครื่องหมายเป็น ลบ จะมีผลในการตีความแตกต่างจากการมีเครื่องหมายเป็น บวก

ตัวกำหนดความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง

ตัวกำหนดของความยืดหยุ่นชนิดนี้เป็นความสัมพันธ์ของสินค้า 2 ชนิด ดังนี้

กรณีสินค้า 2 ชนิด ทดแทนกันได้ (Substitute goods) ค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณออกมาจะมีค่าเป็นบวก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งหากคำนวณค่าความยืดหยุ่นออกมาได้เป็นบวก แสดงว่าสินค้า 2 ชนิดนั้นมีความสัมพันธ์ในลักษณะทดแทนกันได้

กรณีสินค้า 2 ชนิดใช้ประกอบกัน (Complementary goods) ค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณออกมาได้ จะมีค่าเป็นลบ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง หากคำนวณค่าความยืดหยุ่นออกมาได้เป็นลบแสดงว่าสินค้า 2 ชนิดนั้นมีความสัมพันธ์ในลักษณะใช้ประกอบกันหรือใช้ร่วมกัน

กรณีสินค้า 2 ชนิดเป็นอิสระต่อกัน ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นจะเป็นศูนย์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง หากคำนวณค่าความยืดหยุ่นออกมาเป็นศูนย์ แสดงว่าสินค้า 2 ชนิดนั้นเป็นอิสระต่อกัน

การประยุกต์ใช้ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นในด้านการตัดสินใจทางธุรกิจ

การประยุกต์ใช้ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นนั้น จะมุ่งไปที่หน่วยธุรกิจที่เป็นคู่แข่ง โดยผู้บริหารจะต้องทราบค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าของคู่แข่งกับปริมาณอุปสงค์ของสินค้าเรา หากพบว่าค่าความยืดหยุ่นเป็นบวก นั่นแสดงว่าธุรกิจของเขาเป็นคู่แข่งของเราอย่างแท้จริง ดังนั้นก็ต้องระมัดระวังในเชิงแข่งขันทุกๆ ด้าน ทั้งนโยบาย และ/หรือกลยุทธ์ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด หากพบว่าความยืดหยุ่นดังกล่าวมีค่าเป็นลบ นั่นแสดงว่าเราไม่ใช่คู่แข่งของเรา กลับเป็นผู้สนับสนุนเราเสียด้วยซ้ำ เพราะสินค้าของเขาและสินค้าของเราเป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกัน หากเขาลดราคา และขายสินค้าของเขาได้มากขึ้น อยู่เฉยๆ ก็จะขายสินค้าได้มากขึ้นไปด้วย ดังนั้น การดำเนินนโยบายหรือกลยุทธ์ต่างๆ ก็จะเป็นไปในด้านสนับสนุนเขามากกว่าจะแข่งกับเขา เพราะสินค้าของเขากับของเราเป็นสินค้าที่ต้องใช้ร่วมกัน

ในกรณีที่พบว่าความยืดหยุ่นดังกล่าวนี้มีค่าเป็นศูนย์ ย่อมแสดงว่าเขาไม่เป็นที่คู่แข่ง หรือผู้สนับสนุน ดังนั้นเราก็สบายใจได้ว่าเขาจะดำเนินนโยบายอย่างไรก็ไม่ส่งผลกระทบต่อเรา เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของเขากับของเราไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

ตัวอย่างสินค้าที่เป็นคู่แข่งหรือสินค้าทดแทนกันก็เช่น เนื้อหมู และเนื้อไก่ หากราคาเนื้อหมูแพงขึ้นมาก เนื้อไก่ก็จะขายดีขึ้น ดังนั้น พ่อค้าเนื้อหมูและพ่อค้าเนื้อไก่จึงเป็นคู่แข่งกัน น้ำมันเชื้อเพลิงและรถยนต์ก็เป็นสินค้าที่ใช้ร่วมกันหรือประกอบกัน จึงไม่แข่งขันกัน สำหรับสินค้าที่เป็นอิสระแก่กันก็เช่น อาหารและเครื่องแต่งกาย เป็นต้น

2. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์และพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภคในปัจจุบัน นับว่ามีประโยชน์ต่อการดำเนินการทางธุรกิจ จึงได้มีการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ารับบริการของการบินต้นทุนต่ำ

นิธนา เมืองนนท์ (2534) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของการบินไทย ศึกษาเฉพาะกรณีผู้โดยสารชั้นธุรกิจในเส้นทางระหว่างประเทศ ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 446 ตัวอย่าง ขณะพักรอเวลาเครื่องออกเดินทาง

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาเปรียบเทียบการให้ความสำคัญระหว่างการสื่อสารเชิงวัจนะกับการสื่อสารเชิงอวัจนะ
2. ศึกษาปัจจัยการสื่อสารประเภทต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้โดยสารชั้นธุรกิจในเส้นทางระหว่างประเทศเลือกใช้บริการของการบินไทย

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้โดยสารที่เดินทางในเส้นทางบินภาคพื้นเอเชียมากกว่าเส้นทางบินข้ามทวีป วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ในการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ และส่วนใหญ่ให้เหตุผลในการเลือกการบินไทยว่า บริการดีเป็นอันดับแรก ภาพพจน์ดีและโฆษณาดีเป็นลำดับถัดไป ส่วนการสื่อสารระหว่างบุคคลของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน และบนเครื่องบินที่มีกับผู้โดยสารพบว่า ภาษาท่าทางของพนักงานต้อนรับภาคพื้นดินและบนเครื่องบินอยู่ในเกณฑ์ดี อย่างไรก็ตาม พนักงานต้อนรับภาคพื้นดินยังต้องปรับปรุงในส่วนการให้ความสนใจดูแลผู้โดยสารอย่างทั่วถึง และพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินยิ้มแย้มให้มากขึ้น ในด้านการบริการทั่วไปอยู่ในเกณฑ์ดี ในขณะที่ภาพพจน์ด้านการบริการของพนักงานต้อนรับอยู่ในเกณฑ์ดีมาก อย่างไรก็ตาม ภาพพจน์ที่ต้องปรับปรุงคือ การตรงต่อเวลาของเที่ยวบิน

สำหรับสื่อโฆษณาที่ประสบความสำเร็จสูงสุดต่อการบินไทย ได้แก่ สื่อนิยายสารซึ่งสมควรให้ดำเนินการต่อไป ในขณะที่สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ในการเลือกใช้บริการของการบินไทยสมควรส่งเสริมด้านโฆษณาให้มากขึ้น โดยเฉพาะการเจาะเข้าสู่ตลาดเป้าหมาย

สุคนธรส หัสวายุกุล (2543) ได้ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน): ศึกษาเฉพาะกรณีเส้นทางการบินระหว่างประเทศ โดยการออกแบบสอบถามสร้างสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression)

ผลการศึกษาพบว่า จากการออกแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้โดยสารชาวต่างประเทศเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุระหว่าง 31 -40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี

อาชีพผู้บริหาร รายได้ต่อเดือนมากกว่า 2433 เหรียญสหรัฐต่อปี จำนวนครั้งในการเดินทางในระยะเวลา 1 ปี : 1-3 ครั้ง และเพียง 1 ภูมิภาค ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้โดยสารชาวไทยก็เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี อาชีพพนักงานทั่วไป รายได้ต่อเดือนมากกว่า 90,001 บาท จำนวนครั้งในการเดินทางใน ระยะเวลา 1 ปี : 1-3 ครั้งและเพียง 1 ภูมิภาคเช่นกัน

กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) คือ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านพนักงานต้อนรับ ปัจจัยด้านอาหารและเครื่องดื่ม ปัจจัยด้านเครื่องบินและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกบนเครื่องบิน ปัจจัยด้านการสำรองที่นั่ง ปัจจัยด้านตารางการบิน ปัจจัยด้านสื่อการบินบนเครื่องบิน และปัจจัยด้านราคาตามลำดับ

ผลของการสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการแตกต่างกัน ในปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านพนักงานต้อนรับ ปัจจัยด้านการตลาด

กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการให้บริการของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไว้มากมาย โดยผู้โดยสารชาวต่างประเทศมีความเห็นว่า จุดเด่น ได้แก่ เครื่องบินออกตรงตามเวลา พนักงานมีอัธยาศัยไมตรีดี สุภาพ และมีภาพพจน์ที่ดี แต่ควรปรับปรุงความหลากหลายของนิตยสารและหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ ขยายความกว้างของเก้าอี้และควรมีโทรทัศน์ส่วนบุคคล ส่วนผู้โดยสารชาวไทยมีความเห็นว่า ควรปรับปรุงด้านราคาบัตรโดยสารที่แพงเกินไป ความเท่าเทียมในการบริการแก่ผู้โดยสาร รสชาติอาหาร เครื่องบินและอุปกรณ์ที่เก่า

ประสิทธิ์ ปั้นประเสริฐ (2543) ภาคนิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารคนไทยที่มีต่อการให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศ เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารคนไทยที่มีต่อการให้บริการด้านต่าง ๆ ของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ การติดต่อและการสำรองที่นั่ง การบริการภาคพื้น การบริการบนเครื่อง และการบริการ ณ สถานีปลายทาง ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ถึงความพึงพอใจดังกล่าว และศึกษาปัญหาอุปสรรคในการให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศ ตลอดจนข้อเสนอแนะของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการ

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการเที่ยวบินภายในประเทศ โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 322 ราย เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่นำมาใช้ในการศึกษาคือ ค่าร้อยละ ค่ามัธยฐานเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test, F-test

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก มีเพียงด้านบริการบนเครื่องบิน อันได้แก่ ความบันเทิงทางด้านเสียงเพลงที่มีระดับความพึงพอใจพบว่า เพศและอายุ มีความสัมพันธ์กับระดับ

ความพึงพอใจต่อการให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยที่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ได้แก่ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้

จากผลการศึกษามีข้อเสนอแนะว่าบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ควรปรับปรุงการบริการต่อไปนี้คือ

1. การติดต่อและการสำรองที่นั่ง ควรเพิ่มช่องทางการติดต่อและสำรองที่นั่งให้มีความหลากหลาย อันได้แก่ การเพิ่มคู่สายโทรศัพท์ให้มีมากเพียงพอ การสร้างเว็บไซต์ (Website) ในการติดต่อและสำรองที่นั่ง การเพิ่มสำนักงานในการติดต่อ และการสำรองที่นั่ง รวมถึงการจัดตั้งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของสถานที่ที่ติดต่อสำรองที่นั่ง

2. การบริการภาคพื้น ควรปรับปรุงด้านประชาสัมพันธ์ของตารางการบินที่มีการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่รับผิดชอบของเที่ยวบินนั้น ๆ เพื่อความถูกต้องของข้อมูลตามตารางบิน รวมถึงมีการอบรมพนักงานที่บริการห้องโดยสารออกในการปฏิบัติต่อผู้โดยสารอย่างเท่าเทียมกัน

3. การบริการบนเครื่องบิน ควรปรับปรุงการบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มในแต่ละเที่ยวบิน รวมถึงการดูแลรักษาความสะอาดต่าง ๆ และการจัดอบรมความปลอดภัย สร้างจิตสำนึกในการให้บริการแก่ผู้โดยสารมากขึ้น

4. การบริการ ณ สถานีปลายทาง ควรปรับปรุงระบบการตรวจตราการรับสัมภาระของผู้โดยสารให้ถูกต้องมากขึ้น โดยการใช้ระบบเทคโนโลยีทันสมัย รวมถึงการอบรมพนักงานให้มีความรอบคอบระมัดระวังมากขึ้น

ชนิดา วันวงษ์ (2544) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้โดยสารการบินไทยต่อการให้บริการของแผนกสอบถามและสำรองที่นั่ง: ศึกษาเฉพาะกรณีท่าอากาศยานกรุงเทพ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ โดยใช้วิธีทางสถิติสร้างสมการถดถอยเชิงซ้อนด้วยวิธีกำลังสองน้อยสุด

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารการบินไทยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมในระดับสูง เช่นเดียวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านความเสมอภาค และด้านความเต็มใจและจริงใจ ส่วนความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้โดยสารที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ความถี่ในการมาใช้บริการ และปัจจัยในการเข้าถึงการบริการที่ต่างกันมีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการทั้งในด้านรวมและรายได้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ - กรกฎาคม 2543 จำนวน 400 คน

ความเข้าใจในการติดต่อสื่อสาร ระยะเวลาในการรอคอย และอายุของผู้โดยสาร สามารถอธิบายความพึงพอใจต่อการให้บริการได้ร้อยละ 26.60 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนความถี่ในการมาใช้บริการนั้น ไม่สามารถอธิบายการปรับตัวในการทำงานได้

ผู้โดยสารการบินไทยมีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยรวมในระดับสูง ส่วนความพึงพอใจด้านคุณภาพการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

สรุป

จากแนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น การผสมผสานแนวคิดจากงานวิจัยด้านการศึกษาถึงอุปสงค์ การศึกษาความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ราคา รายได้ การติดต่อการสำรองที่นั่ง การบริการภาคพื้น การบริการบนเครื่องบิน การบริการปลายทาง และปัจจัยอื่นๆ โดยการใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้วิธีทางเศรษฐมิติ สร้างสมการถดถอยเชิงซ้อน ค่าร้อยละ ค่ามัธยฐานเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test, F-test ซึ่งวรรณกรรมที่ได้ทบทวน สามารถนำมาเป็นพื้นฐานการสนับสนุนแนวคิดและความคิดเห็นในการศึกษาของผู้วิจัยในครั้งนี้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับสมการที่ผู้วิจัยจะศึกษา คือ

$$Q = f(P, I, T, P^*, D, S, F)$$

Q	คือ ปริมาณอุปสงค์
P	คือ ราคาสินค้าหรือบริการที่กำลังกล่าวถึง
I	คือ รายได้ของผู้บริโภค
T	คือ รสนิยมของผู้บริโภค
P*	คือ ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง
D	คือ ภาวะการกระจายรายได้
S	คือ ฤดูกาล
F	คือ เทศกาล

จากสมการดังกล่าวสามารถนำไปใช้กับงานวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งศึกษาถึงสมการอุปสงค์ ซึ่งมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อการทำให้อุปสงค์มีการเปลี่ยนแปลงไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาอุปสงค์การใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ และปัจจัยที่มีอิทธิพลกระทบต่อปริมาณการใช้บริการซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลของประชากรและวิธีการสุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา มีดังต่อไปนี้

1.1 ประชากร

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ กลุ่มประชากรจะเป็นผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เส้นทางการบิน กรุงเทพ-หาดใหญ่ ซึ่งในปัจจุบันมีจำนวนประมาณ 900 คนที่ใช้บริการในแต่ละวัน ผู้วิจัยจึงแบ่งกลุ่มตัวอย่าง ออกเป็นสองกลุ่มดังนี้

กลุ่ม 1 ผู้โดยสารชาวไทย ที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศเส้นทางการบิน กรุงเทพ-หาดใหญ่

กลุ่ม 2 ผู้โดยสารชาวต่างชาติ ที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศเส้นทางการบิน กรุงเทพ-หาดใหญ่

1.2 วิธีการสุ่มและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

รายละเอียดพื้นที่ที่ใช้ในการสำรวจ วิธีการสุ่ม และขนาดของกลุ่มตัวอย่าง มีดังนี้
พื้นที่ที่ใช้ในการสำรวจ

พื้นที่ที่วิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาเลือกสำรวจคือ สนามบินดอนเมือง และถนนข้าวสาร ซึ่งเป็นพื้นที่ชาวต่างชาติพักอาศัยกันเป็นจำนวนมาก

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างครั้งนี้จะใช้วิธีการเลือกทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accident Sampling) หลังจากนั้นทำการแจกแบบสอบถามให้ผู้โดยสารชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2548 – 31 มีนาคม พ.ศ. 2548 มีการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการเข้าไปสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้ากับผู้ถูกสัมภาษณ์

1.2.3 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนประชากรในการใช้บริการบริการสายการบินต้นทุนต่ำเส้นทางกรุงเทพ – หาดใหญ่ ประมาณ 150 คน ต่อ เที่ยวบิน ใน 1 วันจะมีการให้บริการ 3 เที่ยวบิน คิดเป็น 450 คน ต่อวัน ผู้วิจัยได้ใช้เวลาในการวิจัยช่วงเดือน มกราคม- มีนาคม พ.ศ. 2548 ประมาณเวลา 90 วัน ดังนั้นคิดเป็นจำนวนประมาณประชากร 40,000 คน ซึ่งคิดผู้วิจัยได้ถือเกณฑ์กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตร Sample Random Sampling ซึ่งกำหนดความคลาดเคลื่อนการสุ่มกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05 โดยใช้สูตร

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)e^2}{Z^2} + pq}$$

เมื่อ	n	คือ จำนวนตัวอย่าง
	N	คือ จำนวนประชากร
	Z	คือ Zscore ขึ้นกับระดับความเชื่อมั่น
	p	คือ ค่าประมาณเปอร์เซ็นต์ที่คาดหวัง
	q	คือ (1-p)
	e	คือ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้
เมื่อกำหนดให้	z = 1.96	ณ ระดับความเชื่อมั่น 95%
	p = 0.5	
	e = 0.05	จะได้

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{40500(0.5*0.5)}{\frac{(40500 - 1)(0.05)^2 + (0.5*0.5)}{(1.96)^2}} \\
 &= 212
 \end{aligned}$$

ผลจากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการวิจัยเป็นจำนวน 212 ชุด แต่ผู้วิจัยเลือกที่จะออกแบบสอบถามจำนวน 250 ชุด โดยแบ่งสัดส่วนของผู้โดยสาร ออกเป็น ชาวไทยและชาวต่างชาติ เพราะผู้โดยสารส่วนใหญ่จะมีหลายเชื้อชาติ เช่น ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ ที่เข้ามาใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ เส้นทาง กรุงเทพ - หาดใหญ่ สามารถแบ่งกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่ม 1 ผู้โดยสารชาวไทย ที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศเส้นทางการบิน กรุงเทพ-หาดใหญ่ จำนวนแบบสอบถาม 125 ชุด

กลุ่ม 2 ผู้โดยสารชาวต่างชาติ ที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศเส้นทางการบิน กรุงเทพ-หาดใหญ่ จำนวนแบบสอบถาม 125 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 1 ฉบับ แบ่งออกเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนทั้งหมด 7 ข้อ ซึ่งเป็นรายละเอียดส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ความถี่ในการใช้บริการ ความเหมาะสมของราคาในการใช้บริการ วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละตามลำดับ

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับความพึงพอใจ ของลูกค้าที่เข้ารับบริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ วิเคราะห์โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นรายชื่อโดยกำหนดค่าที่คำนวณเป็นลำดับ โดยได้แบ่งออกเป็นด้านต่างๆ ดังนี้ คือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการติดต่อและสำรองที่นั่ง ด้านการบริการภาคพื้นขาออก ด้านการให้บริการบนเครื่องบิน ด้านการบริการภาคพื้นขาเข้า โดยคำถามเป็นการแสดงความคิดเห็น และแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ ดีมาก ดี ปานกลาง พอใช้ และต้องปรับปรุง ตามลำดับได้ดังนี้

ดีมาก	กำหนดให้คะแนน	5	คะแนน
ดี	กำหนดให้คะแนน	4	คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้คะแนน	3	คะแนน
พอใช้	กำหนดให้คะแนน	2	คะแนน
ต้องปรับปรุง	กำหนดให้คะแนน	1	คะแนน

ในการวิจัยได้นำค่าเฉลี่ยเพื่อใช้ในการบรรยายลักษณะของตัวแปรดังกล่าว โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนระดับความพึงพอใจของผู้โดยสาร ที่มีต่อการให้บริการด้านต่างๆ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	คะแนน ถือว่ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ต้องปรับปรุง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	คะแนน ถือว่ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับที่พอใช้
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	คะแนน ถือว่ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	คะแนน ถือว่ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ดี
ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	คะแนน ถือว่ามีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ดีมาก

ซึ่งเกณฑ์การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยที่คำนวณได้เป็นดังนี้

$$\begin{aligned} \text{การจัดช่วงลำดับคะแนน} &= (\text{คะแนนมากที่สุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานคือ T-Test, Chi-Square การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ใช้วิธี Stepwise โดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Packages for the Social Science) Version 13 และ Eviews 3.1

นอกจากนี้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะด้านความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบและข้อกำหนดต่างๆ ในการใช้บริการ ทั้งในด้านการติดต่อและสำรองที่นั่ง ด้านการบริการภาคพื้นขาออก ด้านการให้บริการบนเครื่องบิน และด้านการบริการภาคพื้นขาเข้าในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ของบริษัทสายการบินต้นทุนต่ำ

การทดสอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถามซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 250 ชุด ต่อผู้โดยสารที่ใช้บริการของบริษัทสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ ในการทดสอบแบบสอบถามนั้น พยายามแจกแบบสอบถามที่อยากทราบว่า จะถูกต้องตามจุดประสงค์หรือไม่ซึ่งมีดังนี้

1. คำถามที่ตั้งขึ้นผู้ตอบเข้าใจหรือไม่
2. ความเข้าใจผิดในความหมายของคำถาม คือ ภาษาที่ใช้คลุมเครือ ไม่ชัดเจน หรือยากเกินกว่าเข้าใจหรือไม่
3. การเรียงลำดับคำถามสอดคล้องสัมพันธ์กันหรือไม่
4. มีคำถามซ้ำกันหรือไม่ หรือมีคำถามข้อใดบ้างที่ไม่มีความจำเป็น

5. คำถามปิดมีคำตอบให้เลือกครบถ้วนหรือไม่
6. คำตอบที่ได้มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องที่ต้องการทราบหรือไม่
7. ผลการทดสอบได้ความน่าเชื่อถือมากน้อยหรือไม่

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) หลังจากนั้นทำการแจกแบบสอบถาม ให้ผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่เดือน มกราคม ถึง มีนาคม ซึ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามตามขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลการสอบถามในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลใน 2 แนวทาง คือ

แนวทางแรก เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลในแนวทางนี้ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจากข้อมูลปฐมภูมิ เพื่อวิเคราะห์ลักษณะโดยทั่วไปของข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ที่เก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และแผนภูมิ (Chart) ประกอบการนำเสนอผลการวิเคราะห์

แนวทางสอง เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ซึ่งการวิเคราะห์ในแนวทางนี้ ผู้วิจัยจะนำตัวแปรที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อปริมาณการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

- 1) นำตัวแปรที่คาดว่าจะจะเป็นปัจจัยกำหนดปริมาณการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศของชาวไทยและชาวต่างประเทศในกรุงเทพมหานคร มาทำการคัดเลือกเข้าสมการโดยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise โดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Packages for the Social Science) Version 13 โดยสามารถนำตัวแปรดังกล่าวมาเขียนให้อยู่ในรูปของฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ ได้ดังนี้

$$Q = f(\text{PRI, INC, EDU, AGE, PLA})$$

โดยที่ Q = ปริมาณของการใช้บริการมีหน่วยเป็นครั้งต่อปี
 PRI = ราคาตัวเครื่องบิน มีหน่วยเป็นบาท
 INC = รายได้ของผู้ใช้บริการ มีหน่วยเป็นบาทต่อเดือน
 EDU = ระดับการศึกษา มีหน่วยเป็นปี
 AGE = อายุของผู้ใช้บริการ มีหน่วยเป็นปี
 PLA = ความพึงพอใจช่องทางในการจัดจำหน่ายมีค่าเป็น 0 และ 1 โดยนำตัวแปรหุ่นแทนความพอใจและไม่พอใจในช่องทางในการจัดจำหน่าย

โดย 0 แทน ความไม่พอใจ 1 แทน ความพอใจ

2) นำตัวแปรที่ได้ในขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตาม โดยวิธี Curve Estimation ในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เมื่อได้รูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เหมาะสมแล้ว จึงดำเนินการวิเคราะห์หาสมการอุปสงค์ที่เหมาะสมกับข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสำรวจ โดยนำมาวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี OLS: Ordinary Least Square ซึ่งการตัดสินใจเลือกสมการอุปสงค์ที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ดังกล่าวจะพิจารณาจากคุณสมบัติ ดังนี้

2.1) เครื่องหมายของสัมประสิทธิ์ ซึ่งจะต้องมีค่าเป็นไปตามหรือสอดคล้องกับทฤษฎี

2.2) ค่า Adjusted R^2 ซึ่งเป็นค่าที่ใช้ในการอธิบายว่าสมการที่สร้างนั้นมีความเหมาะสมกับข้อมูลเพียงใด โดยค่า Adjusted R^2 จะใช้ในการอธิบายค่าของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตามได้ในรูปของร้อยละ หากผลที่ได้มีค่าเข้าใกล้ร้อยละ 100 มากเท่าใดก็แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายค่าของตัวแปรตามได้มากเท่านั้น

2.3) ค่า F-Statistics เป็นค่าที่ใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์กันหรือความเป็นเหตุเป็นผลของตัวแปรอิสระทุกตัวในสมการในกรณีที่มีตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัวขึ้นไป โดยพิจารณาที่ ค่า F-test ซึ่ง มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ขึ้นไปหมายความว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว จะไม่มีค่าเท่ากับศูนย์ ซึ่งแสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถนำมาอธิบายค่าตัวแปรตามได้

2.4) ค่า t – Statistics เป็นค่าที่ใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์กันหรือความเป็นเหตุเป็นผลของตัวแปรอิสระแต่ละตัวในสมการในเมื่อค่า F – test มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวสามารถนำมาอธิบายค่าตัวแปรตามได้ ซึ่งจะเป็นตัว

แปรได้นั้นสามารถจะพิจารณาได้จากค่า t - test โดยผลของค่า t - test เพื่อทดสอบนัยสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Dependent variables) และตัวแปรอิสระ (Independent variable) ของสมการ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระ สามารถดูได้จากค่า probability ของตัวแปรแต่ละตัว

ข้อสังเกต ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของตัวแปรหุ่นของความพึงพอใจของการจัดจำหน่าย โดยกำลังให้ 0 แทนความพอใจ 1 แทนความไม่พอใจ เป็นค่าที่แสดงถึงความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ Q ที่ระดับต่างๆ ของตัวแปรเชิงคุณภาพ ดังนั้น การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยของตัวแปรหุ่นจึงไม่ใช้การทดสอบว่า Q มีความสัมพันธ์กับตัวแปรเชิงคุณภาพนั้นหรือไม่แต่เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ Q ที่ระดับต่างๆ กันของตัวแปรเชิงคุณภาพ

5. แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบจำลองทางเศรษฐมิติเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ในการศึกษานี้ โดยใช้แบบจำลองที่สมการในรูป Linear และสมการในรูป Double Log - Linear ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยจะได้ทำการวิเคราะห์ความเหมาะสมในการนำสมการทั้งสองรูปแบบมาวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ในการสำรวจดังนี้

แบบจำลองของสมการแบบ Linear

$$Q = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3$$

แบบจำลองของสมการแบบ Double Log- Linear

$$\ln Q = \beta_0 + \beta_1 \ln x_1 + \beta_2 \ln x_2 + \beta_3 \ln x_3$$

โดยที่

Q = ปริมาณการใช้บริการมีหน่วยเป็นครั้งต่อปี

x_1 = รายได้ของผู้ใช้บริการ มีหน่วยเป็นบาทต่อเดือน

x_2 = ราคาตัวเครื่องบิน มีหน่วยเป็นบาท

x_3 = ความพึงพอใจช่องทางในการจัดจำหน่าย

หลังจากได้สมการและแบบจำลองที่เหมาะสมที่สุดในการวิเคราะห์ข้อมูล ในแบบจำลองต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล จะนำข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 250 ฉบับ มาทำการวิเคราะห์ โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อคำตอบแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ารับบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Description Analysis)

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Description Analysis)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดปริมาณของการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะโดยทั่วไปของข้อมูลและตัวแปรที่เกี่ยวข้อง โดยใช้ ค่าร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของตาราง (Table) และแผนภูมิ (Chart) ตลอดจนค่าสถิติเชิงพรรณนาต่างๆ ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้โดยสารชาวไทย

ข้อมูลทั่วไป

แสดงข้อมูลในรูปความถี่และร้อยละของข้อมูล ซึ่งเป็นข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจมา โดยแยกเป็นกลุ่มชาวไทยและชาวต่างชาติตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ ความถี่ในการใช้บริการ

เพศของผู้โดยสารชาวไทย

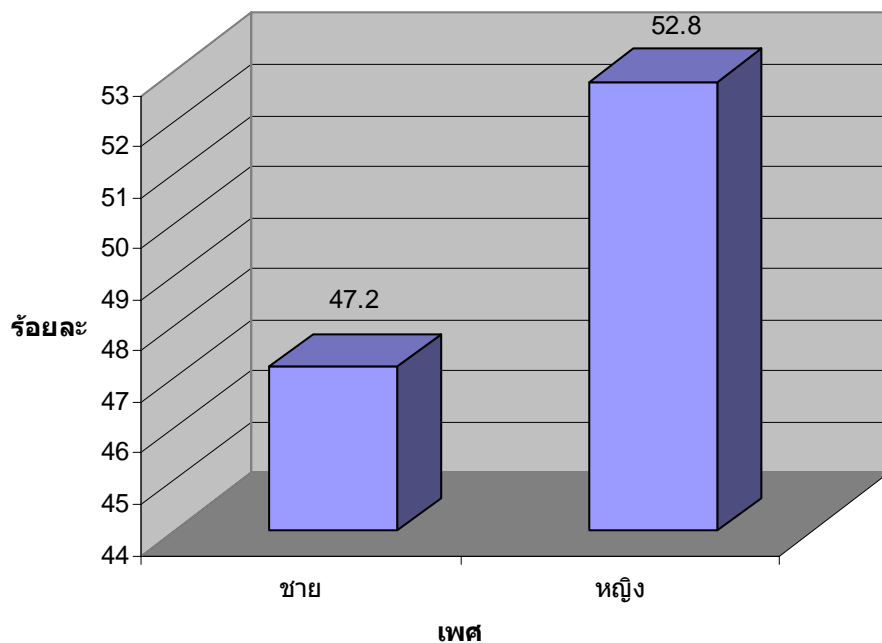
จากตารางที่ 4.1 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาสัดส่วนระหว่างเพศหญิงและเพศชายของผู้โดยสารในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 และเป็นเพศชายจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2

ตารางที่ 4.1 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	59	47.2
หญิง	66	52.8
รวม	125	100

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ลักษณะข้อมูลจำแนกตามเพศ



อายุของผู้โดยสารชาวไทย

จากตารางที่ 4.2 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาสัดส่วนอายุของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 -30 ปี มีจำนวน 45 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 และเมื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับปริมาณการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น หากจะพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ควรจะมีอายุของผู้โดยสารมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจ

ตารางที่ 4.2 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	13	10.4
อายุ 21-30 ปี	54	43.2
อายุ 31-40 ปี	37	29.6
อายุ 41 ปีขึ้นไป	21	16.8
รวม	125	100

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม แยกตามอายุ

			อายุ				รวม
			ต่ำกว่า 20 ปี	อายุ 21-30 ปี	อายุ 31-40 ปี	อายุ 41 ปีขึ้นไป	
เพศ	ชาย	จำนวนคน	8	29	15	7	59
		% within Sex	13.56	49.15	25.42	11.86	100.00
		% within Age	61.54	53.70	40.54	33.33	47.20
		% of Total	6.40	23.20	12.00	5.60	47.20
หญิง	จำนวนคน	5	25	22	14	66	
		% within Sex	7.58	37.88	33.33	21.21	100.00
		% within Age	38.46	46.30	59.46	66.67	52.80
		% of Total	4.00	20.00	17.60	11.20	52.80
รวม	จำนวนคน	13	54	37	21	125	
		% within Sex	10.40	43.20	29.60	16.80	100.00
		% within Age	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
		% of Total	10.40	43.20	29.60	16.80	100.00

ระดับการศึกษาของผู้โดยสารชาวไทย

จากตารางที่ 4.3 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาสัดส่วนการศึกษาของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยส่วนใหญ่จะมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 71 คน มากที่สุด คิดร้อยละ 56.8 รองลงมาจะมีวุฒิการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6

ตารางที่ 4.3 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา แยกตามอาชีพ

			อาชีพ				รวม
			ส่วนตัว	พนักงานบริษัท	ข้าราชการ	รัฐวิสาหกิจ	
การศึกษา	ต่ำกว่า ปวช	จำนวนคน	1	0	0	1	2
		% within Education	50.00	0.00	0.00	50.00	100.00
		% within Job	2.50	0.00	0.00	4.55	1.60
		% of Total	0.80	0.00	0.00	0.80	1.60
	ปวช – ปวส	จำนวนคน	7	1	1	6	15
		% within Education	46.67	6.67	6.67	40.00	100.00
		% within Job	17.50	2.63	4.00	27.27	12.00
		% of Total	5.60	0.80	0.80	4.80	12.00
	ปริญญาตรี	จำนวนคน	25	16	16	14	71
		% within Education	35.21	22.54	22.54	19.72	100.00
		% within Job	62.50	42.11	64.00	63.64	56.80
		% of Total	20.00	12.80	12.80	11.20	56.80
	สูงกว่าปริญญาตรี	จำนวนคน	7	21	8	1	37
		% within Education	18.92	56.76	21.62	2.70	100.00
		% within Job	17.50	55.26	32.00	4.55	29.60
		% of Total	5.60	16.80	6.40	0.80	29.60
รวม		จำนวนคน	40	38	25	22	125
		% within Education	32.00	30.40	20.00	17.60	100.00
		% within Job	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
		% of Total	32.00	30.40	20.00	17.60	100.00

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

อาชีพของผู้โดยสารชาวไทย

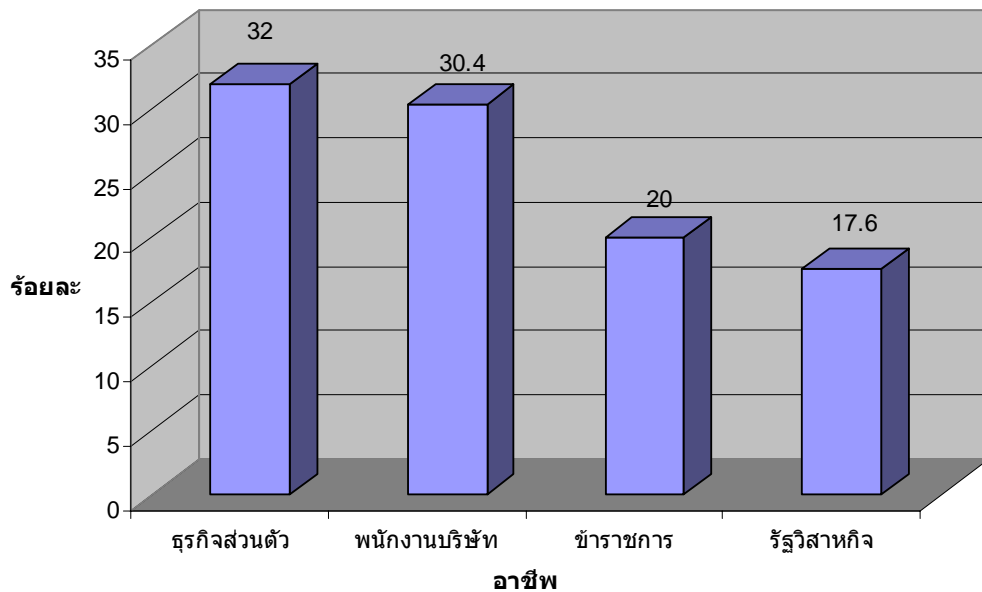
จากตารางที่ 4.4 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาสัดส่วนอาชีพของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาจะมีอาชีพพนักงานบริษัท มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4

ตารางที่ 4.4 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ธุรกิจส่วนตัว	40	32.0
พนักงานบริษัท	38	30.4
ข้าราชการ	25	20.0
รัฐวิสาหกิจ	22	17.6
รวม	125	100

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ลักษณะข้อมูลจำแนกตามอาชีพ



รายได้ของผู้โดยสารชาวไทย

จากตารางที่ 4.5 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาสัดส่วนอาชีพของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย ส่วนใหญ่จะมีรายได้ 10,000-25,000 บาท จำนวน 56 คน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาคือมีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6

ตารางที่ 4.5 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรายได้ แยกตามการศึกษา

รายได้		การศึกษา				รวม
		ต่ำกว่า ปวช	ปวช - ปวส	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ต่ำกว่า 10,000 บาท	จำนวนคน	1	7	12	1	21
	% within Income	4.76	14.29	57.14	23.81	100.00
	% within Edu	50.00	20.00	16.90	13.51	16.80
	% of Total	0.80	2.40	9.60	4.00	16.80
10,000 – 25,000 บาท	จำนวนคน	0	12	36	3	56
	% within Income	0.00	12.50	64.29	23.21	100.00
	% within Edu	0.00	46.67	50.70	35.14	44.80
	% of Total	0.00	5.60	28.80	10.40	44.80
25,001 – 30,000 บาท	จำนวนคน	1	3	8	9	21
	% within Income	4.76	14.29	42.86	38.10	100.00
	% within Edu	50.00	20.00	12.68	21.62	16.80
	% of Total	0.80	2.40	7.20	6.40	16.80
30,000 บาทขึ้นไป	จำนวนคน	0	2	11	14	27
	% within Income	0.00	7.41	51.85	40.74	100.00
	% within Edu	0.00	13.33	19.72	29.73	21.60
	% of Total	0.00	1.60	11.20	8.80	21.60
รวม	Count	2	15	71	37	125
	% within Income	1.60	12.00	56.80	29.60	100.00
	% within Edu	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	% of Total	1.60	12.00	56.80	29.60	100.00

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

สถานภาพของผู้โดยสารชาวไทย

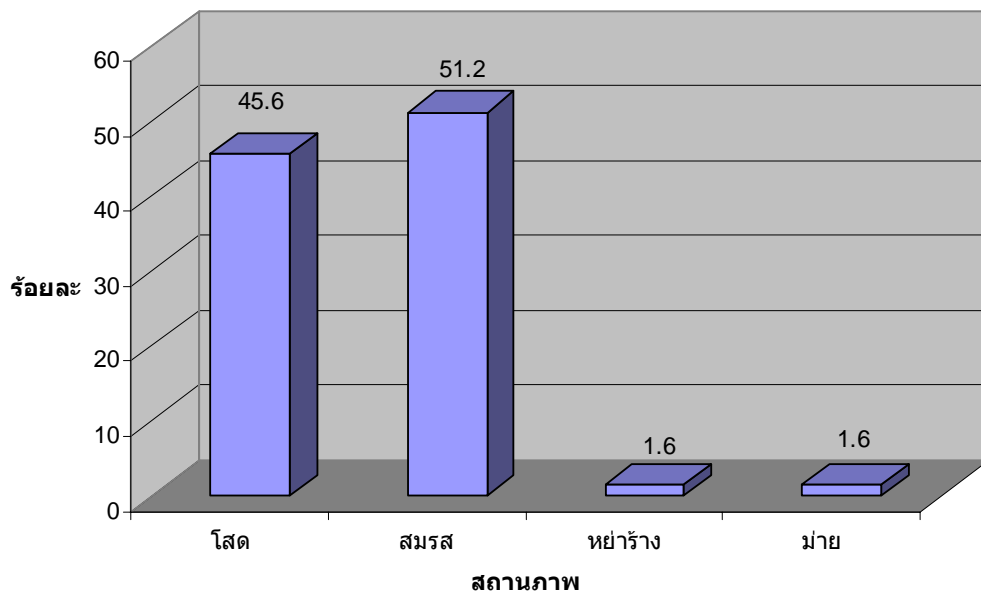
จากตารางที่ 4.6 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาสัดส่วนสถานะภาพ ของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย ส่วนใหญ่จะมีสถานภาพสมรส จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมา คือ โสดจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6

ตารางที่ 4.6 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	57	45.6
สมรส	64	51.2
หย่าร้าง	2	1.6
ม่าย	2	1.6
รวม	125	100

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ลักษณะข้อมูลจำแนกตามสถานภาพ



ความถี่ในการใช้บริการของผู้โดยสารชาวไทย

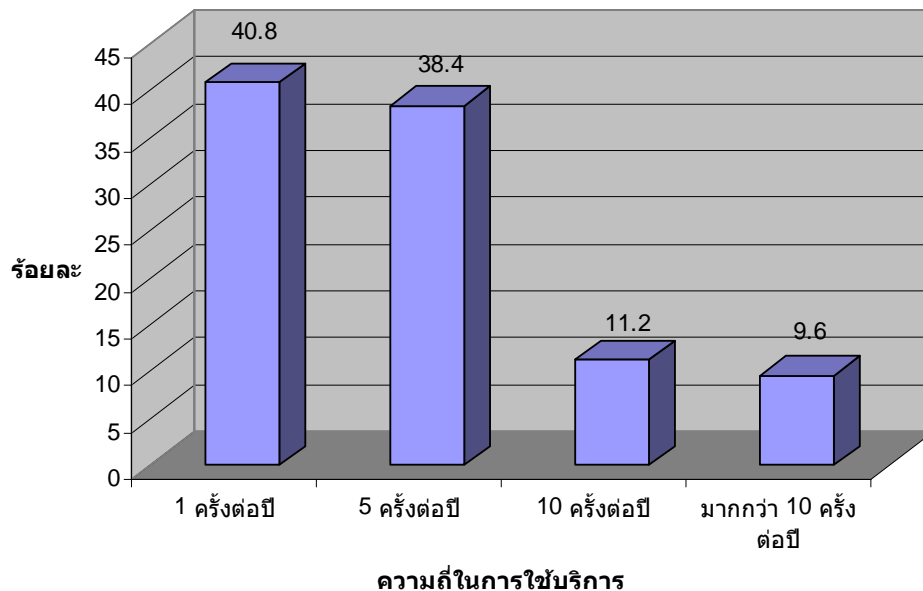
จากตารางที่ 4.7 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาสัดส่วนความถี่ในการใช้บริการของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทย ส่วนใหญ่จะใช้บริการ 1 ครั้งต่อปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคิดเป็น 5 ครั้งต่อปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4

ตารางที่ 4.7 จำนวน (คน) จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้งต่อปี	51	40.8
5 ครั้งต่อปี	48	38.4
10 ครั้งต่อปี	14	11.2
มากกว่า 10 ครั้งต่อปี	12	9.6
รวม	125	100

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ลักษณะข้อมูลจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ



ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ารับบริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ(ชาวไทย)

ประเด็นการให้บริการการติดต่อและสำรองที่นั่ง

จากตารางที่ 4.8 พบว่า

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในควมมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ในการบริการสำรองที่นั่งอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.77)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความสะดวกสบายของสถานที่ติดต่อและสำรองที่นั่งอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.34)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.26)

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการติดต่อและสำรองที่นั่ง

ประเด็นการให้บริการการติดต่อและสำรองที่นั่ง	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ในการบริการสำรองที่นั่ง	4.47	0.55	ดีมาก
2. ความสะดวกสบายของสถานที่ติดต่อและสำรองที่นั่ง	4.34	0.91	ดีมาก
3. ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	4.26	0.59	ดีมาก

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ประเด็นการให้บริการภาคพื้นขาออก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.46)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความรวดเร็วในการออกบัตรโดยสารเครื่องบินอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.28)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านบริการผู้โดยสารขาออกอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.11)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความตรงต่อเวลาของเที่ยวบินอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.16)

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการบริการภาคพื้นขาออก

ประเด็นการให้บริการภาคพื้นขาออก	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่	4.46	0.57	ดีมาก
2. ความรวดเร็วในการออกบัตรโดยสารเครื่องบิน	4.28	0.62	ดีมาก
3. การให้บริการผู้โดยสารขาออก	4.11	0.69	ดี
4. ความตรงต่อเวลาของเที่ยวบิน	4.16	0.739	ดี

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ประเด็นการให้บริการบนเครื่อง

จากตารางที่ 4.10 พบว่า

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในมนุษย์สัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.50)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านการแจ้งข้อมูลข่าวสารและแนะนำวิธีปฏิบัติบนเครื่องบินอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.29)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านการให้บริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม และอื่น ๆ ทั้งจำหน่ายและรวมในบริการอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.18)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านสิ่งบันเทิงบนเครื่องบินด้านเสียงเพลงอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.03)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความสะอาดบนเครื่องบินอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.42)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้าน ความสบายของที่นั่งอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.30)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความสะอาดของห้องน้ำบนเครื่องบินอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.32)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการบริการบนเครื่องบิน

ประเด็นการให้บริการบนเครื่อง	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1. ความมีมนุษย์สัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่	4.50	0.7	ดีมาก
2. การแจ้งข้อมูลข่าวสารและแนะนำวิธีปฏิบัติบนเครื่องบิน	4.29	0.69	ดีมาก
3. การให้บริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม และอื่น ๆ ทั้งจำหน่ายและรวมในบริการ	4.18	0.66	ดี
4. สิ่งบันเทิงบนเครื่องบินด้านเสียงเพลง	4.03	0.75	ดี
5. ความสะอาดบนเครื่องบิน	4.42	0.52	ดีมาก
6. ความสบายของที่นั่ง	4.30	0.64	ดีมาก
7. ความสะอาดของห้องน้ำบนเครื่องบิน	4.32	0.59	ดีมาก

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ประเด็นการให้บริการภาคพื้นขาเข้า

จากตารางที่ 4.11 พบว่า

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในการให้บริการผู้โดยสารขาเข้าอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.39)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.45)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความรวดเร็วในการรับสัมภาระอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย= 4.22)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการบริการภาคพื้นขาเข้า

ประเด็นการให้บริการภาคพื้นขาเข้า	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1. การให้บริการผู้โดยสารขาเข้า	4.39	0.14	ดีมาก
2. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่	4.45	0.65	ดีมาก
3. ความรวดเร็วในการรับสัมภาระ	4.22	0.57	ดีมาก

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ประเด็นด้านราคา

จากตารางที่ 4.12 พบว่า

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในราคาตัวเครื่องบินอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.29)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในค่าโดยสารที่ซื้อจากตัวแทนสูงกว่าบริษัทการบินอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.52)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจอัตราค่าโดยสารของสมาชิกสะสมไม่ต่ำกว่าอัตราค่าโดยสารทั่วไป อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.79)

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการบริการภาคพื้นขาเข้า

ประเด็นด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1. ราคาตัวเครื่องบินโดยสาร	4.29	0.79	ดีมาก
2. ค่าโดยสารที่ซื้อจากตัวแทนสูงกว่าบริษัทการบิน	3.52	1.48	ดี
3. อัตราค่าโดยสารของสมาชิกสะสมไม่ต่ำกว่าอัตราค่าโดยสารทั่วไป	3.79	1.19	ดี

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ประเด็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากตารางที่ 4.13 พบว่า

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายตัวอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.96)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจอินเทอร์เน็ตในการจำหน่ายตัวอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.22)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจเอเยนต์/ตัวแทนจำหน่าย อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.94)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจ Call Center อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.94)

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการบริการภาคพื้นขาเข้า

ประเด็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1.ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายตัว	3.96	0.79	ดี
2. อินเทอร์เน็ตในการจำหน่ายตัว	4.22	0.81	ดีมาก
3. เอเยนต์/ตัวแทนจำหน่าย	3.94	0.74	ดี
4. Call Center	3.31	1.36	ปานกลาง

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ประเด็นด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.14 พบว่า

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในการให้ส่วนลดอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.22)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจการโฆษณาทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.94)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจการโฆษณาทางวิทยุอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.92)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจ การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์/นิตยสารอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.31)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจ การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.84)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจ การจัดโปรโมชั่นโดยการบริการจองที่พัก และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.31)

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการบริการภาคพื้นขาเข้า

ประเด็นด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1. การให้ส่วนลด	4.22	0.81	ดีมาก
2. การโฆษณาทางโทรทัศน์	3.94	0.72	ดี
3. การโฆษณาทางวิทยุ	3.92	0.74	ดี
4. การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์/นิตยสาร	3.31	1.36	ปานกลาง
5. การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	3.84	0.74	ดี
6. การจัดโปรโมชั่นโดยการบริการจองที่พัก และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	4.31	0.82	ดีมาก

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้โดยสารชาวต่างชาติ

ข้อมูลทั่วไป

แสดงข้อมูลในรูปความถี่และร้อยละของข้อมูล ซึ่งเป็นข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจมา โดยแยกเป็นกลุ่มของผู้โดยสารชาวต่างชาติศึกษาตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพความถี่ในการใช้บริการ ราคาค่าโดยสาร

เพศของผู้โดยสารชาวต่างชาติ

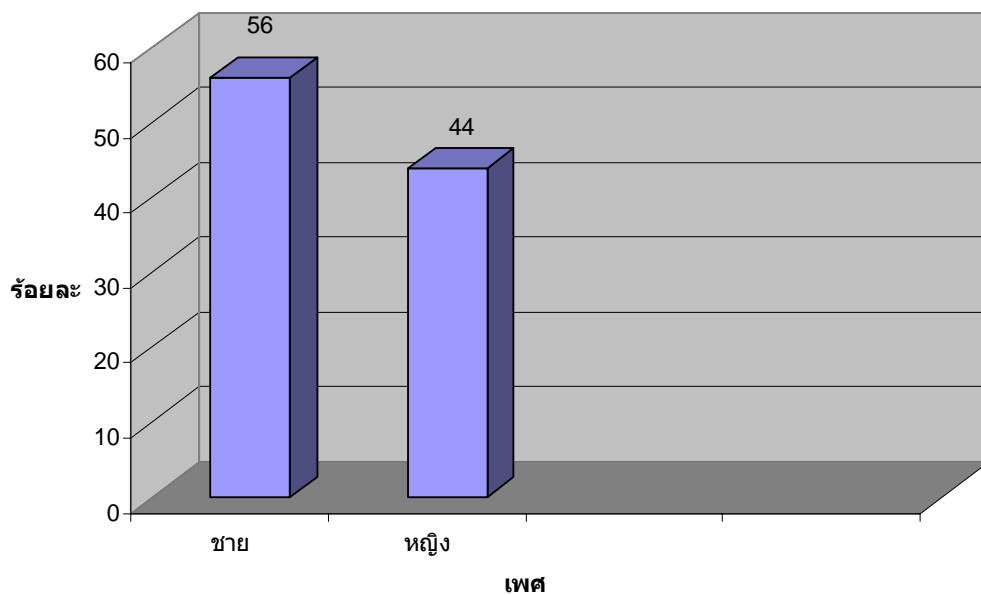
จากตารางที่ 4.15 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาสัดส่วนระหว่างเพศหญิงและเพศชายในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาเป็นเพศหญิงจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0

ตารางที่ 4.15 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	70	56.0
หญิง	55	44.0
รวม	125	100.0

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ลักษณะข้อมูลจำแนกตามเพศ



อายุของผู้โดยสารชาวต่างชาติ

จากตารางที่ 4.16 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาสัดส่วนอายุของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะมีอายุตั้งแต่ 21 – 31 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมาจะมีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 28

ตารางที่ 4.16 จำนวน (คน) ตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	12	9.6
21- 30 ปี	57	45.6
31 – 40 ปี	35	28
41 ปี ขึ้นไป	21	16.8
รวม	125	100.0

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม แยกตามอายุ

			อายุ				รวม
			ต่ำกว่า 20 ปี	อายุ 21-30 ปี	อายุ 31-40 ปี	อายุ 41 ปีขึ้นไป	
เพศ	ชาย	จำนวนคน	8	29	24	9	70
		% within Sex	11.43	41.43	34.29	12.86	100.00
		% within Age	66.67	50.88	68.57	42.86	56.00
		% of Total	6.40	23.20	19.20	7.20	56.00
	หญิง	จำนวนคน	4	28	11	12	55
		% within Sex	7.27	50.91	20.00	21.82	100.00
		% within Age	33.33	49.12	31.43	57.14	44.00
		% of Total	3.20	22.40	8.80	9.60	44.00
รวม		จำนวนคน	12	57	35	21	125
		% within Sex	9.60	45.60	28.00	16.80	100.00
		% within Age	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
		% of Total	9.60	45.60	28.00	16.80	100.00

วุฒิการศึกษาของผู้โดยสารชาวต่างชาติ

จากตารางที่ 4.17 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาสัดส่วนการศึกษาของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาจะมีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6

ตารางที่ 4.17 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา แยกตามอาชีพ

การศึกษา		อาชีพ						รวม
		ศึกษา	ค้าขาย	พนักงานขาย	ผู้จัดการ	วิศวกร	เกษียณ	
ต่ำกว่า ปวช.	จำนวนคน	6	0	0	3	1	0	10
	% within Education	60.00	0.00	0.00	30.00	10.00	0.00	100.00
	% within Job	18.18	0.00	0.00	15.00	4.76	0.00	8.00
	% of Total	4.80	0.00	0.00	2.40	0.80	0.00	8.00
ปวช - ปวส.	จำนวนคน	7	0	11	11	4	0	33
	% within Education	21.21	0.00	33.33	33.33	12.12	0.00	100.00
	% within Job	21.21	0.00	37.93	55.00	19.05	0.00	26.40
	% of Total	5.60	0.00	8.80	8.80	3.20	0.00	26.40
ปริญญาตรี	จำนวนคน	10	3	13	4	7	0	37
	% within Education	27.03	8.11	35.14	10.81	18.92	0.00	100.00
	% within Job	30.30	17.65	44.83	20.00	33.33	0.00	29.60
	% of Total	8.00	2.40	10.40	3.20	5.60	0.00	29.60
สูงกว่าปริญญาตรี	จำนวนคน	10	14	5	2	9	5	45
	% within Education	22.22	31.11	11.11	4.44	20.00	11.11	100.00
	% within Job	30.30	82.35	17.24	10.00	42.86	100.00	36.00
	% of Total	8.00	11.20	4.00	1.60	7.20	4.00	36.00
รวม	Count	33	17	29	20	21	5	125
	% within Education	26.40	13.60	23.20	16.00	16.80	4.00	100.00
	% within Job	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	% of Total	26.40	13.60	23.20	16.00	16.80	4.00	100.00

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

อาชีพของผู้โดยสารชาวต่างชาติ

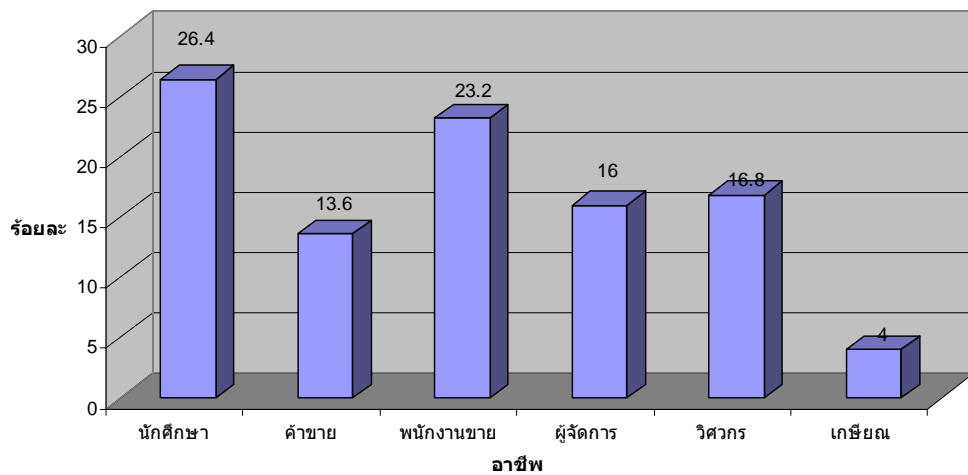
จากตารางที่ 4.18 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาสัดส่วนอาชีพของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา จำนวน 33 คน จากกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมาจะประกอบอาชีพพนักงานขาย จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2

ตารางที่ 4.18 จำนวน(คน) จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักศึกษา	33	26.4
ค้าขาย	17	13.6
พนักงานขาย	29	23.2
ผู้จัดการ	20	16
วิศวกร	21	16.8
เกษียณ	5	4.0
รวม	125	100

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ลักษณะข้อมูลจำแนกตามอาชีพ



รายได้ของผู้โดยสารต่างชาติ

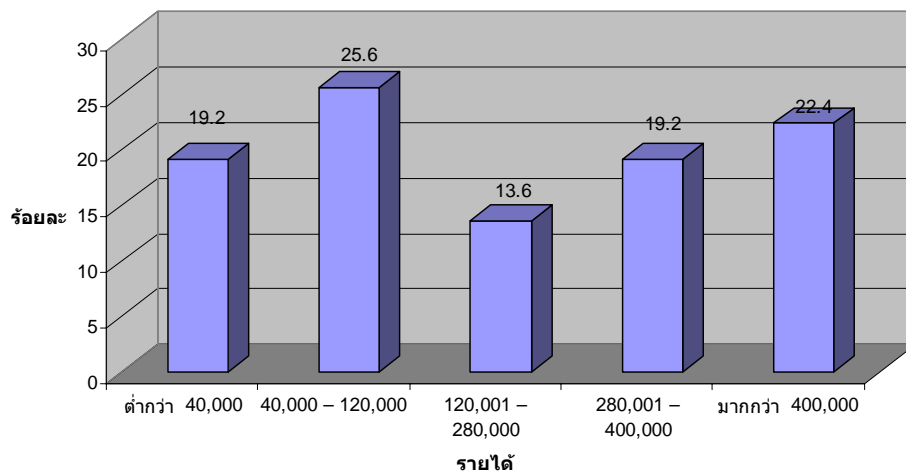
จากตารางที่ 4.19 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาสัดส่วนรายได้ของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะมีรายได้ตั้งแต่ 40,000 - 120,000 บาท มีจำนวน 32 คน จากกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 25.6 รองลงมาจะมีรายได้มากกว่า 400,000 บาทขึ้นไป จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4

ตารางที่ 4.19 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 40,000	24	19.2
40,000 – 120,000	32	25.6
120,001 – 280,000	17	13.6
280,001 – 400,000	24	19.2
มากกว่า 400,000	28	22.4
รวม	125	100

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ลักษณะข้อมูลจำแนกตามรายได้



สถานภาพของผู้โดยสารชาวต่างชาติ

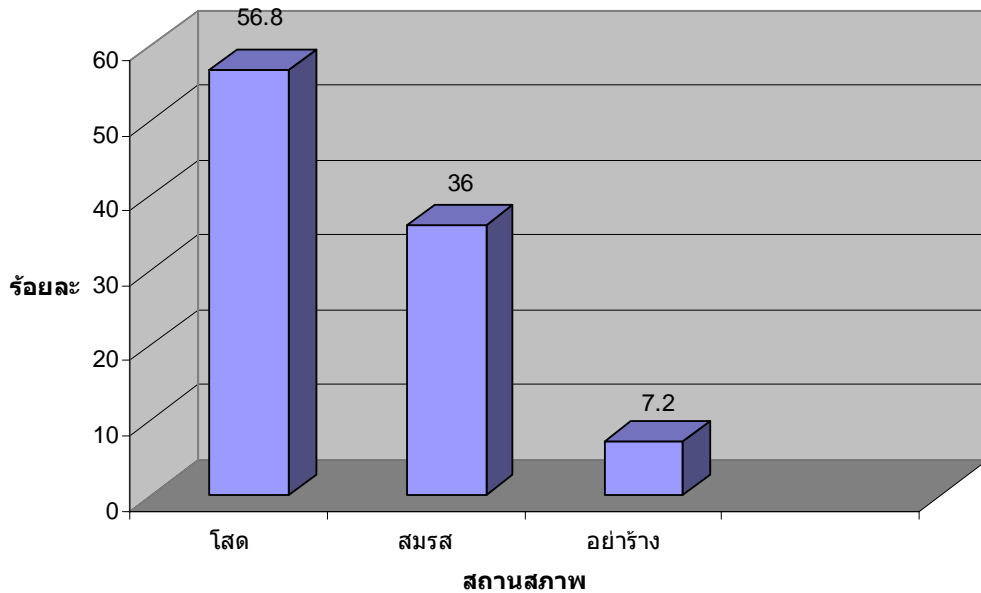
จากตารางที่ 4.20 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาสัดส่วนสถานะภาพของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะมีสถานภาพโสด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 จากกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาจะมีสถานภาพสมรส จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0

จากตารางที่ 4.20 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	71	56.8
สมรส	45	36.0
อย่าร้าง	9	7.2
รวม	125	100

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ลักษณะข้อมูลจำแนกตามสถานภาพ



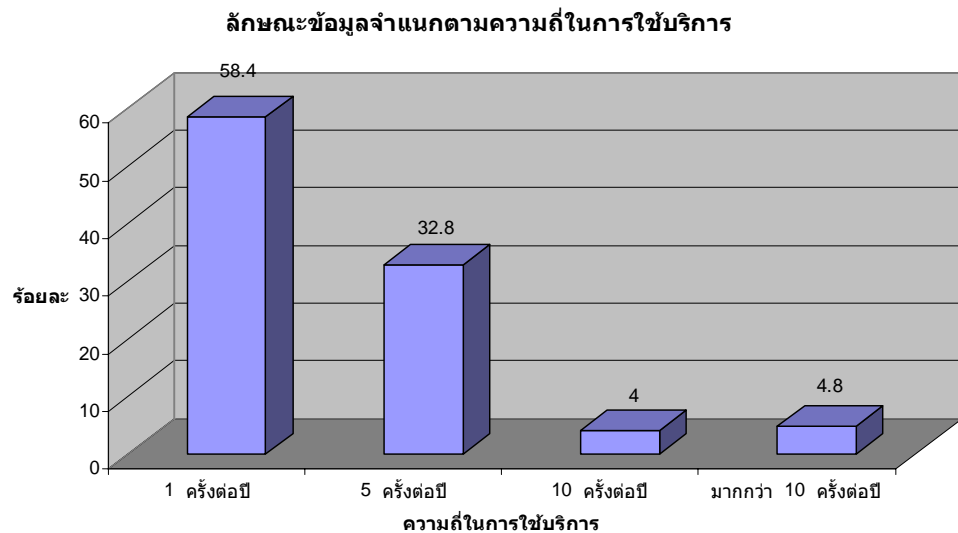
ความถี่ของผู้โดยสารชาวต่างชาติ

จากตารางที่ 4.21 จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาสัดส่วนความถี่ในการใช้บริการของผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่จะมีการใช้บริการ 1 ครั้งต่อปี จำนวน 73 คน จากกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 58.4 รองลงมาจะมีการใช้บริการ 5 ครั้งต่อปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8

ตารางที่ 4.21 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้งต่อปี	73	58.4
5 ครั้งต่อปี	41	32.8
10 ครั้งต่อปี	5	4.0
มากกว่า 10 ครั้งต่อปี	6	4.8
รวม	125	100

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)



ระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่เข้ารับบริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ
(ชาวต่างชาติ)

ประเด็นการให้บริการการติดต่อและสำรองที่นั่ง

จากตารางที่ 4.22 พบว่า

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ในการบริการ
สำรองที่นั่งอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.29)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความสะดวกสบายของสถานที่ติดต่อและสำรองที่
นั่งอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.44)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อยู่ใน
ระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.75)

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการติดต่อและสำรองที่นั่ง

ประเด็นการให้บริการการติดต่อและสำรองที่นั่ง	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ในการบริการสำรองที่นั่ง	4.29	0.78	ดีมาก
2. ความสะดวกสบายของสถานที่ติดต่อและการสำรองที่นั่ง	3.44	1.41	ดี
3. ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่	3.75	1.09	ดี

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ประเด็นการให้บริการภาคพื้นขาออก

จากตารางที่ 4.23 พบว่า

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.76)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความรวดเร็วในการออกบัตรโดยสารเครื่องบินอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.33)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในการให้บริการผู้โดยสารขาออกอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.40)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความตรงต่อเวลาของเที่ยวบินอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.34)

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการบริการภาคพื้นขาออก

ประเด็นการให้บริการภาคพื้นขาออก	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่	3.76	1.30	ดี
2. ความรวดเร็วในการออกบัตรโดยสารเครื่องบิน	3.33	1.37	ปานกลาง
3. การให้บริการผู้โดยสารขาออก	3.40	1.39	ปานกลาง
4. ความตรงต่อเวลาของเที่ยวบิน	3.34	1.38	ปานกลาง

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ประเด็นการให้บริการบนเครื่องบิน

จากตารางที่ 4.24 พบว่า

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านมีมนุษย์สัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่บนเครื่องบินอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.75)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในการแจ้งข้อมูลข่าวสารและแนะนำวิธีปฏิบัติบนเครื่องบินอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.44)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในการให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม และอื่นๆ ทั้งจำหน่ายและรวมในบริการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.31)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านสิ่งบันเทิงบนเครื่องบินด้านเสียงเพลงอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.50)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความสะอาดบนเครื่องบินอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.26)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความสบายของที่นั่งอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.51)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความสะอาดของห้องน้ำบนเครื่องบินอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.39)

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการบริการบนเครื่องบิน

ประเด็นการให้บริการบนเครื่องบิน	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1. ความมีมนุษย์สัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่บนเครื่องบิน	3.75	1.32	ดี
2. การแจ้งข้อมูลข่าวสารและแนะนำวิธีปฏิบัติบนเครื่องบิน	3.44	1.43	ดี
3. การให้บริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม และอื่น ๆ ทั้งจำหน่ายและรวมในบริการ	3.31	1.36	ปานกลาง
4. สิ่งบันเทิงบนเครื่องบินด้านเสียงเพลง	3.50	1.11	ดี
5. ความสะอาดบนเครื่องบิน	3.26	1.50	ปานกลาง
6. ความสบายของที่นั่ง	3.51	1.33	ดี
7. ความสะอาดของห้องน้ำบนเครื่องบิน	3.39	1.38	ปานกลาง

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ประเด็นการให้บริการภาคพื้นขาเข้า

จากตารางที่ 4.25 พบว่า

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในให้บริการผู้โดยสารขาเข้าอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.68)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.75)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในด้านความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.42)

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการบริการภาคพื้นขาเข้า

ประเด็นการให้บริการภาคพื้นขาเข้า	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1. การให้บริการผู้โดยสารขาเข้า	3.68	1.28	ดี
2. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่	3.75	1.28	ดี
3. ความรวดเร็วในการรับสัมภาระ	3.42	1.34	ดี

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ประเด็นด้านราคา

จากตารางที่ 4.26 พบว่า

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในราคาตั๋วเครื่องบินอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.32)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในค่าโดยสารที่ซื้อจากตัวแทนสูงกว่าบริษัทการบินอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.50)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจอัตราค่าโดยสารของสมาชิกสะสมไม่ต่ำกว่าอัตราค่าโดยสารทั่วไป อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.74)

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการบริการภาคพื้นขาเข้า

ประเด็นด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1. ราคาตั๋วเครื่องบินโดยสาร	4.32	0.77	ดีมาก
2. ค่าโดยสารที่ซื้อจากตัวแทนสูงกว่าบริษัทการบิน	3.50	1.44	ดี
3. อัตราค่าโดยสารของสมาชิกสะสมไม่ต่ำกว่าอัตราค่าโดยสารทั่วไป	3.74	1.20	ดี

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ประเด็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากตารางที่ 4.27 พบว่า

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายตัวอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.85)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจอินเทอร์เน็ตในการจำหน่ายตัวอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.44)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจเอเยนต์/ตัวแทนจำหน่าย อยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.35)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจ Call Center อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.32)

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการบริการภาคพื้นขาเข้า

ประเด็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1.ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายตัว	3.85	0.77	ดี
2. อินเทอร์เน็ตในการจำหน่ายตัว	4.44	0.81	ดีมาก
3. เอเยนต์/ตัวแทนจำหน่าย	4.35	0.84	ดีมาก
4. Call Center	3.32	1.31	ปานกลาง

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ประเด็นด้านการส่งเสริมการตลาด

จากตารางที่ 4.28 พบว่า

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในการให้ส่วนลดอยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.24)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจการโฆษณาทางโทรทัศน์อยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.96)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจการโฆษณาทางวิทยุอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.92)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจ การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์/นิตยสารอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.30)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจ การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกอยู่ในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.81)

ผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจ การจัดโปรโมชั่นโดยการบริการจองที่พัก และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.41)

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจในการบริการภาคพื้นขาเข้า

ประเด็นด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับ
1. การให้ส่วนลด	4.24	0.80	ดีมาก
2. การโฆษณาทางโทรทัศน์	3.96	0.71	ดี
3. การโฆษณาทางวิทยุ	3.92	0.72	ดี
4. การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์/นิตยสาร	3.30	1.32	ปานกลาง
5. การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก	3.81	0.72	ดี
6. การจัดโปรโมชั่นโดยการบริการจองที่พัก และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	4.41	0.83	ดีมาก

ที่มา : จากการตอบแบบสอบถาม (2548)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis)

เพื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรต่างๆ ตามวัตถุประสงค์การวิจัยและสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ในการวิจัยนี้ ซึ่งในขั้นตอนแรกผู้วิจัยได้นำตัวแปรเชิงปริมาณที่คาดว่าจะจะเป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดปริมาณการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ เข้ามาวิเคราะห์ ในสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Stepwise ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Packages for the Social Science) ซึ่งเมื่อนำตัวแปรเชิงปริมาณดังกล่าวมาเขียนให้อยู่ในรูปของฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ จะได้สมการที่ 1

$$Q = f(PRI, INC, PLA)$$

โดยที่

Q = ปริมาณการใช้บริการ มีหน่วยเป็นครั้งต่อปี

PRI = ราคาตัวเครื่องบิน มีหน่วยเป็นบาท

INC = รายได้ของผู้ใช้บริการ มีหน่วยเป็นบาทต่อเดือน

PLA = ความพึงพอใจช่องทางในการจัดจำหน่ายมีค่าเป็น 0 และ 1 โดยนำตัวแปรหุ่นแทนความพอใจและไม่พอใจในช่องทางในการจัดจำหน่าย

โดย 0 แทน ความไม่พอใจ

1 แทน ความพอใจ

เมื่อนำตัวแปรไปในสมการที่ 1 ไปวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และ E-Views

การรายงานผล และการแปลความหมาย

ค่าประมาณการที่ได้สามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Q = 43.58388 + 0.166846 \text{ INC} - 0.139408 \text{ PRI} + 0.072164 \text{ PLA}$$

(2.061955) (-3.126136) (3.028465)

R-squared = 0.921824

Adjusted R-squared = 0.895765

F-statistics = 35.37477

Durbin-Watson stat = 2.541323

Q = ปริมาณการใช้บริการมีหน่วยเป็นครั้งต่อปี

INC = รายได้ของผู้ใช้บริการ มีหน่วยเป็นบาทต่อเดือน

PRI = ราคาตัวเครื่องบินมีหน่วยเป็นบาท

PLA = ความพึงพอใจช่องทางในการจัดจำหน่ายมีค่าเป็น 0 และ 1 โดยนำตัวแปรหุ่นแทนความพอใจและไม่พอใจในช่องทางในการจัดจำหน่าย

โดย 0 แทน ความไม่พอใจ

1 แทน ความพอใจ

จากผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่า การบริการของสายการบินเป็นสินค้าและบริการปกติ (Normal Goods) เพราะค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวก ดังนั้นถ้ารายได้ ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้ ปริมาณการใช้บริการจะเพิ่มขึ้นร้อยละ **0.166846**

ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรราคา (PRI) มีเครื่องหมายเป็นลบ กล่าวคือ ถ้าตัวแปรราคาตัวสายการบินต้นทุนต่ำ (PRI) ลดลงร้อยละ 1 ส่งผลให้ ปริมาณการใช้บริการ (Q) จะเพิ่มขึ้นร้อยละ **0.139408** ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี อุปสงค์มีผลต่อราคา

สำหรับเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์ตัวแปรความพึงพอใจช่องทางในการจัดจำหน่าย (PLA) เป็นบวก ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ กล่าวคือ ถ้าตัวแปรความพึงพอใจในช่องทางในการจัดจำหน่ายสายการบินต้นทุนต่ำ (PLA) เพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ปริมาณการใช้บริการ (Q) จะเพิ่มขึ้นร้อยละ **0.072164** ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี อุปสงค์มีผลต่อความพึงพอใจ

จากตัวแปรทั้งสามจะเห็นได้ว่า ตัวแปรทางด้านรายได้จะส่งผลต่อปริมาณการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ มากกว่าตัวแปรอื่นๆ

การทดสอบค่าสถิติ

การที่จะนำเอาค่าประมาณที่ได้จากการวิเคราะห์ไปใช้งาน เราจำเป็นต้องทดสอบนัยสำคัญทางสถิติเสียก่อน ซึ่งเราต้องทดสอบ

ค่า t-statistic เพื่อทดสอบนัยสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Dependent variables) และตัวแปรอิสระ (Independent variable) ของสมการ ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระ สามารถดูได้จากค่า probability ของตัวแปรแต่ละตัว ซึ่งแสดงในผล PRINT-OUT ใน Column สุดท้าย ซึ่งค่า Prob. ของตัวแปร PRI มีค่าเท่ากับ 0.0141 หมายความว่า Q และ PRI มีความสัมพันธ์กันอยู่ที่นัยสำคัญที่ประมาณ $(1-0.0141)*100$ หรือประมาณร้อยละ 98.59 ค่า Prob. ของตัวแปร INC มีค่าเท่ากับ 0.0701 หมายความว่า Q และ INC มีความสัมพันธ์กันอยู่ที่นัยสำคัญที่ประมาณ $(1-0.0701)*100$ หรือประมาณร้อยละ 92.99 และค่า Prob. ของ PLA มีค่าเท่ากับ 0.0132 หมายความว่า Q และ PLA มีความสัมพันธ์กันอยู่ที่นัยสำคัญที่ประมาณ $(1-0.0132)*100$ หรือประมาณร้อยละ 98.68 ซึ่งค่า Prob. ยิ่งน้อยแสดงว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญ หรือสามารถ Reject Null Hypothesis ซึ่งแสดงว่าค่าสัมประสิทธิ์นั้นใช้ได้

ค่า F-Statistic เพื่อทดสอบนัยสำคัญของตัวแปรทุกตัวในสมการ ถ้าตัวแปรในสมการทุกตัวมีนัยสำคัญ ก็แสดงว่าสมการดังกล่าว เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรในตัวอย่าง การทดสอบค่า F-statistics ในโปรแกรม Eviews ใช้วิธี Wald-test สำหรับค่า F-statistics ที่ได้มีค่าเท่ากับ 34.00954 และค่าของ F-Prob. จะเท่ากับ 0.000031 ซึ่งเข้าใกล้ 0 หมายถึงการมีนัยสำคัญโดยการประมาณจะให้ผลใกล้เคียงกับประชากร

ค่า R-Squared เป็นค่าสถิติ ที่แสดงถึงสัดส่วน หรือร้อยละของความผิดพลาด ที่แบบจำลองสามารถอธิบายได้จากสมการที่ประมาณการ จากตัวอย่าง ค่า R-Squared = 0.921824 มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายความว่าสมการที่ประมาณได้เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรทั้งหมด หรือกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า ตัวแปรอิสระ (PRI, INC และ PLA) สามารถอธิบายการแปรเปลี่ยนของตัวแปรตาม (Q) ได้มาก เช่นเดียวกับค่า R-Squared adj เท่ากับ 0.895765 ซึ่งเป็นการปรับค่า R-Squared ซึ่งมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน

ค่า Durbin-Watson stat (d) เป็นค่าสถิติ ที่ใช้ทดสอบปัญหา Autocorrelation ซึ่งจะทดสอบว่าตัวคลาดเคลื่อน (e) มีการกระจายเป็นอิสระ ตามข้อสมมติหรือไม่ ถ้ามีการกระจายเป็นอิสระ ค่า d จะไม่ต่างจาก 2 มาก ค่าที่ได้เท่ากับ 2.541323 ซึ่งไม่ต่างจาก 2 มาก แสดงว่าตัวรบกวนดังกล่าวมีการกระจายเป็นอิสระ ซึ่งจากตัวอย่างนี้ ค่า Durbin-Watson stat (d) มีค่าเท่ากับ 2.541323

บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. สรุปการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ เส้นทางการบิน กรุงเทพฯ – หาดใหญ่ ระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนมีนาคม พ.ศ. 2548 ของผู้โดยสารชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 125 คน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารชาวไทย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งเป็นเพศหญิง ผู้โดยสารส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้ตั้งแต่ 10,000 - 25,000 บาท ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส รองลงมา มีสถานภาพโสด ความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อปี

-

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ

1. การติดต่อและสำรองที่นั่ง

ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการสำรองที่นั่งมีการให้บริการ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ความสะดวกสบายของสถานที่ติดต่อและสำรองที่นั่งโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก

2. การบริการภาคพื้นขาออก

ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ภาคพื้น โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ความรวดเร็วในการออกบัตรโดยสารเครื่องบินโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก การให้บริการผู้โดยสารขาออกโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ความตรงต่อเวลาของเที่ยวบินของสายการบินต้นทุนต่ำโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี

3. การให้บริการบนเครื่องบิน

ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่บนเครื่องบินโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีการแจ้งข้อมูลข่าวสารและแนะนำวิธีปฏิบัติบนเครื่องบินโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก การให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มและอื่นๆทั้งจำหน่ายและรวมในบริการ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี สิ่งบันเทิงบนเครื่องบินด้านเสียงเพลงโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ความสะอาดบนเครื่องบินโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ความสบายของที่นั่งมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ความสะอาดของห้องน้ำบนเครื่องบินมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก

4. การบริการภาคพื้นขาเข้า

การให้บริการผู้โดยสารขาเข้ามีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ความมีมนุษยสัมพันธ์สำรองที่นั่งมีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับดีมาก ความเร็วในการรับสัมภาระมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก สิ่งบันเทิงบนเครื่องบินด้านเสียงเพลงโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ความสะอาดบนเครื่องบินโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ความสบายของที่นั่งมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ความสะอาดของห้องน้ำบนเครื่องบินมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

5. ด้านราคา

ผลการวิเคราะห์ราคา พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านความเหมาะสมของอัตราค่าโดยสารกับการบริการที่ได้รับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมาคือ อัตราค่าโดยสารของสมาชิกสะสมไม่ต่ำกว่าอัตราค่าโดยสารทั่วไป และ ค่าโดยสารที่ซื้อจากตัวแทนสูงกว่าบริษัท ค่าเฉลี่ย 3.79 และ 3.52 ตามลำดับ

6. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านอินเทอร์เน็ตในการจำหน่ายตัวมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือ ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายตัวและ เอเยนต์/ตัวแทน Call Center จำหน่าย ค่าเฉลี่ย 3.96 และ 3.94 ตามลำดับ

7. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการจัด โปรโมชัน โดยการบริการจองที่พัก และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.31 รองลงมาคือ ให้ส่วนลด โฆษณาทางโทรทัศน์ โฆษณาทางวิทยุ การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก และ การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์/นิตยสาร ค่าเฉลี่ย 4.22, 3.94, 3.92, 3.84 และ 3.31 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างผู้โดยสารชาวต่างชาติ**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป**

กลุ่มตัวอย่างเกินครึ่งเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มากที่สุด ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักศึกษา รายได้ตั้งแต่ 40,000 - 120,000 บาทต่อเดือน ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อปี

ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับบริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ

1. การติดต่อและสำรองที่นั่ง

ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการสำรองที่นั่งมีการให้บริการ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ความสะดวกสบายของสถานที่ติดต่อและสำรองที่นั่งโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ผู้โดยสารมีความคิดเห็นว่าการให้บริการของเจ้าหน้าที่โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี

2. การบริการภาคพื้นขาออก

ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ภาคพื้น โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ความรวดเร็วในการออกบัตรโดยสารเครื่องบิน โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง การให้บริการผู้โดยสารขาออกโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ความตรงต่อเวลาของเที่ยวบินของสายการบินต้นทุนต่ำโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

3. การให้บริการบนเครื่องบิน

ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่บนเครื่องบินโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี การแจ้งข้อมูลข่าวสารและนำวิธีปฏิบัติบนเครื่องบิน โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี การให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มและอื่นๆทั้งจำหน่ายและรวมในบริการ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง สิ่งบันเทิงบนเครื่องบินด้านเสียงเพลง โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ความสะอาดบนเครื่องบินโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการให้บริการของที่นั่งมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ความสะอาดของห้องน้ำบนเครื่องบินมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

4. การบริการภาคพื้นขาเข้า

การให้บริการผู้โดยสารขาเข้ามีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ความมีมนุษยสัมพันธ์สำรองที่นั่งมีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี ความเร็วในการรับสัมภาระมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี สิ่งบันเทิงบนเครื่องบินด้านเสียงเพลงโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ความสะอาดบนเครื่องบินโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ความสบายของที่นั่งมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ความสะอาดของห้องน้ำบนเครื่องบินมีความพึงพอใจโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

5. ด้านราคา

ผลการวิเคราะห์ราคา พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านความเหมาะสมของอัตราค่าโดยสารกับการบริการที่ได้รับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาคือ อัตราค่าโดยสารของสมาชิกสะสมไม่ต่ำกว่าอัตราค่าโดยสารทั่วไป และ ค่าโดยสารที่ซื้อจากตัวแทนสูงกว่าบริษัท ค่าเฉลี่ย 3.74 และ 3.50ตามลำดับ

6. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านอินเทอร์เน็ตในการจำหน่ายตัวมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.44 รองลงมาคือ เอเยนต์/ตัวแทนจำหน่าย , ที่ตั้งของสถานที่จำหน่ายตัวและ Call Center จำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.35, 3.85, 3.32 และ 3.94 ตามลำดับ

7. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการจัด โปรโมชัน โดยการบริการจองที่พัก และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.41 รองลงมาคือ ให้ส่วนลด โฆษณาทางโทรทัศน์ โฆษณาทางวิทยุ การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก และ การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์/นิตยสาร ค่าเฉลี่ย 4.24, 3.96, 3.92, 3.81 และ 3.30 ตามลำดับ

2. อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ โดยวิธี OLS (Ordinary Least Square) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ เส้นทาง กรุงเทพฯ – หาดใหญ่ พ.ศ. 2548

ประเด็นแรก เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ เส้นทาง กรุงเทพฯ – หาดใหญ่ ซึ่งจากการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

$$Q = 43.58388 + 0.166846 \text{ INC} - 0.139408 \text{ PRI} + 0.072164 \text{ PLA}$$

จากสมการดังกล่าวจะเห็นว่าตัวแปรทางด้านรายได้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดปริมาณการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ เหตุผลที่ทำให้ปัจจัยทางรายได้ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดปริมาณการใช้สายการบินต้นทุนต่ำนั้น เนื่องมาจากรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้การบริโภคสินค้าปกติหรือสินค้าจำเป็นไม่ลดลง กอปรกับราคาตัวเครื่องบินที่ต่ำ ส่งผลทำให้มีกำลังการซื้อสูงขึ้น

สำหรับตัวแปรราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดปริมาณการใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้เช่นกัน ความพึงพอใจที่ดี จะส่งผลให้เกิดการบริโภคซ้ำ การบริโภคซ้ำส่งผลต่อความถี่ในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ อันเนื่องจากคุณลักษณะของสินค้าและการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ ตรงตามความพึงพอใจ

ตัวแปรช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดปริมาณการใช้สายการบินต้นทุนต่ำ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้เช่นกัน เพราะช่องทางจำหน่ายปัจจุบันมีกระจายตามแหล่งชุมชน ผู้บริโภคสะดวกในการซื้อ กอปรกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ตเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ และเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต้นทุนที่ต่ำ ส่งผลต่อการกำหนดราคาของผู้ประกอบการจะตั้งราคาต่ำลง

ประเด็นที่สอง เพื่อศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ

จากการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติ พบว่า

การบริการของสายการบินเป็นสินค้าและบริการปกติ (Normal Goods) เพราะค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวก ดังนั้นถ้ารายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 ส่งผลให้ ปริมาณการใช้บริการจะเพิ่มขึ้นร้อยละ **0.166846**

ประเด็นที่สาม เพื่อศึกษาถึงปัญหา และอุปสรรคของสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ

ราคาตั๋วเครื่องบินที่มีการกำหนดในลักษณะเป็นการได้ระดับราคา ค่าโดยสารใช้คอมพิวเตอร์เป็นตัวควบคุมการระดับค่าโดยสาร และเวลาเดินทางให้สอดคล้องกัน ด้วยการใช้ตั๋วเครื่องบินราคาถูกซึ่งมีเพียงไม่กี่ที่นั่งมาเป็นตัวล่อผู้โดยสารให้เข้ามาจอง ระบบนี้จะแบ่งราคา ค่าโดยสารออกเป็นหลายระดับตั้งแต่ 99 บาท ไปจนถึง 2 พันกว่าบาท หากผู้โดยสารต้องการตั๋วเครื่องบินราคาถูกก็ต้องจองตัวล่วงหน้านานถึง 3 เดือน หากต้องการเดินทางเร็วก็ต้องยอมจ่ายค่าโดยสารที่แพงขึ้น โดยระบบจะค่อยๆ ไล่ตั๋วเครื่องบินราคาถูกออกไปหากมีผู้จองเข้ามาเป็นจำนวนมาก ท้ายที่สุดราคาตั๋วเครื่องบินทั้งหมดจะถูกเฉลี่ยจนค้ำกับการเดินทาง ซึ่งราคาตั๋วเครื่องบินที่ผู้บริโภคต้องการมีปริมาณไม่เพียงพอต่อความต้องการที่แท้จริง เพราะข้อจำกัดของการตั้งราคาของสายการบินต้นทุน

3. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับสายการบิน

1. การจัดทำวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ คือ ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ด้านการติดต่อและสำรองที่นั่ง ด้านการบริการภาคพื้นขาออก ด้านการให้บริการบนเครื่องบิน ด้านการบริการภาคพื้นขาเข้า ผู้ประกอบการควรจะนำผลที่ได้จากการวิจัย นำไปพัฒนาและปรับปรุงบริษัทให้ดีขึ้น นำไปปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ การวางแผนทางด้านการให้บริการ เพื่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

2. การจัดทำวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดปริมาณการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารสายการบินภายในประเทศ คือ ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย และรายได้ และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ มีค่าเป็นบวก ซึ่งถือว่าบริการสายการบินต้นทุนต่ำ เป็นสินค้าปกติ ดังนั้นเพื่อผู้บริหารบริษัทสายการบินต้นทุนต่ำ จะต้องศึกษาถึงคู่แข่งกลยุทธ์ต่างๆ ของคู่แข่งเพื่อให้บริษัทครองส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากที่สุด

3. การจัดทำวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบข้อมูลความถี่ในการใช้บริการ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้บริการ 1 ครั้งต่อปี ซึ่งผลจากการที่ผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้บริการ เนื่องจากผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ จะเป็นผู้ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำเป็นครั้งแรก ดังนั้นผู้บริหารควรจะศึกษาหาวิธีการที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการบริโภคซ้ำเกิดขึ้น เพื่อประโยชน์ต่อบริษัท

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การจัดทำวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการเฉพาะผู้โดยสารที่ใช้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศเท่านั้น แต่ถ้าต้องการให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ควรศึกษาผู้โดยสารที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำภายนอกประเทศจะทำให้งานวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น
2. ปัจจัยตัวกำหนดอุปสงค์ในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ยังมีน้อย ควรศึกษา ลักษณะ ฤดูกาล หรือ การสะสมไมล์ โปรแกรมที่สนับสนุนจากภาคเอกชนและภาครัฐ เพื่อให้ งานวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น
3. ผู้วิจัยครั้งต่อไปควรนำปัจจัยทางด้านภาวะเศรษฐกิจ เช่นปัญหาน้ำมัน การเกิดความไม่สงบภายในประเทศ จะมีอิทธิพลต่อปริมาณการใช้บริการสายการบินภายในประเทศ หรือไม่ ควรศึกษาถึงราคาน้ำมันโลกที่เพิ่มขึ้น โดยผู้ประกอบการ มีการเพิ่มราคาตัวเครื่องบินอันเกิดจากราคาของน้ำมันในตลาดโลกที่มีความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยผู้โดยสารไม่รับทราบราคาที่แท้จริง หรือราคาถูกบิดเบือนจากความช่วยเหลือของรัฐบาล หรือมีกฎหมายอะไรที่เอื้อประโยชน์อำนวยต่อแต่ละสายการบิน

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- ชนิดา วันวงษ์ (2544) “ความพึงพอใจของผู้โดยสารการบินไทยต่อการให้บริการของแผนก สอบถามและสำรองที่นั่ง” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2534
- นิธนา เมลืองนนท์ (2534) ปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการของการบินไทย วิทยานิพนธ์วิทยาศาตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 2534
- นราทิพย์ ชูติวงศ์ (2524) หลักเศรษฐศาสตร์ จุลเศรษฐศาสตร์ หน้า105-126 คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประสาร บุญเสริม “หน่วยที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคและอุปสงค์” ในเอกสารการสอนวิชา ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค หน้า89-96 สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช 2544
- ประสิทธิ์ ปั้นประเสริฐ (2543) “ความพึงพอใจของผู้โดยสารคนไทยที่มีต่อการให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศ” ภาคนิพนธ์หลักสูตรบริหารศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- พลอย ปิ๋ว (2534) ทักษะคดีของผู้โดยสารที่มีต่อการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ทำอากาศยานกรุงเทพฯ วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2534
- สุคนธรส หัสวายุกุล (2543) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)” ภาคนิพนธ์หลักสูตรบริหารศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

สรุปข้อมูลพื้นฐานของสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ



ความเป็นมาของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ

ธุรกิจการบินของภูมิภาคเอเชีย รวมถึงไทย ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบไปค่อนข้างมาก เนื่องจากการที่สายการบินต้นทุนต่ำ หรือ "โลว์คอสต์แอร์ไลน์" เข้ามามีบทบาทอย่างมาก ในการดำเนินธุรกิจ ในอุตสาหกรรมดังกล่าว ทำให้มีการเพิ่มทางเลือก ให้กับนักเดินทาง และเพิ่มคู่แข่งทางการแข่งขัน กับสายการบินปกติ ที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบัน โดยการเสนอราคาที่ต่ำลงมาก ต่อผู้โดยสาร แนวคิดสายการบินต้นทุนต่ำ แนวคิดธุรกิจนี้มาจากสายการบินของตะวันตกที่ได้มีการวิเคราะห์ และพิจารณาว่า จริงๆ แล้วรรถประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการจากสายการบินที่สำคัญที่สุดคืออะไร คำตอบก็คือลูกค้าซึ่งก็คือผู้โดยสารส่วนใหญ่ นั่น ต้องการที่จะได้รับบริการด้านการเดินทางที่ สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยเป็นหลัก ส่วนบริการอื่นๆ ที่เพิ่มเติมขึ้น ถือเป็นบริการเสริมที่อาจจะ ช่วยทำให้สร้างมูลค่าเพิ่มในแต่ละสายการบินได้

เมื่อพิจารณาการปรับรูปแบบวิธีการดำเนินงานใหม่ ให้มุ่งเน้นที่รรถประโยชน์ที่กล่าว มาแล้วเป็นหลัก โดยบริการอื่นที่ไม่จำเป็นก็มีการตัดทิ้งหรือปรับลด เพื่อที่จะลดต้นทุนในการ ดำเนินงานให้ต่ำที่สุด และสามารถจะนำเสนอเฉพาะบริการด้านการเดินทางที่สะดวก รวดเร็ว และ ปลอดภัย ในราคาที่ลดต่ำลงอย่างมากได้ ในหลายกรณีสามารถลดลงได้เหลือเพียงประมาณ 20% ของราคาปกติเท่านั้น

การตัดหรือปรับลดการบริการ เช่น การลดการบริการอาหาร/เครื่องดื่มบนเครื่อง (อาจมีการ ขายเพื่อสร้างรายได้อีกทางหนึ่ง) การตัดคนนำขบวนตัวเครื่องบิน และใช้การขายโดยช่องทาง อิเล็กทรอนิกส์แทน การมีเครื่องบินแค่รุ่นเดียวเพื่อลดค่าบำรุงรักษา การกำหนดเครื่องบินมีตาราง การบินถี่ขึ้นระยะเวลาจอดรอที่สนามบินสั้นๆ การหารายได้จาก การโฆษณาภายในเครื่อง หรือที่ตัว ลำเครื่องบิน หรืออาจบินไปลงยังสนามบินที่ไกลออกไป หรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกน้อยกว่า เนื่องจากจะมีค่าใช้จ่ายในการลงจอดต่ำกว่าครับ (ในกรณีนี้เมืองไทยยังไม่มีทางเลือกมากนัก)

สายการบินที่ประสบความสำเร็จมากในแง่นี้ เช่น Southwest Airline ของอเมริกา หรือ Ryan Air ของยุโรปครับ ในเอเชียของเราก็มีแอร์เอเชียของมาเลเซียที่ดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพครับ

จากการที่สายการบินต้นทุนต่ำเข้ามาดำเนินการนั้น โดยสถิติจากต่างประเทศพบว่า ทำให้ตลาดการบินขยายตัวสูงขึ้นมาก โดยมีการประมาณว่า ผู้โดยสารของสายการบินต้นทุนต่ำ เป็นผู้โดยสารมาจากสายการบินปกติไม่เกินครึ่งหนึ่ง อีกราวครึ่งหนึ่ง เป็นผู้ที่ไม่ใช่ลูกค้าประจำของสายการบินแบบปกติมาก่อน เช่น อาจจะมาจากลูกค้าใหม่ที่ไม่เคยสัมผัสการบินเลย หรือเป็นผู้ที่เคยใช้บริการ การเดินทางบกหรือทางน้ำมาก่อน เป็นต้น ทำให้ตลาดขยายตัวมากขึ้น เหมือนสโลแกนที่เขาบอกว่า "ใครใครก็บินได้"

การที่สายการบินต้นทุนต่ำ ทำให้มีการเดินทางได้ง่ายขึ้น ถูกขึ้น และเกิดโอกาสทางธุรกิจรูปแบบใหม่ขึ้นมารองรับอีก นั่นก็คือ บัджетโฮเทล (Budget Hotel) หรือโรงแรมราคาประหยัด เนื่องจากการรองรับความต้องการลูกค้าที่เพิ่มขึ้นมาจากการเดินทางโดยสายการบินต้นทุนต่ำ โดยความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ ก็เหมือนการวิเคราะห์ข้างต้น คือ มีการอ่อนไหวต่อราคา และมีความต้องการอรรถประโยชน์ หลังจากการเข้าพักแรม นั่นคือที่พักที่สะอาด สะดวก และปลอดภัย และราคาประหยัด

จากความต้องการดังกล่าว ธุรกิจโรงแรมจึงมีการตัดทอนบริการเสริมที่ไม่มีความจำเป็นกับลูกค้ากลุ่มนี้ไป โดยไม่จำเป็นที่จะต้องมีการตกแต่งล็อบบี้อย่างหรูหรา ไม่ต้องมีภัตตาคารพื้นที่กว้างขวาง ไม่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม เช่น สระว่ายน้ำ ห้องฟิตเนส เกมรูม รวมถึงไม่ต้องมีพนักงานคอยให้บริการใกล้ชิดนัก

ลูกค้าประเภทนี้ต้องการอรรถประโยชน์ด้านการพักอาศัยที่ปลอดภัย และราคาถูกเป็นหลัก และเมื่อเข้ามาพักผ่อนที่โรงแรมนี้ในตอนกลางคืน ถึงตอนเช้าก็ออกไปท่องเที่ยว หรือติดต่อธุรกิจต่อไป ความต้องการบริการเสริมต่างๆ จึงมีไม่มากนัก การตัดทอนการบริการเหล่านี้ ไม่ส่งผลกระทบต่อลูกค้ากลุ่มดังกล่าว แต่จะลดต้นทุนค่าใช้จ่ายลงได้มาก ทำให้สามารถตั้งราคาที่ต่ำลงได้มากเช่นกัน

การลดต้นทุนที่เพิ่มเติม เช่น พื้นที่ห้องนอนแต่ละห้องไม่ต้องกว้างใหญ่นัก การตกแต่งในห้องนอนจะเน้นที่ประโยชน์ในการใช้สอยมากกว่า ไม่เน้นวัสดุราคาแพง และเครื่องใช้อุปโภคบริโภคจะมีเท่าที่จำเป็นเท่านั้น ทำเลที่ตั้งจะไม่ได้อยู่ในเขตธุรกิจ หรือย่านที่อยู่อาศัยราคาแพง มักจะห่างออกมาห่างจากเมืองชั้นในอีกเล็กน้อย เพื่อลดค่าที่ดินครับ ลักษณะของอาคารก็ไม่มีการ์ดิเชียนมากมายนัก เน้นให้การก่อสร้างสะดวก ค่าใช้จ่ายต่ำและได้เนื้อที่ใช้สอยมากที่สุด อีกทั้งบริการด้านอาหาร และซักรีดมักจะไม่มีการรับ แต่อาจจะมีบริการขายอาหารหรือของขบเคี้ยว และคิดค่าบริการซักรีดจากแขกที่ต้องการบริการเพิ่มเติม

แม้ว่าจะมีการลดต้นทุนค่าใช้จ่าย โดยการตัดบริการอื่น ที่ไม่มุ่งเน้น แต่ก็จะมีการมุ่งพัฒนาบริการหลักที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มดังกล่าว นั่นคือ ต้องการที่พักอาศัยที่สะอาด สะดวก ปลอดภัย และราคาประหยัด

มีการว่าจ้างบริษัททำความสะอาดมืออาชีพ มาดูแลการทำมาสะอาดและการบำรุงรักษา เครื่องไม้เครื่องมือในโรงแรมอย่างเคร่งครัด (มักจะไม่ทำเองเพราะจะไม่คุ้มครับ) รวมถึงมีการใช้ระบบไอที มาช่วยในการจัดการปฏิบัติการ เช็คอิน เช็คเอาท์ และมีการดูแลรักษาความปลอดภัย ด้วยการใส่ระบบควบคุมจากส่วนกลาง ซึ่งจะลดความต้องการใช้แรงงานคนลงและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการได้ดีขึ้น

ส่วนราคาที่ตั้งไว้สำหรับห้องในโรงแรมลักษณะนี้ ก็จะมีราคาสูงกว่าเกสต์เฮ้าส์ไม่มากนัก แต่ได้บริการที่ลูกค้ากลุ่มนี้ต้องการตรงจุด และมีคุณภาพมากกว่าที่เดียว ซึ่งในต่างประเทศ กลุ่มของโรงแรมลักษณะนี้อยู่ในความนิยมมากครับ และมีผลการดำเนินงานที่ดี ศักยภาพในการเติบโตก็มีสูงมากตามการเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะในเมืองที่มีบริการของสายการบินต้นทุนต่ำ

การเข้ามาของธุรกิจของสายบินต้นทุนต่ำซึ่งมีจำนวนผู้ประกอบการมากขึ้น ผู้วิจัยจึงสรุปเปรียบเทียบการบริการแยกตามสายการบินได้ดังนี้

เปรียบเทียบสายการบินโลว์คอสต์ในประเทศไทย

	แอร์เอเชีย	วัน-ทู-โก	นกแอร์
ของว่างและเครื่องดื่มบนเครื่อง	ไม่มีการบริการของว่างและเครื่องดื่ม แต่สามารถซื้อเครื่องดื่มได้บนเครื่อง	มีของว่างและเครื่องดื่มชนิดต่างๆ บริการฟรีตลอดการเดินทาง	ไม่มีการบริการของว่างและเครื่องดื่ม แต่สามารถซื้อเครื่องดื่มได้บนเครื่อง
การบริการบนเครื่อง	ปานกลาง	ดีมาก	ดีมาก
ระยะเวลาการจองล่วงหน้าได้มากที่สุด	สามารถจองล่วงหน้าได้ประมาณ 90 - 180 วัน	สามารถจองล่วงหน้าได้ไม่จำกัดเวลา	สามารถจองล่วงหน้าได้ไม่จำกัดเวลา
การเปลี่ยนเที่ยวบินภายในเส้นทางเดียวกัน	ต้องเปลี่ยนก่อนเดินทาง 48 ชั่วโมง โดยมีค่าใช้จ่าย 500 บาท+ภาษี	เปลี่ยนได้ตลอดเวลา ภายใน 90 วันโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม	ต้องเปลี่ยนก่อนเดินทาง 72 ชั่วโมง โดยมีค่าใช้จ่าย 500 บาท + ภาษี 7%

	7%		
การเปลี่ยนชื่อผู้โดยสาร	เปลี่ยนชื่อผู้โดยสารได้ตลอดเวลาโดยมีค่าใช้จ่าย 500 บาท+ภาษี 7%	เปลี่ยนชื่อผู้โดยสารได้ตลอดเวลาโดยมีค่าใช้จ่าย 500 บาท ไม่มีภาษีมูลค่าเพิ่ม	เปลี่ยนชื่อผู้โดยสารไม่น้อยกว่า 4 ชั่วโมงก่อนเที่ยวบินโดยมีค่าใช้จ่าย 500 บาท+ภาษี 7%
ขนาดและชนิดของเครื่องบิน	โบอิง 737-300 : 148นั่ง เครื่องบินได้มาตรฐานความปลอดภัย	โบอิง 747/757: 280/524 ที่นั่ง เครื่องบินได้มาตรฐานความปลอดภัย	โบอิง 737-400 : 149 ที่นั่ง เครื่องบินของการบินไทยสภาพดูดี ได้มาตรฐานความปลอดภัย
การเลือกที่นั่ง	ผู้โดยสารเลือกที่นั่งเองเมื่อ ขึ้นเครื่อง	ผู้โดยสารเลือกที่นั่งตอนเช็คอิน ก่อนขึ้นเครื่อง	สามารถเลือกที่นั่งได้ทันทีเมื่อ จองเสร็จ
บริการรถเข็น	มีค่าใช้จ่าย 120 บาท + ภาษี 7% โดยผู้โดยสารต้องเป็นผู้เซ็นชื่อของ สามารถแจ้งขอใช้บริการที่เช็คอินเคาท์เตอร์	ไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม พนักงานของสายการบินบริการเข็นให้ สามารถแจ้งขอใช้บริการที่เช็คอินเคาท์เตอร์	ไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม โดยผู้โดยสารต้องเป็นผู้เซ็นชื่อของ สามารถแจ้งขอใช้บริการที่เช็คอินเคาท์เตอร์
ราคา	ไม่แน่นอนเริ่มจากราคาต่ำ และเปลี่ยนแปลงขึ้นราคาตาม ปริมาณผู้โดยสารที่จอง	ราคาแน่นอนเท่ากันทุกที่นั่ง	ไม่แน่นอนเริ่มจากราคาต่ำ และเปลี่ยนแปลงขึ้นราคาตาม ปริมาณผู้โดยสารที่จอง
ข้อกำหนดเรื่องสัมภาระ	รวมสัมภาระ 2 ใบ ถือขึ้นเครื่องได้ 1 ใบไม่เกิน 7 กิโลกรัม หากเกิน 7 กิโลกรัมจะต้องโหลดใต้เครื่องแทน สัมภาระโหลดใต้เครื่องได้ 1 ใบไม่เกิน 15 กิโลกรัม หากน้ำหนักรวมเกิน 15 กิโลกรัม จะเสียค่าใช้จ่าย 50 บาท/	จำนวนสัมภาระไม่จำกัด แต่ถือขึ้นเครื่องได้ไม่เกิน 7 กิโลกรัม หากเกินต้องโหลดส่วนที่เกินใต้เครื่อง สัมภาระโหลดใต้เครื่องได้ไม่เกิน 20 -25 กิโลกรัม หากน้ำหนักเกินจะเสียค่าใช้จ่ายประมาณ	รวมสัมภาระ 2 ใบ ถือขึ้นเครื่องได้ 1 ใบไม่เกิน 7 กิโลกรัม หากเกิน 7 กิโลกรัมจะต้องโหลดใต้เครื่องแทน สัมภาระโหลดใต้เครื่องได้ 1 ใบไม่เกิน 15 กิโลกรัม หากน้ำหนักรวมเกิน 15 กิโลกรัม จะเสียค่าใช้จ่าย 50 บาท/กิโลกรัม +ภาษี

	กิโลกรัม +ภาษี 7%	45 บาท/กิโลกรัม ขึ้นอยู่กับเส้นทาง	7%
ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เพิ่มจากราคาคั่ว	ภาษีสนามบิน 50 บาท ค่าประกัน 50 บาท ค่าธรรมเนียม 50 บาท +ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%	ภาษีสนามบิน 50 บาท ไม่มีภาษีมูลค่าเพิ่ม	ภาษีสนามบิน 50 บาท ค่าประกัน 50 บาท ค่าธรรมเนียม 50 บาท +ภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%

ประโยชน์หลากหลายของสายการบินต้นทุนต่ำ

การให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำจะช่วยในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศคือ

ขยายตลาดการบินภายในประเทศ โดยจะช่วยสร้างตลาดใหม่จากผู้โดยสารที่ไม่เคยเดินทางด้วยเครื่องบินมาก่อนปกติมักจะเดินทางด้วยรถไฟ หรือรถประจำทางหรือแม้กระทั่งเพิ่มจำนวนเที่ยวของการเดินทางขึ้นเนื่องจากความสะดวกรวดเร็ว และราคาประหยัด ซึ่งผู้โดยสารเหล่านี้ส่วนหนึ่งจะถูกส่งต่อให้การบินไทยเมื่อเดินทางต่อไปในเส้นทางต่อไปในเส้นทางที่สายการบินต้นทุนต่ำไม่ได้ครอบคลุม

ส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศ การเปิดให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำจะช่วยเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศให้เดินทางไปท่องเที่ยวในท้องถิ่นต่างๆ มากขึ้น ซึ่งจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่นนั้นๆ ให้ดีขึ้น

ส่งเสริมธุรกิจ SME ทั่วประเทศ เนื่องจากจะเปิดโอกาสให้นักธุรกิจรายย่อยในท้องถิ่นต่างๆ ได้มีโอกาสเดินทางได้สะดวก รวดเร็วและปลอดภัย ในราคาประหยัดเพื่อติดต่อธุรกิจรวมถึงการทำกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ

เพิ่มศักยภาพให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการบินของอาเซียน เนื่องจากสายการบินต้นทุนต่ำจะช่วยเพิ่มปริมาณผู้โดยสารจากประเทศต่างๆ ในภูมิภาคให้เดินทางมาประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาศูนย์กลางการบินของอาเซียน

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

คำชี้แจง แบบสอบถามมี 2 ตอน

1. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานะของผู้ตอบ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ารับบริการสายการบินต้นทุนต่ำ

ภายในประเทศ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย () ลงในช่อง หรือเขียนข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

21 - 30 ปี

31 - 40 ปี

41 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

ต่ำกว่า ปวช.

ปวช - ปวส.

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

ธุรกิจส่วนตัว

พนักงานบริษัท

ข้าราชการ

รัฐวิสาหกิจ

5. รายได้

ต่ำกว่า 10,000 บาท

10,000 - 25,000 บาท

25,000 - 30,000 บาท

30,000 บาทขึ้นไป

6. สถานภาพ

โสด

สมรส

หย่าร้าง

หม้าย

7. ความถี่ในการใช้บริการ

1 ครั้งต่อปี

5 ครั้งต่อปี

10 ครั้งต่อปี

มากกว่า 10 ครั้งต่อปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ารับบริการสายการบินต้นทุนต่ำภายในประเทศ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย () ลงในช่องว่างตามความเป็นจริงเพียงหนึ่งเครื่องหมายต่อหนึ่งคำเท่านั้น หมายเหตุ : มากที่สุด = 5 มาก = 4 ปานกลาง = 3 น้อย = 2 น้อยที่สุด = 1

ประเด็นการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจในการบริการ				
	5	4	3	2	1
การติดต่อและสำรองที่นั่ง					
1. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการสำรองที่นั่ง					
2. ความสะดวกสบายของสถานที่ติดต่อและสำรองที่นั่ง					
3. ความรวดเร็วในการให้บริการของเจ้าหน้าที่					
การบริการภาคพื้นขาออก					
1. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่ภาคพื้น					
2. ความรวดเร็วในการออกบัตรโดยสารเครื่องบิน					
3. การให้บริการโดยสารขาออก					
4. ความตรงต่อเวลาของเที่ยวบิน					
การให้บริการบนเครื่องบิน					
1. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่บนเครื่องบิน					
2. การแจ้งข้อมูลข่าวสารและแนะนำวิธีการปฏิบัติบนเครื่องบิน					
3. การให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม และอื่นๆ					
4. สิ่งบันเทิงบนเครื่องบินด้านเสียงเพลง					
5. ความสะอาดบนเครื่องบิน					
6. ความสบายของที่นั่ง					
7. ความสะอาดของห้องน้ำบนเครื่องบิน					
การบริการภาคพื้นขาเข้า					
1. การให้บริการผู้โดยสารขาเข้า					
2. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเจ้าหน้าที่					
3. ความรวดเร็วในการรับสัมภาระ					

ประเด็นการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจในการบริการ				
	5	4	3	2	1
ด้านราคา					
1. ราคาตัวเครื่องบินโดยสาร					
2. ค่าโดยสารที่ซื้อจากตัวแทนสูงกว่าบริษัทการบิน					
3. อัตราค่าโดยสารของสมาชิกสะสม ไม่ต่ำกว่าอัตราค่าโดยสารทั่วไป					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
1. ที่ตั้งของสถานที่ที่จำหน่ายตั๋ว					
2. อินเทอร์เน็ตในการจำหน่ายตั๋ว					
3. เอเยนต์/ตัวแทนจำหน่าย					
4. Call Center					
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด					
1. การให้ส่วนลด					
2. การโฆษณาทางโทรทัศน์					
3. การโฆษณาทางวิทยุ					
4. การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์/นิตยสาร					
5. การให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก					
6. การจัดโปรโมชั่นโดยการบริการจองที่พัก และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว					

QUESTIONNAIR

**As part of our course curriculum we are conducting a customer service survey on behalf of
Low cost Airline. We are asking you to complete this survey if you have flown
With Low Cost Airways in the past three months. Thank you for your kind cooperators.**

Part 1. Personal Details

Please Remark () in the box

1. Gender

Male

Female

2. Age

Below 20

20 - 30

31 - 40

Over 41

3. Highest education attained

Primary School

Secondary/High School

Diploma - College

Degree - University

4. Occupation

Student

Trades / Similar

Self employed

Manager

Professional

Retired

5. Monthly Salary (US dollars)

Below – 1,000

1,000 - 3,000

Over 10,000

3,001 - 7,000

7,000 - 10,000

6. Marital Status

Single

Married.

Divorced

a widow /widower

7. How often do you fly with Thai Airways? (Per year)

1

5

10

Over 10

Part 2 Quality Questionnaire

Please Remark () the box

How would you rate the following on scale of 1- 5

1= Very poor 2 = poor 3=Satisfactory 4 Good 5 Very good

Quality of Service	Level if Satisfaction				
	5	4	3	2	1
Booking / Reservation service					
1. Staff attitude / Appearance					
2. Ticket office location					
3. Speed/Efficiency of Service					
Airport/ Ground staff on departure					
1. Staff attitude / Appearance					
2. Timely Sell of ticket					
3. Timely arrival of baggage					
4. Flight arrived on time					
In-flight Service					
1. Staff attitude / Appearance					
2. Information / Safety presentation					
3. Food & Beverages					
4. Entertainment					
5. Cleanliness of cabin					
6. Comfort level					
7. Toilet Cleanliness					
Airport / Ground staff on arrival					
1. Staff attitude / Appearance					
2. Timely arrival of baggage					
3. Flight arrived on time					

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นาย ชาญณรงค์ บุญคล้าย
วัน เดือน ปีเกิด	24 มีนาคม พ.ศ. 2518
สถานที่เกิด	จังหวัดตรัง
ประวัติการศึกษา	บริหารธุรกิจบัณฑิต (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 2540
สถานที่ทำงาน	บริษัท แอดวานนซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)
ตำแหน่ง	Consult IT